

A AÇÃO DOS MODALIZADORES EM TEXTOS PRESCRITIVOS

Priscila Lopes Viana¹

priscilaviana@live.com

RESUMO: O objetivo deste estudo foi investigar o processo de elaboração de “santinhos políticos” – um gênero textual de discurso político – através da análise de modalizadores (BRONCKART, 1999) presentes em textos que prescrevem essa atividade. Os resultados obtidos foram interpretados em relação à interferência do trabalho prescrito no trabalho real.

PALAVRAS-CHAVE: modalizadores; gênero textual; trabalho prescrito; trabalho real.

INTRODUÇÃO

O objetivo específico deste trabalho foi investigar o processo de elaboração de “santinhos políticos” – gênero textual de discurso político – através da análise dos modalizadores (BRONCKART, 1999) presentes em textos que prescrevem essa atividade. Compreendemos que os gêneros textuais e as atividades sociais estão profundamente interligados, pois os gêneros existem em função de atividades sociais e culturais de povos situados em determinados contextos históricos e a transformação de um implica a transformação do outro. Desse modo, devemos ressaltar, de acordo com Souza-e-Silva (2001), o importante papel da linguística frente à tarefa de se pensar sobre o trabalho e tecer considerações entre linguagem e trabalho.

Realizamos, portanto, um estudo linguístico-discursivo de um texto prescritivo (trecho de uma cartilha) em relação à produção de “santinhos políticos” e também de um texto oral de uma ex-assessora que nos concedeu uma entrevista. Focalizamos os modalizadores (lógicos, pragmáticos, deônticos e apreciativos) e, ao final, interpretamos os resultados obtidos e a interferência do trabalho prescrito no trabalho real. Para verificarmos de que forma as

¹ Doutoranda em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais; bolsista CAPES.

prescrições se manifestam e interferem no produto “santinho”, analisamos e descrevemos 3 exemplares desse gênero textual. Os três são “santinhos” de candidatos ao cargo político de Deputado Estadual do ano de 2006. E, por fim, pelo produto da atividade se tratar de um gênero textual, valemo-nos de abordagens de Bakhtin (2000), Bronckart (1999; 2006) e Schneuwly (1994) a respeito de gêneros.

Analisar atividades de trabalho se justifica na medida em que nos fazem compreender as sociedades humanas e, uma vez que a linguagem organiza e estabiliza as atividades humanas, faz-se relevante a focalização linguística para que as mesmas possam ser compreendidas.

1. ALGUNS FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 LINGUAGEM E TRABALHO

Uma nova e desafiante fronteira da linguística moderna se abre frente à tarefa de se pensar sobre um dos agires mais significativos do ser humano: o agir do trabalho. Como toda atividade humana é mediada pela linguagem, o agir do trabalho o é de uma maneira especial, pois, além de envolver uma intensa, contínua e potencialmente conflituosa interação, trata-se de um agir que, de certa maneira, ocupa uma parte considerável da vida dos seres humanos. Souza-e-Silva (2002) atribui a emergência da abertura dessa nova fronteira ao fato de que estudiosos de diversas áreas (filósofos, psicólogos, antropólogos, sociólogos, etc.) têm enfatizado a crescente relevância da linguagem nas diversas formas de organização das sociedades humanas, ao mesmo tempo em que têm atribuído um grande valor às atividades languageiras que tecem o dia-a-dia do mundo do trabalho. Nesse contexto e para a realização dessa tarefa tornam-se imprescindíveis a presença e a intervenção da ciência da linguagem.

A autora ressalta que, atualmente, com a informatização, a automatização e a robotização dos meios de produção, as atividades simbólicas têm se tornado cada vez mais centrais para a gestão e o funcionamento rotineiro das diferentes organizações de trabalho, uma vez que as atividades desenvolvidas pelos trabalhadores dependem de manipulações de signos e símbolos languageiros.

Nesse sentido, o confronto entre as ciências do trabalho e as ciências da linguagem tem convergido para um estudo interdisciplinar. Em outras palavras, a linguística vem alargando seu campo de estudos e as ciências do trabalho estão integrando a dimensão languageira das atividades de produção e concebendo as organizações de trabalho como

produtoras de sentido. A amplidão do domínio interdisciplinar que se esboça pode ser averiguada nas pesquisas realizadas e/ou ainda em andamento.

Para exemplificar, podemos citar, na França - desde a década de oitenta quando se formaram os grupos de pesquisa *Langage et Travail* (L&T) e *Analyse Pluridisciplinaire des Situations de Travail* (APST) -, os trabalhos de Boutet (1994), Faïta (1991), Perdriset (1989), Gardin (1989), Girin (1990) e Amigues (2002); e, no Brasil – desde a década de noventa, por grupos de pesquisas de programas de pós- graduação, tais como, no LAEL/ PUCSP, os grupos Atelier, Direct e Alter/ISD, na PUC-RJ e na UFRJ/Coppe, bem como os trabalhos de Corbett (2000), França (2000) e Souza-e-Silva & Rocha (1999).

Os estudos desses pesquisadores podem ser divididos em três agrupamentos: (1) os que focalizam os saberes no trabalho, (2) os que analisam a produção de linguagens técnicas e (3) os que se debruçam em pesquisar as interações nas relações de trabalho.

Boutet (1994), Faïta (1991) e França (2000) encontram-se no primeiro grupo. Boutet (1994) - ao questionar os diferentes discursos que circulam sobre a qualificação do trabalho no setor de metalurgia - constata que os operários atribuem um sentido diferente à qualificação em relação aos pesquisadores (engenheiros metalúrgicos). Os primeiros a veem como uma propriedade exclusiva das pessoas que afirmam “eu sou modelador” ou “eu sou inspetor”, por exemplo; por sua vez, para os pesquisadores, as atividades das pessoas são indiferentes. Estes, ao contrário, dizem: “ele está na modelagem” ou “ele está na inspeção”. Sendo assim, o discurso dos operários revela a qualificação como uma propriedade inerente aos indivíduos e, em parte, independente do sistema classificatório dado pelas organizações. As competências adquiridas, a formação e os conhecimentos estariam implicados pela qualificação; diferentemente do que demonstram as construções verbais dos pesquisadores.

Já Faïta (1991) interessa-se em analisar o controle do processo técnico pelas palavras utilizando-se de gravações de conversas ocasionais em função de um acidente ocorrido em uma usina de alumínio. E França (2000) verifica a função determinante da linguagem no trabalho de recepcionistas do setor de raio X de um hospital público. A função desses trabalhadores é a antecipação e o regulamento de falhas no processo de identificação de exames marcando-os e registrando-os.

Dentre os pesquisadores que se voltam para a análise de produções de linguagens técnicas, destacamos Perdriset (1989) e Gardin (1989). O primeiro pesquisador averigua que a implantação e o desenvolvimento cada vez maior da robótica em setores da produção industrial pesada são acompanhados de criações lexicais. Perdriset (1989) verifica um desejo

manifestado pelos operários de reificar o robô, dando-lhe seu lugar de objeto, atribuindo-lhe um sentido e comparando-o aos humanos.

O segundo - Gardin (1989) – constata, nos locais de trabalho, o surgimento de itens lexicais técnicos por várias vias e vozes (projetistas, engenheiros, operários e usuários): o que os engenheiros denominam como “instrumentos eletrônicos” são “engenhocas” para os operários da linha de montagem. Em outras palavras, as organizações são vistas pelo autor como verdadeiras fábricas nas quais os vocábulos surgem e se modificam em função das relações sociais que estão inscritas e também em função dos instrumentos, objetos e processos.

Os pesquisadores que se encaixam no terceiro grupo são, dentre outros, Girin (1990), Corbett (2000) e Amigues (2002).

Girin (1990) verifica que os dirigentes de organizações diversas passam a maior parte de seu tempo falando. Nesse sentido, as tomadas de decisões, as repartições e as coordenações de atividades no interior de uma equipe ou de um serviço – mesmo que estejam sempre acompanhadas pela linguagem não-verbal – necessitam, impreterivelmente, das trocas verbais. Há o uso constante de palavras instrumentais ligadas às necessidades técnicas, econômicas ou gerenciais das organizações; contudo, vale ressaltar o uso de palavras sociais, aquelas que moldam e mantêm a sociabilidade.

De acordo com Souza-e-Silva (2002), torna-se evidente o interesse de pesquisas nessa área para todo um conjunto de atividades profissionais nas quais se prestam serviços. Sejam as relações entre médicos e pacientes, agentes e clientes ou, mesmo, entre os profissionais de mesma categoria, isto é, os “colegas” de trabalho; sejam essas relações face a face ou mediadas por telefone, fax, internet ou televisor.

Outro estudo que também toma as interações verbais nas situações de trabalho como objeto empírico de pesquisa é o de Corbett (2000). Este autor estuda a coordenação pela fala no balcão de *check-in* de uma companhia aérea, classe executiva em dia de *overbooking* e, alcança resultados reveladores de como a palavra tem função de decompor o desenvolvimento das ações de trabalho, sincronizando-as e indicando a sucessão de uma a outra.

Vale ainda citar os estudos de Amigues (2002) em relação ao trabalho docente. O autor realiza uma pesquisa em textos que prescrevem (*trabalho prescrito*) essa atividade e, posteriormente, compara o *trabalho prescrito* ao *trabalho realizado*, isto é, à ação do professor em situação de interação.

Esse tipo de abordagem (a docência como trabalho) é também objeto das investigações de Tardif & Lessard (2005) que procuram, a partir do ângulo analítico do trabalho, aclarar a

natureza da docência como um *trabalho interativo*, isto é, que possui seres humanos como “objeto de trabalho”. Assim, os autores situam a docência como trabalho que, na mesma proporção dos demais ofícios e profissões humanas interativas, vem adquirindo crescente *status* na organização socioeconômica do trabalho, diferentemente do que ocorre em modelos clássicos de trabalho que concebem outros tipos de trabalho, sobretudo, industrial produtor de bens materiais, como o paradigma do trabalho.

Outros vários estudos sobre as produções languageiras em situação de trabalho foram desenvolvidos, segundo Bronckart (2008), paralelamente à evolução da Ergonomia e da análise do trabalho. Estudos esses inspirados especialmente na Análise Conversacional e na Análise Crítica do Discurso.

Atendo-se ao meio francófono, Bronckart (2008) aponta alguns dos múltiplos estudos que – em domínios profissionais muito variados - tratam das propriedades linguísticas e semióticas dos discursos no trabalho, como: interações em instituição judiciária (COLLETTA, 1994), discursos da mídia televisiva (CHARAUDEAU, 1997), interações na instituição hospitalar (GROSJEAN & LACOSTE, 1999; KOSTULSKI & TROGNON, 1998), interações na navegação marítima (CHAUVIN, 2000) ou aérea (LÉGLISE, 1998), pesquisas telefônicas (RICHARD-ZAPPELLA, 1999), etc.

Baseado nesses muitos estudos, Bronckart (2008) ressalta – dentre os muitos resultados alcançados – quatro tendências:

- (1) as interações em situação de trabalho parecem mobilizar mais de dois participantes e as modalidades da linguagem circulante são fluidas;
- (2) as produções verbais nessas situações apresentam supressões e/ou reduções de unidades sintáticas que são percebidas como desnecessárias à comunicação (as desinências verbais, os conectivos, os determinantes, certos adjetivos, etc.);
- (3) as práticas comunicativas em situação de trabalho possuem caráter polissemiótico e multicanal (os gestos, os olhares e as mímicas se associam à linguagem verbal); e, enfim,
- (4) nessas produções languageiras há frequentemente uma articulação com ações coletivas complexas e as ações não verbais estreitam relações com as verbais.

1.2 O MODELO DE ANÁLISE TEXTUAL DO INTERACIONISMO SOCIODISCURSIVO

Para analisar a arquitetura interna de textos, Bronckart (1999) apresenta um modelo que abrange três níveis hierarquizados: primeiro, a *infra-estrutura geral do texto*; segundo, os *mecanismos de textualização*; e, terceiro, os *mecanismos enunciativos*.

A infra-estrutura geral do texto (nível mais profundo) se constitui pelo *plano geral* do texto (organização de conjunto do conteúdo temático), pelos *tipos de discurso* que apresenta, pelas *articulações* entre seus tipos de discurso e pelas *sequências* que nele eventualmente apareçam.

Os mecanismos de textualização (nível intermediário) estão relacionados à progressão do conteúdo temático. Articulados à linearidade do texto, consistem em criar *séries isotópicas* que auxiliem no estabelecimento da coerência temática. Bronckart (1999) distingue três mecanismos de textualização: *conexão*, *coesão nominal* e *coesão verbal*.

Já os mecanismos enunciativos, que funcionam no terceiro nível, contribuem mais do que os outros para a manutenção da coerência pragmática ou interativa dos textos: auxiliam no esclarecimento dos *posicionamentos enunciativos* e revelam as diversas *avaliações* através das modalizações.

O presente trabalho se ateve às formas de modalizações presentes em um trecho de uma cartilha (Anexo II), organizada por Andrade (2003), na qual há um texto prescritivo em relação à produção de “santinhos” e, também, no texto oral de uma informante (Anexo I). Em relação às modalizações, Bronckart (1999) as concebe como marcas auxiliares no estabelecimento de uma coerência de ordem pragmática ou interativa, ou seja, as modalizações orientam o destinatário sobre o conteúdo do texto.

Bronckart (1999) conserva as quatro funções de modalização herdadas da Antiguidade grega e as redefine inspirado na teoria dos *três mundos* proposta por Habermas (1987, apud BRONCKART, 1999):

(i) *Modalizações lógicas* são avaliações apoiadas “em critérios (ou conhecimentos) elaborados e organizados e organizados no quadro das coordenadas formais que definem o *mundo objetivo*, e apresentam os elementos de seu conteúdo do ponto de vista de suas condições de verdade, como fatos atestados, (...), possíveis” (BRONCKART, 1999: 330).

(ii) *Modalizações deônticas* são avaliações apoiadas “nos valores, nas opiniões e nas regras constitutivas do *mundo social*, apresentando os elementos do conteúdo como sendo do domínio do direito, da obrigação social e/ou da conformidade com as normas em uso” (BRONCKART, 1999: 331).

(iii) *Modalizações apreciativas* são avaliações que procedem “do mundo subjetivo da voz que é a fonte desse julgamento, apresentando-os como benéficos, infelizes, estranhos, etc., do ponto de vista da entidade avaliadora” (BRONCKART, 1999: 332).

(iv) *Modalizações pragmáticas* “contribuem para a explicitação de alguns aspectos da *responsabilidade* de uma entidade constitutiva do conteúdo temático (...) em relação às ações de que é o agente, e atribuem a esse agente intenções, razões (...), ou ainda, capacidades de ação.” (BRONCKART, 1999: 332).

1.3 OS GÊNEROS TEXTUAIS E O AGIR HUMANO

Gêneros textuais e atividades sociais estão profundamente interligados. Os gêneros existem em função de atividades sociais e culturais de povos situados em determinados contextos históricos. A transformação de um implica a transformação do outro, de forma que o aparecimento de novas atividades pode implicar novos gêneros. Por isso, os gêneros textuais, que encontramos em nossa vida diária, são inúmeros. Cada um apresenta características sociocomunicativas definidas por seus conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característicos.

A extraordinária variedade de atividades humanas tem como consequência a ilimitada variedade dos gêneros textuais. Cada sociedade em meio a sua cultura exerce atividades que admitem um repertório de gêneros que se diferencia e se expande de acordo com seu próprio desenvolvimento e complexidade (BAKHTIN, 2000).

De acordo com Marcuschi (2002), os gêneros textuais são ocorrências históricas ligadas intensamente à vida cultural e social e derivam do trabalho coletivo, ou seja, os gêneros cooperam na consolidação e na distribuição das atividades comunicativas do cotidiano como instituições sociodiscursivas e formas de ação social em qualquer circunstância comunicativa. São assinalados como ocorrências textuais altamente flexíveis, ativas, ou seja, executivas. Aparecem acoplados às necessidades e atividades socioculturais.

Para Bakhtin (2000), por mais variadas que sejam as atividades humanas, sempre estão relacionadas com o uso da língua. É evidente que o caráter e os modos desse uso variam tanto quanto os próprios campos da atividade humana. Segundo o autor, a língua em uso se faz em forma de enunciados (escritos e orais), concretos e únicos, que derivam dos componentes de um determinado campo da atividade humana. Por sua construção composicional, principalmente, e por seu conteúdo (temático) e estilo verbal, o enunciado mostra as situações, condições específicas e as finalidades de cada um dos campos da atividade humana.

Esses três elementos: conteúdo temático, estilo e construção composicional, relacionam-se na formação do enunciado, e cada um possui características de um campo de comunicação.

Schneuwly (1994) desenvolveu a tese de que o gênero é um instrumento e, para isso, aborda a concepção de atividade na psicologia, de modo geral, e no interacionismo social. Segundo o autor, a psicologia tenderia a compreender a atividade do indivíduo como bipolar, ou seja, focalizando o sujeito, por um lado, e o objeto que sofre sua ação ou a situação de sua ação, por outro. Já o interacionismo social veria a atividade como tripolar, pois a ação do sujeito sobre um objeto ou em uma situação seria sempre mediada por um instrumento que determinaria seu comportamento.

Instrumentos são definidos por Schneuwly (1994: 23) como “objetos” elaborados socialmente que são “frutos das experiências das gerações precedentes, através das quais se transmitem e se alargam as experiências possíveis.” O autor ressalta que se houver alteração no instrumento, haverá conseqüentemente transformação nas maneiras que os sujeitos se comportam em uma situação. Dessa forma, além de os instrumentos mediar atividades, conferindo-lhes formas, eles também as representariam. Pode-se pensar, nessa mesma perspectiva, na existência de uma via de mão dupla entre transformação do instrumento e da atividade, pois a alteração de um refletiria no outro.

O instrumento torna-se, assim, o lugar privilegiado da transformação dos comportamentos: explorar suas possibilidades, enriquecê-las, transformá-las são também maneiras de transformar a atividade que está ligada à sua utilização. (SCHNEUWLY, 1994: 24)

Um gênero textual poderia, assim, ser visto como *instrumento semântico complexo* por estar diretamente ligado a uma atividade e pelo seu uso facilitar o sucesso da atividade. Schneuwly (1994) passa a desenvolver uma analogia entre gênero e instrumento baseado no conceito de gênero de Bakhtin (2000), conceito este marcado pelos três elementos caracterizadores do gênero (conteúdo temático, estilo, construção composicional); pela ideia de que os gêneros são *tipos relativamente estáveis de enunciados* elaborados por esferas de interação social; e, por fim, pelo fato de que o locutor de determinada esfera escolhe o gênero mais propício para certa interação de acordo com seu propósito comunicativo, os participantes envolvidos e as necessidades da temática.

2. METODOLOGIA

Para esta pesquisa, fundamentamo-nos no quadro teórico da ergonomia do trabalho e, para completar esse quadro, o qual serve como base metodológica e conceitual para a análise, utilizamos o interacionismo sociodiscursivo (ISD) – Bronckart (1999; 2006) e Schneuwly (1994) –, para a efetivação da investigação contextual, linguística e discursiva.

Para fazer este trabalho com base na ergonomia, foi imprescindível um detalhado conhecimento sobre o ambiente de trabalho, isto é, estudar o contexto físico e social de produção de “santinhos políticos” e, neste particular, a etnografia da comunicação auxiliou, pois realizamos uma entrevista semiestruturada (Anexo I) com uma ex-assessora de um deputado com a qual pudemos compreender melhor o trabalho dos produtores de “santinhos”. Aceitamos, desse modo, o postulado de Souza-e-Silva (2001) de que pesquisar a língua em situação de trabalho implica aceitar que os materiais de análise surgirão no correr da pesquisa e que é sempre essencial recorrer a aquisições de outras disciplinas, como a etnometodologia, a ergonomia e a etnografia.

O estudo linguístico-discursivo foi realizado por meio de um texto prescritivo (trecho de uma cartilha - Anexo II) em relação à produção de “santinhos políticos” e também através do próprio texto oral da ex-assessora. Focalizamos os modalizadores (lógicos, pragmáticos, deônticos e apreciativos) e, ao final, interpretamos os resultados obtidos e a interferência do trabalho prescrito no trabalho real.

Para verificar de que forma as prescrições se manifestam e interferem no produto “santinho”, descrevemos e analisamos 3 exemplares desse gênero textual. Os três são “santinhos” de candidatos ao cargo político de Deputado Estadual do ano de 2006 distribuídos no estado de Minas Gerais. E, por fim, pelo produto da atividade se tratar de um gênero textual, valemo-nos de abordagens de Bakhtin (2000), Bronckart (1999; 2006) e Schneuwly (1994) a respeito de gêneros.

3. A ANÁLISE

Em relação às modalizações lógicas, verificamos no material analisado os seguintes termos: *normalmente* (3 vezes na entrevista e 1 vez na cartilha), *talvez* (1 vez em cada um), *provavelmente* (1 vez na cartilha), *necessariamente* (1 vez na entrevista) e *frequentemente* (1 vez na entrevista). Encontramos ainda no texto da informante o verbo epistêmico “achar” (“*acho* que pela amizade” e “*acham* que nenhum candidato presta”). O uso desses

modalizadores pode indicar o desejo de seus usuários de dar força aos seus enunciados (*normalmente, necessariamente, frequentemente*) ou mesmo relativizá-los (*talvez, provavelmente, acho*).

As modalizações deônticas são as mais frequentes no texto da cartilha, obviamente por se tratar de um texto prescritivo. O texto da informante traz o verbo “dever” 2 vezes como modalização deôntica (“você *deve* ter iniciativa” e “a coordenação *deve* dividir”) e a cartilha 10 vezes (“*deverão* estar”, “*deve* estar”, “*deve* ter”, “*Deve-se* desenvolver”, “*deverá* estar”, “*Devem* ser”, etc.). O verbo “poder” aparece 1 vez na entrevista (“*pode* ser que”) e 3 vezes na cartilha (“*pode* usá-lo na foto” e “*pode-se*”). Essas modalizações possuem um caráter instrutivo e demonstram concepções do que seria certo ou errado em relação ao trabalho real dos coordenadores de campanha responsáveis pela comunicação e *marketing*.

No texto da cartilha usam-se as expressões “não *ficar bem*” e “não *ficam bem*” como modalizadores apreciativos. Já na entrevista, a informante realiza esse tipo de avaliação com diversas expressões: *infelizmente, lamentavelmente*, “o trabalho era *inesgotável*” e “a *falta* de bom senso”. Percebe-se que esses modalizadores, os apreciativos, querem levar os interlocutores a aderir o ponto de vista que está sendo expresso.

Por último, em relação às modalizações pragmáticas, a informante usa o verbo “ter” (“eu tinha que atender pessoas”, “tinha que viajar para encontros ou para dar assistência às comunidades vizinhas”) significando “devia”. Com o uso desse tipo de modalização, a informante explicita as responsabilidades de seu cargo, isto é, de seu trabalho. A informante ainda faz o uso da expressão “para *incentivar* o voto partidário”, atribuindo intenção aos agentes.

Ao observarmos três “santinhos políticos” (nós os denominaremos de A, B e C) em relação às prescrições estabelecidas na cartilha e nas respostas da ex-assessora, percebemos que os três são suportados por um pequeno pedaço de papel e contêm nome, foto, eslógon, número do candidato, partido, coligação (somente nos “santinhos” B e C) e texto. Encontramos, no entanto, diferenças significativas entre os três “santinhos” em relação aos seus elementos constitutivos.

Diferentemente dos “santinhos” B e C, o “santinho” A não apresenta os candidatos de seu partido ao cargo de governador e presidente; em seus demais elementos, o “santinho” A se enquadra no modelo que é descrito pela cartilha e pela informante. Em relação ao “santinho” B, verificam-se todos os elementos prescritos, porém, o candidato possui cabelos longos e barba, o que não é aconselhado pela cartilha. Esses “santinhos” (A e B) possuem uma foto semifrontal característica em um fundo claro, sendo bem mais semelhantes entre si

em comparação ao C. Já o “santinho” C apresenta-se fora dos padrões: há duas fotos ao invés de uma e não há o número do candidato ou partido/coligação em sua frente que remeta o leitor ao gênero “santinho”. Deixa também de seguir o que se afirma na cartilha sobre a importância de se destacar o número do candidato, uma vez que é por ele que os eleitores votarão.

O “santinho” C poderia ser visto como um híbrido de “santinho” e ingresso para *shows*, pois seu fundo vermelho, a fotografia do candidato ao microfone e a fonte utilizada para escrever o nome do candidato poderiam fazer o leitor associá-lo a um ingresso. Pode-se observar que a cartilha sugere que “a foto de campanha é única e padrão” e que o “candidato deverá estar de cabelo cortado e barba bem feita”. O “santinho” C traz o deputado vestido e penteado informalmente, de cara pintada, ao lado de outra foto de terno e bem penteado diante de um microfone.

Apesar de todas as recomendações, pode-se perceber que os coordenadores de campanha teriam desejado marcar as diferenças do candidato C e sair um pouco dos estereótipos do gênero. Notamos que há, na cartilha, um extremo cuidado para descrever como a foto deve ser feita, uma vez que é a imagem do candidato, do “produto”, que está em jogo. Contudo, o último tópico da cartilha traz a seguinte afirmação: “Pode-se, também, selecionar outras fotos, mais descontraídas, para o uso em jornais de campanha, reportagens na imprensa, etc.”; e há no texto da informante o seguinte trecho: “... há recomendações... mas não que tenha que ser assim”. Essas passagens possibilitam, assim, o uso de variáveis fotográficas em diversos gêneros de campanha.

As escolhas realizadas para a confecção de qualquer texto/gênero revelam características do público alvo. Bakhtin (2000) argumenta que a escolha de um gênero textual reflete diretamente a influência do destinatário sobre a estrutura e estilo do enunciado, e que ter um destinatário, dirigir-se a alguém, é uma particularidade constitutiva do enunciado, sem a qual não há, e não poderia haver enunciado. As diversas formas típicas de dirigir-se a alguém e as diversas concepções típicas do destinatário são as particularidades constitutivas que determinam a diversidade dos gêneros textuais. O estilo do texto e sua composição nos sugerem como o locutor (ou escritor) percebe e imagina seu destinatário.

Ao analisar o texto do “santinho” C (em seu verso há a promessa de se garantir aos estudantes pagamento de meia-entrada em qualquer empresa), constata-se que o candidato se caracteriza por ser o “mais jovem”, daí compreende-se o uso de sua foto como um “cara pintada” (movimento estudantil) e a semelhança de seu “santinho” com um ingresso, visto que o candidato desejaria alcançar o público jovem.

Adaptando o texto de Bakhtin (2000), verifica-se que enquanto o candidato às eleições elabora seu enunciado, tende a determinar a resposta de modo ativo; por outro lado, tende a presumi-la, e essa resposta presumida, por sua vez, influi no seu enunciado. O candidato elabora seu texto sempre levando em conta a percepção sobre a qual ele será recebido pelo destinatário, ou seja, pelo eleitor: o grau de informação que este tem da situação, seus conhecimentos especializados na área de determinada comunicação cultural, suas opiniões e suas convicções, seus preconceitos (do ponto de vista do candidato), suas simpatias e antipatias, etc.; pois é isso que condicionará sua compreensão *responsiva* do enunciado. Esses fatores determinarão a escolha do gênero do enunciado, a escolha dos procedimentos composicionais e, por fim, a escolha dos recursos linguísticos, ou seja, o estilo do enunciado do locutor.

Bronckart (1999:93) afirma que “o contexto de produção pode ser definido como o conjunto de parâmetros que podem exercer influência sobre a forma como um texto é organizado”, e que “a produção de todo texto inscreve-se no quadro das atividades de uma formação social e, mais precisamente, no quadro de uma forma de interação comunicativa que implica o mundo social (normas, valores, regras, etc.)” (BRONCKART, 1999: 94).

Tendo em vista eleitores que escolhem seus candidatos baseados em características pessoais dos mesmos, pode-se perceber a “intencionalidade” na escolha do gênero textual “santinho político” para alcançar a maioria dos eleitores brasileiros. Esse gênero aproxima as figuras individuais dos candidatos ao eleitor através de um histórico de suas vidas pessoais e profissionais e, não deixando de mencionar, através de suas imagens carismáticas nas fotografias. O texto da informante (Anexo I) também denuncia essa característica desse gênero textual: “o ‘santinho’ é um panfleto que traz um histórico do candidato... não aborda... normalmente... as metas de governo do candidato... e isso ao meu ver... e ao ver de muitos... não é positivo...”.

Pode-se, assim, afirmar que todo texto é produzido por alguém para outrem com uma intenção comunicativa. Para tanto, o locutor utilizará todos seus conhecimentos para alcançar seu objetivo. Percebe-se, então, que a escolha do gênero textual no qual o locutor adaptará suas ideias, seu texto, faz-se, segundo Schneuwly (1994), como a seleção de uma melhor ferramenta para tentar “moldar” o(s) alocutário(s) a dar a resposta que o produtor do texto almeja. O uso do termo “moldar” deve-se ao fato de os gêneros textuais serem ocorrências sociais, históricas e culturais reconhecíveis por seus usuários que, trazendo suas crenças e valores, facilitam as interações languageiras.

Quanto às prescrições referentes ao conteúdo dos textos dos “santinhos”, percebe-se que a cartilha não trata sobre o assunto. Já na entrevista com a ex-assessora, ela afirma que “há recomendações... mas não que tenha que ser assim...”. Todavia, perpassando os olhos pela *Legislação eleitoral* (2002: Art. 243), constata-se que há ressalvas sobre o que não se tolera em propagandas eleitorais. Devem-se, assim, compreender essas advertências também para o conteúdo dos “santinhos políticos”.

Outra observação relevante realizada na *Legislação eleitoral* refere-se à última pergunta feita para a informante sobre os “santinhos” terem de ser aprovados para serem distribuídos. Lê-se que ela respondeu: “não... não... a responsabilidade é do candidato e dos coordenadores de campanha”. Dessa forma, sua resposta foi confirmada pelo Artigo 38 da *Legislação* que afirma:

Art. 38. Independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato. (BRASIL, 2002:252)

4. RESULTADOS

A análise da entrevista realizada com uma ex-assessora de um deputado revelou alguns pontos sobre o contexto físico e social do trabalho de produção de “santinhos políticos” e, além disso, mostrou importantes conflitos existentes em um ambiente de trabalho do campo político. Pudemos, assim, perceber a direta implicação entre trabalho e linguagem para o alcance de um trabalho satisfatório.

Em relação às modalizações (lógicas, deônticas, apreciativas e pragmáticas), encontramos muitas nos dois textos analisados. Ressaltaram-se, no entanto, as modalizações deônticas na cartilha. A análise dos dados evidenciou que os quatro tipos de modalizações utilizados no trabalho prescrito podem interferir diretamente no trabalho real, uma vez que orientam os destinatários na interpretação do conteúdo dos textos, além de fazê-los verificarem possibilidades de não realizarem exatamente o que está sendo prescrito.

Por último, na análise dos três “santinhos políticos” sendo vistos como produtos de um trabalho real que tem por base trabalhos prescritos, averiguamos, como era de se esperar, que os agentes produtores de “santinhos” adaptam seus trabalhos, flexibilizando as prescrições. Daí, explica-se o fato de se encontrarem “santinhos” fora do padrão do que é prescrito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se, através desse estudo sobre uma instância do agir humano, contribuir para a compreensão de como a linguagem pode organizar e estabilizar as atividades humanas e, especialmente, incentivar o uso do quadro teórico do ISD em mais projetos de pesquisas que levem em consideração a materialidade linguístico-discursiva juntamente com fatores contextuais. Esse estímulo se deve ao fato de essa teoria proporcionar meios favoráveis e eficazes para o foco na relação linguagem/trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AMIGUES, R. L'eiseignement comme travail. In: Bressoux, P. (ed.) *Les stratégies d'enseignement en situation d'interaction*. Note de synthèse pour Cognitique: programme Ecole et Sciences Cognitives, 2002, p. 243-262.
2. ANDRADE, Durval Ângelo. (org.) *Vencer na cidade e construir um país – orientações para as eleições 2004*. Belo Horizonte: O Lutador, 2003.
3. BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Tradução: Maria Ermantina Galvão. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
4. BOUTET, J. *Construire le sens*. Bern, Peter Lang, 1994.
5. BRASIL. *Legislação eleitoral: Código Eleitoral e legislação correlata*. – 3. ed. – Brasília: Câmara dos deputados, Coordenação de Publicações, 2002.
6. BRONCKART, J. P. *Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano*. São Paulo: Mercado de Letras, 2006.
7. _____. *Atividade de linguagem, textos e discursos. Por um interacionismo sócio-discursivo*. São Paulo: EDUC, 1999.
8. *Cadernos NAE / Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República*. – nº. 5 (jun. 2005). – Brasília: Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, 2005.
9. COLLETTA, J.-M. Identité et légitimité discursives dans les interactions au tribunal. In : MOIRAND, S. et AL. (Eds.), *Parcours linguistiques de discours spécialisés*. Berna, Peter Lang, 1994, p. 87-99.

10. CORBETT, E. *Linguagem na atividade do trabalho: tensão em dia de overbooking*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem defendida na PUC/SP, 2000.
11. FAÏTA, D. Interaction verbale et gestion des variables du travail. In: *Communication au Colloque interational Analyse des interactions*, Aix-en-Provence, 12-14 septembre 1991.
12. FRANÇA, M. *Atividades de linguagem e gestão de fluxo de pacientes para exame radiológico: o caso de atendimento de raio X*. Tese de doutorado a ser apresentada na PUC/SP, 2000.
13. GARDIN, B. Machine à dessin ou machine à écrire: la production collective d'une formulation". *Langages*, n.º 93. Paris, 1989, p. 84-97.
14. GIRIN, J. Problèmes du langage dans les organisatins. *Collection Sicences administratives*. Paris, Édition ESKA, 1990, p. 37-77
15. GROSJEAN, M.; LACOSTE, M. *Communication et intelligence collective. Le travail à l'hôpital*. Paris, PUF, 1999.
16. KOSTULSKI, K.; TROGNON, A. Le domaine cognitive de l'interlocution: un exercicce d'analyse interlocutoire d'une transmission orale dans une équipe paramédicale. In : KOSTULSKI, K.; TROGNON, A. (eds.), *Communications interactives dans les groupes de travail*. Nancy, P.U.N., 1998, p. 59-101.
17. LACOSTE, M. Paroles, activité, situation. In : BOUTET, J. *Paroles au travail*. Paris, L'Harmattan, 1995.
18. LÉGLISE, I. Les problèmes de l'adresse en situation d'interaction plurilocuteurs dans les avions de la patrouille maritime. In: KOSTULSKI, K.; TROGNON, A. (eds.), *Communications interactives dans les groupes de travail*. Nancy, PUN, 1998, p. 183-203.
19. PEDRISET, F. Communication au 1er Colloque International *Travail et Pratiques Langagières*. Ministère de la Recherche – Paris, 25 et 26 avril. Réseau Langage et travail/ PIRTTEM – CNRS, 1989.
20. RICHARD-ZAPPELLA, J. L'enquêteur entre opération de questionnement et travail relationnel. In : RICHARD-ZAPPELLA, J. (ed.), *Espace de travail, espace de parole*. Rouen, Publications de l'Université, 1999, 187-197.
21. SOUZA e SILVA, M.C.P. Fronteiras da linguística contemporânea: linguagem e trabalho. *Revista da ANPOLL, Humanitas/FFLCH-USP, São Paulo*, v. 12, 2002, p. 155-168.
22. SOUZA e SILVA, M.C.P. & ROCHA, D.O.S. A linguagem nas relações de trabalho: a fala da operadora de telemarketing. In: *Anais do XXVIII do Seminário do Grupo de*

Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo - GEL. São José do Rio Preto, Editora da UNESP, 1999, p. 296-301.

23. SCHNEUWLY, Bernard. *Gêneros e Tipos de Texto: Considerações Psicológicas e Ontogenéticas*. Tradução provisória de Roxane Helena Rodrigues Rojo (LAEL/PUC-SP). Mimeografado, 1994.
24. TARDIF, Maurice & LESSARD, Claude. *O trabalho docente - Elementos para uma teoria da docência como profissão de interações humanas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

RESUMO: O objetivo deste estudo foi investigar o processo de elaboração de “santinhos políticos” – um gênero textual de discurso político – através da análise de modalizadores (BRONCKART, 1999) presentes em textos que prescrevem essa atividade. Os resultados obtidos foram interpretados em relação à interferência do trabalho prescrito no trabalho real.

PALAVRAS-CHAVE: modalizadores; gênero textual; trabalho prescrito; trabalho real.

ABSTRACT: The aim of this work was to investigate the process of developing "santinhos políticos" - a textual genre of political discourse - through the analysis of modalizations (BRONCKART, 1999) present in texts that prescribe this activity. The results obtained were interpreted in relation of prescribed work's interference in real work.

KEYWORDS: modalizations; genre of text; prescribed work; real work.

ANEXO I

Transcrição da entrevista (12 minutos):

1) e:: bem... primeiramente... queria deixar claro que essas minhas perguntas são mais um guia... quero conversar com você bem informalmente para compreender um pouco como era o seu trabalho... bem... por quanto tempo você trabalha no campo político?

Informante- toda minha vida... eu me interessei por política... e sempre estive envolvida em atividades ligadas à política... mas:: trabalho remunerado... em que fui contratada... foi no mandato do deputado X... foram quatro anos... de 2003 a 2007... fui assessora...

2) especifique qual era o seu trabalho... por favor...

I- eu era assessora financeira... mas... isso não significa que eu necessariamente só executasse os pagamentos... para trabalhar na política você deve ter iniciativa... e fazer o que é necessário... eu tinha que atender pessoas tanto no telefone quanto em meu escritório... às vezes a papelada só ia crescendo na minha mesa... porque não parava de chegar gente... e ainda tinha reunião quase todos os dias... o trabalho era inesgotável... também aos domingos tinha trabalho... é:: tinha que viajar para encontros ou para dar assistência às comunidades vizinhas... ver o que eles estavam precisando... sabe?

3) você tinha um escritório só seu? quem trabalhava com você lá?

I- não... não... não... eu tinha minha sala sim... meu escritório... mas que ficava no gabinete do deputado... mais três assessores tinham seu escritório lá... além da secretária... que dividia a sala com um deles... e CLARO... tinha a moça encarregada da faxina... tem os filiados ao partido...

4) quais eram os problemas nas suas relações com seus colegas de trabalho?

I- o maior problema que eu via... é:: era a falta de BOM senso... falta de responsabilidade... por exemplo... sempre fazíamos uma noite de caldos ou coisa do tipo para arrecadar fundos para a campanha... e:: apesar de tantas reuniões... havia... frequentemente... e infelizmente... é::... havia indivíduos que não corriam atrás para vender os ingressos... ou fazer outras coisas que deveriam fazer... só fingiam que trabalhavam... sabe? aí... lamentavelmente... o trabalho acabava ficando nas costas de duas ou três pessoas... aí vinha outra reunião... mais problemas... desacordos... tinha quem gritasse para tentar impor sua opinião... eu e outros assessores contávamos ao deputado sobre sobre sobre::... alguns funcionários... ou mesmo assessores... que não faziam seu trabalho da forma que precisava ser... mas ele naquela correria... cada dia em um lugar... reuniões mais reuniões... não conseguia ou... talvez não quisesse tomar atitudes mais drásticas... por exemplo... tinha um motorista... que:: sempre trazia problemas... levava a esposa nas viagens... nos deixava no local da reunião e... quando precisávamos dele... não encontrávamos ele... estava por aí passeando com a esposa... e:: o deputado não via essas coisas... e... a gente... não podia mandá-lo embora... a gente contava para o deputado... mas acho que pela amizade que eles já tinham... ele não falava NADA com com o motorista... até que um dia... ele perguntou para mim se podia levar a esposa... e eu disse que não... disse que não e expliquei porquê... a partir desse dia... ele ficou diferente comigo... sabe? cumprimentava e respondia sim não... nada mais... mas eu tive que fazer aquilo... pois ele não fazia o trabalho dele direito e e atrapalhava o trabalho da gente... sempre assim... falta de senso... se a gente não manda... ninguém faz... se a gente manda... faz mal feito... e e e:: você sabe como é... não é? a gente vira a chata... a mandona... então eu... mas não só eu... outros também... ficávamos sobrecarregados... fazendo o nosso trabalho e o trabalho dos outros...

5) agora... as perguntas serão MAIS direcionadas para o processo de produção de “santinhos” políticos... mas... por favor... fique à vontade para falar... o que lhe parecer relevante... ok? é::... eu gostaria de saber como se dá o processo de produção dos “santinhos”... quais são as etapas... quem são os responsáveis...

I- é::... então... é::... primeiramente... não se faz uma campanha sem uma coordenação de campanha... a coordenação deve dividir as atividades ou os setores de atividades por temas... no caso dos “santinhos”... eles estão dentro do setor que mexe com a comunicação e marketing do candidato... a coordenação lança mão de todas as informações necessária para chegar até o eleitor... é::... às vezes contratam agências publicitárias também... normalmente usa no “santinho” aquela foto que caracteriza o candidato... que o eleitor reconhece... sabe?... aí todos os elementos giram em torno da marca do candidato... tudo é discutido pelos membros da coordenação de comunicação e marketing... sabe?

6) existem regras em relação à configuração... fotografia e conteúdo do texto?

I- é... bem... a gente vê de tudo por aí... sabe?... mas... normalmente... é daquele jeito que a gente conhece... é... foto na frente... texto ou urna eletrônica no verso... os outros elementos... o partido... o número do candidato... é... é... a coligação... se for o caso... pode ser que apareça na frente ou no verso do “santinho”... assim... há recomendações... mas não que tenha que ser assim... sabe?...

7) o que você diria do “santinho” como instrumento para conseguir votos?

I- o “santinho” é um panfleto que traz um histórico do candidato... não aborda... normalmente... as metas de governo do candidato... e isso ao meu ver... e ao ver de muitos... não é positivo... mas... alguns candidatos já estão trazendo suas suas suas propostas nos “santinhos”... o problema é que os eleitores costumam votar no candidato que eles conhecem... e não naqueles que fazem alguma coisa... na verdade... eles nem se interessam em saber isso... acham que nenhum candidato presta... e não procuram se informar...

8) o que poderia... em relação ao “santinho”... trazer problemas judiciais a um candidato?

I- na última eleição... foi exigido que os candidatos divulgassem... por exemplo... um candidato a a:: governador estadual teve que colocar no seu “santinho” os candidatos a presidente e vice do do partido... do seu partido... até mesmo para incentivar o voto partidário... pois o eleitor brasileiro vota num presidente, num deputado federal, num deputado estadual, num governador estadual... TODOS de partidos diferentes... não percebem que as coisa não funcionam assim... é::... teve também que pôr no “santinho” o CNPJ da gráfica que que:: onde foi confeccionado... é::... que eu me lembre... foi isso...

9) depois de prontos... os “santinho” devem ser enviados para alguma instância maior para serem aprovados?

I- não... não... a responsabilidade é do candidato e dos coordenadores de campanha...

ANEXO II

Trecho retirado da cartilha *Vencer na cidade e construir um país – orientações para as eleições 2004* de Andrade (2003, p. 44-47):

1- Marca e slogan do candidato

- Trata-se de peças fundamentais na campanha, pois deverão estar inseridas em todos os materiais do candidato.
- A marca e o slogan são, normalmente, definidos de forma “casada”, pois um deve estar ligado ao outro. Por exemplo: um candidato cujo slogan se refere à questão ambiental, provavelmente, terá uma marca na cor verde e, talvez, algum símbolo que remeta à natureza.
- A marca e o slogan costumam expressar a principal bandeira de luta do candidato ou características fortes em seu trabalho. Um exemplo foi o slogan do deputado Durval Ângelo, na última campanha: “Presença e Coragem, sempre”. “Presença”, porque o deputado é reconhecido por visitar, por várias vezes, durante o mandato, as localidades onde é votado. “Coragem”, porque uma das grandes características do parlamentar é denunciar crimes e irregularidades, doa a quem doer e até se expõe a riscos. E “Sempre”, porque estas atitudes não ocorrem apenas em período de campanha, como acontece com muitos políticos. São características constantes durante todo o mandato.
- Perceba que o slogan reuniu em apenas três palavras os pontos mais marcantes do trabalho de Durval. Enquanto isso, a marca de campanha, que é a bandeira vermelha, com a estrelinha em destaque, remete a uma expressiva atuação partidária. Ou seja, o slogan deve ter poucas palavras e uma simbologia simples e direta; mas deve dizer muito.
- O conjunto da marca de campanha deve conter nome do candidato, foto-padrão do candidato, número, partido e a coligação, além de cores bem definidas.
- Deve-se desenvolver duas versões da marca: colorida e em preto e branco, para a utilização padronizada em diferentes peças de campanha.

2- Foto de campanha

- A foto de campanha é única e padrão. É a que vai compor a marca da campanha.
- A maioria dos candidatos opta por fazer esta foto, usando camisa. No entanto, se é uma pessoa que quer passar maior seriedade e costuma vestir terno, também pode usá-lo na foto.
- Deve ser feita por um fotógrafo profissional, com um fundo neutro.
- O candidato deverá estar de cabelo cortado e barba bem feita, no caso dos homens e, no caso das mulheres, cabelo e maquiagem discretos.
- É bom usar um pouco de maquiagem para diminuir o brilho do rosto.
- O candidato deve, de preferência, usar roupas lisas (estampados e listrados costumam não ficar bem na foto impressa) e de cores bem definidas (bege e cinza, por exemplo, não ficam bem, em materiais impressos em preto e branco).
- Pode-se, também, selecionar outras fotos, mais descontraídas, para o uso em jornais de campanha, reportagens na imprensa, etc.

(...)

Santinhos

Devem ser pequenos (formato padrão) e conter nome, foto, slogan, marca, número do candidato, partido e coligação. No santinho, o destaque é dado para o número, pois é a peça que o eleitor levará com ele na hora de votar. No verso do santinho,

tem sido muito utilizado um desenho da urna eletrônica, com destaque nos números do candidato.

Recebido no dia 05 de junho de 2009.

Artigo aceito para publicação no dia 02 de agosto de 2009.