

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOLOGIA E LÍNGUA PORTUGUESA

**Quando os provérbios dão a manchete: a oralidade no texto escrito
jornalístico – o caso *Jornal da Tarde***

Marlene Assunção de Nóbrega

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculos da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Doutora em Letras.

Orientador: Prof. Dr. Hudinilson Urbano

São Paulo
2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Dedicatória

Aos meus pais, por tudo que me deram e a minha avó Leonor (*in memoriam*) pelo exemplo de vida.

Agradecimentos

Não seria possível a realização plena deste trabalho sem o incentivo e a orientação segura, porém rigorosa, de meu querido orientador, Prof. Dr. Hudinilson Urbano. Meus mais sinceros e profundos agradecimentos a ele que será sempre meu mestre e grande amigo.

Agradeço às Prof^{as} Dr^{as} Ana Rosa Ferreira Dias e Zilda Gaspar Oliveira de Aquino que compuseram a banca do exame de qualificação e contribuíram com significativas sugestões que me foram de grande valia para a realização deste trabalho.

Meus agradecimentos, ainda, a todos os meus amigos que sempre me incentivaram e me apoiaram nesta difícil jornada.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo pesquisar, demonstrar e analisar de que modo os aspectos da oralidade se manifestam no texto escrito jornalístico, mais precisamente em manchetes e títulos de notícias no *Jornal da Tarde*.

Para tal proposta, buscamos verificar inicialmente o perfil do leitor de jornais e suas preferências de assuntos em uma época de informações rápidas e superficiais. Aliado a essa pesquisa, fizemos um estudo sobre a linguagem jornalística que, de forma recorrente, apresenta linguagem cotidiana vinculada aos fenômenos da língua falada e da língua escrita, que são bem explorados pelo jornal.

Concentramos, assim, nosso trabalho em estudos específicos sobre a manchete e títulos de notícias que dão visibilidade às notícias veiculadas pelos jornais e têm o propósito de chamar a atenção do leitor. Selecionamos as manchetes e títulos de notícias que tiveram como base, frases proverbiais. Essas fórmulas fixas, entretanto, sofreram adaptações que chamamos de reenuniação e retextualização (*détournement*). Essa retextualização provoca efeito de humor, crítica ou ironia ao parodiar o provérbio original que é uma das formas de se empregar a linguagem mais distensa para chamar a atenção do leitor.

Todo esse processo de pesquisa e análise baseou-se na Análise do Discurso, na Análise da Conversação, estudos sobre a linguagem jornalística e trabalhos sobre provérbios.

Como os provérbios são perpetuados na memória coletiva, ao serem retextualizados evidenciam a criatividade do enunciador das manchetes e títulos de notícias que transforma o perene, o previsível no inusitado para surpreender o leitor como é o caso do *Jornal da Tarde*.

Palavras-chave: *Oralidade, Análise do Discurso, Análise da Conversação, provérbios, linguagem jornalística*

ABSTRACT

The aim of this paper is to research, demonstrate and analyze in which way the aspects of orality are expressed in the journalist written text, more precisely in headlines and news titles from *Jornal da Tarde*.

For such proposal, we initially intend to verify the profile of newspaper readers and their subject preferences in a time of fast and superficial information. Within this research, a study about journalistic language has been made, which presents. The current language joined to the spoken and written language phenomena which are well explored by the newspaper.

Our paper is concentrated in specific studies about the headline and news titles which give sight to the news printed by the newspaper and have the aim of calling the readers attention.

The headlines and news titles, which were based on proverbial sentences, have been selected. However, these fixed formulas got adapted, which is called reenunciation and retextualization (*détournement*).

This retextualization provokes humor, critic or ironic effect in parodying the original proverb which is a way of using the looser language to call the readers attention.

All this research and analyze process was based in Discourse Analysis, Conversation Analysis, studies about journalistic language and papers about proverbs.

As the proverbs are perpetuated in people memory, as soon as they are retextualized, they evidence the creativity of the headline and news titles announcer which changes the perennial, the predictable to the unexpected to surprise the reader, as seen in *Jornal da Tarde*.

Keywords: *Orality, Discourse Analysis, Conversation Analysis, proverbs, journalistic language.*

*Palavras não são más
Palavras não são quentes
Palavras são iguais
Sendo diferentes
Palavras não são frias
Palavras não são boas
Os números pra os dias
E os nomes pra as pessoas
Palavras eu preciso
Preciso com urgência
Palavras que se usem
em caso de emergência
Dizer o que se sente
Cumprir uma sentença
Palavras que se diz
Se diz e não se pensa
Palavras não tem cor
Palavras não tem culpa
Palavras de amor
Pra pedir desculpas
Palavras doentias
Páginas rasgadas
Palavras não se curam
Certas ou erradas
Palavras são sombras
As sombras viram jogos
Palavras pra brincar
Brinquedos quebram logo
Palavras pra esquecer
Versos que repito
Palavras pra dizer
De novo o que foi dito
Todas as folhas em branco
Todos os livros fechados
Tudo com todas as letras
Nada de novo debaixo do Sol*

(Sergio Britto e Marcelo Fromer –
Titãs)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	01
PARTE A.....	16
1. PERFIL DO LEITOR.....	18
2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO <i>JORNAL DA TARDE</i>	21
3. A LINGUAGEM JORNALÍSTICA.....	26
4. A MANCHETE E OS TÍTULOS DE NOTÍCIAS.....	37
5. MODALIDADES LINGÜÍSTICAS.....	59
5.1. Características da Língua Falada.....	69
5.2. Características da Língua Escrita.....	79
6. A LINGUAGEM COTIDIANA.....	90
7. FRASEOLOGIA POPULAR.....	99
7.1. Fórmulas Fixas.....	105
7. 1.1. Fórmulas fixas em geral.....	105
7.1.2. Provérbios.....	113
A. Noções.....	113
B. Origem.....	121
C. Universalidade.....	124
D. Características.....	126
8. REENUNCIÇÃO E RETEXTUALIZAÇÃO DOS PROVÉRBIOS.....	138
PARTE B.....	152
1. <i>CORPUS</i>	152
2. ANÁLISE DAS OCORRÊNCIAS.....	159
2.1. ASPECTOS SEMÂNTICOS.....	159
2.1.1. Aspectos semânticos em geral.....	159
2.1.2. Aspectos semânticos vinculados ao humor.....	203
2.2. ASPECTOS FORMAIS.....	208
2.2.1. Aspectos morfossintáticos.....	208
2.2.2. Uso de frases nominais e frases verbais.....	208
2.2.3. Prótase/Apódese.....	213
2.2.4. Tempos verbais.....	214
2.2.5. Tipos de frases.....	219
2.2.6. Outros casos.....	223
2.2.7. Outros casos de retextualização.....	227
2.3. ASPECTO FONOLÓGICO: RIMA.....	230
2.4. ASPECTOS LEXICAIS.....	232
CONCLUSÃO.....	235
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	240
ANEXOS	
ILUSTRAÇÕES	

INTRODUÇÃO

O interesse em estudar a oralidade na imprensa escrita se deve, sobretudo, à grande ocorrência de manifestações lingüísticas próprias da fala que incidem nesse tipo de publicação diária.

Assim, quanto ao tema, a tese versa sobre aspectos da oralidade na linguagem jornalística, mais especificamente em manchetes e títulos de notícias.

Ao pesquisar as relações da língua falada com a língua escrita, sobretudo no texto jornalístico, observa-se que a inter-relação entre fala e escrita ou o *continuum* entre essas duas modalidades é bastante característico, principalmente em jornais de formato popular, como é o caso do *Jornal da Tarde*, objeto do nosso trabalho.

Fez-se, portanto, uma análise descritiva e interpretativa de marcas da oralidade existentes nas manchetes e títulos de notícias desse jornal que traduzem a criatividade e a estratégia de simulação do redator ao usar, na escrita, fenômenos lingüísticos que estão vinculados à língua falada.

São grandes as influências desses fenômenos, como gírias, clichês, frases feitas e provérbios, típicos da fala que surgem na mídia de modo geral e, sobretudo na imprensa escrita. De forma particular, como o tema tem grande amplitude e dispõe de muitos dados para serem analisados e interpretados, fez-se um recorte e uma seleção de qual fenômeno, dentre os apontados acima, seria estudado.

Delimitou-se, dessa forma, aos provérbios (originais reenunciados e retextualizados) que foram analisados e cotejados nos aspectos que envolvem a oralidade no texto escrito.

O *Jornal da Tarde* representa a linguagem da imprensa e, como tal, possui a tradição da língua escrita. Contudo, a linguagem jornalística representa uma espécie de língua veicular que tem intenção de ser entendida por todos os usuários da língua.

Com efeito, é um tipo de publicação diária em que circulam freqüentemente palavras e expressões do uso comum, do cotidiano, e pode-se observar certo afrouxamento em relação à norma culta da língua. Isto é justificável para atrair a atenção de todo tipo de leitor, do menos ao mais escolarizado.

Parece paradoxal pesquisar no discurso jornalístico escrito, que apresenta linguagem dinâmica e consegue sobreviver numa época de grande velocidade das informações eletrônicas, o emprego dos provérbios em suas manchetes e títulos de notícias que se caracterizam como frases cristalizadas ou fórmulas prontas. Entretanto, a forma como os provérbios são empregados no *Jornal da Tarde*, constitui-se em um fenômeno lingüístico inusitado.

O provérbio pertence ao saber coletivo, circula praticamente em todos os ambientes sociais onde encontramos grande heterogeneidade de discursos e, assim, pode ser identificado ou reconhecido pela maioria dos falantes quando empregado pelos jornais como enunciador do texto de notícias.

O redator elabora o seu texto, tendo em vista o público leitor de jornal que, conforme várias pesquisas, possui um perfil bem definido. Há alguns anos, a leitura de jornal era vista como uma atividade mais masculina e mais intensa nas classes A e B. Entretanto, essa situação mudou, pois a leitura de jornais se expandiu entre todas as camadas sociais, incluindo as mulheres que, ao participarem mais ativamente no mercado de trabalho, buscam mais informações na leitura diária. Seguindo essa tendência, há os jornais que se adaptaram ao mercado consumidor e possuem publicações que atendem ao gosto e ao nível cultural de seus leitores. Dessa forma há os jornais para as classes A e B, com leitores de escolaridade mais elevada (*Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo*); para as classes de nível médio, os chamados populares (*Jornal da Tarde*, *Diário de São Paulo*) e os popularescos, mais sensacionalistas (*Agora*), com muita imagem e pouco texto, voltados à camada de baixa escolaridade.

Os jornais dirigidos às classes A e B são aqueles considerados tradicionais e sérios, com linguagem culta, com pequenas incursões na popular, com densidade de textos e pouca imagem. São, por isso, denominados por alguns estudiosos, jornais de referência. Diversamente, os jornais populares e popularescos abusam

das imagens e possuem textos menos densos, com mais informação e menos análise das notícias. A linguagem desses jornais é distensa, com grande incidência de fenômenos lingüísticos típicos da oralidade, sobretudo em suas manchetes e títulos de notícias que exercem o papel de chamar a atenção do leitor, já que utiliza uma linguagem próxima do seu cotidiano.

A incorporação de expressões próprias da língua oral em jornais populares torna a leitura nesses textos de circulação diária prontamente absorvida pelo público a quem é dirigida. Como a linguagem é viva e está em constante mutação, a imprensa escrita diária acompanha essa movimentação lingüística representada por expressões típicas do repertório de uso cotidiano, como é o caso, por exemplo, das gírias e dos provérbios.

O *Jornal da Tarde* traz para suas páginas, para suas manchetes e títulos de notícias a gíria que diariamente se ouve nas ruas, nas casas, nas escolas, no trabalho, enfim, na maioria dos casos em situações informais. Não são expressões ásperas ou chocantes que alguns jornais sensacionalistas veiculam, como fazia o antigo *Notícias Populares* que, segundo Dias (1996), expressava conteúdo sobre a violência, cujo impacto no leitor era moldado na fórmula crime-sexo-sindicato.

Não é essa a natureza do *Jornal da Tarde* que sempre se mostra irreverente, afeito ao humor, à ironia ou à crítica político-social, mas de maneira leve, na veiculação das notícias em que procura se expressar numa linguagem dinâmica, ágil, como forma de chamar a atenção do leitor, sem incorrer no sensacionalismo.

Na linguagem do dia-a-dia, o usuário não consegue ser sempre criativo. As expressões empregadas são aquelas de uso geral, de rotina e repetidas por inúmeras pessoas. Nessa categoria de expressões rotineiras se encontram os provérbios que são frases que refletem o comportamento humano em todas as suas instâncias. Esse tipo de frase são fórmulas fixas ou cristalizadas que se ligam aos fatos do cotidiano, traduzem situações particulares de uma comunidade e são aceitos por todos os seus membros.

O *Jornal da Tarde* aproveita o provérbio e o emprega nas suas manchetes e títulos de notícias em sua estrutura original como, por exemplo, “Santo de casa não faz milagre”, não com interpretação metafórica, mas literal, ou seja, refere-se

a uma peça de teatro, cujos personagens não se entendem com seus santos de devoção. Quando a manchete é “Fez fama? Deite na cama da *Playboy*”, o provérbio foi parodiado do original “Cria fama e deita-te na cama” para dar enfoque humorístico à notícia.

Este é o assunto que norteia a nossa tese: o estudo de provérbios em sua fórmula original, comuns na linguagem cotidiana e aqueles que foram retextualizados pelo *Jornal da Tarde* ao empregá-los em manchetes e títulos de notícias que procuram fugir do usual, mas que possam ser reconhecidos prontamente por todos.

A importância desse estudo e análise dos provérbios aponta para o dinamismo da língua e para o intenso intercâmbio entre o oral e o escrito, que faz da linguagem jornalística um misto entre o formal e o informal como maneira de abarcar o maior número possível de leitores.

A tese objetivou estudar e analisar um fenômeno típico da linguagem falada, os provérbios, muito citados em situações do dia-a-dia. Quando a situação favorece, o *Jornal da Tarde* sabe aproveitá-los e aplicá-los em suas manchetes e títulos de notícias.

Os estudos feitos tiveram por base as características principais dos provérbios que são sempre metafóricos e, alguns deles, ao serem empregados como enunciadores de notícias, sofreram processo de desvio ou subversão (retextualização).

Essa retextualização desqualifica o provérbio enquanto tal e é justamente nessa desqualificação que se observa, às vezes, o viés humorístico do redator do jornal que aproveita as circunstâncias para fazer críticas ou ironizar os diversos acontecimentos diários.

Na verdade, o que o *Jornal da Tarde* faz é utilizar provérbios que, a princípio, são frases cristalizadas que passaram por um processo de reinvenção. Essa operação de recriar o provérbio que já está na memória do usuário, torna-o único e específico àquela notícia. Por exemplo, quando o jornal enuncia “Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei” remete à memória do leitor o provérbio do qual essa frase se origina, isto é, “Em terra de cego, quem tem um olho é rei”.

A memória discursiva é que permite ao leitor identificar o provérbio fonte embutido no provérbio retextualizado em que houve o encontro do velho com o renovado. Assim, não é o mesmo provérbio, mas outro, retextualizado, que, diferente daquele conhecido pela cultura popular que se propõe a dar conselhos morais ou a fazer advertências.

A pesquisa procurou demonstrar que o *Jornal da Tarde* emprega variantes lingüísticas, sobretudo a popular, ao empregar um tipo de expressão – o provérbio – que revelam que os textos midiáticos podem oferecer ao leitor todas as possibilidades de uso da linguagem: desde a popular até a culta. Nenhuma dessas variantes (popular, comum ou culta) se impõe ou sobrepõe, mas elas se tornam importantes e expressivas num contexto lingüístico adequado.

Quanto à metodologia de pesquisa, foi utilizada aquela que, modernamente, é a mais aplicada em estudos das ciências humanas: o hipotético-dedutivo. Partimos de dados e análises já feitas sobre as fórmulas fixas, particularmente os provérbios, para chegarmos ao nosso estudo específico sobre a retextualização (desvio ou *détournement*) a que os provérbios são submetidos quando empregados na mídia escrita.

Contudo, antes de chegarmos ao cerne de nossa tese – a retextualização dos provérbios – buscamos identificar o perfil do leitor de jornais, sua escolaridade, sua situação sócio-econômica. Por meio de pesquisas fornecidas pelos próprios jornais, chegamos às características do leitor que se subdivide conforme seus interesses profissionais e culturais. Um dado relevante dessas investigações é que houve a popularização da leitura de jornais que se expandiu por todas as camadas e grupos sociais, principalmente entre o público feminino. Os jornais populares foram os que tiveram o crescimento mais acentuado, por causa do preço baixo e linguagem menos formal que incorpora expressões típicas da língua falada, o que, talvez, seja o fator principal que atraia o leitor.

Buscamos também, por meio da comparação com outros jornais, contextualizar o *Jornal da Tarde*, que foi um dos pioneiros em inovar a diagramação, a empregar expressões populares – como gírias e provérbios – para dar vivacidade e efeitos de humor ao texto, diferentemente do que fazia o antigo

Notícias Populares que usava gírias grosseiras e violentas para chocar seu leitor. Foi importante, também, cotejar o *Jornal da Tarde* com outros jornais de cunho mais sério ou tradicional, como o *O Estado de S.Paulo* e a *Folha de S.Paulo*, para verificarmos as diferenças lingüísticas na abordagem das notícias.

O que chama a atenção do leitor, além de uma linguagem mais simples, são as manchetes e os títulos de notícias que incorporam expressões próprias da fala popular, tais como as gírias e os provérbios. A escolha da manchete é importante para a veiculação do jornal, pois é ela que norteia, que tematiza a edição do dia, para atrair o leitor à leitura da notícia.

Uma manchete ou um título de notícias instigantes, criativos, estimulam o leitor, e, dessa forma, o uso de expressões do seu cotidiano é um tributo a mais no texto escrito jornalístico para criar laços de identidade lingüística e ideológica com o usuário. Entre essas expressões do dia-a-dia estão os provérbios que o redator os recria e os recontextualiza, renovando o que é antigo.

Nas análises comparativas feitas entre os provérbios fontes, as hipóteses sugeridas de que o emprego de expressões da língua falada é recorrente em jornais escritos populares, demonstra que a linguagem pode ser sempre recriada sobre o que é comum e usual.

Para efetuarmos esses estudos, alicerçamos nosso trabalho em conceitos teóricos da “Análise da Conversação”, sobretudo de Marcuschi (1986), Kerbrat-Orecchioni (2006), Urbano (1995-1998-2000-2002-2006), Ong (1998); “Análise do Discurso”, Bakhtin (2004), Charaudeau (2004), Maingueneau (2002-2004), Koch (1991-2006-2007) e outros. A tese se desenvolve em três direções: 1) linguagem jornalística; 2) provérbios; 3) provérbios retextualizados.

Na primeira direção, a linguagem jornalística, visa a fundamentar a prática discursiva do jornalismo escrito, seus princípios e os da mídia em geral, que trazem informações, considerando-a como um bem de consumo para todas as classes sociais.

Os manuais de redação que os principais jornais, *Folha de S.Paulo* (1984), *O Estado de S.Paulo* (2005), *O Globo* (2005) e outros possuem, tentam neutralizar a linguagem para torná-la a mais objetiva possível.

A busca do saber pode se manifestar de várias formas, e as informações, por meio da comunicação jornalística, suprem, de certa forma, tal necessidade, por ser um processo rápido e acessível a todos. Essa rapidez das informações faz os jornais se renovarem constantemente, e a notícia deve ser feita conforme os interesses do leitor.

Assim, é possível verificarmos, quanto à linguagem, que há jornais de diferentes níveis: uns mais formais (*Folha*, *O Estado*), outros populares (*Agora*, *Extra*) e aqueles que se posicionam entre o popular e o formal, como o *Jornal da Tarde*, objeto de nosso estudo.

Nesse primeiro direcionamento teórico da tese, apoiamo-nos em estudiosos da mídia, como Lage (1990:36) que afirma que “o texto impresso só ganha sentido quando lido, isto é, quando o leitor o traduz em sons”.

Mais à frente (p.37) o autor, sob a perspectiva de haver comunicação realmente eficaz, apresenta uma hipótese:

Do ponto de vista da eficiência da comunicação, o registro coloquial seria sempre preferível. É mais acessível para as pessoas de pouca escolaridade e, mesmo para as que estudaram ou lidam constantemente com a linguagem formal, permite mais rápida fruição e maior expressividade.

Justamente por ter expressividade e possuir fácil aceitação é que analisamos a linguagem do *Jornal da Tarde* que, sem ser sensacionalista ou caricata, busca transmitir a informação rápida por meio de expressões lingüísticas que mesclam a linguagem oral com a linguagem escrita.

A informação oferecida ao leitor pelos jornais não se apresenta sempre da mesma maneira. Obter total objetividade na veiculação das notícias é praticamente impossível, assim, como é muito difícil obter neutralidade da linguagem.

Discini (2004:119-120), em seu trabalho sobre o estilo nos textos escritos, discorre, entre outros temas, sobre a mídia escrita, explicando:

Há, entretanto, diferentes jornais, diferentes informações, diferentes modos de oferecer informações sobre uma dada realidade, diferentes realidades construídas, diferentes simulacros de realidade. Há, portanto, efeitos de diferença, que supõem uma separação de corpos, na construção de individualidades.

Se os jornais são tão diferentes na apresentação das notícias, essa diferença se instaura, sobretudo, no tipo de linguagem empregada.

Mouillaud (2002-d:117), estudioso da mídia em geral e dos jornais escritos em particular, afirma que “O jornal também tem uma voz, uma voz que lhe é própria. A relação entre a fala do jornal e as outras falas modificou-se com a mudança do lugar e da função da imprensa”. Mais à frente (p.118), o autor completa que “sob a escrita do jornalista, ainda há a escritura; sob seu discurso, outros discursos”.

Existe, assim, intertextualidade entre as diversas possibilidades de se apresentarem os enunciados noticiosos, e diversas são as suas variações lingüísticas.

Outros dois estudiosos da mídia escrita, Van Dijk (2002) e Dias (1996) apresentam suportes teóricos relevantes para a nossa tese. O primeiro nos interessa, sobretudo, pelos estudos sobre a estrutura da notícia nos jornais impressos, dando ênfase às manchetes que o autor denomina “estrutura de relevância”. A manchete, incluindo os títulos de notícia, compõe a base do *corpus* de nosso estudo.

Dias (1996), com suas pesquisas sobre a oralidade no jornalismo popular, representa uma fonte de muita importância e de fundamentação teórica no tratamento das expressões lingüísticas próprias da língua falada (gírias, frases feitas, etc.) que marcam o texto escrito do jornal popular.

A segunda direção da tese refere-se aos provérbios que representam pensamentos imutáveis, universais, gerais, aplicáveis no cotidiano, nas mais variadas situações. O provérbio é um fenômeno lingüístico que aparece em praticamente todas as línguas e, curiosamente, a maioria deles de autoria desconhecida.

Justifica-se o seu estudo por sua condição tradicional, pelo valor persuasivo e pelo seu emprego nos veículos de comunicação de massa como propagandas, jornais, *slogans*, bem como nas conversações do dia-a-dia.

Os provérbios fazem parte da sabedoria popular, são transmitidos oralmente, e empregá-los em manchetes e títulos de notícias como faz o *Jornal da Tarde*, é resgatar a linguagem empregada pelo povo.

No emprego comum e tradicional dos provérbios não existe propriamente um enunciador; ao proferir um provérbio, o falante não usa o seu próprio discurso, mas um discurso já pronto que é empregado como conselho, advertência, admoestação, etc. É um discurso citado que Urbano (2002:268) diz que “na realidade, pode ser considerado como uma espécie de discurso reportado, isto é, uma citação pelo falante do discurso de outrem”.

Rocha (1995:15) entende que os provérbios “não se referem aos seres presentes no universo da enunciação, ou o fazem indiretamente, de maneira ambígua e proveitosa para as intenções do locutor”.

Por ser o provérbio um discurso citado, o enunciador pode camuflar suas reais intenções, como o faz o *Jornal da Tarde* em suas manchetes e títulos de notícias, observáveis nas análises que serão efetuadas ao longo de nosso trabalho.

Provérbios apresentam um discurso eficaz, preciso e com idéias sintetizadas que se associam ao conhecimento prático da vida. As frases proverbiais, por serem sucintas e expressarem, na maioria das vezes, verdades ou evidências, são convincentes. Talvez seja essa a motivação principal para que jornais escritos, sobretudo o *Jornal da Tarde*, empreguem provérbios em manchetes e títulos de notícias.

Quando são usados com propriedade, eles se tornam irrefutáveis por representarem a sabedoria dos homens. Grande parte, portanto, da razão de o provérbio ser eficaz e persuasivo se deve à transmissão de pensamentos e idéias de forma econômica, direta que acaba convencendo o leitor.

Desde o surgimento da escrita até ao avançado desenvolvimento tecnológico atual, a comunicação humana se sofisticou. Entretanto, essa comunicação tem

que ser rápida, os comentários precisam ser instantâneos (às vezes, até superficiais) e o emprego de provérbios como manchetes ou títulos de notícias pode satisfazer essa necessidade.

Um provérbio utilizado como manchete ou título de notícia pode trazer, no seu interior, sinteticamente a opinião do jornal ou do redator.

É o caso de um artigo da *Folha de S.Paulo* (13/5/2008, 1º Caderno, p.2) que comentava a possível candidatura do Presidente do Banco Central a um cargo eletivo para 2010. O fato era sempre negado, mas havia evidências de que ele, de fato, iria deixar o governo federal futuramente para concorrer às eleições. Se o título do editorial fosse: **Presidente do Banco Central será candidato**, teríamos uma informação, e a interpretação do fato ficaria a cargo do leitor, após a leitura integral do texto.

Contudo, o título real é: **Mentira tem perna curta**. O redator fez uma interpretação implícita e antecipada do acontecimento, cabendo ao leitor apenas confirmá-la com a leitura integral do texto. O uso do provérbio, num jornal em que não é usual o seu emprego como título, foi eficaz para essa proposta de simplificar reflexões acerca dos fatos.

Em nossa tese é este um dos caminhos a serem percorridos nas análises dos casos apresentados no *corpus*: como o uso dos provérbios em sua forma e conteúdo semântico original pode ilustrar uma notícia, dando mais dinamicidade à comunicação e chamando a atenção do leitor.

A terceira e última direção (a mais relevante para a tese) se refere à flexibilidade que os provérbios podem apresentar, embora classificados como fórmulas fixas: a reenunciação e a retextualização.

Os provérbios apresentam um tipo de jogo de palavras que, em muitos casos, pode remeter ao humor e segundo Magalhães Jr. (1974:262), no seu verbete *provérbios parodiados*, “Foi moda no século XIX fazer jogo de palavras com os provérbios e ditos mais conhecidos, dando-lhes um sentido novo”. Como se pode observar, parodiar provérbios ou fazer a reenunciação ou retextualização de provérbios não é algo novo; entretanto, o que mostraremos em nosso estudo são os mecanismos de utilização dos provérbios que o *Jornal da Tarde* empreende

para aguçar o imaginário do leitor com o intuito de chamar-lhe a atenção para as manchetes e títulos de notícias que enunciam os fatos do dia-a-dia.

Charaudeau e Maingueneau (2004:94) fazem um breve estudo sobre a retextualização dos provérbios que eles denominam “reinvestimento” e assim o explicam:

Implica que o destinatário perceba sempre da mesma maneira o discurso fonte, o que confirma a convivência entre produtor e destinatário. Pode acontecer que um reinvestimento seja ambíguo, que seja interpretável ao mesmo tempo como captação ou como subversão.

A subversão ou desvio (que chamamos de retextualização) se aproxima da paródia já que há um jogo lúdico com o provérbio fonte que provoca, em muitos casos, efeito de humor, crítica, ironia. Na retextualização “Quem empresta aos pobres dá adeus” esse provérbio retextualizado teve como suporte, o provérbio fonte “Quem empresta aos pobres dá a Deus”. O leitor ou o enunciatário reconhece, na retextualização, o provérbio original que foi desqualificado.

Koch, Bentes e Cavalcante (2007), baseando-se num trabalho de Grésillon e Maingueneau (1984), fazem um estudo sobre a subversão e a captação dos provérbios, utilizando o termo *détournement*, rotulado pelos autores franceses. Explicam (p.45) que o *détournement* apresenta o objetivo de:

(...) levar o interlocutor a ativar o enunciado original, para argumentar a partir dele; ou então, ironizá-lo, ridicularizá-lo, contraditá-lo, adaptá-lo a novas situações, ou orientá-lo para um outro sentido, diferente do sentido original.

Em nossa tese, esse é o foco central: a reenunciação e a retextualização dos provérbios que aparecem nas manchetes e nos títulos de notícias do *Jornal da Tarde*, cujo efeito possa causar surpresa ao leitor com frases que tantas vezes foram ouvidas ou faladas em sua forma original e, surpreendentemente, foi modificada ou reenunciada para que se obtenha, nesse jogo discursivo, o propósito relevante do jornal em estudo: chamar a atenção do leitor.

Existem vários estudos no mundo sobre a mídia em geral e, particularmente, sobre jornais impressos, destacando-se nestes últimos, os dos franceses Mouillaud (2002 a-b-c-d) e Charaudeau e Maingueneau (2004).

Mouillaud (2002 a-b-c-d) trabalha as técnicas de análise do conteúdo em que disseca o texto na exposição dos sentidos. Estuda, ainda, a estrutura do jornal que é estável e permite ao leitor identificá-lo de pronto. Nessa análise estrutural, faz referências à diagramação, às manchetes e títulos de notícias e ao próprio nome do jornal que esse autor (op.cit.:26) afirma ser “um olho aberto sobre o mundo”.

Os estudos de Mouillaud (2002 a-b-c-d) sobre o jornal se baseiam, principalmente, na Análise do Discurso, mais especificamente nas estratégias discursivas que, segundo o autor, devem estar a serviço da verdade e, assim, o discurso do jornal deve produzir um efeito real que fundamenta a credibilidade no leitor.

Charaudeau e Maingueneau (2004) e Maingueneau (2002) são outros pesquisadores franceses que vêm analisando o discurso das mídias, sobretudo, dos grandes jornais impressos. Sua análise se estende não exatamente ao plano lingüístico, mas ao aspecto ideológico e comercial. Fazem esses autores estudos, dentro da Análise do Discurso, sobre a captação e a subversão dos provérbios (para nós, retextualização).

No Brasil há importantes estudiosos do jornalismo como Lage (1990-2004-2005), uma espécie de pioneiro nessa área, cujos primeiros trabalhos remontam aos meados dos anos de 1970. Os assuntos de suas pesquisas abrangem, principalmente, os aspectos lingüísticos, formais e estruturais do jornal: a linguagem, a estrutura e a técnica da notícia, a diagramação do jornal e outros tantos trabalhos.

Numa visão crítica da sociedade em que os clichês e o lugar-comum são utilizados amplamente, Tognolli (2001) mostra que esse universo verbal também aparece na imprensa que, de certa forma, emprega essas fórmulas fixas tão comuns na comunicação social. Para esse pesquisador, o uso dessas expressões reflete o empobrecimento da língua, numa sociedade marcada pela fluidez dos pensamentos e pela rapidez da informação. De fato, esses tipos de expressões

fixas ou frases cristalizadas, ao serem usadas à exaustão, acabam por empobrecer a língua. Entretanto, como se observará pelos estudos feitos neste trabalho, quando elas são comedidas e bem empregadas ou bem exploradas pelo redator em situações ou contextos adequados, tornam-se extremamente sugestivas e emprestam criatividade ao texto.

Dias (1996) vem fazendo pesquisas sobre a oralidade no jornalismo popular, e um de seus trabalhos mais significativos analisa o discurso da violência em jornais sensacionalistas. As análises giram sobre as expressões populares que aparecem em notícias que expressam conflitos urbanos. A autora observa que esse tipo de emprego lingüístico popular tem aproximação imediata com seus leitores, por empregar a linguagem deles.

Steinberg (2002) traz pesquisa de provérbios ingleses, muitos deles com correspondentes em português, que é importante como referência aos estudos de paremiologia.

Rocha (1995) faz um estudo bem abrangente sobre a enunciação proverbial com pressupostos teóricos, descrição semântica e formal e as atividades discursivas que, representam “o discurso do *Outro*, sempre citado ou reenunciado, e reenunciável (1995:14).

Urbano (2002), nos estudos da Análise da Conversação, vol. 5 do NURC/USP, tem feito estudos importantes de como essas fórmulas fixas estão presentes e são constantemente citadas nas diversas atividades do dia-a-dia.

Dicionários específicos, como de Lacerda et al (2003), Souza (2001) e outros trazem informações e alguns estudos interessantes sobre noções, origem, universalidade dos provérbios.

Fontes Filho (2006) pesquisa sobre expressões populares – frase feita, lugar-comum, gíria – e apresenta ainda uma relação de provérbios com seus significados.

Schmidt-Radefeldt (1984) faz análises importantes sobre as várias funções dos provérbios e suas aplicações semânticas.

Enquanto os pesquisadores acima fazem estudos sobre os provérbios originais em sua estrutura semântico-formal Koch, Bentes e Cavalcante (2007),

Grésillon e Maingueneau (1984) pesquisam os provérbios que sofrem desvios (*détournement*), tanto em sua estrutura formal, como em sua significação que os tornam únicos e específicos, aplicáveis a uma determinada enunciação.

Esses desvios (*détournement*) que esses pesquisadores estudam e analisam aparecem com frequência em letras de músicas, em *slogans* nos mais variados tipos de propagandas (comerciais, políticas, institucionais), em textos jornalísticos e em manchetes e títulos de notícias.

Para se chegar aos resultados pretendidos em nossas pesquisas e análises, estruturamos nossa tese em duas partes: Parte A (oito capítulos) e Parte B (três capítulos)

Na parte A, no primeiro capítulo, traçamos o perfil de quem, hoje, é o leitor assíduo de jornais escritos para podermos entender e analisar como se processa a busca pela informação.

No segundo capítulo, como nossa tese se baseia num *corpus* de manchetes e títulos de notícias pesquisados no *Jornal da Tarde*, tornou-se importante contextualizar esse jornal.

No terceiro capítulo, buscamos cotejar as várias publicações jornalísticas existentes, examinando a linguagem empregada que tem como objetivo principal obter a adesão do leitor.

Estudamos, no quarto capítulo, que a manchete e o título de notícia enunciam os fatos e devem ser atraentes. Quanto mais criativos, mais interessantes e chamativos se tornam, mais atraem o leitor.

São abordadas, no quinto capítulo, de modo geral, as similitudes e as diferenças entre as modalidades falada e escrita. Aqui apresentamos e estudamos as características principais da língua falada e como essa modalidade se amálgama com a língua escrita que, diferentemente da fugacidade da fala, apresenta perenidade.

Estudamos, no capítulo seis, as várias manifestações lingüísticas relacionadas à linguagem usada no dia-a-dia, nas mais diversas situações e, nesse sentido, tratamos da fraseologia de modo geral que engloba o provérbio, o dito, a frase feita, o clichê.

No sétimo capítulo, optamos por definir, dentro da fraseologia popular, os provérbios como fórmulas fixas, procurando fazer, em seguida, um estudo mais aprofundado dessas expressões e seu aproveitamento. Estudamos as fórmulas fixas em geral, para darmos uma definição específica para cada tipo delas e procurarmos estabelecer um conceito comum.

Por fim, é no capítulo oito que se centraliza a nossa tese: como provérbios originais podem ser reenunciados e retextualizados, com alterações no seu significado ou na sua estrutura que os desqualificam, pois deixam de ser reconhecidos como tais, mas que o leitor ou o enunciatário pode identificá-los por trás da frase reenunciada ou retextualizada.

Na parte B, apresentamos a lista do *corpus* dos provérbios fontes e suas correspondentes reenunciações e/ou retextualizações, analisados, uns e outros, conforme os pressupostos teóricos em que foram embasados.

Analisamos as mudanças semânticas que ocorrem quando os provérbios sofrem a retextualização, fazendo-os, na maioria dos casos, perderem a sua característica principal: a conotação.

Finalmente, estudamos e analisamos as mudanças formais que ocorrem na estrutura quando as frases sofrem retextualização. Segue-se uma série de sub-capítulos em que se analisa especificamente cada caso de modificação estrutural do provérbio. São transformações que emprestam criatividade ao serem utilizadas como manchetes e títulos de notícias, conforme o caso *Jornal da Tarde*.

PARTE A:

1.0 PERFIL DO LEITOR

Quem lê habitualmente jornais todos os dias? Qual é o perfil desse leitor? Várias pesquisas vêm sendo feitas sobre os leitores em geral e sobre os de jornal, em particular. Nos últimos anos o perfil do leitor de jornal mudou muito. Como comprovação ao que se afirma, por exemplo, atualmente, as mulheres das classes A e B respondem por quase 50% da leitura dos jornais e, entre as representantes das classes C e D, esse tipo de leitura se popularizou. Dessa forma, deixa de existir a imagem estereotipada de que a leitura de jornal pertence mais ao mundo masculino.

Em pesquisas mais recentes, observa-se uma expansão na leitura de jornais entre o público feminino. Nesse sentido, a Bolsa de Valores de São Paulo fez uma pesquisa sobre leitura com mulheres investidoras no mercado de capitais, publicada numa revista interna (*Revista Mulheres em Ação* – BOVESPA, 2005), cujos dados mais relevantes reproduzimos a seguir:

Cidades	Número de Entrevistas
São Paulo	400
Rio de Janeiro	300
Belo Horizonte	200
Brasília	200
Porto Alegre	200
Salvador	200

Escolaridade: 66% com Ensino Médio ou Superior

Idade: 28 a 45 anos

Busca pela informação: Livros: 57%
 Revistas: 82%
Jornais: 72%
 Internet: 27%

Aquelas que se julgam mais preparadas para o futuro são as que mais buscam informações:

	Preparadas	Não Preparadas
Livros:	76%	65%
Revistas:	83%	74%
Jornais:	74%	62%
Internet:	29%	19%

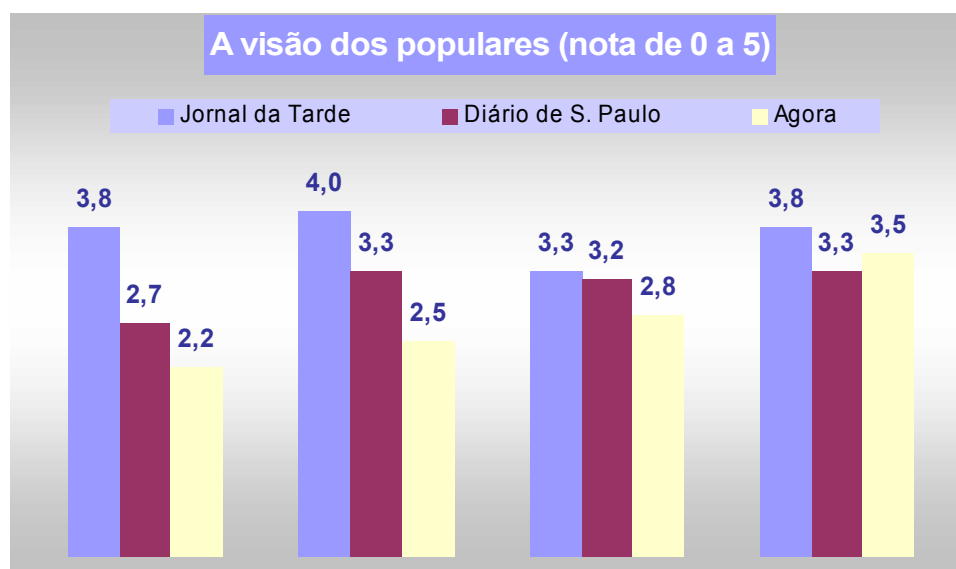
Pelos dados apontados, observa-se que as mulheres desse segmento se mostram mais atentas e informadas sobre o que acontece no Brasil e no mundo. A pesquisa revelou ainda que, quando questionadas sobre “as últimas notícias”, citam espontaneamente os principais acontecimentos políticos, econômicos, sociais brasileiros e internacionais.

Grande parte do público feminino, hoje, não se dedica mais unicamente aos afazeres domésticos e familiares. As mulheres participam ativamente do ambiente coletivo do mundo exterior e são elas que determinam o seu próprio caminho. Essa inserção no mercado de trabalho exige informação constante, conforme os dados acima. Há um crescimento nas leituras variadas, sobretudo de jornais, comprovando que o público feminino está mais atento e informado a tudo que a mídia veicula.

Uma segunda pesquisa feita pelo *Grupo Estado* e publicada em 20 de março de 2005 no *Jornal da Tarde*, página 8, revela que este jornal e *O Estado de S. Paulo* têm grande credibilidade editorial. Nessa mesma pesquisa, o *Jornal da Tarde* é apontado como um dos mais completos jornais populares do país.

Essa consolidação de confiança começou em 2003, justamente com a inovação gráfica e com uma diagramação facilitadora da leitura, justificando essa avaliação positiva do jornal.

Observemos os dados e como os leitores e o mercado avaliam os jornais populares de São Paulo (notas de 0 a 5):



Os dados conclusivos apontam que, entre os leitores de jornais populares, o *Jornal da Tarde* tem melhor qualificação de público, maior credibilidade editorial, mais eficácia para o anunciante e prática de política comercial mais coerente; são notas que se sobrepõem aos outros jornais que têm a mesma linha de veiculação noticiosa. Associa-se a esses números a linguagem leve, acessível a todos os segmentos da população.

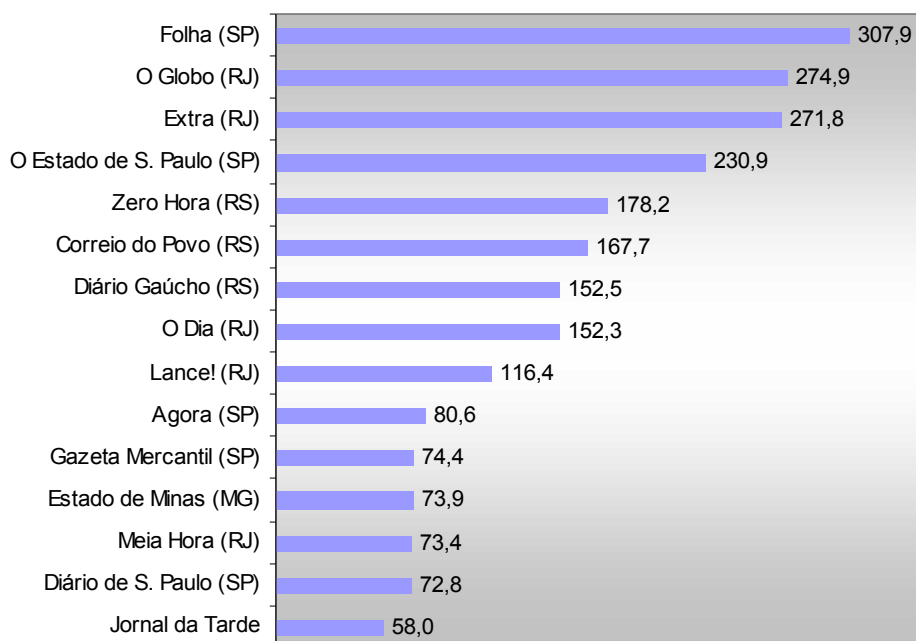
Diversas empresas jornalísticas brasileiras lançaram em 2005 títulos voltados para as camadas da população de menor poder aquisitivo. Foi exatamente nessa faixa de mercado que se deu o crescimento da circulação de jornais diários.

Esses dados, comprovados pela pesquisa publicada em 12 de fevereiro de 2006 pela *Folha de S.Paulo*, página 6A, revelam que o aumento das vendas de

jornais no país aumentou 3,9%. A liderança de vendas pertence à própria *Folha*, conforme os dados a seguir:

Circulação dos jornais

Média de 2005, em milhares de exemplares



Esse aumento, segundo os dados da pesquisa, deve-se aos jornais populares, de baixo custo, cuja circulação total cresceu 7%. Já a circulação dos jornais mais voltados ao noticiário regional, caso do *Jornal da Tarde*, aumentou 1,4% suas vendas.

De um lado, é surpreendente esse aumento da leitura de jornais impressos, já que a forte presença dos meios eletrônicos provocou uma mudança de estratégia desses jornais, sobretudo na parte lingüística para manter seus leitores usuais e procurar obter a adesão de outros. Como vivemos em uma época de grande expansão e progresso da mídia eletrônica, cuja rapidez das informações supera o que é escrito nos jornais vendidos em bancas, essa mudança de atitude lingüística

contribui para que tenhamos uma imprensa menos formal que incorpore expressões próprias da língua oral.

De outra forma, talvez o leitor não queira apenas a informação em si, mas está em busca de uma análise, e de uma interpretação dos fatos que os jornais escritos, mesmo os populares, fazem com mais propriedade. Um dado a mais pode ser acrescentado: nem todos têm acesso às informações veiculadas pela internet.

Pode-se ressaltar, ainda, que os dados apresentados demonstram que, apesar da baixa escolaridade de grande parte da população, consolidou-se esse tipo de leitura de jornais mais populares entre a população que não tinha o hábito da leitura e não possui acesso facilitado aos bens culturais do país. Há traços positivos em relação à leitura dos jornais impressos, sobretudo os populares que são mais baratos e veiculam matérias que atendem aos anseios desse público:

- a) o público feminino mudou seu perfil ao longo dos anos e busca mais informação por causa de sua intensa participação no mercado de trabalho e precisa, assim, manter-se ciente dos acontecimentos;
- b) apesar da precariedade do ensino brasileiro¹, há uma busca pela informação, sobretudo nos jornais populares, de linguagem mais acessível, com assuntos mais regionais (*Jornal da Tarde*) ou esportivos (*Lance!*) ;
- c) por vivermos em meio à intensa carga informacional, o público precisa de transmissão de notícias mais claras e precisas.

Com efeito, pode-se inferir que os jornais impressos, apesar de toda evolução tecnológica, ainda exercem forte predominância e influência na veiculação dos fatos. O público leitor lhes dá crédito e confiabilidade, algo que a volatilidade dos meios eletrônicos ainda precisa conquistar.

¹ Segundo o artigo *Falência da educação brasileira*, de Gustavo Ioschpe, publicado na revista *Veja*, de 27 de julho de 2006, p. 104, apenas 26% da população brasileira, de 15 a 64 anos é plenamente alfabetizada.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO *JORNAL DA TARDE*

Uma das necessidades da espécie humana é comunicar-se entre si e este fator sempre esteve presente em todas as etapas da evolução do homem. As pinturas nas cavernas de nossos ancestrais primitivos já denotavam esse desejo de comunicação.

A crescente evolução aumentou a quantidade de informações e, ao se chegar à fabricação do papel pelos chineses, por volta do século VI a.C., esse crescimento informativo contribuiu grandemente para o desenvolvimento e o progresso da cultura.

Com a invenção da imprensa por Gutenberg em 1438, houve uma facilitação na circulação das informações e, a partir daí, todos os acontecimentos políticos, econômicos e sociais que ocorriam no Ocidente puderam ser registrados em papéis e circulavam, sobretudo nas áreas mais habitadas das cidades.

O grande impulso comercial a partir da colonização das Américas propiciou não só a circulação de bens de capital, como a divulgação de informações e de notícias.

Lage (2004:10) explica que a imprensa periódica surgiu nesse contexto, e jornais começaram a circular na Europa:

O primeiro jornal circulou em Bremen, Alemanha, em 1609. O segundo, em Strasburgo, no mesmo ano. O terceiro, em Colônia, no ano seguinte. Dez anos depois, já havia jornais em Frankfurt, Basiléia, Hamburgo, Amsterdã e Antuérpia. Imprimia-se em francês e inglês, para exportação. A imprensa londrina começou em 1621, com a *Current of General News*. Paris esperou mais dez anos para ter sua *Gazette*.

No Brasil, o primeiro jornal, *O Correio Brasiliense*², surgiu em 10 de setembro de 1808³ e não foi publicado aqui, mas em Londres. Seu editor era Hipólito José da Costa que, por motivos políticos, estava exilado na Inglaterra. O jornal tinha

² Ver, no anexo 2, a primeira página desse jornal.

³ Ver, no anexo 3, o surgimento, a história e a evolução dos jornais (*O Estado de S.Paulo* e o *Jornal da Tarde*) até o formato atual. (Pesquisa publicada no *Jornal da Tarde*, em 31/7/2007, 1º caderno, p. 16)

mais de cem páginas e era editado mais ou menos uma vez por mês. Martins (2002: 314) explica que esse jornal teve um período curto de vida porque tinha como único objetivo a Independência do país e com a sua proclamação, a existência desse jornal não mais se justificava:

O *Correio Brasiliense* ou *Armazém Literário* publicou-se de 1808 a 1822, constituindo hoje a sua coleção completa um conjunto de 175 números, em 29 volumes (trata-se de um mensário). A coleção termina com o número de dezembro de 1822, três meses depois da Independência, no qual Hipólito José da Costa declara, em *Anúncio aos Leitores*, que, “em vista da liberdade de imprensa existente no Brasil deixa de imprimir mensalmente o *Correio Brasiliense*”, mas prometendo voltar a publicá-lo irregularmente quando houvesse matéria que o justificasse. Mas, foi apenas uma maneira elegante de encerrar as suas atividades: em verdade, era bem esse o último número do combativo jornal.

Contraopondo-se ao que informa o autor acima, Sodré (1998:28) minimiza a importância do *Correio Brasiliense* no que se refere ser este jornal verdadeiramente combativo:

O atraso da imprensa no Brasil, aliás, em última análise, tinha apenas uma explicação: ausência de capitalismo, ausência de burguesia. Só nos países em que o capitalismo se desenvolveu, a imprensa se desenvolveu. A influência do *Correio Brasiliense*, pois, foi muito relativa. Nada teve de extraordinário. Quando as circunstâncias exigiram, apareceu aqui a imprensa adequada. E por isso é que só por exagero se pode enquadrar o *Correio Brasiliense* no conjunto da imprensa brasileira. Quando começou a circular, com a clandestinidade obrigada ou não se submeteu – clandestinidade porque proibido ou clandestinidade porque pouco lido – não se haviam gerado aqui condições para o aparecimento da imprensa. O que existia era arremedo. Quando surgiram aquelas condições, o *Correio Brasiliense* perdeu a razão de ser.

A imprensa só se expandiu e se instaurou de fato com o desenvolvimento industrial, a partir do final do século XIX e, conseqüentemente, com o crescimento da população urbana. Antes disso, somente alguns poucos afortunados tinham acesso às informações e a influência que a imprensa exercia sobre a população em geral era praticamente nula.

Com a Independência, muitos outros jornais surgiram, dentre os quais se destacavam os “Pasquins”, pequenas publicações que usavam o humor e a sátira como crítica política e social. Observa-se aí já um caráter mais popular nesse tipo de publicação.

Em São Paulo, o primeiro jornal impresso surgiu em 1823 e chamava-se *O Farol Paulistano*. Em 16 de novembro de 1889, o jornal *A Província de São Paulo*, surgido em 04 de janeiro de 1875, publica sua primeira manchete “Viva a República” e, a partir daí, passa a ser chamado de *O Estado de S. Paulo*. A história desse jornal começa em 1873, na Convenção Republicana de Itu, onde um grupo de paulistas dispostos a lutar pela defesa das instituições, pelas liberdades democráticas e pela modernização dos costumes políticos do país decide criar um jornal que propague os ideais republicanos e abolicionistas.

O Estado de S. Paulo já começava a se destacar pela qualidade do noticiário e pela clareza de pontos de vista e sete anos depois da proclamação da República, sua tiragem saltou de 10 mil para 18 mil exemplares, com a publicação, em 08 de março de 1897, de notícias sobre a guerra de Canudos. Euclides da Cunha era a estrela da redação. “Um jagunço degolado não verte uma xícara de sangue”, escreveu, do interior da Bahia, o repórter que mais tarde aprofundaria essa observação nas páginas de *Os Sertões*.

Ao final do século XIX, *O Estado* já era o maior jornal de São Paulo, superando em muito o *Correio Paulistano* – jornal diário, surgido em 1854. Em 1924, *O Estado* é impedido de circular pela primeira vez, após a derrota do levante tenentista que sacudiu a cidade.

Em 1932, o chamado *Grupo do Estado* assume a liderança da revolução constitucionalista e, com sua derrota, boa parte da diretoria é enviada ao exílio. Anos depois, com o Estado Novo, o jornal faz oposição ao regime e, em 1940, é inicialmente fechado e logo depois é confiscado pela ditadura, sendo administrado pelo DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) até 1945, quando *O Estado* é devolvido aos seus legítimos donos.

Com o final da II Guerra Mundial, *O Estado* progride enormemente, com o aumento das tiragens e do prestígio nacional. Dessa época até a década de 1970,

a primeira página do jornal é dedicada quase que exclusivamente ao noticiário internacional. Entretanto, a partir também da década de 1970, passa por uma crise econômica, disputando o mercado editorial com o novo padrão de jornalismo representado pela *Folha de S.Paulo*. Após o saneamento financeiro, *O Estado* passa por uma reformulação gráfica em 2004 que o torna mais moderno.

O Estado, que sempre teve uma postura conservadora na política e liberal na economia, atualmente está se liberalizando também no plano social e político ao criticar o governo americano e apoiar o governo de centro-esquerda do Chile.

Esse grupo de grande tradição jornalística cria na segunda metade do século XX, em 04 de janeiro de 1966, o *Jornal da Tarde*. Este jornal já nasceu inovador, não só nas imagens, na composição gráfica, mas, sobretudo, na linguagem que apresenta um estilo irreverente e despojado.

Os jornais de cunho mais popular, como o *Jornal da Tarde*, destacam-se daqueles mais conservadores, sobretudo, por apresentarem linguagem mais leve, permeada de expressões próprias da linguagem falada popular, da linguagem comum e um pouco da linguagem culta.

As soluções encontradas por esse jornal fazem um jogo discursivo em suas manchetes e títulos de notícias que se ajusta a todo tipo de leitor, do mais ao menos culto. Seu propósito essencial é fazer-se entender por todos, em busca de uma maior interatividade na veiculação dos fatos.

A linguagem do *Jornal da Tarde* tem estilo leve, inventivo, procurando mesclar a língua falada com a língua escrita, para dar maior dinamismo e fluência na leitura e facilitar a interpretação dos fatos. A intenção desse jornal sempre foi a de oferecer uma leitura mais amena e a própria linguagem empregada denuncia esse aspecto: uso de expressões pertencentes à fraseologia popular que, ao contrário do que poderia se supor, torna o jornal mais próximo de seus leitores, sem cair no noticiário sensacionalista ou caricato.

O *Jornal da Tarde*, desde o seu nascimento, sempre procurou usar uma linguagem próxima à linguagem do cotidiano, menos formal, e com espontaneidade. Expressões populares, por exemplo, aparecem freqüentemente inseridas nas manchetes, títulos de notícias e no corpo dos textos para expressar

essa informalidade que não vulgariza o jornal, mas forma um conjunto coerente nas informações e nas apresentações dos fatos.

Ao ser criado, o *Jornal da Tarde* objetivava atingir o público mais jovem, já que a maioria dos leitores de jornal está na faixa dos 40 anos e, dessa forma, a gíria e fórmulas fixas, desde o início do jornal, inserem-se no seu contexto. No caso da gíria, emprega-se não aquela grosseira dos jornais sensacionalistas, mas a que traz efeito de humor, que “brinca” com o texto. Esse estilo vibrante, irreverente visou sempre a atingir um público diferente daquele que lê jornais de estilo mais tradicional e prolixo ou, ainda, daqueles que lêem jornais sensacionalistas que possuem muita imagem, informação rápida, sem muita reflexão. É um jornal que tem posição intermediária, não explora os acontecimentos do cotidiano de forma escandalosa, nem se detém em análises prolongadas dos fatos. Ele convida o leitor a analisar os assuntos com mais leveza, numa linguagem mais amena, sem, contudo desviar-se do objetivo principal do jornal que é a abordagem dos acontecimentos diários de forma oportuna e precisa.

Com efeito, o *Jornal da Tarde* tem caráter singular dentro do universo das publicações periódicas, embora pertença a um grupo jornalístico – *O Estado de S. Paulo* – reconhecidamente de traços conservadores, tanto em sua ideologia, como em sua linguagem, não deixa de ser bem humorado e atraente ao leitor pelo seu modo de ser desde o seu nascimento.

3. A LINGUAGEM JORNALÍSTICA

Desde o início dos tempos, o homem procura exteriorizar seus pensamentos por meio da linguagem. Ela é o instrumento para a aquisição do conhecimento e o meio para recebê-lo e divulgá-lo.

Nesse sentido, o jornal representa um dos veículos que o homem desenvolveu para dar informações, pensar e compreender o mundo. Não se pode pensar o mundo sem a imprensa que se tornou uma instituição social.

O jornal é um texto de circulação diária e apresenta, por essa razão, uma espécie de língua veicular que é constantemente renovada. É diferente da linguagem literária que apresenta um estilo mais rebuscado e não é dirigido a multidões (pelo menos no Brasil), mas para um setor mais escolarizado da sociedade.

A informação diária e imediata transformou a linguagem jornalística, que precisa ser direta e objetiva para facilitar a compreensão do texto.

O jornal incorpora-se numa rede de informações que Mouillaud (2002-a:32) diz estar sempre em transformação na colocação dos fatos:

A invenção da informação transformou os textos, pelo menos o texto do jornal francês no final do século XIX. A escrita literária e política, que nele era dominante, exigia textos longos que impunham aos jornais páginas cinzas e monótonas. A escritura dos fatos fragmentou o discurso da imprensa em seqüências curtas e heterogêneas cuja unidade não provém mais da ordem interna do discurso, mas da ordem externa da diagramação. Nos grandes jornais populares, como o *Bild* alemão, a página é uma rapsódia multicolorida de *faits divers*, apertados uns contra os outros, entre os quais perambula o olho do leitor (o dispositivo não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas a postura do leitor).

A linguagem jornalística não se prende a um discurso rígido e, conseqüentemente, às normas gramaticais severas, pois o seu compromisso é com a informação precisa e como ela será absorvida pelo leitor. Pimentel Pinto

(2002:47) já confirmava esse aspecto há mais de vinte anos, lembrando-se de que a primeira edição desse texto é de 1986:

Na imprensa, “escrever bem” é fundamentalmente, escrever “certo”, o que não significa purismo, mas o pleno domínio dos recursos da língua, que possibilite a seleção de vocábulos e construções condizentes com a finalidade específica do veículo – a comunicação para todos os níveis culturais.

A liberação que já se admitia há mais de vinte anos, hoje, certamente, está muito mais amplamente aceita e generalizada.

Nosso cotidiano é repleto de acontecimentos que se sucedem ininterruptamente e, por esse aspecto, a imprensa exerce um papel preponderante na veiculação das informações. Ao tomar conhecimento dos fatos, o jornalista-redator faz uma escolha e determina o que deve ser noticiado, o que é mais importante, que tenha interesse geral e imediato para o leitor manter-se informado sobre os acontecimentos e ter consciência do mundo ao seu redor.

A linguagem é viva e está sempre em movimento, e o jornal escrito representa a cultura das massas que também está em constante mutação. A linguagem acompanha esse mecanismo mutante e se ajusta a suas exigências. Dessa forma, na sua prática de comunicação diária, a imprensa escrita procura se adaptar aos vários níveis lingüísticos da sociedade, embora, de maneira geral, existe a predominância do nível culto da linguagem. Erbolato (2002:90) explica que o jornal, embora tenha, em grande parte, esse registro formal da língua, possui caráter democrático e abrangente:

Os jornais se destinam à massa e, ao serem preparados, ignora-se a quem chegarão os seus exemplares, que tanto poderão ser lidos pelo Presidente da República, ministros, senadores, governadores, deputados, prefeitos, vereadores, embaixadores e cientistas quanto por pessoas humildes, das classes populares e apenas com o curso primário. A linguagem, portanto, deve ser correta e acessível a todos. O primeiro dever do jornalista é conhecer as regras gramaticais, a fim de que seus textos não apresentem erros graves.

O jornal é produzido em escala industrial e às pressas, mobiliza grande número de pessoas, tem muito poder de informação que faz repercutir o que noticia e, ao contrário do livro, dura apenas vinte e quatro horas. Essa urgência torna seus textos padronizados em que se procura empregar uma linguagem clara, precisa e econômica. Por causa do grande desenvolvimento tecnológico e à intensa globalização em se veicular notícias, a linguagem midiática é muito presente na vida do homem moderno. A velocidade das informações não deixa o homem compreender e analisar os fatos com profundidade e obriga-o a digeri-los sem sentir-lhes o sabor.

A linguagem midiática está difusa em todos os segmentos sociais, e muitos termos que são empregados, pelo uso contínuo e repetitivo, tornam-se conhecidos do leitor e passam a fazer parte do seu repertório lingüístico: *flexibilização, beneficiário, terrorismo, agrotóxico, ajuste fiscal, previdência* e outras.

Com efeito, todas as transformações sociais, tecnológicas e culturais, que vão se sucedendo ao longo da vida, influenciam e compreendem um processo de mudança na linguagem que funciona como mediadora desses movimentos. A linguagem jornalística exerce essa função de intervir na cultura da sociedade e se destaca pelo seu valor informativo.

No entanto, a palavra é conflituosa porque envolve diversos significados que nem sempre são absorvidos por todos da mesma forma. Daí a importância da linguagem jornalística em administrar e mediar essas diferenças para que a maior parte de seus leitores possa compreender o que é informado.

O jornal não é unicamente um mero informante, mas um interpretador do mundo que contribui para a construção da realidade e executa tal tarefa por meio da linguagem.

A linguagem jornalística se desdobra em várias outras linguagens – linguagem verbal, imagem, diagramação, etc. – que se intercomplementam. Pelo projeto gráfico do jornal, pode-se observar a qual público ou nível de leitores ele se destina. No mundo atual em que as imagens estão associadas às palavras e, muitas vezes, “aquelas falam mais do que estas”, todos os recursos utilizados na

veiculação das notícias são importantes e facilitam a compreensão por parte do leitor.

Para garantir uma boa informação, os jornais tentam buscar a objetividade, a neutralidade e a clareza. Os fatos devem ser relatados de acordo com a realidade e a linguagem empregada deve ser adequada a ela. Enquanto a linguagem literária se preocupa com a estética, a jornalística se ocupa do conteúdo a ser informado ao leitor. O jornal prioriza a informação precisa e imparcial, afastando-se da dúvida ou da ambigüidade. Objetividade, imparcialidade e clareza são as qualidades básicas e gerais que os manuais de redação dos próprios jornais recomendam. Entretanto, pensamos que objetividade e imparcialidade são condições impossíveis de serem alcançadas totalmente no texto jornalístico que, ao mesmo tempo em que informam, precisam analisar os fatos noticiados.

O texto jornalístico procura fazer o seu registro em linguagem formal que é imposta pelo sistema e é mais estável. Entretanto, esse registro formal se concilia com o coloquial, resultando uma combinação eficiente e aceita por todos. Lage (1990:38) afirma que essa conformidade entre o formal e o coloquial “resulta na restrição fundamental a que está sujeita a linguagem jornalística: ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal”

Como a língua formal ou padrão é a que predomina na linguagem escrita, os jornais, de modo geral, usam esse registro. A utilização dessa modalidade, segundo Lage (2005:126), permite que um texto seja lido por qualquer comunidade lingüística que freqüentou a escola e é fator decisivo para que todos tenham acesso à informação e ao entretenimento.

O *Jornal da Tarde* não passa por esse crivo rigoroso das regras técnicas da escrita jornalística que predominam nos jornais mais conservadores. Ele não segue algumas regras da norma da escrita culta e se aproxima da língua oral na sua vertente popular, como se pode observar na manchete:

Me embrulha que eu gosto
(04/4/2003, Variedades, p.1)

Pela norma gramatical, não se deve iniciar um período ou uma oração com próclise; nesse caso, é recomendado o uso da ênclise. Entretanto, na manchete, o pronome está escrito de forma proclítica, como usualmente é empregado na língua falada popular.

O redator emprega, nessa manchete, um uso lingüístico que se aproxima da linguagem do cotidiano. A escolha feita não significa que ele não use, por princípio, a norma culta e não evite erros gramaticais como esse, mas há um afrouxamento na maneira de se utilizar um tipo de estrutura frasal que é própria da linguagem informal.

Em relação à escolha lexical, Lage (2005:129-134) aponta algumas das principais características da linguagem jornalística, que resumimos a seguir:

1. Usar palavras que são correntes tanto no registro formal quanto no popular. Por exemplo, “complicado” no lugar de “complexo”; “valente” ou “corajoso”, em vez de “intimorato”.
2. Evitar expressões que possam ser interpretadas como preconceito: “calvo” a “careca” ou “pobre” a “humilde”.
3. Criar neologismos necessários, sobretudo no noticiário político: “petista”, “pefelista”.
4. Incorporar vocabulário gírio que acaba se generalizando: “bumbum”, “bicheiro”.
5. Ter cuidado com os modismos que podem levar à ambigüidade: “pessoa idosa” para “pessoa na melhor idade”.
6. Não usar palavras estrangeiras, gíria local e jargão profissional. O emprego desses termos só se justifica se já estiverem incorporados ao repertório do leitor, como, por exemplo, no caso de palavras relacionadas à informática: “deletar”, “mouse”, “drive” e outras.

7. Não empregar termos subjetivos ou que expressam juízo: “próspero”, “notável”, “belo”.
8. Evitar, em textos jornalísticos, o uso de advérbios que relativizem ou modulem as expressões. O jornalismo faz referência ao mundo real e não às possibilidades expressas por “provavelmente” ou “supostamente”.
9. Usar preferencialmente a 3ª pessoa (neutralidade). A 1ª pessoa deve ser empregada nas citações em discurso direto.
10. Escolher palavras ou expressões adequadas ao contexto: “possuir” ou “ter” uma casa, mas nunca “possuir” ilusões.

O *Jornal da Tarde*, invariavelmente, foge às características apontadas acima e produz, por exemplo, títulos de notícias com vocabulário gírio:

Sistema do governo “dá pau”

(26/6/2006, 1º caderno, p.9)

Quem está habituado à informática sabe que, quando o sistema ou o equipamento “dá pau”, significa que quebrou ou não está funcionando. O jornal faz a opção por uma gíria usada pelos usuários da informática que, pela quantidade cada vez maior de adeptos, está se tornando comum a todos e não mais a um grupo restrito.

O jornal produz a notícia ou transforma fatos em notícia e delega para a língua a informação que procura ser precisa, embora o que predomine seja a subjetividade. O emprego de uma linguagem menos compromissada com as regras gramaticais, como usualmente o faz o *Jornal da Tarde*, não é desprezar a norma, nem abdicar da clareza, mas mostrar que é possível usar as variantes da língua, sem perder a precisão.

Apesar de os jornais buscarem a abrangência dos vários níveis culturais de seus leitores e procurarem empregar uma linguagem que atinja todos, não deixam de utilizar um padrão lingüístico gramatical. Os jornais conservadores respeitam esse padrão o mesmo fazendo os mais populares, apesar de procurarem utilizar

uma linguagem mais despojada. Segundo Dias (1996:61), eles mantêm a organização sintática e a estrutura recomendada pelas regras gramaticais:

(...) mesmo admitindo que o jornal seja marcado por uma linguagem popular, não se pode deixar de reconhecer que existe um processo de elaboração do noticiário, das narrativas, das reportagens etc., que obedece aos princípios formais da língua escrita, em particular, na organização sintática.

Quando o jornal usa a linguagem popular, em muitos casos, ele faz isso por meio do jogo de palavras, mas procura manter a estrutura frasal sintática canônica. Esse fator é recorrente na construção das manchetes – como se verá em seguida – em que se observará a subversão feita ao se “brincar” com as palavras ou se fazerem trocadilhos que não modificam a sintaxe da língua escrita, mas fazem um aproveitamento estilístico da linguagem oral em que se exploram o duplo sentido e a sonoridade:

As Graças fazem graça no Pátio do Colégio. De graça.

(13/2/2004, Variedades, p.6)

O título de notícia acima se refere a um grupo teatral chamado “As Graças” em que o redator faz um aproveitamento do efeito sonoro como recurso expressivo no uso da palavra “graça”, além do duplo sentido.

Lage (2005:6) explica que é recorrente esse uso estilístico na linguagem do jornal em que muitas figuras de estilo são reconhecidas em textos escritos que remetem à origem oral da língua. As mais comuns são o ritmo e a rima, próprios da poesia e não da prosa; são típicos da linguagem oral que serviam, antes da invenção da imprensa, como meio de memorização.

O título sugere, por analogia, o travalínguas, típico da língua falada, da mesma natureza de “O rato roeu a roupa do rei de Roma”. O leitor mais atento percebe essa brincadeira lingüística feita pelo redator como apelo chamativo à reportagem.

Entretanto, sintaticamente não há desvio estrutural, a frase é construída dentro das regras gramaticais: ordem, regência e concordância. A inventividade acontece no plano fonético, no conteúdo semântico, no universo significativo que as palavras assumem, imprimindo expressividade ao título noticioso e levando o leitor a fazer inferências.

Os jornais mais conservadores têm um público de escolaridade mais elevada, mais exigente lingüisticamente. Contudo, os jornais populares, destinados aos leitores de menor nível cultural, têm um trabalho de elaboração lingüística mais complexo; o redator tem que ser hábil no seu discurso para que possa ser bem compreendido.

O *Jornal da Tarde* ocupa um espaço intermediário, não é conservador como o *O Estado de S. Paulo* ou *A Folha de S. Paulo*, nem popularesco⁴ como o *Agora*.

Embora o *Jornal da Tarde* empregue expressões populares (gírias, provérbios) em manchetes e títulos de notícias, não pode ser categorizado necessariamente como vulgar ou popularesco. Ele não utiliza o exagero ou o escândalo como acontecia com o extinto *Notícias Populares* ou como faz o *Agora*, o *Bild* na Alemanha ou o *The Sun* na Inglaterra.

Dessa forma, podemos fazer uma classificação dos jornais pela maneira de como veiculam suas notícias e o nível de linguagem que empregam:



⁴ O sufixo –ESCO, segundo Cunha e Cintra (2001, p.91) é de cunho popular e vem do erudito –isco, provavelmente originado da fusão do grego –iskós com o germânico –isk. Esse prefixo forma adjetivos denotadores de “referência ou semelhança”. Pode, ainda, exprimir depreciação. Portanto, *popularesco*, tanto pode significar “aquilo que se refere ou se assemelha ao popular”, quanto “ser algo sem valor”. No caso estudado, *popularesco* se reporta mais a algo depreciativo.

Temos em uma extremidade os jornais mais tradicionais, de linguagem formal e, em outra extremidade, os jornais popularescos, de linguagem que resvala na informalidade exagerada. A linguagem do *Jornal da Tarde*, portanto, é intermediária, vai da popular à culta, posicionando-se na comum e utilizando-se de muitos recursos da oralidade, já que em seus textos se mesclam a língua culta e a popular.

A tarefa mais importante de um jornal e de seus redatores é saber o que deve ser publicado, que tipo de informação o leitor deseja. Jornais popularescos, habituados a fatos sensacionalistas, trariam, por exemplo, a seguinte manchete sobre a execução de um bandido foragido: *Bandido vira queijo suíço na mão da polícia*. Os jornais *O Estado de S.Paulo* ou a *Folha de S.Paulo*, não se ocupariam de tal acontecimento nesses termos. O *Jornal da Tarde* daria a informação em uma pequena coluna, sem maior destaque.

Este jornal não chega a ter textos densos, com análise profunda das notícias, nem apresenta a crueza que resvala na vulgaridade como o *Agora* ou o extinto *Notícias Populares* que ressaltava a criminalidade com uma linguagem permeada de expressões populares, até mesmo chulas que acentuavam as tragédias humanas noticiadas.

O jornal popular pode ser caracterizado como um veículo que não se aprofunda intensamente nos fatos, nem faz análise densa das notícias. Não é sensacionalista, escandaloso, não emprega expressões vulgares, lugares-comuns, nem faz uso de termos maliciosos ou de baixo-calão, como acontece peculiarmente com os jornais popularescos.

Caracteriza-se, ainda o jornal popular, pela leveza, dinamismo e simplicidade da linguagem, empregando gírias e frases cristalizadas (provérbios) de modo criativo e recuperando essas expressões populares que pertencem ao repertório do uso cotidiano de seus leitores.

Jornais popularescos também apresentam uma leitura dinâmica, mas com grande incidência de assuntos sobre sexo e violência, numa linha mais policialesca e televisiva.

Os jornais populares fornecem a informação “descomplicada” e sem apelação; possuem visão moderna e urgente do mundo, tal qual seus leitores que querem uma perspectiva geral dos fatos. A pauta desses jornais é mais leve e se direciona à comunidade, com assuntos de seu interesse: emprego, esportes, lazer, informática.

O ponto de convergência entre os jornais populares e os popularescos é o leitor de baixa renda, que busca informação de fácil entendimento. A leitura deve ser rápida e facilmente assimilada, referindo-se somente ao essencial.

A divergência marcante entre esses dois veículos de informação está no excesso: jornais popularescos noticiam com exagero, sobretudo as notícias policiais com o sensacionalismo “manchado de sangue”.

Quanto à diagramação, os jornais popularescos são mais coloridos do que os jornais populares e os conservadores, com muitas fotos e pouco texto para atrair o leitor de baixa escolaridade. Os noticiários sobre economia ou política são simples, sem análise reflexiva, apenas com assuntos do dia-a-dia das pessoas: o preço dos alimentos, dos transportes. Predominam os assuntos trágicos: acidentes, assassinatos, assaltos.

Os jornais populares também apresentam o mesmo tipo de diagramação dos popularescos; entretanto, não há o sensacionalismo explícito, rude. Todo tipo de notícia é veiculado (esportes, variedades, economia, política nacional e internacional), mas sem muita profundidade. A relevância é dada aos acontecimentos da cidade.

A prolixidade e a sofisticação não estão associadas a esse tipo de jornal que busca a eficiência e a objetividade, sem, contudo, tornar a notícia inócua. A respeito dessa clareza e precisão, havia uma propaganda veiculada na televisão pelo *Jornal da Tarde* que confirma o estilo prático e direto desse jornal: “*Não dá para ser mais JT?*”, ou seja, não dá para ser mais claro e preciso em seus comentários ou suas observações?

O jornal, como pertence aos meios de comunicação de massa, apresenta-se, portanto, não só como divulgador da língua escrita, mas também como nivelador de um padrão lingüístico que incorpora as diversas manifestações da língua,

sobretudo as expressões próprias da modalidade falada, com o propósito de torná-lo mais vivo e expressivo em busca da atenção de seu público leitor.

Muitas questões lingüísticas abordadas neste capítulo serão retomadas mais adiante e mais especificamente no capítulo que se refere às características da língua escrita.

4. A MANCHETE E OS TÍTULOS DE NOTÍCIAS

A manchete, segundo o Manual de Redação e Estilo (2005:57) de *O Globo*, é o título principal que indica a notícia mais importante do jornal. Existe a manchete principal do jornal (na primeira página) assim como a manchete de cada caderno, seção ou página. Assim, a manchete é sempre aquela que vier graficamente com maior destaque, ou que tiver letras mais carregadas na tinta. Constitui o tópico temático da notícia veiculada no jornal e representa a síntese do conteúdo do que está sendo noticiado. A manchete dos jornais teve sua invenção ligada à praticidade, conforme explicação da revista *Língua Portuguesa*, de dezembro de 2006, p.4:

Para garantir leitura fácil aos usuários de transportes coletivos, o americano Joseph Pulitzer aumenta o tamanho dos títulos e das letras dos textos de seu *World*, diminui o tamanho das páginas e explora o texto enxuto e sensacionalista, no fim do século 19.

O jornal é estruturado como uma pirâmide invertida, ou seja, as notícias mais importantes aparecem na parte de cima do jornal e, por causa desse aspecto na organização estrutural do texto jornalístico, a manchete, na maior parte dos jornais, ocupa uma posição fixa, ou seja, no alto ou no centro da página. Como já dito acima, nem sempre há apenas uma manchete; podem aparecer manchetes secundárias ao lado da principal e, ainda, cada caderno pode ter a sua própria manchete, cujo tópico dominará os assuntos desenvolvidos.

O manual, editado pela *Folha de S.Paulo* (1984:58) indica como deve ser a elaboração da manchete:

Ela deve ser tensa, rápida, sintética, nervosa, objetiva. Deve ser dramática sem perder a sobriedade. Sua forma correta é a que expressa uma ação em desenvolvimento. O uso do ponto-e-vírgula permite incluir mais de um fato na *manchete*. Devem-se evitar recursos, tais como o aposto e a perífrase, que retiram

velocidade à leitura da *manchete*. A força da *manchete* decorre em parte de sua feição gráfica.

Por outro lado, *O Estado de S.Paulo*, em seu manual (2005:173) não traz informações de ordem técnica e formal como a *Folha*; informa apenas o posicionamento que a manchete deve ter no jornal: ocupar toda a extensão da página.

Quanto ao título de notícias, à semelhança da manchete, é uma frase no alto da matéria usada para chamar a atenção do leitor. Pode ser representado por uma única palavra, uma locução ou uma frase que identifica a matéria ou o texto noticioso e é inseparável do que está escrito. Tanto a *Folha* como *O Estado* enumeram uma série de características que devem conter os títulos de notícias, das quais destacamos aquelas que, segundo esses manuais, apresentam semelhanças ente si. A *Folha* (op.cit.:82) diz o seguinte:

O título de um texto é o que desperta o interesse do leitor para o tema. Deve ser uma síntese precisa da informação mais importante do texto. Em caso de textos noticiosos, o título deve: a) conter necessariamente verbo, na voz ativa sempre que possível; b) estar sempre no tempo presente, exceto quando o texto se referir a fato distante no futuro ou no passado.

O Estado, no seu manual (op.cit.:282), é mais minucioso do que a *Folha* em suas instruções de como deve ser o título de notícias:

Instruções gerais: 1. O título deve, em poucas palavras, anunciar a informação principal do texto ou descrever com precisão um fato: *Governo desiste de aumentar impostos / Assaltantes roubam 500 mil e prendem 12 reféns*. 2. Procure sempre usar verbos nos títulos: eles ganham em impacto e expressividade. 3. Para dar maior força ao título, recorra normalmente ao presente do indicativo, e não ao pretérito: *Israelenses e palestinos assinam* (e não *assinaram*) *acordo de paz / Reitor chama* (e não *chamou*) *polícia para poder trabalhar*.

Como esse jornal não faz alusão à manchete especificamente, como o faz a *Folha*, em seu manual, que indica as suas características específicas, distinguindo-a do título de notícias, talvez para ele, títulos de notícias e manchetes sejam vistos como elementos que funcionem da mesma forma o que, ao nosso ver, não condiz com o papel que exercem na enunciação dos fatos.

De forma geral, manchetes e títulos de notícias representam a sumarização da notícia. Toda manchete e todo título devem ser, portanto, essenciais, precisos e devem levar o leitor a inferir o que o texto informará.

Van Dijk (2002:123) informa que, dentro da noção da análise do discurso, na caracterização da notícia, há a “estrutura de relevância” na qual a manchete tem um papel especial. O autor explica que os textos noticiosos obedecem a esquemas pré-determinados e diz: “Assumimos que também o discurso noticioso tem tal esquema convencional, um ‘esquema de notícia’, no qual os tópicos gerais ou o conteúdo global devem ser inseridos”. E dentro desse arranjo de organização noticiosa, a manchete também está incluída. Com efeito, mais adiante, na mesma página, diz Van Dijk (op.cit.:123):

(...) a notícia tem o que podemos chamar “estrutura de relevância”, que indica ao leitor qual informação é mais importante ou preeminente no texto. Obviamente, a manchete também tem um papel especial nessa estrutura de relevância, já que acabamos de assumir que as manchetes expressam o tópico mais “importante” da notícia.

A manchete dos jornais escritos é um fenômeno discursivo relativamente novo, visto que os primeiros jornais surgiram no século XVII e, como se observou anteriormente, as primeiras manchetes só estampariam suas páginas ao final do século XIX. Na primeira página inaugural, em 04 de janeiro de 1875, de *O Estado de S. Paulo* (ainda com o nome de *A Província de São Paulo*) não se registrava manchete, como podemos observar pela figura 1.

Anno I

ANNO I - N.º 1

ANNO I - N.º 1

A assignatura pelo principis em qualquer dia e hora...

Colunas franquadas aos escriptos de utilidade publica

PROPIEDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO COMMANDITARIA

REDACTORES: AMERICO DE CAMPOS E F. RANGEL PESTANA

ADMINISTRADOR - JOSE MARIA LISBOA

(Fig. 1)

ANNO I - N.º 1

ANNO I - N.º 1

A assignatura pelo principis em qualquer dia e hora...

Colunas franquadas aos escriptos de utilidade publica

Segunda-feira 4 de Janeiro de 1875

Liberdade de pensamento e responsabilidade do auctor

Esta folha e seu estabelecimento typographico pertencem a uma sociedade...

de athenas importantes nos que aspiram ao poder e a sua influencia...

quando, ou o que quer que elle seja - subjecto a pagar em sua individualidade...

ser tornada discutivel, não dependendo de qualquer assignatura...

discussão, e poder pessoal de quem se o assigna...

Maes esta folha tambem se offerece a portaria de S. Paulo campo livre...

de athenas importantes nos que aspiram ao poder e a sua influencia...

quando, ou o que quer que elle seja - subjecto a pagar em sua individualidade...

ser tornada discutivel, não dependendo de qualquer assignatura...

discussão, e poder pessoal de quem se o assigna...

FOLHETIM MAGDALENA POR JULIO BANDEAU

de athenas importantes nos que aspiram ao poder e a sua influencia...

quando, ou o que quer que elle seja - subjecto a pagar em sua individualidade...

ser tornada discutivel, não dependendo de qualquer assignatura...

discussão, e poder pessoal de quem se o assigna...

(Fig.1) A Provincia de São Paulo, 04/01/1875

Antes de se tornar um fenômeno de massa, não existia a preocupação de atrair o leitor com manchetes e títulos chamativos, talvez por ser, na época, um produto voltado apenas à classe mais culta e abastada, pois a grande maioria da população era analfabeta e não tinha acesso aos bens culturais. O jornal, assim, não era um produto de consumo.

Mouillaud (2002-b.:87) compara o jornal ao livro, já que o jornal representa o primeiro objeto de série e, ainda como o livro, também traz um nome e um título daquilo que está escrito. O mesmo autor (op.cit.:85) relaciona o título à linguagem oral, pois “o título pertence à fala, caso seja incorporado à família dos ‘anúncios’, lançados no ar, poder-se-ia então compará-los aos gritos dos vendedores de jornal”.

Graficamente, o jornal já era dividido em colunas, como ocorre até hoje, para facilitar a leitura, mas era totalmente desprovido de fotografias e ilustrações, como ilustra a figura 1 supra.

N'O *Estado*, a manchete, que vemos hoje diariamente nos jornais, surgiu só a partir de 1930, conforme a figura 2.

Nessa época, além da manchete, o jornal também já começava a ser composto de texto e imagens, com desenhos e fotos que ilustram o que é noticiado (figura 3).



SEGUNDA EDIÇÃO

(Fig.3) O Estado de S. Paulo, 10/7/1932

Fazendo uma comparação entre *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal da Tarde*, observamos que o primeiro tem uma postura conservadora e só apresentou alguma mudança visual em meados dos anos de 1990. A única semelhança que há entre esses dois jornais, embora pertencentes ao mesmo grupo empresarial, está na inclusão de páginas coloridas. No *O Estado* há grande predomínio de texto, enquanto no *Jornal da Tarde*, como todo veículo informativo de feição

popular, predominam fotos e propaganda na primeira página (ver a seguir exemplos de primeira página de ambos os jornais). A propaganda, aliás, está incorporada às páginas dos jornais que não conseguem se manterem unicamente pelas vendas de exemplares; são os anúncios que lhes dão a maior receita.

A grande mudança vem, efetivamente, a partir dos anos de 1980 e 1990 com colunas menores, facilitando ainda mais a leitura, com fotos e ilustrações coloridas, como os usuários já estão tão habituados a ver nos jornais. Hoje há uma simbiose entre texto e imagem, a qual se tornou um elemento complementar ao que a manchete enuncia.



(Fig.4) O Estado de S. Paulo, 26/2/2007 (Fig.5) Jornal da Tarde, 26/2/2007

A fotografia representa a imagem concreta do que é noticiado e funciona como uma espécie de “prova”, de confirmação, de veracidade dos fatos veiculados. A linguagem visual da fotografia mantém com o texto uma interdependência, uma complementaridade.

O uso da imagem aliada à manchete constitui elemento altamente significativo, pois os jornais trabalham com o texto e a imagem, que constroem,

em conjunto, o sentido da notícia. O jornal trabalha com linguagens heterogêneas como as fotografias, as ilustrações, os desenhos e o lingüístico. Imagem e texto formam, assim, um corpo praticamente indissociável, integrando-se num todo de sentido. É a mensagem verbal que se apóia na imagem e vice-versa.

No entanto, nem sempre as imagens tiveram a importância de complementar ou ilustrar a notícia como hoje. A implantação de fotos teve um percurso difícil já que a sua utilização representava uma ameaça aos ilustradores e desenhistas.

Lage (1990:25) explica que a fotografia ou as imagens tão comuns aos jornais hoje, não tiveram sua importância reconhecida de imediato e foram implantadas tardiamente:

Embora a fotografia tenha sido reproduzida, pela primeira vez, em jornal, há mais de cem anos, o descaso pelo processo retardou sua adoção em maior escala. O fotojornalismo começou modestamente, mais para romper a monotonia gráfica das páginas cheias de texto do que para informar alguma coisa. O nome *ilustração* dá bem idéia desse papel secundário atribuído à foto diante do texto.

A imagem fotográfica desempenha, no jornalismo moderno, juntamente com a manchete e títulos de notícias, uma função importante para chamar a atenção do leitor.

Contudo, a fotografia por si só não basta, tem de haver uma legenda explicativa que não pode ser redundante em relação à imagem. A legenda deve ampliar a compreensão da fotografia e exerce a função de unir a linguagem verbal à linguagem visual.

Vejamos, a seguir, um recorte da primeira página do caderno de Esportes do *Jornal da Tarde*, de 14/11/2005, 1ª página, em que se lê o título da notícia: “O tri é por ali”. A imagem reforça e complementa o título e contribui para que o leitor entenda o que vê e o que lê em sua totalidade. O título usa o dêitico *ali* e a própria imagem recupera essa dêixis pelo posicionamento das mãos do retratado em forma de apontamento.



(Fig.6) *Jornal da Tarde*, 14/11/2005

O leitor vive em um mundo que se perpetua pela imagem; ela parece “dizer” mais do que o texto. Na foto acima, palavras e imagens formam um só conteúdo gerador de sentido. As palavras passam a ter uma posição igualitária com a imagem, ou seja, o texto já não constitui a primazia da notícia. O leitor tem a sua disposição, para interpretar a notícia, o texto e a imagem.

A imagem constitui, dessa forma, um meio indispensável e importante na composição e na compreensão da notícia.

Mouillaud (2002-c.:101) afirma que “as páginas externas do jornal são suas páginas sensíveis. Constituem, de alguma maneira, uma membrana do jornal, que é sua interface com o mundo exterior”. As manchetes mais relevantes são postadas na primeira página: personificam o jornal e indicam a linha ideológica que o conduz.

Essa maneira individualizada de se apresentar ao leitor é uma forma de seduzi-lo e é também um modo particular do dizer, nas palavras de Discini (2004: 118), “do fazer midiático de qualquer jornal, quer se trate da chamada *grande imprensa*, em que se costuma incluir a *Folha* e o *Estado*, quer se trate da chamada imprensa popular...”

É pelo aspecto da identidade discursiva que o leitor escolhe qual tipo de jornal ele quer ler. Há, nessa discursividade, um entendimento recíproco do dia-a-dia em

que o enunciador busca dar ao enunciatário informações necessárias da realidade. Existe entre jornal e leitor um jogo daquele que possui a informação com aquele que a busca. Não há, como se possa pensar à primeira vista, uma sobreposição de poder, isto é, quem tem o conhecimento se coloca acima de quem não o tem. Tanto o jornal como os leitores se realimentam num fazer contínuo das ações do dia-a-dia.

A manchete representa um tipo de sumário daquilo que será noticiado posteriormente, isto é, simboliza “a voz” do jornal que enuncia os assuntos mais importantes a serem veiculados.

A escolha da manchete revela ou define como o jornal e seu quadro de jornalistas vêem o mundo e como o analisam. A manchete parece conter, assim, uma pré-visualização do pensamento político-ideológico do jornal e determina a sua “personalidade” e o seu estilo.

Um dos desafios do redator na elaboração das manchetes é ser criativo. A criatividade remete ao original, ao diferente, com capacidade de romper ou subverter o modo habitual de ver, de pensar. Uma manchete ou título de notícia inventiva convida o leitor a participar e a interpretar a reportagem. O *Jornal da Tarde* apresenta manchetes que “brincam” com a imaginação do leitor; são jocosas e irônicas, mas por trás de todo esse efeito de humor, carregam implicitamente a sensibilidade e a análise diante dos acontecimentos, já que a tragédia cotidiana retratada pelo jornal reflete a própria tragédia do leitor.

Há humor, comicidade, quando há quebra das expectativas do que é usual ou comum nas atividades do dia-a-dia. A maioria dos acontecimentos que provoca o riso ocorre na linguagem, no jogo de palavras.

Segundo Bérqson (2004:6) só é possível o riso numa atividade coletiva e nunca num ato solitário; por isso, a comicidade é um ato social:

Para compreender o riso, é preciso colocá-lo em seu meio natural, que é a sociedade; é preciso, sobretudo, determinar sua função útil, que é uma função social. Essa será – convém dizer desde já – a idéia diretiva de todas as nossas investigações. O riso deve corresponder a certas exigências da vida comum. O riso deve ter uma significação social.

Vejamos uma manchete (*Jornal da Tarde*, 17/11/2005, 1º caderno, p.3), cujo humor funciona como mediador ou relativizador da realidade diária da cidade de São Paulo. É um meio atenuante para o leitor interpretar o que o enunciador traz implícito no texto:

Mochilas viram “malas sem alça” nos ônibus

Há um jogo de palavras entre “mochila” e “mala”, isto é, mochila é um tipo de mala que é carregada nas costas. Entretanto, a manchete se refere ao incomodo que esse artefato causa aos passageiros dos transportes coletivos e faz um jogo de palavras com a expressão gíria “mala sem alça” que, conforme a acepção de Serra e Gurgel (2005:456) significa “pessoa chata” ou “algo difícil de se carregar”. Essa expressão, ao mesmo tempo em que provoca o efeito de humor, faz crítica ao fato.

Todo esse percurso semântico-interpretativo é feito pelo leitor. Com efeito, como exploram Koch e Elias (2006:187), “para a produção de sentido do texto, é preciso que o leitor ative conhecimentos previamente constituídos e armazenados na memória”. Assim é o caso da manchete em questão. Seu significado ressalta o cotidiano dos usuários dos transportes coletivos e o transtorno que o acontecimento enunciado lhes provoca.

Com estilo oposto do *Jornal da Tarde*, há os jornais que são marcadamente mais austeros e sóbrios em suas manchetes, como *O Estado de S.Paulo* e a *Folha de S.Paulo*. Esses jornais são fortemente reconhecidos pela seriedade e objetividade de suas manchetes, as quais revelam um distanciamento e neutralidade nas informações.

O *Jornal da Tarde*, ao contrário, possui uma postura mais cômica e irônica na veiculação de suas notícias; não chega a ser excessiva, mas procura sempre uma forma de humor para noticiar os acontecimentos.

As manchetes desse jornal são regionalizadas, pois são dirigidas especificamente aos habitantes da Grande São Paulo. É um jornal metropolitano que se identifica totalmente com a cidade. Em contrapartida, *O Estado* e a *Folha*

abordam assuntos de interesse geral. Além desses fatores, há certa semelhança na veiculação das notícias, cujas manchetes também apresentam relativa identidade. O ombudsman da *Folha de S.Paulo*, Marcelo Berada, (11/12/2005, 1º caderno, p. 6) faz o seguinte comentário sobre essa identidade que os grandes jornais de circulação nacional apresentam entre si:

Os grandes jornais brasileiros têm prioridades semelhantes, uma ou outra diferença devido ao projeto editorial ou à localização geográfica, mas em geral as pautas são muito parecidas. Uma forma de perceber as prioridades é acompanhar os espaços a elas reservados, a visibilidade que obtêm e os recursos que os jornais despendem para cobri-los.

Essa identidade também pode ser comprovada pelas manchetes, como as que vêm a seguir – de *O Estado de S.Paulo* e da *Folha de S.Paulo* – que apresentam semelhanças discursivas na veiculação de assuntos nacionais e gerais. Vejamos as manchetes desses jornais, do dia 25/11/2005, confrontadas primeiramente entre si, por veicularem o mesmo conteúdo; depois ambas com a manchete do *Jornal da Tarde* na mesma data que trata de outro assunto.

**Feito acordo, Lula diz:
Palocci, firme como nunca**

(O Estado de S.Paulo)

Palocci diz que fica enquanto Lula quiser

(Folha de S.Paulo)

Acabou a farra das auto-escolas

(Jornal da Tarde)

As manchetes acima, tanto da *Folha* como de *O Estado*, tratam do mesmo assunto que aborda uma temática política de abrangência nacional, muito comentada na época – a permanência ou não, no governo, do ministro da fazenda.

As manchetes apresentam estrutura frasal, respectivamente, de discurso direto e discurso indireto. Ambos os discursos reportados são introduzidos pelo mesmo verbo *discendi* “dizer” de teor semanticamente neutro. Todavia, os sujeitos citados – e, logicamente, as respectivas falas – são diferentes: a fala de Lula “Palocci, firme como nunca” é reproduzida teoricamente nas suas próprias palavras, enquanto a de Palocci é narrada dentro do discurso da *Folha*. Em ambas, portanto, há uma pseudo-neutralidade dos jornais, asseguradas pela técnica do discurso reportado.

O que temos são duas faces de um mesmo fato, com estilos diferentes, mas conteúdos iguais. São, na verdade, textos, que não deixam de ser dialógicos, dado que implica uma relação entre dois discursos que pertencem a enunciados diferentes. Temos, então, um mesmo assunto em que ambos os jornais – *A Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* – reproduzem o discurso de outro (do Ministro da Fazenda e do Presidente da República) que se dá de forma diferente: direta ou indiretamente.

No texto jornalístico é comum esse tipo de citação, como o discurso direto e o discurso indireto. Sobre esse uso de discurso reportado nos jornais, Lage (2005.:15) explica:

No discurso jornalístico, pelo menos em suas formas canônicas (a notícia e a reportagem), as formas de citação usuais são o discurso direto e o indireto. Outros mecanismos de estruturação, como o discurso indireto livre (em que o narrador assume a subjetividade do indivíduo citado e simula sua reflexão silenciosa), não são considerados legítimos fora do campo da ficção. A única responsabilidade que o jornalista se impõe diante de uma citação é que ela esteja conforme a essência (ou a forma, se entre aspas) do discurso citado. Ainda assim, quem cita escolhe o que cita e, às vezes, de maneira mais ou menos sutil, assume posições em face da citação. O narrador pode interferir na escolha do verbo *discendi* (disse, afirmou, declarou, etc.), na definição de circunstâncias para o trecho citado, na seleção de trechos entre aspas etc. Pode também suprimir ou descrever convencionalmente o contexto da enunciação; ou, pelo contrário, explicitá-lo ou colocá-lo em primeiro plano – conforme suas intenções, ou quantas inferências adicionais imagine possibilitar ao leitor.

Por outro lado, a manchete do *Jornal da Tarde* – “Acabou a farra das auto-escolas” – trata de assunto de interesse regional – o fim das fraudes cometidas por algumas auto-escolas, em São Paulo, na renovação da Carteira Nacional de Habilitação. Nesse jornal, as notícias de interesse nacional são veiculadas sucintamente nas páginas internas e com análise superficial.

Observamos ainda, que tanto *O Estado* como a *Folha* procuram demonstrar sobriedade lingüística e aparente isenção na formulação de suas manchetes, porque são os próprios envolvidos nos acontecimentos que os enunciam.

O Jornal da Tarde, diferentemente de *O Estado* e da *Folha*, revela toda a sua irreverência e ironia, postadas numa linguagem mais popular que se reporta diretamente ao leitor. Um assunto sério que envolve fraude e, conseqüentemente está ligado a atos de corrupção, é tratado como “farra”, vocábulo gírio que significa “festa”, “bagunça”. Nas manchetes desse jornal, existe um grande aproveitamento da oralidade como forma de aproximação e de interação com o leitor. Essa relação com a oralidade é intencional, precisamente para chamar a atenção do leitor.

Dias (op.cit.:62) explica que há uma diferença entre a linguagem apresentada na manchete e a utilizada no texto da notícia:

Em princípio, é nas manchetes que se encontram as mais freqüentes marcas da oralidade, as metáforas populares de efeito, o discurso dúbio da malícia, a sexualização constante dos referentes, a violência exarcebada do discurso, a gíria, as ousadias dos vocábulos obscenos, as frases feitas mais populares. Segundo os jornalistas, as manchetes merecem cuidados especiais porque delas depende o sucesso da venda do jornal, sendo necessário, portanto, motivar o leitor e facilitar o entendimento. A rigor, o gosto e o interesse do leitor determinam diariamente a construção da manchete.

Assim, é no modo jocoso, descontraído, próximo da oralidade que o jornal encontrou para criticar os órgãos públicos os quais não têm tanto zelo nem muita responsabilidade no que lhes compete administrar. Por trás da manchete cômica ou irônica, esconde-se o drama da má gestão pública que só toma providências depois de consumado o ato ilícito. O jornal faz esse jogo lingüístico em sua

manchete para justamente condenar e criticar as falhas e a má conduta de alguns setores da sociedade.

A manchete é o mecanismo principal na estratégia noticiosa e é por meio de manchetes bem estruturadas e adequadas ao assunto que o leitor tem a possibilidade de inferir e refletir o tema que é abordado na notícia. Cabe ao jornalista selecionar qual manchete deverá ocupar o destaque, que evento é o mais importante. Normalmente será destacado o assunto mais recente e mais relevante. As duas manchetes – do *O Estado* e da *Folha* – abordam assuntos muito comentados na época e eram de interesse do país; a manchete do *Jornal da Tarde* era relevante para os motoristas da capital que precisavam renovar a sua carteira de habilitação.

Mesmo quando há identidade em um assunto grave e de grande repercussão, como nos exemplos abaixo, a manchete do *Jornal da Tarde* mostra-se mais regional, enquanto a *Folha de S.Paulo* faz a abrangência nacional do assunto.

Observemos, assim, as manchetes desses dois veículos, publicadas na primeira página do dia 08 de fevereiro de 2007:



(Fig.7) *Jornal da Tarde*, 08/02/2007 (Fig.8) *Folha de S.Paulo*, 08/02/2007

Ambas as manchetes são semelhantes ao apontarem a difícil situação do ensino nos últimos dez anos. Entretanto, a *Folha* se refere à baixa qualidade do ensino no país todo, enquanto o *Jornal da Tarde*, embora também se reporte ao declínio na qualidade do ensino, como é um jornal regional, limita-se apenas ao Estado de São Paulo. O *Jornal da Tarde* é mais enfático ao colocar em primeiro

plano, em destaque e em negrito o número dez; a *Folha de S.Paulo*, mais discreta e mais contida, desloca o numeral para a extremidade direita do texto, topicalizando com ênfase à palavra “Educação”. São maneiras diferentes que os jornais escolhem para informar o usuário sobre um mesmo assunto.

Quanto a assuntos de menor importância, suas manchetes se posicionam abaixo ou acima da manchete principal, já que os jornais são estruturados de tal forma que há uma hierarquia entre as notícias veiculadas. É por esse motivo que as manchetes principais se posicionam no topo ou no centro da página para indicar ao leitor qual notícia é a mais importante.

Os leitores de jornal devem ter a capacidade, embora com variações de nuances de subjetividade, de interpretar as notícias e o tema principal ou o tópico da informação que é induzido pela manchete.

A manchete tem função importante à medida que faz o leitor compreender globalmente a informação dada pelo texto – são os pressupostos que o leitor possui e que lhe são dados pela manchete e esta constrói, previamente, a compreensão do tópico do texto. Dessa forma, manchetes, quando bem elaboradas, incentivam o leitor a prosseguir a leitura.

Para melhor articulação textual da manchete, alguns mecanismos lingüísticos são utilizados, como, por exemplo, a anáfora e a catáfora que, além de organizar o texto possibilita a sua progressão. Essa organização pode ser feita, dessa forma, pela anáfora ou pela anaforização que possibilitam a retomada de elementos textuais.

Guimarães (1995:8) denomina a progressão textual de *contexto intratextual imediato* – cotexto (por exemplo, capítulos de um texto) e *contexto intratextual acumulado* (conjunto de informações acumuladas do texto). A articulação do texto é indispensável para conferir-lhe coesão, coerência e, conseqüentemente, chegando ao *contexto intratextual total*.

Na estrutura da frase, há ocorrências de anáfora, que faz referência a um elemento do texto já citado e de catáfora, que se refere a uma palavra ou expressão que será identificada posteriormente. Sobre a anáfora, Marcuschi

(2005:54) apresenta a acepção retórica, original e a definição que, atualmente, se aplica a esse termo:

Originalmente, o termo “*anáfora*”, na retórica clássica, indicava a repetição de uma expressão ou de um sintagma no início de uma frase. Hoje, na acepção técnica, *anáfora* anda longe da noção original e o termo é usado para designar expressões que, no texto, se reportam a outras expressões, enunciados, conteúdos ou contextos textuais (retomando-os ou não), contribuindo assim para a continuidade tópica ou referencial.

A *anáfora* ocorre quando se usa alguma palavra (pronome pessoal, demonstrativo e outras expressões) em referência a um sintagma nominal anterior:

Pedro, João e Maria são idealistas. **Eles** vivem a sonhar.

Para Charaudeau e Maingueneau (2004:36) há vários tipos de *anáfora* e a frase acima, segundo esses autores, seria um exemplo de *anáfora pronominal* porque o pronome *e/les* retoma um grupo nominal ou um sintagma nominal.

Como as *anáforas*, de modo geral, retomam palavras, expressões ou referências que estão no texto, mas intimamente relacionadas, entendemos que as manchetes e títulos de notícias, por sua vez, exercem função semelhante de retomar um assunto que já é de conhecimento prévio do leitor.

Quero sair **deste** sistema

(*Jornal da Tarde, Variedades, 01/9/2001 p.4*)

Há na manchete uma *anáfora* (*deste*) utilizada como desabafo de um cantor (Alexandre Pires) em referência situacional às gravadoras de discos que não dão liberdade de criação aos seus artistas. O pronome *deste* é anafórico por fazer referência, não a conteúdos verbalizados no texto, mas por fazer alusão à

indústria fonográfica que dá valor apenas ao que o mercado exige e não ao que o artista quer gravar.

Esse fenômeno de uso desse tipo de expressões refere-se a palavras, expressões ou fatos que podem ser recuperados, ou seja, apresentam um assunto já conhecido do redator e do leitor, como no caso de manchetes e títulos de notícias.

Para Milner (1988) existem dois tipos de anáfora: a real e a virtual. A anáfora real faz referência a entidades do mundo real, enquanto a virtual recupera unicamente o sentido lexical das unidades lingüísticas. Por exemplo, quando se diz “Vi dois pássaros e você viu três”, os pássaros recuperados no segundo segmento não representam necessariamente os mesmos da primeira oração. Tem-se, nesse exemplo, uma anáfora virtual.

Já no exemplo a seguir, “Ganhei dois ingressos de cinema, mas esqueci-os em casa”, o pronome os recupera o sintagma nominal dois ingressos e, por fazer uma referência direta, tem-se, assim, uma anáfora real.

As expressões anafóricas podem ser diretas, com retomada ou referenciação direta (**Pedro** telefonou. **Ele** chegará amanhã); ou indireta que não é recuperada diretamente, mas por meio de inferências (**Os alunos**, hoje, são mais dispersos. **O sistema educacional** favorece a essa falta de interesse).

O título de uma mensagem ou de um texto é parte importante de compreensão e de articulação textual. Em notícias jornalísticas, segundo Guimarães (op.cit.:51), funciona como antecedente dos acontecimentos:

A organização do discurso jornalístico condiciona-se por um princípio de relevância: *os títulos, o cabeçalho e o ordenamento* do texto não são cronológicos nem lógicos, mas determinados por um *princípio de primazia* – os aspectos mais importantes figurando em primeiro lugar.

Os títulos expressam a *macroestrutura* (...); lidos, pois, em primeiro plano, orientam a compreensão para a estrutura de relevância na apresentação de notícias. Não são, por conseguinte, meros artifícios publicitários, mas chaves para a decodificação da mensagem, se convenientemente propostos. Enunciados sucintos de qualquer mensagem, sua interpretação deve ser integrada numa leitura de jornal.

As manchetes e títulos de notícias funcionam como ancoramento do texto noticiado, remetem a elementos textuais anteriores (anáfora) ou elementos textuais posteriores (catáfora). Todos esses elementos fazem a articulação da manchete e dos títulos de notícias com o texto.

Num sentido inverso, a catáfora faz uma antecipação do que será informado, ou seja, é a representação do “depois”. No título de notícia abaixo:

“Eles botaram a boca no mundo”

(*Jornal da Tarde, Variedades*, 13/10/2002, p. 1)

O pronome *eles* se refere aos cantores de rock, Mick Jagger e Steven Tyler, que possuem vozes bem características. O pronome pessoal, nesse caso, acena para a informação que será lida, posteriormente, no corpo do texto.

A catáfora se diferencia da anáfora, já que esta contém uma limitação ou um resumo das informações, enquanto aquela apresenta uma extensão do que foi enunciado. De modo geral, a anáfora limita, a catáfora amplia.

Mainueneau (2002:196) avalia que a catáfora, diferentemente da anáfora, requer um esforço interpretativo do leitor:

Como o discurso é, por natureza, linear, a catáfora, ao contrário da anáfora, implica uma interpretação um pouco forçada, porque constringe o co-enunciador a antecipar o que ainda será produzido no enunciado ou a esperar passivamente a resolução do vazio assim criado.

Com efeito, a catáfora faz um anúncio do que será enunciado. No título “Eles botaram a boca no mundo”, o pronome “eles” possui valor condensado que será recuperado no texto da notícia. O pronome catafórico “*eles*” exige do leitor uma interpretação mais complexa por forçá-lo a prever o que será enunciado ou preencher o vazio que o pronome criou.

Pode-se dizer, ainda, que existe uma *referenciação externa*, isto é, das manchetes e títulos que se articulam com a notícia propriamente e há uma

referenciação interna em que se dá a articulação na estrutura da própria manchete e dos títulos de notícias.

Com a quantidade de informações eletrônicas que existe atualmente, dificilmente as notícias são totalmente novidades, praticamente impossibilitando o chamado “furo de reportagem”, pois há sempre uma referência anterior ou um antecedente.

Os artigos definidos e indefinidos também podem exercer a função anafórica remissiva. Vilela e Koch (2001:478) explicam que, de modo geral, o *artigo definido* funciona como *anafórico* (faz remissão à informação que o procede no texto), e o *artigo indefinido* como *catafórico* (remete à informação subsequente). Mais à frente (op.cit.: 479) esses autores explicitam as regras de uso desses artigos como anafóricos e/ou catafóricos:

Existem regras para o emprego dos artigos como formas remissivas; por exemplo, um referente introduzido por um artigo indefinido só pode ser retomado por um SN introduzido por artigo definido: “Era uma vez *um rei* muito rico que tinha duas filhas. O *rei...*” Já um SN introduzido por um artigo definido pode ser retomado por outro SN introduzido por um artigo definido: O *presidente* falou à população. O *presidente* expôs o novo programa econômico do governo.

As manchetes e títulos de notícias possuem já esse caráter de antecipar ou resumir os acontecimentos; assim, as expressões catafóricas ou anafóricas são recursos que organizam o assunto enunciado para o texto que virá a seguir.

Além dos recursos lingüísticos apresentados anteriormente – anáfora e catáfora – há a dêixis que só pode ser retomada na situação de enunciação; diferentemente da anáfora e da catáfora, que são recuperados ou retomados no próprio texto.

Esses fenômenos lingüísticos ocorrem em razão da velocidade das informações, sobretudo as eletrônicas, o que torna difícil o jornal ter notícias de primeira mão. Assim, tanto as notícias escritas, como as manchetes que as anunciam, são elementos de retomada do que já foi relatado. Praticamente, tudo o

que é escrito no jornal é anafórico, porque diz respeito a fatos que começaram antes da publicação. E os dêiticos, juntamente com a anáfora, apontam para esses fatos já conhecidos e ativam a memória do leitor.

Retomando as idéias sobre esse tipo de referencial, Maingueneau (2002:179-180) faz as seguintes considerações:

Para sermos mais precisos, não é um enunciado que faz referência: é o enunciador que, por meio de seu enunciado, deixará passar ao co-enunciador *as instruções* necessárias para identificar os referentes por ele visados em um determinado contexto. A referência é, portanto, uma atividade que implica a cooperação dos comunicadores e poderá malograr, caso o co-enunciador, por exemplo, se engane de referente.

Tanto o leitor, como o redator de um jornal, segundo as ponderações de Maingueneau, precisam conhecer o assunto e as suas referências contextuais; caso contrário, não haverá entendimento da informação veiculada pelo jornal.

Chamar a atenção do leitor é um dos principais, senão o principal objetivo da manchete e do título de notícias. Quando esse propósito é alcançado, significa que houve eficácia na sua realização.

As manchetes jornalísticas são, portanto, escolhidas, redigidas e cuidadosamente estudadas. Sua elaboração procura trabalhar o imaginário do leitor e as possíveis inferências que ele possa fazer.

5. MODALIDADES LINGÜÍSTICAS

A sociedade humana se desenvolveu, sobretudo, com a fala e só bem adiante passou a ser letrada. Antes do advento da escrita, o homem sentava-se em volta do fogo e relatava a seus pares fatos, casos, histórias, conceitos, experiências que eram repassados aos outros membros do grupo e assim sucessivamente, de geração a geração.

Dessa forma, a transmissão do conhecimento e as experiências vividas eram feitas por meio da linguagem oral. Ainda hoje, em grande parte, é assim; quase a totalidade de nossas ações diárias manifesta-se pela fala: pedidos de informação, recados telefônicos, bate-papos, conversas formais, palestras, aulas, entrevistas, etc.

Com o surgimento da escrita, todo conhecimento adquirido pode perpetuar-se e as experiências que, antes eram relatadas oralmente, puderam ser fixadas em caracteres gráficos. O que antes era compartilhado em grupo em torno de um fogo, passou a ser um ato solitário de leitura.

A linguagem, conseqüentemente, por meio da fala e da escrita, representa a expressão direta compartilhada entre os homens e, como se observa, ajudou a sociedade humana em sua organização.

A linguagem humana apresenta, pois, duas modalidades: a falada e a escrita. Ambas pertencem ao mesmo sistema, mas o modo como são realizadas apresenta muitas diferenças, sendo o resultado, portanto, também diferente. Com efeito, fala e escrita apresentam diferenças⁵ no processo de produção, no entanto, há mais pontos convergentes do que divergentes entre elas.

A fala independe de técnica específica para ser adquirida, é um processo de comunicação natural que ocorre pelo convívio humano, já que todo homem possui capacidade inerente de se expressar por ela, salvo algumas exceções de ordem física (surdez, por exemplo) ou psicológica.

⁵ Kato (1998: 30) diz que a fala e a escrita “apresentam uma *isomorfia parcial*, porque fazem a seleção a partir do mesmo sistema gramatical e podem expressar as mesmas intenções”.

A escrita está vinculada à escolaridade; é uma técnica complexa que requer destreza e condição motora do indivíduo em sua aquisição. Contudo, não se podem separar as duas modalidades: fala de um lado e a escrita de outro, como se fossem duas realidades distintas e situadas em dois extremos. As relações entre elas são extensas e, ao contrário do que muitos pensavam, há mais semelhanças do que contrastes entre a língua falada e a língua escrita.

Pode-se dizer que a oposição entre as duas modalidades concentra-se no contexto, no texto e na funcionalidade; uma conferência oral, por exemplo, está mais próxima de um texto escrito acadêmico pela utilização de vocabulário específico, técnico, culto, até mesmo erudito, e por construções frasais complexas, com grande número de orações subordinadas, enquanto, diferentemente, conversas *on-line*, que são escritas, por exemplo, assemelham-se mais a um bate-papo entre amigos numa mesa de bar, em que há frouxidão na sintaxe, vocabulário limitado, construções frasais simples, freqüentemente articuladas por *e* e *mas* que, na linguagem falada funcionam, muitas vezes, mais como marcadores conversacionais do que como conectivos.

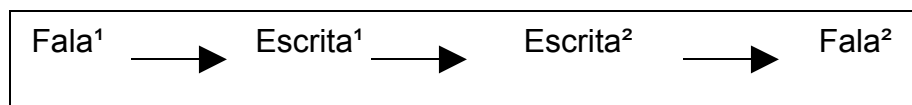
Há comunicações escritas que são intermediárias, já que se situam num *continuum* entre a fala e a escrita em termos de concepção: são cartas familiares, mensagens eletrônicas. São textos que estão a meio caminho do que é característico da fala e da escrita.

Assim, apesar de a língua falada ter natureza distinta da língua escrita, elas não são estanques, havendo influências de uma sobre a outra. Marcuschi (2001:18) explica que qualquer povo tem tradição oral, mas somente alguns possuem a tradição escrita que acaba sendo mais valorizada socialmente do que a fala. Todavia, esse autor mostra a relevância que cada modalidade possui na sociedade, não havendo primazia de uma sobre a outra:

Contudo, mais urgente (e relevante) do que identificar primazias ou supremacias entre oralidade e letramentos, e até mesmo mais importante do que observar oralidade e letramentos como simples modos de uso da língua, é a tarefa de esclarecer a natureza das práticas sociais que envolvem o uso da língua (escrita e falada) de um modo geral. Essas práticas determinam o lugar, o papel e o grau de relevância da oralidade e das práticas do letramento

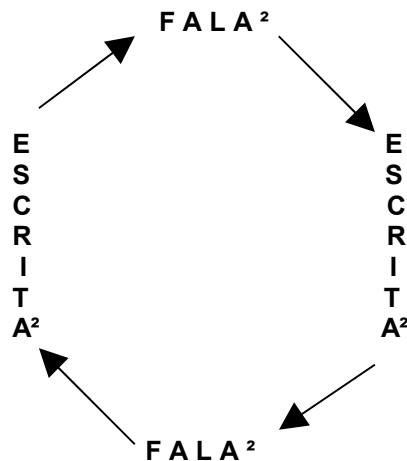
numa sociedade e justificam que a questão da relação entre ambos seja posta no eixo de um contínuo sócio-histórico de práticas. Este contínuo poderia ser traduzido em outras imagens, por exemplo, na forma de uma gradação ou de uma mesclagem. Tudo dependerá do ponto de vista observado e das realidades comparadas.

Quanto maior for a prática do indivíduo com o texto oral e escrito, mais condições haverá para que possa produzir textos semelhantes em relação às duas modalidades. No esquema abaixo de Brown, veiculado por Kato (1998:11), a autora mostra a evolução, a íntima relação que há entre o texto oral e o texto escrito em que, num primeiro momento a fala influencia a escrita e, num segundo momento, a escrita passa a influenciar a fala:



A *fala¹* se distancia da *escrita²* por se tratar de língua falada pré-escolar em que ainda não ocorreu a influência da escrita. A *escrita¹* é espontânea e próxima da fala natural; a *escrita²* e a *fala²* constituem um contínuo, pois se localizam no intra e pós-escolar. Nos extremos desse esquema encontramos os textos característicos de cada uma dessas modalidades.

Contudo, com a gradativa interinfluência entre *fala²* e *escrita²*, à medida que o usuário se torna cada vez mais letrado, podemos constituir um outro esquema:



O esquema acima representa um contínuo em que o usuário letrado emprega uma linguagem falada semelhante à linguagem escrita e vice-versa. Essa estreita relação possibilita, muitas vezes, a mistura de características próprias de cada uma das modalidades. É justamente por essa identidade e íntimo contato entre fala e escrita que as convenções da gramática aparecem no texto oral e a espontaneidade da fala aparece no texto escrito.

Apesar dessa profunda conexão entre a língua falada e a língua escrita, ambas preservam suas características individuais que serão vistas a seguir que, de certo modo as distinguem.

Observa-se, então, que não há uma linha divisória entre a fala e a escrita; elas não se excluem, existe um amalgamento entre essas duas modalidades que é o fator que mais enriquece a linguagem e a comunicação humana.

No passado, os gramáticos e outros estudiosos da língua sempre valorizavam mais a modalidade escrita do que a modalidade falada. Contudo, após estudos de vários pesquisadores, esse posicionamento vem se modificando, já que, como pode ser observado, as diferenças formais entre fala e escrita não são tão evidentes. Na verdade, como vimos, há mais semelhanças do que diferenças.

Urbano (1998:131) explica essas situações em que fala e escrita constituem textos que se incorporam:

Há, na verdade, textos escritos que se parecem com “falas”, dada a presença neles de marcas de oralidade e de linguagem popular. Isso acontece, ou por ignorância e despreparo daquele que escreve em relação às normas da língua escrita, ou por uma questão consciente de estilo. O inverso também pode ocorrer: textos falados que reproduzem uma estruturação frásica e cuidados próprios da língua escrita. Aqui o fato se explica, entre outras razões, pelos hábitos lingüísticos arraigados, adquiridos por força de vários fatores, e transferidos natural e inconscientemente para o uso da fala diária.

Sobre esse fato, um outro aspecto pode ser lembrado: o de que todo usuário da língua, num contexto de comunicação, para entender seu interlocutor e ser

entendido por ele, precisa perceber a adequação de assunto e de linguagem. Se isto não ocorrer, há o risco de a comunicação não ser instaurada com eficácia.

Em situação de escrita, esse fenômeno também pode se repetir, se o escritor ou o redator não tiver receptividade do seu texto pelo leitor. Quanto maior o grau de escolaridade, menor ou quase nenhum traço de oralidade terá o texto; quanto menos escolaridade possuir o leitor, maior será o grau de oralidade. É o que ocorre com jornais tradicionais que têm público mais escolarizado e podem estruturar suas informações em textos mais formais e complexos. Jornais populares, com público de nível cultural mais baixo, fazem uso de expressões recorrentes na língua falada e têm estruturação frasal mais simples. Esses aspectos lingüísticos são fenômenos habituais nesse tipo de publicação.

Tomemos como exemplo uma manchete secundária, publicada no *O Estado de São Paulo*, 1ª página, e uma manchete publicada, no *Jornal da Tarde*, 1ª página, ambas no dia 14 de agosto de 2006, sobre o confronto entre uma organização criminosa contra órgãos governamentais e empresas de notícias:

“Jornalista daTV Globo é solto” (*O Estado de S.Paulo*)

“A luta é nós e vocês” (*Jornal da Tarde*)

O Estado publica uma manchete secundária que estava posicionada no canto direito, no alto da página, com destaque pequeno, já que não era a manchete principal do jornal. Essa manchete secundária se refere a um fato acontecido na cidade de São Paulo, provocador de grande impacto na população: o seqüestro de um jornalista da TV Globo. O registro lingüístico empregado é o padrão culto, de estruturação canônica de frase na voz passiva. É uma reprodução frásica típica da língua escrita, sem qualquer vestígio que a identifique com alguma característica da língua falada.

A manchete do *Jornal da Tarde*, por outro lado, é a transcrição fiel da fala, de cunho ameaçador, de um dos membros dessa organização criminosa. O registro lingüístico utilizado é o da fala popular, sem preocupação com as normas

gramaticais. Esse texto escrito apresenta fortes marcas da oralidade que o aproximam de uma linguagem menos preocupada com as regras da gramática e, ao fazer a escolha desse registro, típico das camadas menos escolarizadas da sociedade, o jornal se identifica com o seu leitor, procurando chamar-lhe a atenção por meio da linguagem, para esse contexto de violência.

Observa-se que a frase subverte as normas da linguagem culta, não há grande apego à concordância e à regência: “A luta é nós e vocês” em que o correto seria “A luta somos nós contra vocês” e da fonologia: “nóis” por “nós”. É uma frase marcada pela oralidade, tão comum entre a os membros da população menos escolarizada, da qual os marginais pertencem.

Com esse tipo de manchete, o jornal teve a intenção de ironizar o governo pelo descaso com a segurança pública e chamar a atenção para o fato de que, quando falta incentivo à educação, à cultura, o aumento da criminalidade é consequência inevitável.

Vemos, assim, que ambos os jornais se ajustam ao código lingüístico de seus leitores. *O Estado de S. Paulo*, mais sóbrio e mais contido, informa o desfecho do episódio, enquanto o *Jornal da Tarde*, mais chamativo, relata o conteúdo ameaçador da fala dos marginais, revelada em uma fita de vídeo que foi a causa do seqüestro do referido jornalista. São posturas diferentes e linguagens diferentes para o mesmo fato que os jornais noticiam, atendendo às características culturais de seus leitores.

Como vimos, dependendo dos interlocutores ou dos leitores, há uma variedade de usos lingüísticos na transmissão da mensagem. Os textos, tanto orais como escritos, são estruturados de acordo com as informações e a imagem que o locutor/redator tem de seu interlocutor/leitor. Quanto mais escolarizado for o usuário, quanto maior for a sua convivência com textos escritos, mais a sua fala se assemelhará à escrita. Quando o falante não tem tanta intimidade com o texto escrito, maior será a predominância das marcas da oralidade.

A língua, em particular, na sua variante falada, não é estática; é dinâmica e não é utilizada por todos os seus usuários de forma idêntica ou homogênea. De acordo com a situação ou do contexto lingüístico, os falantes podem empregar, na

mesma língua, níveis diferentes; assim, o mesmo indivíduo não utilizará uma linguagem única para situações diferentes, como numa reunião de amigos e numa reunião empresarial.

Há variantes diferentes da língua de acordo com a região, com a classe social, com a faixa etária, com a escolaridade, entre outras, ou seja, a utilização da língua difere no tempo, no espaço, no espaço social, em uma situação comunicativa.

Com efeito, a língua nunca é única, nem permanece a mesma. De modo geral, os usuários se expressam de forma diferente, caso a situação assim necessite. Não existe uma hierarquia, nem fronteiras rígidas entre as diversas variações da língua; o que há é a adequação ao contexto (situacional e/ou lingüístico), não ocorrendo um uso que possa ser classificado de superior ou inferior.

Há muitos fatores de diversidade lingüística que podem identificar e distinguir falantes de uma mesma comunidade, geograficamente falando, por suas características decorrentes de nível cultural também diverso. Camacho (1998:30), sobre esse aspecto, diz:

Restringir a variação lingüística às relações unicamente interindividuais seria considerar que um indivíduo se utiliza constantemente das mesmas formas de expressão em uma série de circunstâncias variáveis. Um sujeito que se dirige a um dos membros de sua família, em nenhuma hipótese usará as mesmas formas de outra situação em que se encontre perante um superior hierárquico.

Prete (1984:69) explica que existe uma *atitude* lingüística consciente que leva o falante a escolher a melhor variante, o melhor nível de fala que se ajuste a determinados momentos ou situações:

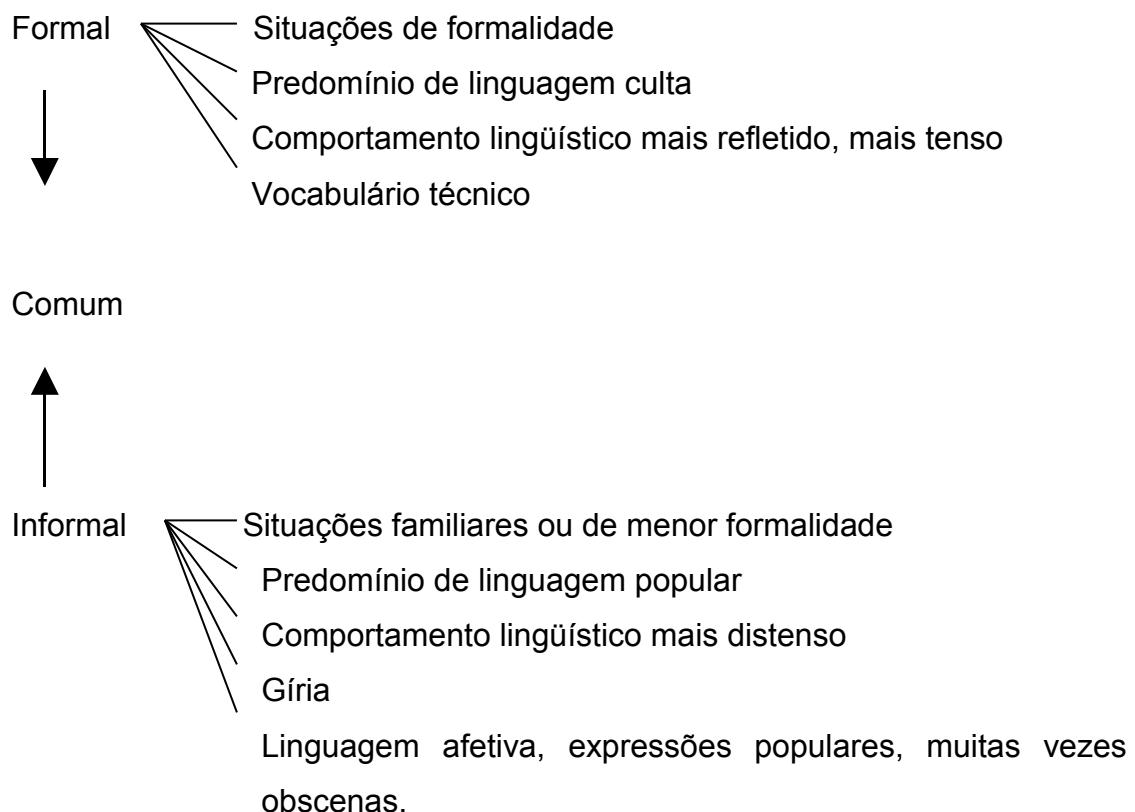
O fenômeno da *atitude* lingüística do falante, longe de ser problema metalingüístico exclusivamente individual, delimitado pela área de um idioleto ativo (quer dizer, de um determinado conhecimento lingüístico de uso ativo do falante) é, antes de mais nada, também uma *atitude* lingüística de classe, que supõe

sempre a escolha de uma linguagem, a seu ver “melhor” para certa situação.

Para se adaptar às várias situações e aos vários contextos lingüísticos que se sucedem no dia-a-dia, os falantes também procuram empregar os registros lingüísticos ou os níveis de linguagem que se ajustem adequadamente a essa diversidade de circunstâncias.

Prete (2003:39) apresenta o seguinte esquema (que adaptamos na base das reflexões de Urbano, 2000:75) que explica e classifica os registros ou os níveis lingüísticos que ocorrem em função do uso que o usuário faz da língua:

Níveis de linguagem (registros)



O *Jornal da Tarde* tem posicionamento intermediário, ou seja, está no nível comum que absorve características tanto do registro formal quanto do informal

produzindo, assim, uma nova combinação para alcançar o maior número possível de leitores.

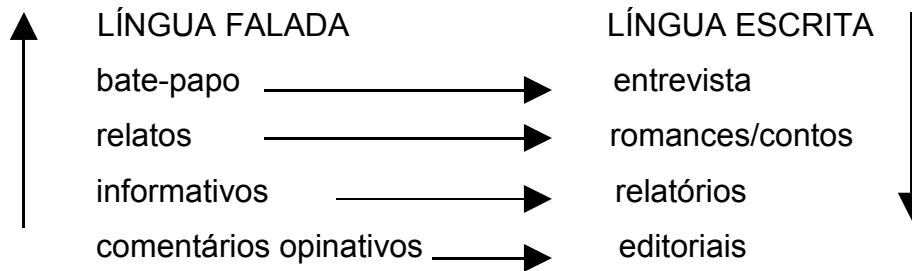
Para se fazerem compreender entre si, os membros da comunidade adaptam a sua linguagem conforme determina a situação de uso. Vale afirmar que, nem sempre o emprego do nível informal da língua possa significar que o falante desconheça o padrão lingüístico mais culto; ao contrário, revela que o usuário sabe transitar entre os níveis de linguagem e se ajustar convenientemente àquelas circunstâncias determinadas pela situação ou pelo contexto.

Assim, observamos que a língua, em particular a falada, não é única, imutável; ela é viva e, como tal, expressa as várias diversidades sociais. A língua não é homogênea e existem diversas formas de se dizer a mesma coisa. Sob esse ponto de vista, Marcuschi (1999:124) explica a heterogeneidade da língua:

Todos concordamos com o fato de que uma língua falada não é homogênea porque todas as línguas variam e são variadas. Contudo, ninguém pode deixar de admitir que a *normatividade* é um fato comum a toda e qualquer variante lingüística. Normatividade é um princípio básico de sustentação da própria noção de língua e se acha ligada à noção de sistema. O que se pode afirmar é a existência da diversidade de normas da língua, mas não a sua ausência, pois neste caso teríamos o caos lingüístico.

A língua escrita é mais estável do que a língua falada, justamente por estar, em princípio, sujeita à prescritividade; porém, recebe constantemente a influência da língua falada que vive em contínua ebulição.

O usuário, na verdade, nunca emprega uma única variedade de língua falada e uma única de língua escrita. Ele utiliza variedades de fala e variedades de escrita que o tornam, assim, um pluridialeto numa mesma língua. Vejamos alguns exemplos de gêneros textuais em que as variedades lingüísticas, dependendo do uso e do contexto, vão do mais informal ao mais formal:



Esses gêneros dizem respeito aos vários empregos da língua, tanto oral como escrita. A multiplicidade de usos reflete a dinamicidade dessas duas modalidades lingüísticas que determina não uma polaridade, mas uma constante inter-relação.

Na verdade, o que se pode depreender é que falar e escrever nunca serão atividades iguais. A espontaneidade e a expressividade da primeira se contrapõem ao mecanicismo e elaboração estudada da segunda.

Talvez o prestígio desfrutado pela modalidade escrita seja conseqüência, entre outros motivos (o motivo normalmente dado como principal é o prestígio que a própria comunidade lhe atribui), à sua perenidade, ao seu poder de registrar graficamente textos. Ao contrário, a fala é fugaz e o seu registro verbal, na maioria dos casos, não se repete ou não é formulado da mesma maneira. No entanto, apesar dessas diferenças formais, fala e escrita são modalidades inseparáveis e dependentes entre si. No que se refere à evolução, entretanto, a linguagem oral está sempre um passo à frente da linguagem escrita.

5.1. CARACTERÍSTICAS DA LÍNGUA FALADA

A língua falada é um privilégio e um patrimônio de todo ser humano; é a forma mais primitiva e eficiente da comunicação humana. Por meio dela o usuário entra em contato com o mundo e com os seus pares. A maneira mais comum de o homem comunicar-se e interagir com os seus semelhantes é pela conversação, cujos interlocutores estão em presença.

Ong (1998:15) aborda essa dimensão que representa a língua falada como um fenômeno intrínseco na existência do homem e aponta outros fenômenos que se unem a ela para dar eficiência à comunicação:

Os seres humanos comunicam-se de inúmeras maneiras, fazendo uso de todos os seus sentidos: tato, paladar, olfato e especialmente visão, assim como a audição (Ong 1967, pp. 1-9). Algumas comunicações não-orais são extremamente ricas – a gestual, por exemplo. Contudo, num sentido profundo, a linguagem, o som articulado, tem importância capital. Não apenas a comunicação, mas o próprio pensamento está relacionado de forma absolutamente especial ao som. Todos nós ouvimos dizer que uma imagem vale mil palavras. No entanto, se essa afirmação é verdadeira, por que ela é feita com palavras? Porque uma imagem vale mil palavras apenas em certas condições especiais – que comumente incluem um contexto de palavras em que está situada a imagem.

Na prática, a língua falada e a língua escrita se amalgamam, estabelecendo um entrelaçamento entre si sem limites claros. Urbano, em artigo mais recente (2006:42), após reflexões mais aprofundadas e teorizadas quanto ao “meio” e a “concepção” de produção de textos, caracteriza da seguinte forma a língua falada:

A ‘língua falada prototípica’, a língua falada propriamente dita, seria então uma atividade social verbal de produção de texto. É exercida oralmente, graças a um sistema de sons articuláveis, no tempo real, em contextos naturais de produção, incluídos outros elementos de natureza corporal, que preenchem, em teoria, “todas as condições lingüístico-textual-discursivas” concebidas para um texto falado. Em outras palavras, possui, do ponto de vista medial, caráter fônico, e do ponto de vista concepcional, as condições de comunicação, que vão permitir as “estratégias de

formulação” e imprimir as “marcas de verbalização” ideais de um texto essencialmente falado.

Ainda assim, há um conjunto de fenômenos verbais e não-verbais que se alia à língua falada e determina suas características específicas, entre as quais:

- espontaneidade
- não planejamento prévio ou planejamento prévio parcial
- fragmentação
- expressões faciais e corporais, gestos, mímicas, pausas
- modulação da voz
- truncamentos, cortes abruptos, repetições, correção, interferências extra-contextuais
- uso de expressões populares
- interlocução face a face
- textos simples, estruturas fráscas truncadas

A despreocupação com as normas gramaticais é recorrente na língua falada sobretudo a informal; contudo a maioria dos falantes sabe como usar a língua, mesmo não tendo conhecimento profundo dessas normas.

Preti (2004:125) afirma que “a língua falada é organizada, não propriamente como a escrita, mas tem uma gramática própria que os falantes aprendem no uso diário e cujas categorias de análise diferem da gramática da língua escrita”. As diferenças de organização são observadas, por exemplo, na estruturação das frases: na língua falada os períodos são simples ou com frases justapostas, aparecem gírias, frases feitas, clichês, provérbios.

O modo de produção do texto falado é marcado pela presença de dois ou mais interlocutores, cujo assunto da conversação é construído passo a passo, levando-se em conta, além do aspecto sonoro, os situacionais. O texto falado é marcado pela espontaneidade, por demonstrar-se aberto e explícito durante a sua

construção por ser um ato de realização coletiva e também por apresentar caráter impreciso.

O texto oral ou não é planejado previamente ou apresenta planejamento prévio apenas parcial, pois é produzido à medida que se fala. Pode-se planejar o tema ou o assunto, mas o modo de sua realização ao longo do desenvolvimento da conversação não pode ser previsto. Os interlocutores não podem antever as hesitações, as pausas, as repetições, as interrupções, desvios do próprio assunto da conversação. Urbano (1998:134) explica ainda que, “por natureza, todo planejamento é flexível, do que decorre ser difícil que qualquer texto seja planejado prévia e cabalmente de maneira definitiva e irreversível”.

Todavia, conforme o ato conversacional vai se desenvolvendo pode acontecer, dependendo do(s) tema(s) abordado(s), um replanejamento em que se observa a necessidade de se reestruturar a organização discursiva do texto para que os interlocutores continuem a cooperar entre si e a participar da conversação. Como a fala sofre imprevistos e é construída momentaneamente, pode desviar-se do tema ou produzir falhas e desvios lingüísticos e pragmáticos, não havendo possibilidade de apagar o que foi dito. Assim, o texto precisa ser reformulado durante o ato conversacional.

Durante o ato de fala, os interlocutores ocupam o mesmo espaço e têm participação direta no processo de produção do texto, já que a sua construção é simultânea e é consequência de um trabalho em que há cooperação entre os falantes. Eles compõem o texto, conforme se desenvolve a conversa e as retomadas e reformulações são presenciadas *in loco*. Segundo Urbano (2000:88) se os interlocutores tentam planejar o assunto da conversação, essa possibilidade pode ser admitida; contudo, poucas são as condições de haver o planejamento verbal e, se houver, dificilmente é posto em prática.

Na língua falada ocorrem muitas pausas, alongamentos e repetições que propiciam a seus interlocutores organizar o texto em execução. Ong (op.cit.:51-52) explica como esses recursos de organização textual do texto oral são importantes para que o locutor tenha controle sobre o assunto desenvolvido e funcionam como estratégia para manter o seu interlocutor atento:

A necessidade que sente o orador de prosseguir enquanto está repassando em sua mente o que dizer em seguida também favorece a redundância. No estilo oral, embora a pausa possa ser benéfica, a hesitação é sempre prejudicial. Por conseguinte, é preferível repetir algo, se possível engenhosamente, a simplesmente parar de falar enquanto se está à procura da idéia seguinte.

Quanto à hesitação, Marcuschi (1986:27) tem postura diferente, pois ele afirma que “uma hesitação, por exemplo, pode ser um convite à tomada de turno, e, por vezes, o ouvinte chega mesmo a concluir o turno do falante numa espécie de co-autoria”. Mais adiante, ele completa, dizendo que as hesitações podem servir na organização e planejamento interno do turno e dá ao falante a oportunidade de ele ganhar tempo para se preparar.

O não planejamento ou o planejamento prévio apenas parcial que é uma das características marcantes da língua falada confere-lhe caráter fragmentário que se constata durante a construção do texto, mas não deixa de dar-lhe espontaneidade e intuição que são peculiares na fala que não apresenta modelos pré-estabelecidos, a não ser uma forte relação com o contexto.

Como o texto falado é um trabalho em que há cooperação dos interlocutores que o compõem em conjunto e simultaneamente, o planejar torna-se tarefa muito pouco executável. O que direciona qualquer ato de fala é a manutenção do eixo temático, condição para que a conversação se desenrole.

Dessa forma, conclui-se que a única etapa concreta de planejamento prévio de um texto falado é a temática; o seu desenvolvimento será executado de acordo com as circunstâncias situacionais e contextuais, das informações e do conhecimento de cada interlocutor.

O homem é, por natureza, um ser interativo e a comunicação entre seus semelhantes é imprescindível para a sua plena convivência social. Dessa forma, a interação é fundamental para que atos de fala se desenvolvam totalmente. Existem graus de interação, já que, por exemplo, em um ato conversacional o envolvimento entre os interlocutores é maior do que na escrita em que há o distanciamento entre o escritor e o leitor. Na fala os interlocutores estão *in*

praesentia, face a face e na escrita, estão *in absentia*, à distancia, distinguindo-se, portanto, basicamente, dois tipos de interação: a interação que se estabelece na produção de textos falados e a interação que ocorre na produção de textos escritos.

Alguns são interativos, outros, nem tanto, como conferências ou transmissões radiofônicas.

No primeiro caso, a interação é mínima em que a intervenção do interlocutor só é possível com o consentimento do locutor. Nas transmissões de rádio existe uma espécie de interação à distância que não é, evidentemente, tão íntima como a que é feita face a face.

Como bem observa Brait (1995:194), a interação não significa somente cooperação, solidariedade entre os interlocutores, mas também um jogo de linguagem em que há debate, disputa, divergência de opiniões durante o desenvolvimento de um determinado tema.

Segundo a mesma autora (op.cit.:194), a interação representa, assim, um jogo verbal e não-verbal em que se registra, de modo negociado, a troca de informações e a partilha de conhecimentos:

A abordagem interacional de um texto permite verificar as relações interpessoais, intersubjetivas, veiculadas pela maneira como o evento conversacional está organizado. Isso significa observar no texto verbal não apenas o que está dito, o que está explícito, mas também as formas dessa maneira de dizer que, juntamente com outros recursos, tais como entoação, gestualidade, expressão facial, etc., permitem uma leitura dos pressupostos, dos elementos que mesmo estando implícitos se revelam e mostram a interação como um jogo de subjetividades, um jogo de representações em que o conhecimento se dá através de um processo de negociação, de trocas, de normas partilhadas, de concessões.

Kerbrat-Orecchioni (2006:140-1) apresenta opinião semelhante sobre as negociações que são inconscientemente instauradas no ato conversacional e que implicam um papel de construção coletiva flexível:

Nessa empreitada de co-construção da interação, os mecanismos desempenham um papel ainda mais importante à medida que as

regras conversacionais tornam-se, em geral, relativamente flexíveis; ora, **quanto mais flexível for um sistema de regras, mais ele deixará espaço para a negociação** (para nos convenceremos, basta, por exemplo, que comparemos a maneira como os carros e os pedestres cruzam na rua, sendo, freqüentemente, obrigados a fazer avanços e recuos para evitar a colisão).

Cruzamos repetidas vezes com essa noção de negociação: **as negociações conversacionais podem, com efeito, ser encontradas em todos os níveis do funcionamento da interação**. Assim, podemos negociar: o contrato de comunicação, o tipo de troca no qual nos encontramos envolvidos, seu cenário global, sua organização local, a alternância dos turnos de fala, os temas da conversação, a adequação dos signos produzidos, a significação das palavras e dos enunciados, as opiniões emitidas de ambos os lados e os diversos aspectos da relação interpessoal.

Como se vê pelo exposto, a interação não é tarefa fácil. É preciso que os interlocutores tenham em mente que interagir entre si, instaurar a comunicação e serem bem sucedidos nessa tarefa se exige alto grau de compreensão em que não pode haver espaço para atitudes egoístas.

A dinâmica da interação implica uma freqüente troca entre o *eu* e o *você* e as estratégias que estão implícitas nessa cumplicidade ou disputa. O pronome *eu* traz a marca da subjetividade no partilhamento das idéias e quanto mais é enfatizado, menor é a distância entre seus interlocutores.

Com relação ao pronome de tratamento *você*, num processo dialógico ele pode indicar também intimidade, se for o outro interlocutor na conversação e, nesse caso, a interação é mais envolvente. Entretanto, se *você* for um interlocutor hipotético ou presumido em que há referência, não a um indivíduo específico, mas a uma totalidade de pessoas, de modo indefinido, a aproximação interativa ocorre com menor envolvimento, embora também seja compartilhada. Preti (2002: 59) explica que o emprego do pronome *você*, nesse caso, representa uma força argumentativa de grande expressividade:

O uso da forma pronominalizada *você*, nesse sentido genérico (o que pode ocorrer com o pronome *eu*), serve, na interação, para imaginar, não o que o interlocutor, mas qualquer outra pessoa

possa vir a fazer. Constitui um elemento expressivo, pois reforça os argumentos do falante, aproxima-o do interlocutor e contribui para dramatizar o diálogo.

A interação só é possível se os interlocutores tiverem cumplicidade, o mesmo interesse pelo assunto abordado, concordância em vários aspectos ou discordância negociada. Desse modo, a interação se caracteriza por situar os interlocutores, durante o ato conversacional, no mesmo contexto em que se manifestam iniciativas favoráveis ou desfavoráveis sobre o tema em questão.

Assim, uma intensa interatividade se instaura no texto falado quando ambos os interlocutores compartilham as mesmas idéias, apresentam nível cultural semelhante e possuem papéis sociais específicos que os fazem ter os mesmos interesses temáticos.

Segundo Bakhtin (2004:112) são as condições reais de enunciação que determinam a interação entre os interlocutores que devem se situar não só no mesmo patamar social, mas também no mesmo padrão lingüístico; caso contrário, deve haver uma adaptação às condições verbais:

Com efeito, a enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo seu representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor. *A palavra dirige-se a um interlocutor*: ela é a função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos (pai, mãe, marido, etc.). Não pode haver interlocutor abstrato; não teríamos linguagem comum com tal interlocutor, nem no sentido próprio nem no figurado.

Durante todo o processo do ato conversacional, há uma progressiva interação entre os interlocutores que são impelidos por uma motivação que busca a cooperação ou a reciprocidade no desenvolvimento do diálogo. Urbano (2000:89) explica que “a dialogicidade está presente em qualquer discurso”. Mais adiante, falando sobre a interação, complementa:

(...) a interação é uma atividade cooperativa, estabelecendo-se uma cumplicidade de ações coordenadas, complexas e intercambiadas entre os participantes, gerando, na realidade, sobretudo na conversação, um “produto textual coletivo”.

O que se denota sobre a interação, pela breve exposição acima, é que é uma atividade conversacional complexa e fundamental na comunicação humana e as soluções e mesmo os desencontros, surgidos no próprio desenvolvimento dialógico, são fenômenos recorrentes que refletem a dinâmica e o grau de compartilhamento ou comprometimento entre os interlocutores sobre os assuntos abordados durante seus atos de fala.

A característica marcante da fala é o diálogo, ou seja, a organização conversacional em que os interlocutores fazem a alternância no posicionamento de falante e ouvinte durante a conversação.

O diálogo é construído em conjunto, com troca de informações e representa um jogo em que cada interlocutor visa, em muitos casos, sobrepujar o outro. Como a linguagem é, em primeira instância, uma atividade dialógica, a troca de informações, de formulações de perguntas e respostas, de concordância e discordância sobre os tópicos conversacionais representa procedimentos básicos da conversação. O diálogo é centrado e simultâneo, ou seja, deve haver acompanhamento do assunto desenvolvido e identidade temporal, mesmo que isso ocorra em espaços distanciados (telefonemas).

Difícilmente os diálogos são disciplinados, em que interlocutores obedecem às regras da conversação: falar um de cada vez, respeitando a troca de turnos (em entrevistas de emprego, por exemplo, em que existe uma hierarquia a ser obedecida, a regra básica da mudança de turno é recorrente). A norma geral da conversação de fala um por vez é freqüentemente quebrada, pois os diálogos são, via de regra, tumultuados, os interlocutores falam ao mesmo tempo, interceptam um a fala do outro, fazem pausas inesperadas, há as hesitações, desviam-se do assunto, retomam-no.

Difícilmente, durante o ato dialógico, quando os interlocutores estão em posição de igualdade, de equivalência cultural e de proximidade, há simetria. Na conversação simétrica, os interlocutores são solidários e contribuem para que haja

um efetivo engajamento nos assuntos abordados. Galembek (1995:71) explica que “a situação de simetria é caracterizada por uma alternância contínua nas posições de falante e ouvinte, pois ambos os interlocutores participam da construção e desenvolvimento do tópico conversacional”. Por outro lado, Marcuschi (1986:16) diz que nos diálogos simétricos “os vários participantes têm supostamente o mesmo direito à auto-escolha da palavra, do tema a tratar e de decidir sobre seu tempo”. O próprio autor sabe que a condição exposta é hipotética, já que as diferenças sócio-econômicas e culturais dificultam a participação dialógica em condições de igualdade.

Na conversação assimétrica, um dos interlocutores domina o diálogo e o conduz, isto é, segundo Galembek (op.cit.:58) “ocupa a cena”, fazendo interferências referenciais que desenvolvem o tópico conversacional, enquanto o outro interlocutor apenas dá algumas contribuições secundárias.

Com efeito, só em diálogos ritualizados é mais regular a obediência ao princípio básico de falar um de cada vez. Normalmente o que ocorre são situações de descontinuidade do assunto, interrupções, pausas breves ou longas, interferências extralingüísticas, etc.

Existem elementos no texto falado que contribuem para que a conversação se instaure e se efetive. São elementos que funcionam como recursos de interação, de coesão e coerência. Denominam-se *marcadores conversacionais* que podem ser: a) lexicalizados: **mas, e, certo? , eu acho que**, etc. e b) os não lexicalizados: **hum, hum, ah!**, etc. Além desses elementos, há as pausas, gestos, expressões faciais, mímicas.

Urbano (1995:85) explica a funcionalidade que os marcadores conversacionais emprestam ao texto falado:

Esses elementos, típicos da fala são de grande frequência, recorrência, convencionalidade, idiomatidade e significação discursivo-interacional. Mas, não integram propriamente o conteúdo cognitivo do texto. São, na realidade, elementos que ajudam a construir e a dar coesão e coerência ao texto falado, especialmente dentro do enfoque conversacional. Nesse sentido, funcionam como articuladores não só das unidades cognitivo-informativas do texto como também dos seus interlocutores,

revelando e marcando, de uma forma ou de outra, as condições de produção do texto, naquilo que ela, a produção, representa de interacional e pragmático. Em outras palavras, são elementos que amarram o texto não só enquanto estrutura verbal cognitiva, mas também enquanto estrutura de interação interpessoal.

Os marcadores conversacionais ajudam, pois na construção e na estruturação do texto falado, são elementos altamente interativos, auxiliam na manutenção do turno e são importantes para dar coesão e coerência ao texto.

A língua falada é mais econômica, pois o contexto já está posto, ao contrário da escrita em que tudo precisa ser explicitado para o bom entendimento do leitor.

No texto falado, há a predominância de frases mais simples, mais curtas, organizadas em períodos simples ou períodos compostos menos complexos, como os períodos compostos por coordenação. Este tipo de construção frasal do texto falado é consequência de sua organicidade, de suas condições de planejamento e de produção. Como o texto oral é planejado majoritariamente durante a sua realização, a sua construção frasal tende a ser truncada, interrompida por elementos extralingüísticos que interferem durante o ato conversacional.

Contudo, esse processo conversacional, aparentemente caótico, não impede que haja interação e entendimento do assunto por parte dos interlocutores porque essa é a natureza de uma conversação presencial.

Pela breve exposição acima, observamos que a língua falada é intrinsecamente participativa e interacional – algo que, em outro parâmetro, a língua escrita também o é – com os interlocutores sempre tão próximos e recíprocos em seus atos conversacionais. A funcionalidade e a realização da língua falada é dinâmica, possuindo propriedades que a fazem sempre influenciar a língua escrita que esta também o faz, demonstrando que há sempre uma interinfluência contínua entre ambas.

5.2.. CARACTERÍSTICAS DA LÍNGUA ESCRITA

Falar e escrever são atividades que, embora se interfluenciando, diferem em alguns aspectos, pois, por exemplo, a fala é mais espontânea, enquanto a escrita segue imposições normativas e convencionais. Como consequência dessa rigidez, a escrita tem, sob certa perspectiva, sua liberdade criadora limitada.

Ao contrário da fala, o contexto lingüístico da escrita pode ser recuperado, na medida em que o leitor tem a possibilidade de retroceder ou de avançar no seu texto, conforme as suas necessidades.

Embora a escrita tenha surgido na vida da humanidade tardiamente, tornou-se elemento básico e importante na vida cotidiana de qualquer usuário, desde as tarefas mais corriqueiras até as mais complexas. Marcuschi (2001:19) lista os contextos mais importantes em que a escrita é empregada:

- o trabalho
- a escola
- o dia-a-dia
- a família
- a vida burocrática
- a atividade intelectual

Urbano (2006:43) aponta as características que identificam a língua escrita em condição ideal ou prototípica:

(...) a “língua escrita prototípica”, a língua escrita propriamente dita, seria uma atividade social verbal de produção de texto. É executada graficamente, graças, basicamente, a um sistema de letras articuláveis, chamado alfabeto, complementado por sinais de pontuação, de acentuação, numéricos etc., que preenchem, em teoria, “todas as condições lingüístico-textual-discursivas” concebidas para um texto escrito. Em outras palavras, possui, do ponto de vista medial, caráter gráfico e do ponto de vista concepcional, as condições de comunicação, que vão permitir as

“estratégias de formulação” e imprimir as marcas de verbalização ideais de um texto essencialmente escrito.

Talvez seja esta a maior importância da escrita: a sua perenidade ao permitir que o homem fixe seus pensamentos e idéias no papel e repasse-os aos seus semelhantes, aos seus contemporâneos e a outras gerações.

São características da escrita:

- planejamento prévio
- situacionalidade
- reformulação constante
- emprego de vocabulário preciso e adequado
- ajuste às normas gramaticais
- maior complexidade sintática
- interatividade distanciada, não imediata

Esses usos são variados e obedecem às mais diferentes situações, aos mais diversos objetivos e a várias formas de comunicação.

Escrever é um ato solitário e o escritor não consegue transmitir imediatamente a mensagem ao leitor, que não tem participação presencial na construção do texto. Ambos são protagonistas da criação textual, mas à distância, já que o redator compartilha posteriormente sua produção com o leitor. Assim, a responsabilidade do escritor é muito grande, já que ele não tem *in loco* um interlocutor com quem possa dividir o seu texto.

Muitas marcas da geração textual são apagadas, as refacções durante a produção não aparecem no universo do leitor que recebe um produto acabado. Esse processo criador é lento, o redator não possui os recursos não verbais, como os gestos, mímica, expressões faciais, etc. O redator pode determinar o tempo de produção de seu texto, reorganizá-lo, apagá-lo, escrevê-lo, reescrevê-lo, eliminar ou acrescentar idéias. Existe um planejamento coordenado que antecede a elaboração do texto em que as etapas dessa produção são traçadas e constantemente verificadas.

O escritor escolhe o tema, organiza suas idéias, planeja como pretende desenvolvê-las, elabora os procedimentos lingüísticos adotados e faz a escolha lexical. Diferentemente do texto oral que é corrigido localmente e o percurso dessa correção é vivenciado tanto pelo locutor como pelo interlocutor; na escrita, o texto é constantemente corrigido sem deixar marcas. Tudo pode ser revisto, apagado reelaborado e o leitor nunca terá conhecimento dessa reformulação sofrida pelo texto. Com efeito, não existe a pressão do ambiente, nem a presença do leitor que poderia influenciar o escritor na produção textual.

O que predomina no texto escrito é uma interação distanciada. O escritor e o leitor não interagem imediatamente como ocorre na fala, nem têm ciência direta da possível repercussão do que foi escrito, pois o autor só terá conhecimento a *posteriori*. O escritor não é pressionado durante a produção de seu texto e pode planejá-lo e replanejá-lo à vontade.

Na verdade, apesar de não existir um interlocutor presencial, ao redigir o seu texto, o escritor tem em mente um leitor em potencial. Nesse caso, pode haver interação entre eles e, se o leitor conseguir perceber qual a intencionalidade que há no texto, ele poderá dar uma resposta, ainda que tardia. Kato (1998:73-74) explica esse procedimento que enseja a interação e a interferência do leitor no texto do escritor:

O que fica claro em propostas que trabalham dentro de uma abordagem funcionalista é que o leitor é encarado como participante cooperativo de um ato de comunicação. Embora a comunicação não se dê face a face, como em uma conversação, podemos dizer que, na medida em que o leitor interage com o texto, buscando as intenções do autor por trás das palavras efetivamente escritas, ele está atuando como membro cooperativo de uma interação comunicativa.

Além da intenção que há por trás de todo texto escrito, existe um processo organizacional na sua elaboração que nos leva a entender que a língua escrita, em certos aspectos, é menos criativa do que a falada e, dessa forma, é menos livre, já que está atrelada a um sistema normativo. Gnerre (1998:15) afirma que “a língua dos gramáticos é um produto elaborado que tem a função de ser uma

norma imposta sobre a diversidade”. Todavia, a normatividade da língua é importante para pôr ordem e regular tanto o texto falado como o texto escrito, para que haja objetividade, clareza e concisão, que são vitais para todos poderem comunicar-se e entender-se entre si.

A construção frasal da escrita é mais complexa, com períodos compostos por subordinação em sua maioria. Os constituintes da oração são normalmente preenchidos (sujeito+verbo+complementos), ao contrário da língua falada que é fragmentada. As conjunções **e** e **mas**, por exemplo, são usadas em sua função sintática própria como articuladores frasais. O emprego de orações passivas é recorrente, como uma forma de não se repetir as mesmas estruturas de frase.

O vocabulário da língua escrita é preciso e adequado e, quando usado em textos formais, tende a ser conservador e diversificado. Entretanto, num nível mais coloquial, a escrita é mais espontânea e criativa, porque há uma aproximação com o vocabulário da fala, em que aparecem gírias, provérbios e outras expressões de uso popular.

Uma preocupação da língua escrita é a referenciação coesiva. Sinônimos, substituições, parafraseamento são recursos comuns usados para tornar o texto mais preciso. Há, na escrita, palavras que exercem a amarração sintática e semântica que Koch (1991:17) explica serem elementos que “estabelecem *relações de sentido*” na articulação e na estruturação do texto. Todas essas palavras possuem relações específicas, como alguns exemplos abaixo:

- conclusão: *O trem atrasou, logo todos chegaram depois do sinal.*
- causa: *Não jantei, porque estava sem fome.*
- oposição: *Embora fosse a sua vez, não foi atendido pelo médico.*
- correção: *Ninguém ouviu o discurso, ou melhor, o microfone falhou.*
- referenciação: *A discussão e, depois, a briga generalizada, tudo aconteceu na saída do jogo.*

Todos esses elementos são marcas lingüísticas que estabelecem relações e progressão textual. São mecanismos que articulam o texto, dando-lhe lógica e organização das idéias.

Como na escrita há a ausência do leitor que só terá contato com o texto já pronto, exige-se mais clareza de quem escreve para que produza um texto articulado que possa oferecer maior possibilidade de compreensão para aquele que hipoteticamente fará a sua leitura.

A linguagem jornalística é estruturada com construções simples, com o uso da ordem direta e, na maioria de seus textos, a predominância da denotação. É uma linguagem de circulação e, como tal, deve atender ao maior número possível de leitores, facilitando a interpretação da notícia, já que a informação objetiva é o compromisso do qualquer jornal.

Pimentel Pinto (2002:46) explica que “escrever bem é, fundamentalmente, escrever “certo”, o que não significa purismo, mas o pleno domínio dos recursos da língua”. Mais à frente, a autora (49-50) justifica a presença dessa flexibilização da linguagem na imprensa escrita, como um procedimento consciente e de inteira responsabilidade do redator:

A “compostura” do estilo jornalístico – sobretudo o dos editoriais, artigos de fundo, comentários de alto nível –, em face da freqüência das aventuras lingüísticas, praticadas por alguns escritores mais inclinados a trabalhar por conta própria os potenciais da língua do que acatar as suas prescrições contribui para fazer da linguagem jornalística uma espécie de língua veicular, que todos entendem e que podem mais facilmente adquirir. Assim, na imprensa diária, é muito mais na matéria assinada por jornalistas que também são literatos que ocorrem desvios afrontosos (geralmente voluntários), em relação à gramática, do que na matéria de responsabilidade do jornal.

Todavia, esse desvio proposital da norma gramatical a qual a autora se refere, restringe-se apenas às matérias assinadas que isenta o jornal das responsabilidades da correção lingüística. Não se relaciona diretamente com manchetes e títulos de notícias que estampam jornais populares, os quais representam o estilo desses jornais, a maneira como vivenciam os fatos do cotidiano. A autora pensou nos textos dos jornais que conciliam aspectos

informais da língua falada com a língua escrita culta. Hoje, mais de vinte anos depois, o texto dela representa uma análise pioneira sobre esse assunto.

Quando o *Jornal da Tarde*, (caso já analisado anteriormente) publica na página de rosto a manchete “A luta é nós e vocês”, transcrevendo com fidelidade a língua falada popular, com todos os seus desvios gramaticais, esse jornal chama a atenção de seu leitor de forma contundente e direta e mostra-lhe uma outra variedade de registro lingüístico, aquela empregada pela parcela da população com menor escolaridade.

Dessa forma, o jornal compactua com essa forma de veicular notícias, com esse tipo de manchete, com a reprodução da fala popular que representam o estilo despojado e livre de preconceitos lingüísticos.

Na imprensa escrita, a oralidade, então, se manifesta de forma a emprestar expressividade ao texto, sobretudo textos da imprensa mais popular.

Evidentemente os jornais de prestígio, os denominados sérios ou tradicionais dão prioridade à estruturação frasal que esteja de acordo com a norma culta da língua, algo que os jornais populares abdicam ao empregarem uma linguagem mais voltada à espontaneidade da fala, mais próxima da cultura popular.

Podemos exemplificar esse uso de texto informal em um título de notícia, publicado no *Jornal da Tarde*, na primeira página do caderno de Esportes, em 28/8/2006, que se refere a dois jogadores de futebol do Corinthians – Tevez e Mascherano – que saíram do time, deixando os outros jogadores e a torcida felizes:

A dupla foi embora. E todo mundo gostou.

Temos aí um texto escrito com estruturação frásica de texto falado. É composto de dois períodos simples, cuja organização sintática poderia ser estruturada em um único período composto por coordenação. No entanto, o redator, ao optar por escrever duas orações independentes e curtas, aproximou o texto escrito de uma formulação própria da língua falada: orações simples, independentes, de corte abrupto.

Segundo Moraes (1995:184) “o **e** é a mais neutra das conjunções coordenativas, caracterizando-se apenas pelo traço semântico de adição, suficiente para justificar sua função no texto conversacional”. No título em questão, a conjunção **e** é um tipo de alongamento da idéia apresentada na primeira frase, caso típico da língua falada informal. Uma estruturação mais próxima da língua escrita seria: “Todo mundo gostou de que a dupla tenha ido embora.”

Outro emprego próprio da fala popular é a expressão “todo mundo”, cuja idéia seria expressa mais adequadamente em um texto escrito culto pela palavra “todos”. Retomando a frase reformulada e refazendo-a novamente, teríamos: “Todos gostaram de que a dupla tenha ido embora”.

Confrontando-se o texto reformulado (“Todos gostaram de que a dupla tenha ido embora”) com a frase original (“A dupla foi embora. E todo mundo gostou”), observa-se que a reformulação está mais de acordo com língua falada que se vale da parataxe, enquanto na língua escrita mais elaborada, usa-se mais a hipotaxe. Assim, o texto original do título, ao empregar a parataxe, conforme o uso popular, é mais persuasivo, espontâneo e se enquadra perfeitamente aos propósitos do jornal que é chamar a atenção de seu público leitor e interagir com ele.

Os jornais de grande circulação e mais conservadores como a *Folha de S.Paulo* ou o *O Estado de S.Paulo* possuem manuais de redação que aconselham seus redatores a priorizarem o uso de uma língua simples, objetiva, mas formal. Apesar dessa recomendação, quando o contexto exige e propicia mais naturalidade, uma linguagem mais próxima da oralidade é empregada.

Observemos um fragmento de notícia da *Folha de S.Paulo*, da Folha Ilustrada (03/9/2006, p. 4), em que aparecem traços da língua oral no texto escrito:

*Logo **de cara** vemos Christian, o cirurgião **cafajeste**, em crise após ser atacado pelo maníaco sexual “the Carver”, enquanto Quentin (Bruno Campos) ganha mais destaque. **De cara**, Sean, o médico **bonzinho**, ainda tem a peculiar missão de salvar uma mulher de mais de 200 quilos que está literalmente colada no sofá”.*

O trecho, que se refere ao ator brasileiro Bruno Campos, que faz carreira em seriados norte-americanos, apresenta traços de fina ironia e de humor-negro, permeados de expressões populares, típicas da língua falada: “de cara” e “bonzinho”. Aparecem os fenômenos lingüísticos recorrentes na linguagem oral:

- a) repetição: a expressão popular “de cara” se repete, procedimento comum na fala, já que, na escrita, o emprego de sinônimos ou o emprego da referenciação para expressões equivalentes é um processo comum de reformulação que, ao contrário da fala, não aparece para o leitor ou interlocutor.
- b) diminutivo: adjetivo “bonzinho” no grau diminutivo, cujo sufixo -inho tem valor superlativo – muito (muito bom). Esse uso do diminutivo é freqüente na língua falada em que o diminutivo pode ter valor positivo (quietinho, mansinho) ou pejorativo (timinho, empreguinho). São atributos dados que dependem do contexto em que são empregados e enfatizam os sentimentos, sejam eles de valor positivo ou não. No caso do fragmento acima, o diminutivo “bonzinho” apresenta duplo valor: a idéia de bondade e de paradoxal ironia em contraste com o “cirurgião cafajeste”.

Uma outra publicação que apresenta marcas de oralidade no seu texto é a revista da Editora Abril, *Superinteressante*. Essa revista, dirigida a um público jovem, traz assuntos científicos, mas para atrair seus leitores, ao invés de empregar linguagem culta, científica, utiliza-se de uma linguagem comum, com grande incidência de expressões populares. Assim, a linguagem dessa revista que, pela sua natureza temática, deveria ser formal, culta, traz certa informalidade que torna o texto mais leve e espontâneo para assuntos, muitas vezes, áridos.

Examinemos um fragmento (setembro de 2006, p.26) sobre animais e árvores que transformam seu meio ambiente, provocando desequilíbrio:

*Uma **gangue** de búfalos está enlouquecida em Rondônia. Eles atacam tudo o que aparece. Nem onça escapa. Enquanto isso, vão destruindo uma reserva*

*Florestal. Um terror. Outro lugar arrasado por uma **gangue** é o interior do Nordeste. Mas, o bando lá é outro: o das algarobas, um tipo de árvore que está **tomando conta do pedaço**. O que uma coisa tem a ver com a outra? É que são dois exemplos de espécies “invasoras” que foram parar onde não **têm** predadores naturais e acabam se reproduzindo **feito** coelho.*

Esse fragmento apresenta:

- a) formulação frasal simples: *Nem onça escapa.*
- b) frase nominal: *Um terror.*
- c) uso impróprio do coletivo (embora, contextualizado): *gangue* por *manada* e novamente *gangue* por *conjunto*.
- d) uso de construções coloquiais: *têm* por *há/existe* e *feito* por *como*.
- e) expressões gírias: *tomando conta do pedaço* e *se reproduzindo feito coelho*.

O uso dessas expressões informais, estruturação do texto em frases simples e curtas seria uma inadequação lingüística para um texto de teor científico; contudo, o comprometimento da revista é com um público jovem e, para procurar atraí-los, faz um amalgamento da linguagem informal com a linguagem formal, o que torna o texto mais vivaz e atraente.

Os dois fragmentos brevemente analisados pertencem a publicações que são dirigidas a leitores habituados ao uso da formalidade no texto escrito; no entanto, não deixa de ser surpreendente o emprego de linguagem mais despojada, mais leve, resvalando até no humor.

O trecho abaixo é retirado do *Jornal da Tarde* (31/8/2006, 1º caderno, p.7) que, como tem público menos escolarizado, normalmente emprega linguagem mais simples. Podemos observar, comparando os três fragmentos, que há alguns pontos de semelhança no estilo lingüístico apresentado por essas publicações:

Supermercado só de calotas à beira da Rodovia Fernão Dias

*A história que contam por lá é a seguinte: uma Ferrari vermelha teria parado no acostamento da Rodovia Fernão Dias. Seu dono, um **bacanáo**, desceu do veículo e foi logo **pechinchando** o preço de uma calota...*

A reportagem fala de pessoas que comercializam calotas usadas de automóveis à beira das estradas. Podemos observar que esse trecho traz uma linguagem próxima do relato oral: “A história que contam por lá é a seguinte” é como se o redator/locutor se reportasse diretamente ao leitor/interlocutor para contar-lhe um caso absurdamente pitoresco: o proprietário de uma Ferrari pedir desconto na compra de uma calota, supostamente usada. Além do inusitado da situação, há o contraste entre os termos gírios “bacanáo” (poderoso, endinheirado) e “pechinchar” (pedir abatimento).

Por ser um jornal popular, o *Jornal da Tarde* não surpreende o seu público leitor com esse tipo de relato direto, até certo ponto intimista, resvalando na intriga. Há uma espécie de cumplicidade entre o redator e o leitor no intercâmbio das informações, muito mais próximo da língua oral do que da língua escrita.

Esses recursos de que os jornais e revistas dispõem têm o objetivo de causar impressão em seus leitores e chamar-lhes a atenção para esse tipo de linguagem impregnada de oralidade que torna o texto jornalístico mais natural e próximo da realidade vivenciada pelo leitor. A utilização dessa linguagem mais frouxa é habitual no dia-a-dia de qualquer usuário da língua no contato geral com seus interlocutores e o que essas publicações fazem é justamente aplicar a linguagem comum do cotidiano.

Ao usar essas expressões próprias da língua oral popular em textos que, por sua natureza, deveriam ser mais formais, há uma quebra de expectativa do leitor que é surpreendido com um texto mais espontâneo e vivo. O que se pode observar, então, é que existe um contínuo entre fala e escrita e vice-versa o que as tornam não diferentes, mas intimamente relacionadas.

Tudo o que foi exposto até aqui comprova essa relação próxima entre a língua falada e a língua escrita. Esses estudos representam apenas uma pequena parcela do que alguns teóricos do assunto pesquisaram e ainda pesquisam sobre essas duas modalidades lingüísticas, já que a língua falada e a língua escrita estão sempre em constante mutação o que as torna um assunto sempre inesgotável.

6. A LINGUAGEM COTIDIANA

A linguagem cotidiana é aquela que se usa na comunicação diária, é pragmática, sendo essencial, sobretudo para as tarefas mais corriqueiras do dia-a-dia. É a linguagem que apresenta variadas manifestações verbais, utilizadas nas diversas situações comunicativas.

A vida cotidiana é constituída de conceitos que guiam o nosso pensamento e a nossa linguagem nas atividades mais triviais e mais complexas. Estrutura o modo como nos comportamos e como nos relacionamos com outras pessoas. Todos esses procedimentos são realizados quase inconscientemente. Consideremos inicialmente o que dizem Lakoff e Johnson (2002:46):

Na maioria dos pequenos atos da nossa vida cotidiana, pensamos e agimos mais ou menos automaticamente, seguindo certas linhas de conduta, que não se deixam apreender facilmente. Um dos meios de descobri-las é considerar a linguagem. Já que a comunicação é baseada no mesmo sistema conceptual que usamos para pensar e agir, a linguagem é uma fonte de evidência importante de como é esse sistema.

Como o homem vive em sociedade, é pela linguagem que ele se comunica com seus pares. Essa constante e necessária comunicação faz o usuário incorporar e assimilar o que ouve e o que lê e, conseqüentemente, as mesmas estruturas lingüísticas acabam se repetindo a todo o momento.

É pela troca verbal entre os indivíduos que se conhecem o pensamento ideológico e psicológico de cada um, e, ainda, todas as circunstâncias predominantes da vida diária.

A linguagem cotidiana se realiza pela língua falada e pela língua escrita e possui, como função principal, a tarefa de fazer todos se entenderem entre si da melhor forma possível. É uma linguagem que, na comunicação diária, não exige grande esforço de reflexão em relação a tudo que se diz e se ouve. O repertório lingüístico do usuário é constituído de palavras que são de conhecimento de todos

e a sua compreensão acontece quase imediatamente. Possui um vocabulário limitado e repleto de lugares-comuns que bastam às necessidades do dia-a-dia.

Entre todas as situações diárias, das mais corriqueiras e informais às mais formais, a comunicação acontece, principalmente, por meio da linguagem oral. Nessas situações cotidianas o que predomina é uma linguagem mais despojada e espontânea, de fácil entendimento.

Na linguagem cotidiana não existe a preocupação com a norma-padrão, pois o que se objetiva, principalmente é o uso utilitário e, dessa maneira, essa linguagem abrange todo tipo de usuário, do menos ao mais letrado.

O uso utilitário da linguagem pela comunidade, no seu dia-a-dia, é reutilizado, em grande parte, pela mídia, sobretudo em textos jornalísticos escritos de cunho mais popular. Isso se compreende, pois os jornais buscam, em princípio, atender a todo tipo de leitor, em seus diferentes níveis culturais.

A sociedade moderna, marcada por constante evolução, vem se especializando tematicamente cada vez mais e isto influencia os textos jornalísticos escritos, sendo seus cadernos divididos por assuntos. Cada divisão corresponde a um caderno específico que apresenta uma variação da linguagem em consonância com a matéria: política, economia, editorial (linguagem mais de acordo com a norma padrão), esportes, variedades (linguagem mais descontraída, sem tantas preocupações formais).

A linguagem compartilhada por todos os membros de uma mesma comunidade leva-os à sociabilidade e ao acúmulo de experiências. Esses procedimentos comuns a qualquer grupo social fazem seus membros se adaptarem às situações diárias e, conseqüentemente, ampliarem seus conhecimentos na rotina da vida cotidiana.

Vivenciar a realidade e compartilhá-la com os outros membros da comunidade só é possível por meio da linguagem, mais especificamente, a linguagem cotidiana que representa a praticidade da comunicação e representa ainda, sob a perspectiva de Bakhtin (2004:42), a indicação ideológica e política dos interlocutores diante de todas as situações vividas e pensadas:

A psicologia do corpo social é justamente o meio ambiente inicial dos *atos de fala* de toda espécie, e é neste elemento que se acham submersas todas as formas e aspectos da criação ideológica ininterrupta: as conversas de corredor, as trocas de opinião no teatro e, no concerto, nas diferentes reuniões sociais, as trocas puramente fortuitas, o modo de reação verbal face às realidades da vida e aos acontecimentos do dia-a-dia, o discurso interior e a consciência auto-referente, a regulamentação social, etc.

A linguagem cotidiana é adquirida no contato diário entre falantes de um mesmo grupo lingüístico, permitindo que se dominem as várias tarefas do dia-a-dia. É nesse contato diário que ela se expressa em suas variantes: dialetos, gírias e outras expressões populares. O seu processo de transmissão é contínuo e se realiza, sobretudo, na língua falada. Ninguém está imune a esse tipo de linguagem e é o primeiro caminho que o homem trilha dentre outras variedades da língua.

A realidade do mundo cotidiano é um acúmulo de experiências que se adquire ao longo da vida, e o uso de expressões proverbiais, de gírias, de clichês, de frases feitas é realizado, principalmente pela língua oral e faz parte do campo sócio-cultural da comunidade, determinando o seu comportamento ético e moral, decodificado pela linguagem.

Em determinados momentos, o falante faz uma escolha, e esta escolha está relacionada aos níveis de linguagem e, conseqüentemente, essa escolha remete à situação que melhor se adapta ao dia-a-dia, não só relacionada à praticidade, mas também a fatores em que a teoria é exigida – o saber científico – pois a língua representa a cultura de um povo. Preti (1984:69) levanta a hipótese de que “toda e qualquer escolha de nível de fala ou registro estaria subordinada a razões exclusivamente culturais”.

Como a principal função da linguagem cotidiana é a comunicação entre os indivíduos de uma mesma comunidade, essa integração é feita, sobretudo, pela língua falada.

A modalidade escrita da linguagem cotidiana é simples, tendo naturalmente pressupostos de produção e de recepção diferentes da fala.

Pelas reflexões de Nomura (1993:33), há fatores extralingüísticos específicos da modalidade oral que, enquanto variantes da linguagem cotidiana, não aparecem na escrita:

- 1) Fatores extralingüísticos variáveis: o papel social dos interlocutores; a alternância de papéis discursivos durante o diálogo; a variedade de situações de fala: bate-papo, telefonemas, troca de informações na rua, etc.
- 2) Fatores do meio-ambiente: acontecimentos durante a conversa espontânea entre os falantes podem mudar o curso do diálogo: tilintar da campainha, toque do telefone, alguém que entra no ambiente.
- 3) Há diversidade do canal fônico em comparação com o gráfico da escrita.
- 4) O caráter único de um enunciado oral real: o que se fala não se corrige. A correção constitui um outro enunciado que não pode eliminar o primeiro. Já na escrita, normalmente a retificação não aparece no texto final, pois pode ser refeita quantas vezes seu autor pretender.
- 5) Redundância da fala oral: as repetições (que na escrita são evitadas e geralmente substituídas por dêiticos, sinônimos, etc.) são constantes na fala. A mesma informação pode ser formulada e reformulada várias vezes.
- 6) A simultaneidade de falas: há a possibilidade de interferência do outro no discurso e essa atitude de um falante intervir no discurso do outro é impossível na escrita.
- 7) As diferenças de nível estilístico: dependendo da situação, o indivíduo, ao se expressar oralmente, pode mudar o nível estilístico de seu vocabulário, mais rapidamente do que quando escreve.

A plena realização da comunicação cotidiana se dá por meio da língua falada, mas não significa que essa modalidade esteja sempre no nível informal; toda manifestação lingüística está associada às condições comunicativas e ao contexto – formal ou informal – que obedecem a normas e convenções. Ou seja, quando a

situação exige a formalidade, ela é estabelecida pelas regras da língua escrita, tais como conferências, aulas, entrevistas de trabalho, etc.

A palavra, a transmissão verbal continua a ser a mais privilegiada forma de comunicação da vida cotidiana, pois é por ela que se instaura a total comunicabilidade entre os vários interlocutores. É pela linguagem do dia-a-dia que se estabelecem as relações sociais mais diversas: encontros familiares, entre amigos, reuniões de trabalho, encontros festivos, etc.

Contudo, pela condição de existência do homem, o que predomina é a linguagem cotidiana ligada à fala e esta acaba influenciando a escrita. A escrita que se usa, na maioria das vezes, é a da comunicação diária e tem valor utilitário: bilhetes, recados escritos, e-mails, que se caracterizam pela informalidade.

O usuário não faz uso da linguagem livremente. Ele possui certo conhecimento prévio da linguagem mais adequada a ser empregada e formula seu texto, tanto falado como escrito, sob a influência desse conhecimento. Isto faz o falante ou escritor respeitar o gênero de texto que empregará, dependendo do contexto: um texto informal ou um texto mais culto.

Esse conhecimento se transforma ao longo da vivência social do indivíduo, que tem consciência dos vários gêneros textuais e de como deve usá-los, de acordo com a situação e necessidades.

A consciência que o usuário possui em relação aos vários gêneros de textos faz com que ele identifique aqueles usados nos diversos campos da comunicação: imprensa, publicidade, comunicados institucionais, divulgações, etc. Todos esses gêneros de textos são comuns no dia-a-dia e acabam influenciando o usuário em sua expressão oral e escrita, pois têm relação com a praticidade e o contexto cotidiano.

Quanto ao fato de alguns pesquisadores se referirem a gêneros, outros, como Nomura (op.cit.:39) a “tipologias textuais”, Marcuschi (2005:25) faz a seguinte distinção entre eles:

Em geral, a expressão *tipo de texto*, muito usada nos livros didáticos e no nosso dia-a-dia, é equivocadamente empregada e não designa um tipo, mas sim um *gênero de texto*. Quando

alguém diz, por exemplo, *a carta pessoal é um tipo de texto informal*, ele não está empregando o termo *tipo de texto* de maneira correta e deveria evitar essa forma de falar. Uma *carta pessoal* que você escreve para sua mãe é um *gênero textual*, assim como um *editorial*, *horóscopo*, *receita médica*, *bula de remédio*, *poema*, *piada*, *conversa o casual*, *entrevista jornalística*, *artigo científico*, *resumo de um artigo*, *prefácio de um livro*. É evidente que em todos estes gêneros também se estão realizando tipos textuais, podendo ocorrer que o mesmo gênero realize dois ou mais tipos.

Tanto textos orais como escritos variam em função de suas finalidades: informar, entreter, seduzir, instruir, convencer, emocionar, etc. A intencionalidade e a natureza do texto é que vão determinar a sua organização estrutural e seu estilo. Numerosos são os objetivos de produção dos textos no contexto social e, conseqüentemente, inúmeros são os gêneros do discurso, as formas de dizer para cada necessidade da atividade humana. Portanto, quantos forem essas atividades, quantos serão os gêneros ou as práticas discursivas.

Há ainda uma outra explicação de Marcuschi (op.cit.:22-23) sobre a distinção entre *tipo textual* e *gênero textual*:

Tipo textual: espécie de seqüência teoricamente definida pela *natureza lingüística* de sua composição (aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas). Em geral, os *tipos textuais* abrangem cerca de meia dúzia de categorias conhecidas como: *narração*, *argumentação*, *exposição*, *descrição*, *injunção*.
Gênero textual: noção propositalmente vaga para referir os *textos materializados* que encontramos em nossa vida diária e que apresentam *características sócio-comunicativas* definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Se os tipos textuais são apenas meia dúzia, os gêneros são inúmeros. Alguns exemplos de gêneros textuais seriam: *telefonemas*, *sermão*, *carta comercial*, *carta pessoal*, *romance*, *bilhete*, *reportagem jornalística*, *aula expositiva*, *reunião de condomínio*, *notícia jornalística*, *horóscopo*, *receita culinária*, *bula de remédio*, *lista de compras*, *cardápio de restaurante*, *instruções de uso*, *outdoor*, *inquérito policial*, *resenha*, *edital de concurso*, *piada*, *conversa o espontânea*, *conferência*, *carta eletrônica*, *bate-papo por computador*, *aulas virtuais* e assim por diante.

Com efeito, pelo exposto, podemos concluir que os gêneros são mais abrangentes, enquanto os tipos textuais são mais restritos, embora ambos estejam presentes em todas as atividades humanas.

Não há textos puros, sendo difícil estabelecermos diferenças entre os vários gêneros textuais, tanto falados como escritos. O que pode diferenciá-los são critérios de predominância e as marcas pragmáticas entre fala e escrita.

O homem utiliza a linguagem de acordo com as suas necessidades e nas sociedades mais desenvolvidas existe uma divisão dos modos de uso da comunicação verbal. São “campos funcionais” que se aplicam na comunicação diária, cotidiana, nas modalidades falada e escrita, chegando à linguagem científica e técnica.

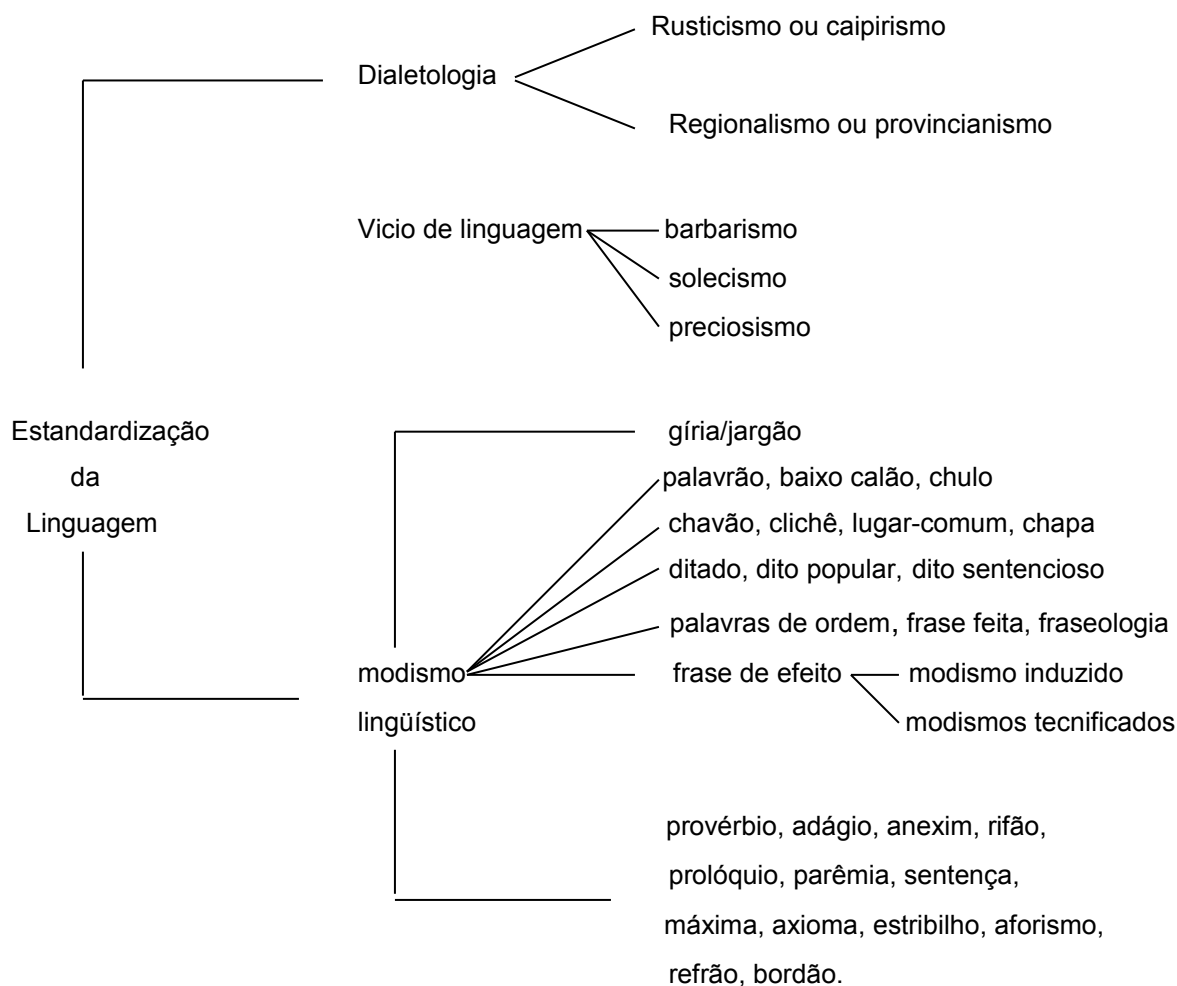
Entretanto, há os indivíduos que possuem pouca ou nenhuma escolaridade e, evidentemente, não têm condições de empregar a língua dos usuários mais privilegiados. Apesar da desigualdade cultural entre essas classes sociais, ambas recorrem à linguagem cotidiana na maioria de suas atividades diárias. Nesse sentido, as duas classes convergem no emprego da linguagem mais usual, sobretudo na sua modalidade oral.

De modo geral, todo usuário tem condições de possuir um arcabouço lingüístico que lhe possibilita comunicar-se com seus semelhantes das mais variadas formas e nos mais variados níveis, de acordo com suas necessidades e situações.

No conjunto lingüístico que todo usuário utiliza para se comunicar com seus interlocutores, podemos destacar a fraseologia, que, segundo Mattoso Câmara Jr (2000:122), reduz-se ao “estudo das Frases Feitas, isto é, fossilizadas em sua forma e seu sentido e usadas no discurso”, e a cujo conceito voltaremos no próximo capítulo.

No repertório que compõe os mais variados níveis lingüísticos, encontramos, na língua falada e na língua escrita, o que se denomina, então, fraseologia: provérbios, frases feitas, clichês, gírias, etc. Isso representa uma espécie de acervo ou patrimônio comum da linguagem, sobretudo oral, da qual todos os indivíduos da sociedade podem se utilizar.

Esse conjunto lingüístico aparece num quadro elaborado por Serra e Gurgel (2005:54), que reproduzimos a seguir, o qual demonstra muito bem, entre outros aspectos, esse tipo de estandardização, que denomina de “modismos lingüísticos”:



Do quadro acima, interessam-nos, pois, os fenômenos da linguagem contidos no **modismo lingüístico** que apresenta um rol de expressões populares da língua oral que é comumente empregado pelos diversos grupos sociais, em situações permitidas pelo contexto. Aqui modismo, segundo o autor supra (op.cit.: 64), está associado ao “equipamento lingüístico, falado e escrito, mais especificamente o falado, à realidade social dos indivíduos e grupos”. As expressões contidas na relação em que se enquadram os provérbios e seus congêneres são empregadas

comumente pelos usuários tanto em textos escritos e falados. Não são, por exemplo, da mesma natureza das gírias que têm curta duração.

Esses modismos podem, ainda, ser caracterizados como o emprego intenso de expressões, sobretudo por alguns decorrentes da mídia (rádio, TV, jornais). É um tipo de linguagem que está vinculado aos usos e costumes culturais da comunidade e varia de acordo com as circunstâncias. Surgem, então, expressões novas, criadas, que não são lexicalizadas e outras, já existentes, que têm sentido semântico diferente do original. Por exemplo, *pilotar o fogão* (cozinhar), *detonar alguém* (criticar), *corpo turbinado* (corpo forte, atlético).

Como a atividade natural e principal do homem é comunicar-se com os membros de sua comunidade e executar as várias tarefas que a vida prática lhe oferece, esse propósito só é concretizado satisfatoriamente pela linguagem cotidiana em suas várias modalidades.

7. FRASEOLOGIA POPULAR

No capítulo anterior, antecipamos a noção de fraseologia exposta por Mattoso Câmara Jr. Na seqüência, inserimos a definição com mais detalhes de Charaudeau e Maingueneau (2004:245) que explicam fraseologia como termo que “designa o conjunto das expressões cristalizadas, simples ou compostas, características de uma língua ou de um tipo de discurso”. Há semelhanças de definição entre vários pesquisadores (Lacerda et al, Magalhães Jr., J.R. de Souza e outros); entretanto, os autores acima, na mesma página, explicam que a definição dessa categoria de frase não se esgota já que afirmam que “a exaustividade parece um objetivo difícil de ser alcançado”.

Entre todos os traços relevantes que marcam em particular a língua falada, mas também a língua escrita está a fraseologia popular representada, sobretudo, pelos provérbios, frases feitas, clichês, jogos de palavras (aspecto léxico-semântico) e outras expressões de cunho popular.

O pensamento e a comunicação social estão repletos de elementos lingüísticos que denominamos como locuções populares ou fraseologia popular. São expressões que revelam o modo de conduta no cotidiano dos falantes e suas experiências que passam de gerações a gerações. Os interlocutores incorporam o discurso do outro, pois nenhuma enunciação é completamente inovadora ou inédita. Reportem-se os estudos de polifonia de Ducrot, Bakhtin, Koch, entre outros.

Classificar essas frases e expressões não é tarefa fácil, por ser difícil de exaurir-se e não se encontram critérios definitivos entre os muitos estudiosos sobre esses fenômenos lingüísticos.

Dois exemplos ilustram essa dificuldade na classificação dessas expressões: *Cobras e lagartos* e *Para inglês ver*.

Câmara Cascudo (2004:153/201) define as duas expressões como locuções ou frases feitas, enquanto Serra e Gurgel (op.cit.: 253/545) as classifica como gírias.

A conceituação (quando há) desses grupos fraseológicos (clichês, frases feitas, fraseologia, aforismos, ditos, anexins, ditados, provérbios, chavões e lugares-comuns) tem recebido muitos aportes em diversos dicionários, estando em alguns dicionários de uso geral mais fundamentada do que em outros. Os dicionários pesquisados, apesar de serem gerais, introduzem bem a conceituação dessas expressões.

Vejam alguns exemplos em que destacamos as acepções que se referem às expressões populares em estudo:

Novo Aurélio – século xxi	Michaelis	Houaiss
<p>Fraseologia (De <i>frase+logia</i>) S.f. <i>E. Ling.</i> (...) 2. Construção de frase peculiar a uma língua, ou a um escritor: <i>a fraseologia da língua portuguesa; a fraseologia de Carlos Drummond de Andrade.</i> 3. Conjunto ou compilação de frases ou locuções de uma língua.</p>	<p>Fraseologia: <i>sf Gram</i> 1. Estudo ou coleção das frases peculiares a uma língua. (...) 3. Construção de frase peculiar a uma língua ou a um escritor.</p>	<p>Fraseologia <i>sf</i> (...) 2. ESTL.GRAM o conjunto das construções mais características de uma língua ou de um escritor (<i>a f. latina</i>) (<i>a f. de Guimarães Rosa</i>) 3. GRAM LEX LING frase ou expressão cristalizada, cujo sentido ger. não é literal; frase feita, expressão idiomática (<i>p.ex., fazer uma tempestade em um copo de água</i>) 4 estudo ou compilação de frases de uma determinada língua 5. m.q. <i>FRASISMO</i>. Neste dicionário, faz-se uma diferença entre <i>fraseologia</i> (expressão idiomática) e <i>locução</i>, sendo que a primeira é mais longa e ger. possui verbo, e a segunda é um sintagma ou locução cristalizada, com sentido figurado ou não (deu-se prioridade às locuções, e poucas fraseologias são registradas) ETIM <i>frase+o+logia</i>, prov. pelo fr. <i>phraséologie</i> (1678) 'recolha de palavras feita para o estudo de uma língua, este do lat. do Renascimento <i>phraseologia</i>; ver <i>fras(e)</i>.</p>

<p>Frase feita: Sequência de palavras que funcionam como uma unidade; idiomatismo, idiotismo, frase feita, locução estereotipada, grupo fraseológico Ex: <i>ficar a ver navios; acabar em águas de bacalhau.</i></p>	<p>Frase feita: expressão estereotipada da língua.</p>	<p>Frase-feita Gram. Lex. Ling. m.q. FRASEOLOGIA (frase ou expressão)</p>
<p>Dito (Do lat. <i>dictu</i>) Adj. 1. Que se disse; mencionado, referido. S.m. 2. Palavra, expressão. 3. Sentença, frase. 4. Provérbio, ditado</p>	<p>Dito: Conceito, máxima, sentença.</p>	<p>Dito <i>s.m.</i> (...) 2. expressão, frase espirituosa, interessante, inteligente etc. (<i>durante a viagem nos divertimos com os seus d.</i>) 3. expressão idiomática, fraseologia, locução. 6. REL <i>ant</i> voto religioso dar o d. pelo não d. 1 desfazer uma combinação, promessa, compromisso etc. 2 negar o que se disse, contradizer-se, desdizer-se, desmentir-se d.popular m.q. <i>provérbio dizer ditos</i> B N E <i>infrm.</i> expressa-se com palavras obscenas ou dizer coisas obscenas.</p>
<p>Ditado V. <i>provérbio</i></p>	<p>∅</p>	<p>Ditado m.q. <i>provérbio</i></p>
<p>Anexim (ch.). (Do ár. an-nashid. “canto”; “hino”; “poema”) S.m. 1. <i>provérbio</i> (1) “um marido, não desses que justificam o <i>anexim</i>: nunca falta um chinelo velho para um pé doente – mas um marido regular, capaz de direitos e obrigações” (França Júnior. <i>Folhetins</i>. Pp.626-627) 2. Dito sentencioso</p>	<p>Anexim <i>sm</i> (ár. an-nashíd) 1. Dito sentencioso, adágio, rifão, ditado 2. Estribilho 3. ditado.</p>	<p>Anexim <i>s.m.</i> 1. sentença popular que expressa um conselho sábio; provérbio, máxima 2. ALT alcunha; dichote.</p>
<p>Aforismo (Do gr. <i>Aphorismós</i>, pelo lat. <i>Aphorismo</i>) S.m. Sentença moral breve e conceituosa; apotegma, máxima “Esse outro aspecto...está resumido, num <i>aforismo</i> que gostava [Machado de Assis] de repetir com ligeiras variações, o de que a morte é séria e não admite ironias” (Barreto Filho. <i>Introdução a Machado de</i></p>	<p>Aforismo <i>sm</i> (gr. <i>Aphorismós</i>) 1. Máxima ou sentença que em poucas palavras contém uma regra ou um princípio de grande alcance. 2. Dito sentencioso.</p>	<p>Aforismo <i>s.m.</i> 1. máxima ou sentença que, em poucas palavras, explicita regra ou princípio de alcance moral; apótema, ditado 1.1. texto curto e sucinto, fundamento de um estilo fragmentário e assistemático na escrita filosófica, ger. relacionado a uma reflexão de natureza prática ou moral.</p>

Assis, pp. 20-23		
Clichê (Do fr. <i>clichê</i>)(...) 5. Fig. V. lugar-comum .	Clichê <i>sm</i> (fr. <i>cliché</i>) (...) 4. O mesmo que <i>chavão</i> e <i>lugar-comum</i>)	Clichê s.m.(...) 3. ESTL. Frase freq. rebuscada que se banaliza por ser muito repetida, transformando-se em unidade lingüística estereotipada, de fácil emprego pelo emissor e fácil compreensão pelo receptor; lugar-comum, <i>chavão</i> (...) <i>clichê</i> SIN/VAR ver sinonímia de lugar-comum .
Provérbio (Do lat. <i>proverbiu</i>) S.m. 1. Máxima ou sentença de caráter prático e popular, comum a todo um grupo social, expressa em forma sucinta e geralmente rica em imagens; adágio, ditado, anexim, exemplo, refrão, refrém, rifão. Ex: “Casa de ferreiro, espeto de pau”, “Quanto maior a nau, maior a tormenta”.	Provérbio <i>sm</i> (lat. <i>proverbiu</i>) 1. Máxima breve e popular; adágio, anexim, ditado, rifão, sentença moral.	Provérbio s.m. 1. frase curta, ger. de origem popular, freq. Com ritmo e rima, rica em imagens, que sintetiza um conceito a respeito da realidade ou uma regra social ou moral (p.ex.: <i>Deus ajuda a quem cedo madruga</i>) 2. na Bíblia, pequena frase que visa aconselhar, educar, edificar, exortação, pensamento, máxima (<i>livros dos Provérbios</i>) ETIM lat. <i>proverbiu</i> , <i>i</i> ‘provérbio, adágio, dito, ditado, rifão, máxima; ver <i>verb(ii)o</i>); hist. sXIV <i>provérbio</i> , sXV <i>provérbio</i> SIN/VAR VER sinonímia de <i>máxima</i> COL paremiologia PAR <i>provérbio</i> (fl.proverbiar) Noção de ‘provérbio’, usar <i>antepós.</i> paremi(o)

Os dicionários têm, como finalidade primordial, informar, por meio de um conjunto funcional de vocábulos, ao usuário que os pesquisa; devem ter, ainda, um material léxico que lhes possibilite um número significativo de codificação de mensagens. Se os dicionários não cumprem essa função, estão limitados unicamente a fornecer informações restritas de vocabulário.

A maior parte dos dicionários de uso geral é de interesse de qualquer usuário, de diferentes níveis culturais que necessite deles. Muitos de seus verbetes não trazem profundidade para assuntos específicos; apenas informações genéricas.

Muitos dicionários, como vimos nos registros que aqui apontamos, exageram em suas acepções e nesse sentido, Villar (2005:193-194) explica:

Os registros que os lexicógrafos captam muitas vezes não são mais que contextualizações desses sentidos básicos. Pelo método tradicionalmente empregado nos grandes dicionários as entradas acabam com tantas acepções quantas é capaz de distinguir a sensibilidade do dicionarista ou a diversidade do material que tem em mãos, mas isso não tem fim, uma vez que cada nova tonalidade, cada nova nuance de utilização pode ser registrada como sentido ou emprego diferente.

Os dicionários de uso restrito (como os de gírias, provérbios, etc.) atendem a pesquisadores e a estudiosos de fenômenos lingüísticos específicos que buscam no conhecimento da cultura popular, sobretudo no seu registro escrito, analisar expressões empregadas na linguagem falada.

Referindo-se a dicionários de cunho geral em oposição, por exemplo, a dicionários de gíria, que são restritos a um determinado assunto, Preti (2004:77-78) faz uma análise comparativa entre ambos, em que já apontava idéias semelhantes às de Villar:

Os dicionários de língua pressupõem uma linguagem culta como base para a indicação de outras variantes lexicais, que correspondem aos vários níveis socioculturais dos falantes. Os verbetes costumam ser abonados com exemplos de autores consagrados ou com variantes de uma linguagem comum, média, representada pelo uso da mídia. Mas pesa, sobretudo, a experiência pessoal do próprio lexicógrafo (...). Os dicionários de gíria não possuem referencial básico, como os de língua, para decidir sobre o *corpus*, de natureza oral. Utilizam-se de uma documentação escrita limitada e insuficiente, em geral constituída de textos de autores cujos narradores e personagens representam mais livremente a oralidade ou, ainda, de textos da imprensa popular. A experiência lingüística do dicionarista, em geral, predomina na escolha e análise dos vocábulos, ao lado da contribuição de vocabulários que documentam a linguagem de grupos e que são incorporados ao dicionário.

O mesmo princípio de análise feito acima sobre os dicionários de gíria pode ser aplicado a outros dicionários de fraseologia popular, como os de frases feitas,

os de clichês, os de provérbios. Estes últimos, por exemplo, possuem dicionários específicos que trazem origens e suas variantes sintático-semânticas em diversas línguas, como se verá mais adiante.

No caso específico dos dicionários comuns consultados por nós (Aurélio, Michaelis e Houaiss), observa-se que todos eles trazem explicações e exemplos, ou seja, um referencial básico para a maioria dos verbetes pesquisados sobre esses grupos fraseológicos. Esses dicionários são os mais prestigiados e pesquisados pela maioria dos usuários e apresentam conceitos e sinonímias que procuram satisfazer, com eficiência, a busca empreendida. Praticamente todos os vocábulos foram conceituados (exceção ao termo *ditado* que não possui registro, como termo fraseológico, no Michaelis).

O que se deve colocar ou não em um dicionário? Como já vimos, depende da sensibilidade do dicionarista. Dicionários são obras de referência que incorporam vocábulos e estes devem apontar as necessidades dos usuários.

No entanto, dependendo do nível cultural do usuário, sobretudo se ele for leigo no assunto, alguns conceitos podem ser de difícil compreensão, já que existe tal complexidade de informação que só um especialista pode entender.

Um bom dicionarista é aquele que faz um levantamento do *corpus* na criação de seu próprio dicionário. Isto deve ser feito tendo por base, não outros dicionários, mas um *corpus* que seja relevante e representativo da língua.

Os três dicionários acima procuram atender às expectativas de pesquisadores e usuários comuns e percebe-se que, apesar de haver certas semelhanças entre eles, são bem significativas as conceituações dadas o que nos leva a crer na independência da pesquisa feita por eles.

7.1. FÓRMULAS FIXAS

7.1.1 Fórmulas fixas em geral

Fórmulas fixas são blocos de palavras ou frases repetidas e rotineiras, falados a todo instante por inúmeros usuários em determinados contextos. Entre essas fórmulas fixas consideramos os clichês, os chavões, os lugares-comuns, as frases feitas e os provérbios que, em muitas vezes, são refutados por serem vistos como linguagem vazia, sem expressividade ou originalidade. Entretanto, dependendo do caso e do uso, esse tipo de fraseologia pode ser altamente esclarecedor e apropriado, sobretudo na linguagem da imprensa escrita, como no *Jornal da Tarde*, que emprega provérbios originais ou reformulados em suas manchetes e títulos de notícias para ser criativo e fazer-se compreender pelo maior número possível de leitores.

Sobre a noção de “fórmula” Charaudeau e Maingueneau (2004:244/5) apresentam a seguinte definição:

Uma fórmula caracteriza-se por seu uso maciço e repetitivo, sua circulação em um espaço público em uma conjuntura dada. Ela é objeto de conhecimentos amplamente partilhados, mas sempre conflituosos, observados particularmente nos comentários metadiscursivos e polêmicos que acompanham freqüentemente a fórmula. Seu conteúdo referencial não é um conceito estável: ele tem um caráter metafórico, contornos imprecisos, que o tornam objeto de controvérsias, de definições contraditórias, de enfrentamentos polêmicos entre correntes ideológicas e políticas opostas ou concorrentes, que dele procuram se apropriar. A fórmula dá lugar a um número significativo de transformações e de variações parafrásticas. Aí está o seu caráter propriamente discursivo, apreensível em um conjunto de usos (Krieg,2000). No plano lingüístico, ela remete às questões de categorização nominal e de construção referencial, de paráfrase e de pré-construído, de pragmática lexical e de argumentação.

Essas expressões acabam fixando-se, por força mesmo do uso contínuo, repetitivo, tornando-se fossilizadas e, às vezes, banalizadas. Ninguém está imune à sua utilização, apesar do aspecto negativo como tais expressões possam ser consideradas. Ninguém consegue a criatividade e o ineditismo na formulação e

exteriorização de seus pensamentos o tempo todo; assim, sempre há a possibilidade de se recorrer a frases e expressões já utilizadas por outros. O que torna a utilização especial é o modo como é expressa e a recriação que é possível fazer naquilo que já existe.

Toda a sociedade, principalmente a mídia em geral, emprega essas fórmulas que têm rápida interpretação por parte do usuário, pois estão instauradas em sua cultura lingüística.

O usuário da língua tem um número infinito de frases pré-feitas para compor seu texto e tem uma infinidade de escolhas na hora da seleção léxico-sintático-semântica. A par dessas escolhas está a criatividade de cada falante e, por esse motivo, o redator recorre ao uso de fórmulas fixas como um meio de ativar a memória do leitor e despertar-lhe a atenção.

Urbano (2002:262) adverte que “é preciso, porém, ter em conta que essa infinidade de construções está sujeita a aceitabilidade dos usuários, decorrente de vários fatores, como o uso, cultura e convenções sociais”. Pode-se dizer, então, que o usuário só aceita aquilo que ele entende e que está de acordo com suas crenças, ideologia, enfim com o conjunto de seus valores socioculturais.

Bakhtin (2004:125-126) explica que essas fórmulas, denominadas por ele de fórmulas estereotipadas, são uma modelagem extremamente presencial na língua corrente da vida diária:

Só se pode falar de fórmulas específicas, de estereótipos no discurso da vida cotidiana quando existem formas de vida em comum relativamente regularizadas, reforçadas pelo uso e pelas circunstâncias. Assim, encontram-se tipos particulares de fórmulas estereotipadas servindo às necessidades da conversa de salão, fútil e que não cria nenhuma obrigação, em que todos os participantes são familiares uns aos outros e onde a diferença principal é entre homens e mulheres. Encontram-se elaboradas formas particulares de palavras-alusões, de subentendidos, de reminiscências de pequenos incidentes sem nenhuma importância, etc. um outro tipo de fórmula elaborada-se na conversa entre marido e mulher, entre irmão e irmã. Pessoas inteiramente estranhas umas às outras e reunidas por acaso (numa fila, numa entidade qualquer) começam, constroem e terminam suas declarações e suas réplicas de maneira completamente diferente. Encontram-se ainda outros tipos nos serões no campo, nas quermesses populares na cidade, na conversa de operários à

hora do almoço, etc. Toda situação inscrita duravelmente nos costumes possui um auditório organizado de uma maneira e conseqüentemente um certo repertório de pequenas fórmulas correntes. A fórmula estereotipada adapta-se, em qualquer lugar, ao canal de interação social que lhe é reservado, refletindo ideologicamente o tipo, a estrutura, os objetivos e a composição social do grupo. As fórmulas da vida corrente fazem parte do meio social, são elementos da festa, dos lazeres, das relações que se travam no hotel, nas fábricas, etc. Elas coincidem com esse meio, são por ele delimitadas e determinadas em todos os aspectos.

A idéia definida por Bakhtin pode ser válida até hoje, entretanto, temos que ressaltar que algumas situações se modificaram pela própria evolução humana, como, por exemplo, a igualdade de linguagem entre homens e mulheres, a evolução dos meios de comunicação que trouxeram uma nova forma de linguagem.

Essas fórmulas fixas ou cristalizadas estão enraizadas na memória coletiva, ou seja, pertencem ao inconsciente cultural de um povo e, sempre que o contexto permite, serão utilizadas.

Ao contrário do que muitos pensam, essas expressões populares, dependendo do uso, podem ser extremamente criativas e renovadoras na linguagem do dia-a-dia.

A linguagem é mediadora entre o indivíduo e a sociedade e as manifestações lingüísticas desse mesmo indivíduo vão se repetindo ou sendo recriadas. O emprego de expressões cristalizadas em suas formas originais ou recriadas demonstra significativamente que a prática de uma linguagem popular, sobretudo na mídia impressa, é uma forma de disseminar as informações e de alcançar a compreensão de todas as camadas sociais, da popular à culta.

Na verdade, esse tipo de frases se harmoniza com a praticidade e fugacidade da vida moderna e é uma forma de sobrevivência da linguagem em uma época em que tudo se tornou descartável. São as experiências de uma geração que são transmitidas às gerações seguintes e essas vivências são fixadas na língua.

O uso dessas fórmulas fixas pode ser considerado como um empobrecimento da língua? Dependendo do uso, da adequação ao contexto, o emprego desse tipo

de frase pode tornar a linguagem mais pitoresca, interessante. Essa ocorrência é muito comum em jornais escritos que têm público leitor de diversos níveis culturais e para que esse mesmo público encontre maior facilidade na interpretação das manchetes e títulos de notícias, utiliza-se uma linguagem mais popularizada.

Mesmo em textos acadêmicos ou científicos o emprego de expressões cristalizadas serve de exemplo ou introdução a um assunto. Beth Brait (1995:207), em seu texto, “O processo interacional”, inicia dessa forma um dos tópicos de seu estudo sobre turno conversacional e interação: “ O ditado, Quando um burro fala, o outro murcha a orelha é, em outras palavras, uma norma conversacional: fala um de cada vez”.

A autora utilizou, aos propósitos do texto, com propriedade e precisão um ditado popular para ilustrar como se realiza idealmente um turno conversacional.

Tognolli (2001:19) faz a seguinte consideração sobre o uso de certas categorias de fórmulas fixas que, em sua concepção, são importantes para a comunicação humana:

(...) o lugar-comum há muito deixou de ser sinônimo de trivialidade, de prosaísmo. Ele habita e vem habitando as mais altas esferas do idioma. Passeia sem maiores problemas entre as conversas que vão dos botequins às claques de intelectuais. O chavão se reproduz em todos os grupos, níveis da fala, diferentes esferas sociais e categorias profissionais.

Não podemos, assim, pensar nessas fórmulas fixas como uma maneira de empobrecimento da linguagem, pois podemos refletir que, no caso do texto jornalístico, tornam-se uma forma de interagir com o leitor, em busca de atenção e, ao mesmo tempo, une pensamentos e ações diante dos fatos.

Um caso, a seguir, uma reportagem publicada na revista semanal *Veja* em 13/7/2005, p.60, cujo assunto (*A maioria acha que ele sabia*) faz referência ao presidente Lula e ao fato de ele negar saber sobre a corrupção no governo, pode ilustrar o uso exemplar de um tipo de fórmula fixa, retirado dessa revista, em que o autor da reportagem inicia seu texto justificando ao leitor, metalingüisticamente, o emprego dessa expressão:

É um clichê, mas certamente não maior do que o de políticos sendo corrompidos com malas de dinheiro: assim como se dizia a respeito da mulher de César, **não basta a um presidente ser honesto. Ele precisa parecer honesto.** E infelizmente, na percepção da maioria dos brasileiros, Luiz Inácio Lula da Silva já começa a não parecer tão honesto ou capaz de garantir a honestidade de seu governo.

Houve, na expressão destacada acima (grifo nosso), um reaproveitamento da fórmula fixa “Não basta à mulher de César ser honesta; ela precisa parecer honesta” que explica ao leitor os indícios de corrupção do governo Lula.

Cotrim (2005: 117) explica a origem dessa frase cristalizada:

A expressão surgiu após um escândalo em Roma envolvendo Júlio César, então o homem mais poderoso do mundo, sua mulher Pompéia e um nobre pretendente chamado Clódio. Pompéia vivia muito sozinha, pois Júlio César passava meses fora da cidade, com seus exércitos. Numa noite, tentando aproximar-se de Pompéia, Clódio entrou disfarçado no palácio, mas acabou descoberto e preso. No julgamento, César defendeu a honra da esposa e a considerou inocente. O penetra foi absolvido, mas Pompéia não se livrou do repúdio do marido. Para quem acusava sua contradição de defender a mulher do tribunal e condená-la em casa, ele teria afirmado: “Não basta que a mulher de César seja honrada, é preciso que sequer seja suspeita”.

A frase, nesse caso, ajusta-se com precisão ao assunto referido que a reportagem explicitará logo depois. O emprego dessa fórmula pronta serviu como introdução a tudo que foi exposto a seguir e se tornou a expressão-chave do todo assunto da reportagem.

Como se pode observar, são totalmente aceitáveis e se justificam certos usos dessas fórmulas, quando o contexto o permite.

O emprego desse tipo de fórmula fixa gera de certa forma, uma cumplicidade entre a revista e o leitor, traz um compartilhamento da notícia veiculada e, de imediato, o leitor se sente conhecedor dos acontecimentos por verem escritas expressões comuns ao seu repertório lingüístico.

Não se defende aqui o uso em demasia dessas fórmulas que podem empobrecer o texto. Entretanto, usar essas expressões com propriedade, que provoquem lembranças, conhecimentos que potencializem uma rápida compreensão textual é uma forma de tornar a linguagem mais ativa, espontânea e participativa. É despertar o interesse pelo que já foi dito, agora em uma nova circunstância; é empregar recursos lingüísticos que dêem uma dinâmica diferente à linguagem.

Sempre haverá, contudo, algumas particularidades de estilo; mas, o que foi apreendido ao longo da vida dentro de uma comunidade lingüística é o discurso dominante que pertence a todos.

Essas fórmulas fixas ou cristalizadas possuem muitas possibilidades e são ricas em efeito estilístico quando empregadas com adequação. São expressões que refletem o modo de pensar, de agir, enfim, a cultura da comunidade em uma determinada época. São locuções ou frases estereotipadas que trazem marcas da oralidade e representam um fenômeno lingüístico de grande recorrência por ser, em diversos casos, útil para designar certos valores sociais. Em outras palavras, o usuário não encontra, na língua, expressões que se ajustam com tanta propriedade a um determinado assunto como um clichê ou uma frase feita.

Todos esses tipos de fórmulas fixas ou cristalizadas passam a ter originalidade no contexto, no jogo de palavras e nas combinações que podem ser realizadas. Na verdade, toda linguagem não é sempre original; há uma série de variações que podem ser originais ou não, dependendo das circunstâncias de uso. Há certas aplicações nos textos literários, informativos ou de cunho popular que o emprego de locuções populares emprestam melhores soluções interpretativas e expressivas ao texto.

Os enunciados e discurso são muitas vezes elaborados, de alguma forma, com fórmulas fixas já conhecidas que, à primeira vista, podem ser um fator de falta de originalidade lingüística ou empobrecimento da linguagem, mas que se revelam, em certos casos, ricas de possibilidades.

Muitas vezes as palavras não têm vida isoladamente, só podem ser compreendidas no contexto. Vejam-se, como exemplificação, as várias circunstâncias de uso da palavra *barba*:

1. A *barba* não faz o filósofo.
2. Pôr as *barbas* de molho.
3. Hoje foi *barba* e cabelo. Vencemos todas.
4. Ele raspou a *barba*; só deixou o bigode.

Somente no exemplo 4 o vocábulo *barba* foi empregado em seu significado denotativo; nos exemplos de 1 a 3 estão todos em sentido figurado. São expressões populares que se ligam intimamente às situações comunicativas da comunidade. Formam um conjunto de elementos em que a palavra *barba* ampliou o seu significado original, compondo expressões que transpõem e modificam a sua significação primitiva, mas sem, contudo, perder a referência.

O homem faz uso de fórmulas fixas, entre outras razões, como medida de menor esforço mental para as suas necessidades de comunicação.

Lapa (1973:65), ao analisar o uso de formulas cristalizadas, diz:

O exame das locuções estereotipadas conduz-nos, portanto, a esta conclusão, que não deixa de ser curiosa: não há dúvida que o homem diz, quando fala e quando escreve, coisas perfeitamente absurdas. O que lhe vale é não atender às palavras isoladas, mas à estrutura, à locução fraseológica. E a sua desculpa está em que não foi ele quem inventou esses modos de dizer: encontrou-os feitos, para designar idéias certas e comuns, e utiliza-os, porque lhe poupam muito trabalho.

A força da comunicação lingüística não está, em princípio, na originalidade, mas no emprego adequado das palavras e expressões, mesmo as consideradas estereótipos lingüísticos. A inventividade da linguagem está no modo de uso, no contexto e na reinvenção do que é trivial.

Nosso estudo se concentrará num desses tipos de fórmulas fixas, os provérbios, que representam a sabedoria popular, apreendida, sobretudo, pela difusão oral.

7.1.2. Provérbios

A. Noções

Provérbio constitui uma frase ou sentença completa, de teor genérico e independente, em geral de autor desconhecido, que expressa valores da vivência humana. É caracterizada por diversos traços semânticos, formais e discursivos específicos.

Os provérbios refletem, dentro do pensamento histórico e social, instrumentos de conduta que são passados de geração a geração e têm aplicação no cotidiano. Assim como os clichês, chavões, lugares-comuns, frases feitas, os provérbios são elementos lingüísticos de grande expressividade, com forte presença tanto na língua falada quanto na língua escrita e, segundo Rocha (1995:151), encontram-se disseminados em várias situações de discursos:

Embora muitos pensem que eles sejam exclusivos da linguagem das pessoas idosas ou menos cultas, ou ainda das que vivem no campo, nós os encontramos com freqüência nas reuniões dos professores universitários, na literatura de ficção (de baixa e alta qualidade), nos livros de caráter científico, **no jornalismo escrito e falado**, além das situações corriqueiras do cotidiano das grandes ou pequenas cidades. (grifo nosso)

Sobre a paremiologia, Steinberg (2002:10) apresenta a seguinte explicação, apontando a dificuldade que se encontra em definir todos os tipos de expressões cristalizadas:

(...) engloba coletâneas de provérbios, máximas, ditados, frases feitas. Os sinônimos são muitos: adágios, aforismos, axiomas, estribilhos, princípios, para citar os mais correntes. Estes termos todos são, em geral, empregados uns pelos outros, quando na verdade existem diferenças entre todos eles, diferenças que são sutis e difíceis de ser determinadas.

Por outro lado, há os dicionários específicos sobre essas frases cristalizadas, como, por exemplo, o *Dicionário de Provérbios* (Lacerda, R.C. et. al:2003) que registra as várias acepções dos provérbios, em vários idiomas. Diferentemente dos três dicionários gerais vistos no capítulo 7, este trabalha o sentido do provérbio que interessa tanto ao homem comum como ao profissional das letras (escritores, jornalistas). Tomemos como exemplo o verbete *provérbio*: os dicionários de uso geral apenas dão informações conceituais, enquanto o dicionário específico citado (p. 21) dá explicações sobre as expressões cristalizadas (provérbios e seus afins) e aponta diferenças entre outro tipo de expressão também cristalizada (frase feita):

Tal como se entende hoje, 'provérbio é uma sentença completa e independente – em geral de criação anônima –, que exprime, muitas vezes de modo metafórico, um pensamento, um preceito, uma advertência, um conselho...'

São também provérbios os adágios, os aforismos, os anexins, os apotegmas, os ditados, as gnomas, as máximas, os pensamentos..., mas não são frases feitas do gênero *pendre des vessies pour des lanternes*, 'confundir alhos com bugalhos' (ing. *to believe that the moon is made of green cheese*) ou *c'est blanc bonnet et bonnet blanc*, 'tanto faz dar na cabeça como na cabeça dar' (ing. *It's six of one and half a dozen of the other* ou *it is tweedle-dum and tweedle-dee*), mais propriamente idiotismos ou idiomatismos de cunho metafórico, sem nenhuma conotação proverbial.

Os provérbios traduzem situações de vida que se tornam experiências condensadas em frases cristalizadas que veiculam na vida cotidiana e se perpetuam na memória coletiva.

Todos apresentam praticamente o mesmo condutor de princípio moral, com tênues diferenças e trazem referências sinonímicas redundantes.

O provérbio traduz a sabedoria, o senso comum do homem da rua, a essência da filosofia popular de tradição oral. São frases cristalizadas, fórmulas prontas que remetem a verdades gerais, atemporais e traduzem em poucas palavras uma atitude ou um pensamento. Quando alguém diz: "Quem diz as

verdades, perde as amizades”, há uma economia interpretativa que é resgatada da memória humana a qual não exige maiores explicações do enunciador.

É tido como um tipo de frase-feita que se caracteriza por ter aplicação geral, possui uma estrutura tradicional e apresenta preocupação com o ritmo da frase (freqüentemente possui rima):

É mais fácil aconselhar que ajudar

Ladrão que rouba ladrão tem cem anos de perdão

Faze o bem, sem olhar a quem

A maioria dos provérbios conhecidos foi transmitida por meio da fala; entretanto, muitos deles foram veiculados na Idade Média, durante o ritual religioso, pelo clero dominante e, depois, pela burguesia. Assim, é meio perigoso generalizar dizendo que o provérbio tem origem popular, conforme explica Gomes (1974:6):

Uma análise, por superficial que seja, dos ditos chamados populares revelará sempre as suas estreitas relações com a cultura estabelecida e dominante, imposta pela classe que, pelos séculos afora, deteve as rédeas da cultura.

É, sobretudo por via padresca que a cultura de classe, materializada em provérbios, dichotes, ditos, adágios, etc., chega ao povo que se diz aplicá-lo ao “seu mister, aos seus negócios, às suas desditas”.

Deduz-se, então, que há provérbios de cunho religioso, podendo ter tido origem culta, mas foram se disseminando entre toda a população por meio da pregação oral dos setores eclesiásticos que dominaram a cultura, influenciaram o comportamento do homem e ditaram regras de conduta (embora ainda o façam, mas com menos poder) durante séculos. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que expressa sua noção de provérbio, Bosi, no Prefácio para a 2ª edição do livro *1001 provérbios em contraste*, de Martha Steinberg, diz:

Provérbios nada mais são do que expressões idiomáticas consagradas pela memória popular e que já se incorporaram à língua culta e particularmente, à linguagem rica e variada das obras de ficção. (p.3)

Entretanto, os provérbios, no nosso entender, não são tecnicamente expressões idiomáticas, pois não pertencem a um grupo social ou a uma determinada região; são expressões universais e, como já demonstrado, com correspondência em várias línguas.

Desde já cabe, porém, observar que se constata que, independentemente de sua origem, alguns provérbios têm se incorporado à língua culta e muitos são aproveitados integral ou parcialmente nas obras de ficção e outros gêneros escritos. Por outro lado, como vimos e constatamos na análise, há provérbios de origem culta.

Em diversas situações da vida empregam-se os provérbios e, como fazem parte da vivência humana, são com freqüência utilizados por pessoas mais experientes. Hernani Donato (1974:6), na introdução do *Dicionário brasileiro de provérbios, locuções e ditos curiosos* de R. Magalhães Júnior, afirma que é praticamente impossível crianças dizerem provérbios:

De fato. É raro criança citar um ditado. Por vezes, na seqüência de um diálogo ou no desenvolvimento de uma situação, repetem um provérbio ouvido. Fazem-no, para justificar-se, defender-se. Já as moças, com o serem recatadas, conformadas, gregárias, invocam-nos, ajeitando-os à gama e ao grau de emotividade dos seus problemas. Mães servem-se deles para exemplificar, educar, advertir, incentivar. (...) Os homens, pais, conselheiros, desejosos de fazer valer sua experiência, tomam com freqüência material adequado, no formulário da vasta paremiologia caipira.

Independentemente de ser popular ou culto, de ser freqüente no uso de determinados tipos de pessoas mais velhas, o certo é que os provérbios nos atraem e se instauram na memória coletiva do povo por serem, em muitos casos, espirituosos (*Deus dá nozes a quem não tem dentes*), conselheiros (*Não deixes*

para amanhã o que puderes fazer hoje), irracionais (*A mulher e a cachorra, a que mais cala é a melhor*) e outros.

A perfeita ou definitiva conceituação do provérbio é muito difícil. Entretanto, Lacerda et al (2003: xxi) assim tentam determinar esse tipo de frase cristalizada ou fixa:

Tal como se entende hoje, 'provérbio é uma sentença completa e independente – em geral de criação anônima –, que exprime, muitas vezes de modo metafórico, um pensamento, um preceito, uma advertência, um conselho.

Por outro lado, Nascentes (1981:33) o define com as seguintes palavras, vinculando sua noção às noções de “máxima” e “sentença”: “É uma máxima ou sentença, popularizada e consagrada pelo uso, podendo ter autor conhecido”.

Há outros tipos discursivos paralelos aos provérbios que são chamados de adágios, aforismos, anexins, apotegmas, ditados, gnomas, máximas e outros termos já referidos no capítulo anterior, alguns dos quais retomamos para introdução da abordagem específica dos provérbios. Lacerda et al. (op.cit.:xxii) em teoria, fazem distinção entre eles:

- Adágio é um dito sentencioso, de característica mais popular que o provérbio;
- Aforismo é uma sentença que enuncia uma regra, uma verdade ou um preceito;
- Anexim é sinônimo de adágio;
- Apotegma é um dito breve e incisivo, semelhante ao aforismo; é também uma frase memorável de uma personagem ilustre;
- Ditado é sinônimo de adágio ou refrão;
- Gnoma ou gnome é uma sentença de intenção moral ou doutrinal;
- Máxima é uma sentença expressa com nobreza e que encerra uma reflexão moral ou uma regra de conduta, em palavras, é um provérbio de cunho erudito;

- Refrão e sua forma dissimilada rifão são vocábulos tomados ao espanhol *refrán*, oriundo do provençal antigo *refranh*, 'estribilho', designam, sobretudo provérbios de origem popular, geralmente rimados e de tom por vezes jocoso.

A exemplo de Lacerda et al. (op.cit.), também Nascentes (op.cit.:33), conscientemente, mas sem ser por demais escrupuloso, arrola vários parassinônimos, com minúcias diferenciais, formuladas em tom de definição:

- *Adágio* é um provérbio antiquado e anônimo;
- *Aforismo* é uma curta prescrição de um tratado científico, sobretudo de medicina (...);
- *Anexim* é um dito picante, chulo, em linguagem rude, como aqueles de que usa comumente o povo;
- *Apotegma* é palavra memorável de homem notável, sobretudo dos antigos (...);
- *Axioma* é uma verdade evidente por si mesma (...);
- *Brocardo* é uma regra jurídica concisa (...);
- *Ditado* é frase popular, curta, anônima, na qual se dá uma noção, um conceito vulgar, um bom conselho;
- *Dito* é frase pronunciada em tom de pilhéria;
- *Máxima* é um pensamento importante, no ponto de vista prático, um sábio conselho dado em poucas palavras e tendo autor conhecido;
- *Paremia* é a expressão proverbial em que predomina a feição alegórica;
- *Pensamento* é juízo enunciado com intenção de exprimir de modo simples, mas com eloquência, uma verdade, um conselho útil, fruto de meditação;
- *Prolóquio* é sentença filosófica com que se inicia discurso ou escrito, anunciando o assunto ou o ponto de vista do orador ou do escritor;
- *Rifão* é o provérbio que anda repetido na boca do povo, como se repete o estribilho de uma canção;

- *Sentença* é provérbio de sentido profundo, com caráter literário ou oratório, solene, brilhante na forma.

Verifica-se, além do que já se observou na definição de provérbio acima, que Nascentes implica conceitos de vários parassinônimos com o conceito de provérbio, sugerindo intrigantes reflexões, como nos casos de *Adágio*, *Paremia*, *Rifão*, *Sentença*.

Como se pode observar, há um denominador comum de ordem existencial entre as acepções acima que praticamente define o provérbio e todos os seus parassinônimos: “sentença moral”, “regra de conduta”, “intenção moral”, “verdade”. Todos assumem, assim, basicamente o mesmo tipo de conteúdo semântico o que dificulta separá-los ou determinar serem sinônimos.

À dificuldade em se estabelecer limites para conceituar os provérbios, recorreremos a Urbano (2002:265) que diz ser tarefa quase impossível distinguir conceitualmente com precisão os provérbios de seus parassinônimos (aforismos, adágios, ditados, etc.). Isso ficou evidenciado acima na comparação que fizemos entre dicionários e entre as diferenças de cada um deles na conceituação dos provérbios. O que há em comum entre eles é uma linha condutora que estabelece, como conceito geral, o comportamento humano e os preceitos morais diante dos acontecimentos vividos.

Adágio significa aforismo, anexim, apotegma, ditado, dito, provérbio, rifão sentença; *anexim* é dito sentencioso, adágio; *ditame* significa máxima moral, de prudência; aquilo que a consciência e a razão ditam; ordem, regra, aviso, doutrina; *máxima* quer dizer axioma, brocardo, conceito, sentença moral.

À semelhança do provérbio, também o *slogan* é muito empregado, sobretudo em propagandas publicitária ou política. Essa analogia do provérbio com o *slogan* é relevante e recebe a seguinte explicação de Maingueneau (2002:171):

O slogan, seja publicitário ou político, não deixa de ter uma certa semelhança com o provérbio. Fórmula curta, destinada a ser repetida por um número ilimitado de leitores, que joga também com rimas, simetrias, sintáticas ou lexicais, o slogan, como o provérbio, constitui uma espécie de citação: aquele que diz “Não

há futuro sem conexões” (slogan da marca Connexion) ou “Coca-Cola é isso aí!” não toma para si a responsabilidade por esses enunciados, apresentando-os como citações sem explicitar a fonte, que supõe ser do conhecimento do co-enunciador.

Entretanto, há diferenças significativas entre provérbio e *slogan*. Provérbio tem função moral, educativa e possui estatuto de autoridade; o *slogan* está atrelado à ação, à prática e à persuasão. O enunciatário, tanto do *slogan* como do provérbio é anônimo, mas o efeito da mensagem que recebe é diferente: o *slogan* convida o enunciatário a agir, a fazer (*Vem pra Caixa você também*); o provérbio procura fazê-lo pensar, refletir (*Nem tudo que reluz é ouro*).

O *slogan* é polêmico, persuasivo, ideológico (*slogan* político) e se direciona, em muitos casos, a um público específico. O provérbio é universal, não apresenta divergências e, na maioria das vezes, é admoestativo.

Quanto à funcionalidade do *slogan*, Reboul (1975:144) aponta três papéis relevantes – que sintetizamos –, desempenhados por ele que se assemelham não só ao provérbio, como também à manchete jornalística, sobretudo nos itens 2 e 3:

1. **Fazer aderir:** a função mais antiga do *slogan* que, nem sempre, o enunciatário cumpre;
2. **Prender à atenção:** slogan-título que, à semelhança da manchete, tenta induzir a leitura do texto da propaganda;
3. **Resumir:** é a função mais freqüente e marcante do *slogan* por sintetizar incisivamente o texto de um cartaz, de uma campanha publicitária ou política.

Os efeitos que o *slogan* pode provocar no enunciatário Reboul (op.cit.:13) se reporta aos logísticos ingleses que diz respeito aos atos de fala que esses estudiosos dividiram em: *ilocutório* (o que o falante quer dizer) e *perlocutório* (o efeito que a fala produz). O autor conclui que o *slogan*, por sua natureza, é perlocutório por não ter preocupação com o sentido, mas pelo impacto que possa causar.

Em nosso entender, o provérbio, sobretudo os que sofrem desvio, apresenta os dois fenômenos: é ilocutório porque transmite uma mensagem e perlocutório porque pode provocar alguma reação ao enunciatário.

Assim, a pretensão do provérbio é aconselhar, ensinar; a do *slogan* é convencer. Contudo, um provérbio, conforme a circunstância ou a situação de uso pode vir a ser um *slogan*. Como exemplo desse fenômeno, temos a propaganda do Banco Itaú que, alguns anos atrás, parodiou o provérbio “Quem tudo quer, tudo perde” em “Quem tudo quer, investe no Itaú”, tornando-o um *slogan*. A paródia ocorreu na substituição da oração principal do provérbio fonte, modificando-lhe o sentido: o que antes era apenas um aconselhamento ou uma advertência transformou-se em um *slogan* que tenta convencer o cliente do banco a fazer um investimento.

Entretanto, não houve o apagamento total do significado original do provérbio, mas um sincretismo semântico entre provérbio fonte e provérbio parodiado, ou seja, a instituição financeira procura **convencer** seus clientes a obterem lucro, **aconselhando-os** a fazerem uma aplicação financeira no banco.

B. Origem

A totalidade dessas fórmulas fixas pertence a coletâneas de provérbios, máximas, ditados, frases feitas, que podem ser englobadas no que se denomina de estudos de Paremiologia. Segundo Steinberg (1985:10), confirmando o que se mencionou anteriormente, “estes termos todos são, em geral, empregados uns pelos outros, quando na verdade existem diferenças entre todos eles, diferenças que são sutis e difíceis de serem determinadas”.

Assim como é difícil dar uma conceituação para o provérbio, também há imprecisão na sua origem. O fio condutor dos provérbios tem fundamento didático, moralizante, filosófico, religioso, etc. que remete à sabedoria e ao comportamento de diversos povos, sendo por isso impossível determinar o surgimento, a origem da maioria dos provérbios.

Como bem explica, ainda, Steinberg (op.cit.:11) pode haver casos em que os provérbios tenham surgido ao mesmo tempo entre muitos povos. Mais adiante a autora complementa, informando que há provérbios semelhantes que apareceram em várias línguas, cuja origem pode ser comprovada:

Dentre os emprestados que não oferecem dúvida quanto à sua origem estão aqueles que são empregados na língua de origem. É o caso de “Cherchez la femme”, provérbio francês empregado nesta forma tanto em inglês como em português. Os provérbios de origem latina são raramente traduzidos. “Per aspera at astra” é comum a vários povos que o tomaram de empréstimo e o adotaram mantendo sua forma de origem.

Há e sempre houve, entre os povos, grande intercâmbio cultural, social, comercial e isto resulta também em intercâmbio lingüístico, como no dos empréstimos, por exemplo. Entre outros intercâmbios encontram-se os provérbios sobre os quais, em muitos casos, não é possível estabelecer que povo influencia ou que povo é influenciado.

Existem provérbios de origem chinesa, árabe, grega, latina. Quanto aos latinos, os estudos dos clássicos, provocaram a difusão dessas expressões fixas entre as outras línguas.

O *Diccionario de Aforismos, Proverbios y Refranes* (1967:8) explica também que essa disseminação dos provérbios ocorre desde a Antigüidade:

Los gregos los heredaron, probablemente, del antiguo Oriente y los transmitieron a los romanos, de los cuales pasaron después a todas las lenguas del mundo occidental, especialmente gracias a Erasmo, que en su “Adagiorum Colletanea” tradujo em latin bajo muchos provérbios griegos y latinos, que después fueron difundidos por toda Europa y se naturalizaron em los distintos países.

É observável que, em alguns casos, pode ser estabelecida a origem pátria de certos provérbios, mas não seus autores específicos. São enunciados anônimos que traduzem os mitos, as tradições, os conhecimentos e as crenças dos povos. Às vezes, sabe-se a origem de modo geral, por exemplo, na experiência cotidiana,

como “Muitas cozinheiras entornam o caldo”, como lembra Steinberg (op.cit.:10), mas desconhece-se, com efeito, a autoria específica. Entretanto, pode-se dizer que, entre outros, têm origem realmente comprovada os provérbios bíblicos que se encontram no *Livro dos Provérbios*, cuja autoria é atribuída ao Rei Salomão. Como bem lembra Steinberg (op.cit.:11) “a Bíblia original foi escrita em hebraico (Velho Testamento), aramaico e grego (Novo Testamento), precisamos considerar os seus provérbios como emprestados do povo hebreu”.

A incorporação, a que se fez referência anteriormente, na citação de Bosi, por vezes pode ser integral ou parcial, pode ser criação própria ou usos de empréstimo. A própria Steinberg noticia, a respeito, o seguinte:

No caso dos provérbios ingleses, a maior fonte literária encontra-se nas obras de Shakespeare, seguidos das de Pope, Gray, Keats, para citar os mais conhecidos. Na literatura espanhola, Cervantes é a fonte mais rica, com provérbios proferidos pelo seu imortal personagem Sancho Pança. Entre nós, cultivaram o uso do provérbio Machado de Assis, Artur Azevedo, Simão Lopes Neto, João Guimarães Rosa. Retrocedendo na História, a literatura latina nos oferece os provérbios de Plauto. Os romanos foram cultores de sabedoria através de provérbios, como nos mostram as coleções paramiológicas de Zenóbio e Diogeniano. Na Grécia antiga era costume escreverem-se provérbios nas paredes das casas. Pitágoras, Platão, Hesíodo, Aristóteles fizeram uso de provérbios em suas obras. (p.11)

A origem dos provérbios e suas variantes fraseológicas por várias gerações, desde a Antiguidade, prendem-se à transmissão de um legado cultural baseado em advertências ou em conselhos morais, em experiências ou comportamentos que buscavam orientar os homens de geração a geração, independentemente de onde ele esteja ou tenha nascido.

C. Universalidade

Existe a presença dos provérbios em todas as comunidades lingüísticas e, praticamente, em todas há traços que os identificam entre si. É o que afirma Schimidt-Radefeldt (1984:213):

os provérbios encontram-se em quase todas as línguas naturais e apresentam, na sua estrutura, propriedades idênticas. São textos mínimos que se podem apresentar descontextualizados, reunidos em dicionários de provérbios. Distinguem-se de outros textos mínimos em forma de frase, por virtude de uma marca essencial – são anônimos, não têm autor senão a respectiva comunidade lingüística e cultural, na qual se veicula, através do provérbio, uma experiência coletiva, um saber coletivo ou uma ideologia social.

Dessa forma, os provérbios se identificam como fórmulas fixas perenes e universais, presentes em todas as culturas, oriental e ocidental.

Há provérbios da língua portuguesa que têm correspondentes em francês, inglês, italiano, espanhol, alemão e isto se deve à matriz latina ou bíblica, como pode ser comprovado pelos seus correspondentes que foram retirados do livro *Provérbios & Máximas em 7 idiomas* de Josué Rodrigues de Souza (2001, 270, nº 449):

Latim: *Foeneratur Domino, qui miseretur pauperis*

Português: *Quem dá aos pobres, empresta a Deus*

Espanhol: *Del hombre limosnero Dios es despensero*

Francês: *Qui donne aux pauvres, prête à Dieu*

Italiano: *Chi dà ai poveri, presta a Dio*

Inglês: *He that has pity upon the poor, lends unto the Lord*

Alemão: *Wer dem Armen leiht, dem zahlt Gott die Zinsen*

As frases acima correspondem ao provérbio bíblico:

Quem se compadece do necessitado empresta ao Senhor

Devemos considerar que o provérbio e suas variantes fraseológicas não são privilégio de uma única comunidade ou de uma língua. Parece estar ligado,

sobretudo, à consolidação da moral cristã que passou a dominar o mundo a partir da Idade Média e a regulamentar a vida social por meio do discurso religioso.

Como fazem referência ao comportamento do homem e este, em certa medida, diante de determinadas situações, apresenta atitudes previsíveis, a forma e o significado dessas frases cristalizadas acabam por se incorporar ao longo dos séculos a todas as civilizações.

É, de fato, surpreendente a ligação existente entre vários povos, à sabedoria popular comum que se expressa por meio dos provérbios que praticamente sempre se repetem em muitos países. Destaca-se, dessa forma, a sabedoria popular comum a todos, tornando-se difícil saber onde o primeiro deles foi proferido.

Qualquer usuário da língua é capaz de citar um provérbio ou de reconhecer uma frase dele derivada, mas dificilmente alguém é capaz de informar onde o aprendeu; daí sua universalidade.

Escritores, filósofos, pensadores tiraram proveito dos provérbios, ora empregando-os em seus textos (escritores), ora compilando-os (filósofos). Aristóteles foi o primeiro a compilar provérbios, seguido de Zenodoto, Crisipo e Cleante. Segundo o *Diccionario de Aforismos, Proverbios e Refrans* (1967:7) “Plauto, el más genial de los poetas latinos, recogió em muchas de sus obras aforismos e refranes”.

Desde então, grandes escritores, de todas as épocas recorrem aos provérbios. Miguel de Cervantes cunhou refrões em *Dom Quixote*; Shakespeare os utilizou nos textos e nos títulos de suas peças. Em *Hamlet*, por exemplo há frases célebres que são tomadas como verdadeiros provérbios: “Ser ou não ser, eis a questão”, “O resto é silêncio”, “Há mais coisas no céu e na terra, Horácio, do que sonha a sua filosofia”. Esta última frase foi reproduzida, com pequenas modificações, por Machado de Assis no conto *A Cartomante* – “Há mais cousas no céu e na terra do que sonha a nossa filosofia” – que serviu de justificativa para as superstições dos personagens Rita e Camilo que, ao final da obra, o autor desmistifica.

Não só Machado, para exemplificar, mas também Guimarães Rosa incorporou em seus textos vários pensamentos sentenciosos, num estilo que o tornou inconfundível.

Contudo, no caso do emprego de provérbios na literatura, Steinberg (op.cit.:10) adverte:

No caso de provérbios literários, muitas vezes é difícil dizer se o autor criou o provérbio, que passou para o domínio popular, ou se apenas o popularizou, isto é, tomou uma forma já empregada pelo povo.

Provérbios e as demais frases de formulação fixa ou cristalizada não são, portanto, privativas de um determinado povo ou nação; estão presentes nos discursos do cotidiano, da mídia, do texto literário. Representa, assim, a manifestação lingüística dos povos na demonstração de seus pensamentos e posturas diante das circunstâncias da vida. Representa o pensamento universal da humanidade.

D. Características

O provérbio apresenta características semânticas que operam os aspectos básicos da vida e características formais e semântico-formais, que dizem respeito a sua estruturação frasal, além de outras pragmáticas e discursivas, que veremos ao longo do presente tópico e no seguinte.

1. Semânticas

Referem-se aos significados dos provérbios que estão ligados aos aspectos habituais e gerais da vida humana e dos indivíduos que se relacionam aos fazeres e aos pensamentos. O sentido dos provérbios apresenta elementos essencialmente metafóricos e, discutivelmente, alguns literais que trazem consigo

valores que são passados a todas as gerações. É basicamente o discurso da sabedoria, como: o amor, a riqueza, o trabalho etc. Apresenta um sistema de normas que têm a tarefa de aconselhar, repreender, persuadir, admoestar, etc.

A interpretação do provérbio requer estratégias para reconhecer o que ele traz de implícito, pois exige as experiências vividas.

Existem muitas motivações para os significados dos provérbios, básicas ou mais gerais. Vejamos alguns exemplos:

a) *Aconselhamento*: Se queres o mel, suporta a abelha.

b) *Advertência*: Mais vale só do que mal acompanhado.

c) *Aspectos básicos da vida*: *amor*: O amor é eterno enquanto dura.

trabalho: Com trabalho e perseverança, tudo se alcança.

riqueza: Os ricos sempre têm parentes.

pobreza: Quem dá aos pobres empresta a Deus.

d) *Humor*: Deus dá nozes a quem não tem dentes

e) *Individualismo*: Cada qual puxa a brasa à sua sardinha.

g) *Irrracionalidade*: A mulher e a cachorra, a que mais cala é a melhor.

h) *Opinião geral*: As aparências enganam.

i) *Pessimismo*: Uma desgraça nunca vem só.

j) *Solidariedade*: A união faz a força.

Hernani Donato, na introdução da já referida obra de Magalhães Jr. (op.cit.:7), também faz algumas considerações sobre as motivações semânticas dos provérbios. Para ele, os provérbios são:

1. *Acusatórios ou denunciadores*: Quem cospe a semente é que é o dono da fruta. Se de um cavalo se diz que é tobianco, alguma mancha tem;
2. *Consoladores*: Para quem traz barriga cheia toda goiaba tem bicho. Quem faz força é o boi, quem geme é o carro;
3. *Didáticos*: Não se pode bater o sino e carregar o andor. É pelas beiradas que se come o angu fervente;
4. *Esperançosos*: Deus querendo, água fria é remédio. O tempo só é ruim pra quem não pode esperar;
5. *Defensivos*: Se conselho fosse mandioca, ninguém morria de fome. Lagartixa é que sabe por que não gosta de vara;
6. *Restritivos*: Quando a jabuticaba é pouca a gente engole caroço. Filho de burro pode ser lindo, mas um dia dá coice.
7. *Avisadores*: Galinha vesga cedo procura o poleiro. Não é boa coisa se passarinho não cheira;
8. *Edificantes*: Tem tempo pra perder quem dá conselho pra velho e cata pulgas de cachorro. Muita vez, não fosse o galo cantar, gambá não achava a capoeira;
9. *Estimulantes*: Cachorro molenga só come com os olhos. Quem usa a cabeça não cansa os pés;
10. *Tranqüilizantes*: Pra encontrar o diabo não é preciso madrugar. Carreiro bom é o que menos chucha o boi.

Na mesma página, há uma outra divisão feita por Amadeu de Queirós sobre as motivações dos provérbios: *resignação, paciência, fatalismo, injustiça, iniquidades, desigualdade, destino, premeditação, complacência, indiferença, inércia, preguiça, ociosidade, imprudência, etc.*

Foram apresentados alguns aspectos semânticos dos provérbios para justificar ações, fundamentar comportamentos ou situações vinculadas à cultura e à tradição dos povos. Os provérbios mencionados e seus respectivos significados representam uma pequena parte da grande quantidade dos provérbios conhecidos, mas selecionamos alguns que exemplificam algumas atitudes do homem, para todas as horas e situações perante os fatos do dia-a-dia.

Numa linha paralela de considerações, mais próximas, porém, de uma semântica discursiva, estrutural ou pragmática, pode-se ainda pôr em discussão outros enfoques fundamentais.

Um deles, já lembrado rapidamente antes, é apresentar os provérbios como elementos essencialmente metafóricos. Greimas (1975:290), num estudo específico intitulado “Os Provérbios e os Ditados”, entende que os provérbios são elementos conotados, dando como exemplo “Bom-dia, óculos; adeus, meninas”, em que *óculos* conotam “velhice” e *meninas* conotam “juventude”. Por outro lado, diz que os ditados, pelo contrário, são elementos não conotados, exemplificando com “Coisa prometida, coisa devida”.

Da mesma forma poderíamos exemplificar como provérbio e respectivos elementos conotados o enunciado “À boa cabeça nunca falta chapéu”, colocando sob discussão o enunciado “A mulher que dois ama, ambos engana”, cujos elementos seriam denotativos.

Quer nos parecer que os enunciados “Coisa prometida, coisa devida” e “A mulher que dois ama, ambos engana” podem conter sentidos realmente denotativos e, nessa situação, não seriam provérbios; mas na medida que assumem, naturalmente conforme seus contextos de uso, sentidos conotativos – e isso é possível – tornam-se realmente provérbios. A conotação nos parece, pois, uma característica semântica, praticamente *sine qua non*, dos provérbios.

Ademais, o provérbio como estrutura fechada, só tem compreensão válida enquanto unidade integralmente considerada, sobretudo quando formado por estrutura binária, como no caso de “Deus dá nozes a quem não tem dentes”.

Essas estruturas binárias geralmente apresentam simetrias sintáticas e semânticas entre uma parte e outra, completando-se seu sentido somente na

soma da dupla estrutura do enunciado, à semelhança das expressões idiomáticas, como “Vencer sem perigo/triunfar sem glória”.

De ocorrência muito comum em relação às estruturas binárias paralelísticas é a inversão da ordem das respectivas estruturas, tornando-se o enunciado tenso, ao apresentar uma suspensão rápida e enfática da fala, provocando uma expectativa do respectivo desfecho do sentido. Trata-se de estruturas de correlação, sobre a qual Othon M. Garcia (2002:73) explica da seguinte forma:

É o que ocorre com frequência nas construções paralelísticas, típicas da maioria dos provérbios: “De hora em hora (prótase ou condicionante), Deus melhora” (apódose ou condicionada), “De noite (prótase), todos os gatos são pardos” (apódose). A ênfase, mesmo nesse tipo de frases curtas – ou principalmente nelas –, decorre do “suspense” que as caracteriza: enunciada a primeira parte, o leitor ou ouvinte fica em expectativa até o desfecho, quando só então se completa o pensamento. Desse processo é que resulta, em grande parte, sem dúvida, a eficácia expressiva dos provérbios.

Neste exemplo, “Pela unha, se conhece o leão”, há uma espécie de correlação que consiste, segundo Mattoso Câmara Jr (2000:78) “de duas orações, em que uma é a condicionante, ou prótase, e a outra a condicionada, ou apódose.

Mas é, sobretudo, nos períodos compostos com inversão da principal e subordinada, que se percebe bem o fenômeno, funcionando a subordinada em posição inicial como condicionante e a principal como condicionada como acontece em “Quem dá aos pobres, empresta a Deus”.

A esse binômio prótase/apódase voltaremos no item seguinte.

2. Formais

Sobre a estrutura formal dos provérbios, Maingueneau (2002:170) nos indica algumas propriedades lingüísticas que lhes são típicas, exemplificando alguns casos:

(...) O provérbio é curto e geralmente estruturado de forma binária (“Pai avaro, filho pródigo”, “Sua alma, sua palma”); recorre frequentemente a rimas (por exemplo, *-alma* no provérbio citado) ou correlaciona partes com igual ou aproximado número de sílabas; estabelece simetrias sintáticas ou semânticas entre uma parte e outra (“Vencer *sem perigo*/ é triunfar *sem glória*”); emprega normalmente construções ou palavras arcaicas.

Steinberg (op.cit.:10) também apresenta uma relação mais ampliada de características formais do provérbio, porém sem exemplificar:

(...) o provérbio se caracteriza pelos mecanismos empregados, na sua maioria os mesmos utilizados em linguagem poética, tais como a rima, a assonância, a aliteração, o equilíbrio, a concisão, o paralelismo (fonético, morfológico, sintático), a elipse, a paronomásia, numa estrutura binária (simples, dupla ou tripla) de sintagmas correlatos.

Como se observa, parece infundável a tentativa de levantamento de características que os provérbios podem apresentar, segundo sugestão dos vários teóricos. Todavia, procuramos relacionar, não necessariamente todas as características formais sugeridas pelos autores citados, mas aquelas que cremos de possível aplicação no *corpus*.

Além disso, parece claro que algumas características formais implicam paralela e necessariamente características semânticas. Conjuntamente, umas e outras, vez ou outra, instrumentarão posteriormente as análises.

2.1. Morfossintáticas

Para evitar subclassificações desnecessárias e pouco fecundas, preferimos agrupar as observações que seguem sob o enfoque de características

“morfofossintáticas”, servindo-nos inicialmente de Greimas, incluindo, porém, observações e exemplos.

Greimas, no seu mencionado estudo sobre provérbios e ditados, de 1975, já apontava as seguintes características (cuja nomenclatura gramatical atualizamos):

- a) período composto por i) coordenação: “A palavra da boca muito vale e pouco custa”; ii) subordinação: “Quem deseja matar seu cão, o acusa de raiva”; “Se queres bom conselho, pede-o ao velho”.
- b) período simples: “Ao impossível, ninguém é obrigado”.
- c) frases nominais: “Após a chuva, tempo bom”.
- d) ausência de artigo: “Erva daninha cresce rápido”.
- e) ausência de antecedente: “Quem mulher tem, guerra tem”.
- f) inobservância de ordem direta: “Pela unha se conhece o leão”.
- g) léxico arcaizante: “A palavras loucas, orelhas moucas”.
- h) verbo no presente do indicativo: “O melhor é inimigo do bom”; “Os homens não se medem aos palmos”; “Quem cochicha o rabo espicha”.

Obs.: O emprego do tempo presente é o mais usual nos provérbios, sugerindo a atemporalidade que os caracteriza.

- i) verbo no imperativo: “Ajuda-te, o Céu te ajudará”.
- j) estrutura rítmica binária:
 - com confronto de 2 orações: “O que a mulher quer//Deus o quer”.
 - com confronto de 2 frases nominais: “Hoje em flores, amanhã em lágrimas”.
 - com confronto de 2 grupos de palavras numa oração: “Pela unha/se conhece o leão”.

Obs.: A estruturação binária é uma característica bastante forte dos provérbios com implicação não só no aspecto semântico, como já vimos, mas também em outras características formais, como ritmo, rimas, etc.

- m) repetição de palavras: “*Tantas* cabeças, *tantas* sentenças”.
- n) palavras antônimas: “Em *longa* caminhada, *pequeno* fardo pesa”.

Obs.: Nas letras m) e n) a repetição ou o confronto de antônimos permitem o estabelecimento de correlações semânticas.

Além dessas características lembradas por Greimas, julgamos de interesse relacionar mais:

a) *prótase/apódose*: Quem pensa, não dorme.

Cabe ter em mente que o fenômeno *prótase/apódose*, de grande efeito e expressividade nos provérbios, acontece não só com estruturas binárias envolvendo orações, mas também muito freqüentemente com a inversão de simples segmentos circunstanciais temporais, espaciais, etc., como em *De hora em hora//Deus melhora; Em casa de ferreiro//espeto de pau*.

b) *Uso constante do verbo ser*: Quando o mal é de morte, o remédio é morrer.

Um profeta não é honrado na sua terra.

Como o provérbio retrata os hábitos e as tradições do homem, tudo é aceito, idealmente, como verdade incontestável, daí resulta o emprego do verbo **ser** que exerce a função de definir, conceituar.

c) *Uso de elipse*: Em abril, águas mil.

Muito riso, pouco siso.

O provérbio se caracteriza pela concisão das idéias que são representadas pela estruturação das frases elípticas

d) *Marcas de pessoa*: Se bebes para esquecer paga antes de beber.

Antes quero que asno que me leve que cavalo que me derrube.

Todavia, provérbios com marcas pessoais, são pouco comum, como nos casos acima em que se identificam a 2ª (bebes/paga) e a 1ª (quero/leve/derrube). Entretanto, não se referem a pessoas específicas do discurso; representam todos os homens.

e) *Estrutura binária*: Pai guardador, filho gastador.

f) *Simetria ou paralelismo*: Quanto mais se vive, mais se aprende

A mão que dá o castigo, dá o pão.

É a repetição de estruturas semelhantes com constituintes do mesmo tipo. Como explica Garcia (2002:53) “a idéias similares deve corresponder forma verbal similar. Isso é o que se costuma chamar *paralelismo* ou *simetria* de construção”.

2.2. Pragmáticas:

Embora resumidamente, relacionamos abaixo características que podemos chamar de “pragmáticas”:

- a) *Afirmação ou asserção*: As paredes têm ouvidos.
- b) *Injunção*: Faça o que digo, não faça o que faço.
- c) *Negação*: Não há prazer onde não há comer.

2.3. Fonológicas:

- a) *Rima*: Com trabalho e perseverança, tudo se alcança.

Sendo um recurso que auxilia o ritmo dos poemas, é empregado nos provérbios para fins mnemônicos, como no exemplo: perseverança/alcança.

b) *Aliteração*: Vaidade das vaidades, tudo é vaidade.

Na maioria das vezes ocorre nas consoantes, como a repetição do fonema /v/ no caso acima.

c) *Assonância*: Do prato à boca se perde a sopa.

Considerada um tipo de rima, destaca a repetição das vogais tônicas com o mesmo timbre, constituindo-se mais um recurso mnemônico. No exemplo acima, há assonância nas palavras **boca/sopa**.

d) *Eco*: Até ao S. João, sempre de gabão; e do S. João em diante, gabão sempre.

No caso acima, trata-se do excesso de **ão**.

2.4. Lexicais:

Muitos provérbios chamam a atenção para o uso de termos arcaicos, eruditos, às vezes de difícil compreensão. Embora não se registram casos desse tipo no *corpus*, a referência que muitos estudiosos fazem à feição arcaica de certos provérbios, até como índice de sua longevidade, vale para motivar o comentário de que nem se justificaria a ocorrência desses fenômenos no *Jornal da Tarde*, pois ele se caracteriza justamente pelo emprego de linguagem popular e comum.

A mau bácoro, boa lande

A palavras loucas, orelhas moucas.

A passo chegarás e a chouto cansarás.

Outro aspecto relacionado com questões lexicais referem-se às variantes proverbiais formais, que acontecem graças à substituição sinonímica, como em “A raposa muda o pêlo, mas não muda o costume”//”A raposa muda de cabelo, mas não deixa de comer galinhas” ou “Quem cabras não tem e cabritos vende, de alguma lugar lhe vem”//”Quem cabritos vende e cabras não tem, de alhures lhe vem”, ou ainda, “Tal pai, tal filho”//”Tal pássaro, tal ovo”.

Embora consideradas fórmulas fixas, as diversas variantes encontradas para um mesmo provérbio explicam-se por serem eles transmitidos, na maior parte dos casos, pela língua falada.

Não é difícil verificar que os provérbios expressam princípios universais como preceitos, advertências, conselhos quando se trata de sua estrutura semântica e possuem estrutura formal que se ajusta à sua finalidade principal: a memorização, além de, normalmente, não possuírem marcas pessoais, temporais e espaciais que os liguem a uma situação, constituindo, portanto, construções generalizantes. Acrescente-se, então, que são constituídos de frases concisas, de rimas, de assonâncias, e de outros fenômenos lingüísticos que facilitaram e ainda ajudam na sua difusão.

Urbano (op.cit.:273) aceita a expressão de discurso *sui generis* de Patrick Dahlet para o provérbio, esclarecendo que:

“o provérbio é um discurso *sui generis*, não só, em princípio, pela sua inalterabilidade quanto à forma, incluindo aí a ordem, mas porque ele mesmo abre a possibilidade de sua adequação à situação, inclusive alterado, se necessário.

A possibilidade de uso de provérbio com desvios será objeto do próximo tópico.

Com efeito, os provérbios fazem parte da sabedoria popular, são, simultaneamente, coletivos e individuais. Neles coexistem, paradoxalmente, o fugaz e o perene, o dinâmico e o estático, ou seja, tudo que está presente na vida do homem e guia suas ações.

Os provérbios estão incorporados à memória coletiva e à língua cotidiana, sobretudo em sua modalidade falada (embora não deixe de estar presente, também, na escrita) e fazem uma espécie de análise do comportamento humano. Aí está a importância dos provérbios que manifesta as razões da vida no registro gigantesco e generalizado, na interpretação do mundo e da existência do homem.

8. A REENUNCIÇÃO E RETEXTUALIZAÇÃO⁶ DOS PROVÉRBIOS

Inicialmente reproduzimos as reflexões de Castro (1994:1318), que introduzem com muita pertinência o presente tópico:

Examinada sob perspectiva expressão/conteúdo, e a conseqüente determinação das regularidades lógico-semânticas, a análise se situa no âmbito da língua. No momento em que se ultrapassa esse patamar, incorporando a perspectiva do indivíduo, seu primeiro enunciador, trabalha-se a instância do discurso. Com isso, recuperam-se os mecanismos da instância enunciativa e examina-se o provérbio a partir da sua interação com o contexto. A análise se volta para a produção do enunciado e não para o texto, privilegiando o processo e não o produto. Sem se restringir ao tematismo das formas, busca ver o provérbio como uma articulação – discurso/língua – afetada pelo interdiscurso. É o espaço de interação do sujeito. O provérbio é visto como atividade de linguagem, como ato específico de enunciação, como ato de um sujeito que põe a língua em funcionamento.

Na abordagem dos provérbios, vamos, pois, da língua ao discurso. Na sua utilização no discurso, ao menos duas opções são possíveis: a) a utilização da sua estrutura fechada pura e simples, bem como a sua manutenção semântica numa nova enunciação; b) a utilização do provérbio com modificações sutis ou profundas, estruturais e/ou semânticas, respeitando e/ou aproveitando ou não sua direção argumentativa e/ou valor de autoridade. No caso a), embora não haja mudanças na forma e no conteúdo, o provérbio deixa de ser universal e genérico para se tornar particular na reenunciação. Pode-se considerar, portanto, no nosso entender, um caso de retextualização. Trata-se, portanto, de uso e reuso dos provérbios em novas e particulares situações e, conseqüentemente, enunciações.

Como fórmulas prontas, os provérbios se mantêm, em muitas situações, imutáveis, apesar dos diferentes discursos apresentados por diferentes sujeitos. Possuindo uma espécie de discurso geral, podem ser aplicados a diversas

⁶ A palavra **retextualização** não é empregada exatamente nos termos de Marcuschi (*Da fala para a escrita: atividade de retextualização*, 2001), mas como um tipo de “recriação” dos provérbios.

situações. Em “O peixe morre pela boca” (25), em que se observa uma relação de causa e consequência, o enunciador (ou reenunciador) pode proferi-lo toda vez que as circunstâncias assim permitirem.

Essa reenunção proverbial, com fidelidade ao provérbio como tal, é explorada em muitas situações do cotidiano, mas também em textos escritos da ficção e da mídia, seja em jornais, na publicidade, etc.

Entretanto, o que mais freqüentemente ocorre, inclusive nesses veículos, é o aproveitamento do provérbio modificado e/ou parodiado com objetivos mais variados.

Maingueneau (2002: 173ss) e Grésillon em co-autoria com o próprio Maingueneau (1984), entre outros, têm abordado a questão e apresentado interessantes reflexões. Basicamente, eles lembram, nessa espécie de recriação do provérbio, duas direções opostas: a *captação* e a *subversão*.

Captar significa imitar um texto, “tomando a mesma direção que ele” (2002:173). Na captação, que possui as propriedades lingüísticas de um provérbio, há a intencionalidade de se obter o benefício da autoridade que o provérbio representa. É o caso de uma frase que tem semelhança de provérbio, mas não é provérbio; é um pseudo-provérbio ou um simulacro de provérbio, como, por exemplo, no enunciado, *Quem age de acordo com a sua consciência, não se arrepende*, que se assemelha a uma frase que tenta reproduzir a autoridade de um provérbio em sua estrutura formal sintático-semântica, mas não é realmente um provérbio.

Quanto à subversão, para que ela aconteça, “seria necessário imaginar um provérbio paródico, isto é, um provérbio que contestasse o próprio gênero do provérbio, a autoridade da sabedoria popular” (Maingueneau, 2002:174). Assim, *subverter* é contestar a autoridade do provérbio por meio da paródia, da desqualificação que produz um enunciado que, de certa forma obedece à estrutura formal, mas transgride a estrutura semântica, apresentando um significado novo, às vezes até absurdo. Por exemplo: *Quem ama o feio é porque vê mal (Quem ama o feio, bonito lhe parece)* em que houve uma desqualificação do provérbio fonte com a intenção de provocar humor, ironia, zombaria que acaba

por anular o significado metafórico do enunciado original, conferindo-lhe um significado literal, denotativo.

Essas categorias representam um tipo de intertextualidade que Grésillon Maingueneau (1984:114), dão o nome de *détournement* “que consiste na produção de um enunciado que possui as marcas lingüísticas de uma enunciação proverbial, mas não pertence ao estoque dos provérbios conhecidos”.⁷

Os autores lembram que o *détournement* pode ser considerado sob dois objetivos diferentes: um *lúdico* e outro *militante*, explicando:

Há *détournement* lúdico quando este *détournement* entra no quadro do puro jogo de palavras, e não está a serviço de um jogo ideológico, político... O *détournement* militante, ao contrário, visa a dar autoridade a um enunciado ou desqualificá-lo em nome de diversos motivos. (op.cit.:114)

Koch, Bentes e Cavalcante (2007: 45), repensando a distinção acima, entendem que todo e qualquer exemplo de *détournement* é “militante” em maior ou menor grau, uma vez que ele sempre vai orientar a construção de novos sentidos pelo interlocutor, ou seja, tanto o próprio militante, quanto o lúdico são militantes. É a opção que também adotaremos.

Quanto ao propósito dessa estratégia enunciativa, as autoras citadas (op.cit.:45) observam:

Aqui (...) o objetivo é levar o interlocutor a ativar o enunciado original, para argumentar a partir dele; ou então, ironizá-lo, ridicularizá-lo, contraditá-lo, adaptá-lo a novas situações, ou orientá-lo para um outro sentido, diferente do sentido original.

O termo francês, *détournement*, que Koch, Bentes e Cavalcante preferiram manter no original, no *Dicionário de Análise do Discurso* (2004) de Charaudeau e Maingueneau foi traduzido por *reinvestimento*. Os autores, na página 94, dão a seguinte explicação:

⁷ Qui consiste à produire un énoncé possédant les marques linguistiques de l'énonciation proverbiale mais qui n'appartient pas au stock des proverbes reconnus”.

Essa metáfora financeira do “reinvestimento” permite enfatizar que um texto ou um gênero, uma vez inscritos na memória, são portadores de um capital variável de autoridade, avaliado positiva ou negativamente. Captação ou subversão podem atingir um *texto* particular associado a um gênero ou somente o *gênero*: (1) A *captação* consiste em transferir para o discurso reinvestidor a autoridade relacionada ao texto ou ao gênero fonte: o pregador cristão que imita uma parábola evangélica ou o gênero da parábola, o *slogan* que imita um provérbio ou o gênero proverbial. (2) Contrariamente, na *subversão*, a imitação permite desqualificar a autoridade do texto ou do gênero fonte. Reconhecem-se aqui os fenômenos da *paródia* depreciadora.

Assim, a *captação* é fazer a imitação de um texto, por exemplo, uma manchete ou um título de notícia que podem imitar um provérbio, ou seja, a frase parece ser um provérbio, mas não é. Apresenta características lingüísticas de um enunciado proverbial, mas é apenas uma investidura de provérbio. E a *subversão* parodia um provérbio conhecido, tirando-lhe a autoridade, desqualificando-o. O leitor identifica as características próprias desse tipo de frase ao reconhecê-la como um tipo de enunciado que evoca algo semelhante que está armazenado na memória coletiva da comunidade lingüística.

O *détournement* proporciona ao interlocutor ou, no caso do nosso estudo, que passaremos a denominar de “retextualização”, ao leitor perceber o discurso ou o provérbio fonte que foi utilizado na captação ou na subversão.

Na elaboração feita pelo *Jornal da Tarde* de manchetes e títulos de notícias, em que a sua base é constituída de uma frase proverbial, o redator faz – à semelhança de qualquer emissor – uma espécie de paródia ou cria uma frase semelhante a um provérbio ou, ainda, formula um enunciado, que, de alguma forma, foi apenas sugerido por ele, o qual é utilizado e está na memória do leitor. Esse fenômeno será analisado como uma *retextualização*.

Nesses casos, a frase não apresenta todas as características próprias do provérbio, particularmente ser de caráter genérico e sem referência específica. Passa a ser enunciado único, aplicável à situação exclusiva prevista no *Jornal da Tarde*.

Desse modo, temos enunciados que não pertencem ao conjunto dos provérbios propriamente ditos, mas que trazem semelhanças e/ou vinculações lingüísticas e/ou semânticas com os provérbios. Há um tipo de desvio formal ou semântico-formal em que ocorre um jogo lúdico de palavras e/ou uma distorção no significado. Em ambos os casos, o leitor apresenta condições de decodificar a base proverbial contida nesses enunciados.

A retextualização dos provérbios, contudo, não está restrita somente à mídia; ocorre também em outros tipos de comunicação verbal como, por exemplo, títulos de filmes, especialmente estrangeiros, cujo tradutor, muitas vezes, baseando-se na temática do filme, emprega enunciados de base proverbial. *The Heartbreak Kid* (comédia norte-americana, produzida em 2007, sobre um rapaz que se casa e descobre, durante a lua-de-mel, que a esposa tem uma personalidade muito diferente do que aparentava) foi traduzido para *Antes só do que mal casado* que é prontamente associado pelo público a *Antes só do que mal acompanhado*.

Houve uma retextualização do provérbio fonte graças à substituição da palavra *acompanhado* pela palavra *casado* que apresenta diferença semântica. Os enunciados estão implicados entre si: “mal acompanhado” remete a “mal casado” e vice-versa. A tradução literal, *O rapaz que partia corações*, não condiz com a temática cômica do filme, e o tradutor, ao decidir-se pelo provérbio retextualizado, buscou o humor, mas correu o risco de ser muito explícito quanto ao assunto do filme que quebra, de certa forma, a expectativa do público.

Apesar de a globalização, sobretudo o uso da internet, fazer o usuário da língua conviver com diversos idiomas, a manutenção do título original do filme, talvez seria válida para a cultura norte-americana, mas não para a maioria dos brasileiros. Esse jogo de palavras que o emprego do provérbio retextualizado proporcionou está mais afeito ao caráter do brasileiro que possui veia cômica e aprecia esses aspectos de ludicidade lingüística. Assim, a tradução literal não chamaria a atenção do público, fato que a retextualização do provérbio se incumbiu de fazê-lo.

A retextualização pode ser vista, ainda, em letras de canções populares, como nos dois exemplos que iremos examinar. O primeiro é *Bom Conselho*

(1980), de Chico Buarque de Hollanda, que é sempre referência para esse tipo de estudo, sobretudo pela grande ludicidade lingüística.

*Ouçá um bom conselho
Que eu dou de graça
Inútil dormir que a dor não passa
Espere sentado
Ou você se cansa
Está provado, quem espera nunca alcança*

*Venha, meu amigo
Deixe esse regaço
Brinque com meu fogo
Venha se queimar
Faça como eu digo
Faça como eu faço
Aja duas vezes antes de pensar*

*Corro atrás do tempo
Vim de não sei onde
Devagar é que não se vai longe
Eu semeio vento na minha cidade
Vou pra rua e bebo a tempestade*

Há, nesse exemplo, vários provérbios que pertencem à cultura popular que foram retextualizados por inversão ou oposição temática. Vejamos alguns exemplos por amostragem:

1. Quem espera **sempre** alcança – *Quem espera **nunca** alcança*
2. Devagar se vai ao longe – *Devagar é **que não** se vai longe*

3. Faça o que eu digo, **não** faça o que eu faço – *Faça **como** que eu digo, faça **como** eu faço*

Além da inversão ou oposição temática em 1 – **sempre/nunca** –, houve alguns acréscimos lingüísticos como em 2: expressão de reforço: **é que**; conjunção comparativa em 3: **como**.

No exemplo a seguir, *Aja duas vezes antes de pensar*, calcado no provérbio *Pense duas vezes antes de agir*, houve uma transposição ou inversão na posição dos termos básicos: agir/pensar x pensar/agir (quiasmo) que inverteu todo o significado do provérbio fonte que aconselha o indivíduo a ter cautela antes de tomar qualquer atitude ou executar alguma tarefa. A retextualização prega o oposto, ou seja, seja ousado, vá à ação, sem pensar nas conseqüências.

Chico Buarque de Hollanda compôs essa música em uma época politicamente difícil – a ditadura militar – em que suas obras eram constantemente censuradas e, com astúcia, conseguia enganar os censores, construindo letras com mensagens cifradas. É o caso dessa música composta de provérbios retextualizados, cuja origem popular é naturalmente reconhecida pelo usuário. Essa recriação trouxe mensagens novas que, de modo geral, estimulavam as pessoas a agirem, a não se abaterem diante das dificuldades políticas encontradas naquela época.

Há também a retextualização no discurso com o emprego dos pronomes **eu** e **você** e do vocativo **meu amigo** que aponta para a interação entre enunciador e enunciatário, tornando o provérbio pessoal. Essa interatividade é reforçada pelo uso do modo imperativo como ocorreu na retextualização do provérbio *Faça o que eu digo, não faça o que eu faço* (*Faça como eu digo/Faça como eu faço*), que é uma das características dos provérbios: o emprego desse modo verbal que a letra da música explora:

Venha, meu amigo

Deixe esse regaço

Brinque com meu fogo

Venha se queimar

Faça com eu digo

Faça como eu faço

Por essa amostragem de como o compositor parodiou alguns provérbios, observamos a trajetória expressiva da letra da música em que a formulação original dos provérbios sofreu retextualizações que a levou a um processo semântico que resultou em enunciados novos que não são mais genéricos, nem impessoais, mas específicos e individuais.

O segundo exemplo é a música *Jardins da Babilônia*, de Rita Lee, gravada em 1978, cuja letra também apresenta alguns provérbios retextualizados, além de outras expressões cristalizadas, que não são objeto central de nosso trabalho, mas sobre as quais faremos breves observações.

Suspenderam os Jardins da Babilônia

E eu pra não ficar por baixo

Resolvi botar as asas pra fora

Porque quem não chora dali

Não mama daqui

Diz o ditado

Quem pode, pode, deixa os acomodados

Que se incomodem

Minha saúde não é de ferro, não

Mas meus nervos são de aço

Pra pedir silêncio eu berro

Pra fazer barulho eu mesma faço

Ou não!

Mas pegar fogo

Nunca foi atração de circo

*Mas de qualquer maneira
 Pode ser um caloroso espetáculo
 Então o palhaço ri dali
 O povo chora daqui
 E o show não pára
 E apesar dos pesares do mundo
 Vou segurar essa barra*

*Minha saúde não é de ferro, não
 Mas meus nervos são de aço
 Pra pedir silêncio eu berro
 Pra fazer barulho eu mesma faço
 Ou não!*

Na primeira estrofe da letra da música há três retextualizações de provérbios:

a) *Quem não chora dali, não mama daqui* (Quem não chora, não mama) em que ocorreu o acréscimo de duas circunstâncias espaciais de polaridade: **dali/daqui**.

b) Nos dois versos *Quem pode, pode. Deixa os incomodados que se incomodem*, há uma interessante e complexa subversão, estampada na contaminação de dois provérbios: *Quem pode, pode, quem não pode se sacode* e *Os incomodados que se mudem*, usando-se inclusive antônimos (*incomodado X acomodado*) e sinônimos (que se mudem X que se incomodem).

Na verdade, nessa primeira parte da música, esses três provérbios retextualizados se ligam entre si, não só estruturalmente, mas, sobretudo por complementação semântica, pois as três frases estimulam o enunciário a agir, a não aceitar a vida passivamente (estabelecendo certa semelhança à música anterior, já que ambas se situam no mesmo contexto político).

Há, na terceira estrofe da letra da música, uma quarta frase proverbial que sofreu retextualização, *Mas pegar fogo nunca foi atração de circo* (Ver o circo pegar fogo) em que houve alguns tipos de acréscimos:

- a) transposição: *Mas pegar fogo, nunca foi atração de circo;*
- b) formulação adversativa: **Mas** pegar fogo, nunca foi atração de circo;
- c) circunstância de tempo: *Mas pegar fogo, **nunca** foi atração de circo;*
- d) acréscimo de palavras: **Mas** pegar fogo, **nunca foi atração de circo.**

Além da subversão de frases proverbiais, há dois clichês que sofreram desvio: a) *Minha **saúde** não é **de ferro**, não;* b) *Mas meus **nervos** são **de aço**.*

Em *Minha saúde não é de ferro* há dois tipos de acréscimo: 1) de palavras (*minha, não, é, não*); 2) de inversão de polaridade (*saúde de ferro/Minha saúde não é de ferro, não*).

Em *Mas meus nervos são de aço* também ocorreram dois tipos de acréscimo: 1) de formulação adversativa (**Mas** meus nervos são de aço); 2) de palavras (**Mas meus nervos são de aço**).

Ocorreu, ainda um fenômeno lingüístico idêntico entre esses dois clichês retextualizados: a transformação estrutural de frases nominais (SN) para frases verbais (SV): *saúde de ferro* para *saúde é de ferro* e *nervos de aço* para *nervos são de aço*.

Traçando um paralelo entre essas duas canções populares, observamos semelhanças semânticas, ou seja, ambas convidam o enunciatário a agir: *Está provado, quem espera nunca alcança (Bom Conselho), Os acomodados que se incomodem (Jardins da Babilônia)*, embora esta última apresente dúvida se a ação deve ser realmente efetivada – *Pra fazer barulho eu mesma faço, ou não!*

Quanto à estruturação frasal, ambas as letras foram extremamente criativas no emprego de provérbios que foram retextualizados. *Bom Conselho* foi inteiramente elaborada sob a base de provérbios retextualizados, enquanto a segunda, *Jardins da Babilônia*, é mais rica, já que não ficou apenas em um só tipo de fórmula. Usou de mais variações em sua estruturação de fenômenos lingüísticos de natureza popular; não se limitou apenas a utilizar a retextualização de provérbios, mas empregou esse mesmo recurso nos clichês, além da utilização de algumas gírias (*não ficar por baixo, botar as asas pra fora, segurar essa barra*)

que, de certa forma, também são fenômenos lingüísticos retextualizados, já que há desvio no significado real das palavras ou expressões para uma significação metafórica.

Podemos observar, assim, que aos constituintes originais foram acrescentadas outras palavras ou expressões que deram às frases uma configuração semântica diferente ao que o provérbio fonte, a princípio, indicava.

Esse estudo feito sobre a retextualização de provérbios ocorridos nas duas canções é uma forma de justificar como fórmulas fixas podem ser recriadas ou subvertidas de maneira expressiva, fenômeno que acontece não só em letras de música, mas também na ficção, na publicidade, na criação de *slogans* (cf. Maingueneau, (2002:173-174) e particularmente, como veremos, nas manchetes e títulos de notícias que serão analisadas posteriormente.

Todas essas ocorrências de desvio dos provérbios são casos de retextualização que levam o leitor a reconhecer o texto fonte. Há uma série de procedimentos nos casos de retextualização, classificados por Koch, Bentes e Cavalcante (2007:46ss) que procuramos considerar, aproveitar e adaptar com exemplos nossos:

1. Substituição:

a) de fonemas:

“Promessa é dívida”. (31)

“Promessa é **dú**vida”.

Na segunda frase, os constituintes, enquanto estrutura sintática (sujeito e predicado) foram preservados, substituindo-se, porém, a palavra *dívida* por *dúvida* graças a uma alteração fonêmica na primeira vogal, com que se alterou todo o sentido do provérbio. O que antes era uma promessa, um compromisso à palavra dada, tornou-se uma incerteza, uma desconfiança quanto à obrigação assumida.

b) de palavra ou lexical:

“Depois da tempestade, vem a bonança”. (13)

“Depois da tempestade, vem a **gripe**”.

A segunda parte do provérbio fonte expressa consolo ou esperança para um infortúnio, enquanto o provérbio subvertido faz justamente o oposto, a substituição da palavra *bonança* por *gripe* não transformou uma situação negativa (tempestade) em positiva (bonança); ao contrário, o que já era ruim tornou-se pior. Tem-se um tipo de humor negro que faz um alerta: a tragédia nunca vem só, pode vir acompanhada de outro infortúnio, como em *Desgraça pouca é bobagem*.

2. Acréscimo

a) de formulação adversativa:

“Querer é poder” (36)

“Querer é poder, **mas com trabalho**”.

No provérbio fonte a vontade está depositada na força espiritual, na perseverança; contudo, a subversão ocorrida nesse provérbio o desqualifica por apresentar justamente uma restrição, demonstrando que somente desejo e força mental não bastam; é preciso empreender esforços para conseguir o que se anseia.

b) outro tipo de acréscimo:

“A esperança é a última que morre”. (4)

“A esperança **e a sogra** são as últimas que morrem”.

Há dois elementos, no provérbio retextualizado que expressam valores considerados opostos: a esperança e a sogra. Ou seja, valor positivo quando relacionado à esperança e negativo em referência à sogra. Aqui há claramente um acréscimo que provoca humor, sobretudo relacionado ao emprego da palavra “sogra” que é sempre tema de diversas zombarias.

Evidentemente que há muitas opções de acréscimos que só o exame exaustivo de ocorrências poderá categorizar.

c) inversão temática:

“Devagar se vai ao longe”

“Devagar **nunca se chega**”

Opera-se uma quebra de expectativa naquilo que se deseja; efetua-se uma espécie de deturpação semântica que, do otimismo, passa-se ao pessimismo, representada pela polaridade: positivo (provérbio fonte) para negativo (provérbio subvertido).

4. Supressão:

“Quem tudo sabe, nada sabe”.

“Quem tudo sabe, sabe”.

Foi suprimido no provérbio subvertido o indefinido *nada*, graças ao qual havia um contraste entre os pronomes tudo/nada do provérbio fonte. Dessa forma, o que antes era negado, como uma advertência à arrogância, passou a ser confirmado. O processo de desvio semântico sofrido pelo provérbio tem efeito sarcástico, jocoso, que acaba por excluir o conselho que o provérbio fonte enunciava.

5. Transposição:

“Pense antes de agir”

“Aja antes de pensar”

A transposição dos verbos básicos *pensar* e *agir* ocorridos no segundo enunciado dá nova feição interpretativa à frase proverbial que, no original, aponta primeiramente para a prudência. No desvio sofrido, tem-se o oposto, ou seja, deixa-se de lado a cautela para partir para a ação, mesmo que seja impensada; o que importa é não se acomodar diante dos fatos da vida.

Como se observou, a retextualização é explorada nos diversos gêneros que utilizam esse recurso lingüístico para que o destinatário recorra a outros tipos de discurso e faça todas as inferências que o texto noticioso possa proporcionar. É

um processo de intertextualidade que nunca se esgota nessa espécie de paródia que, na maioria dos casos, tem efeito de humor ou traz embutida uma crítica que leva o leitor a trazer à memória seus conhecimentos.

Com efeito, essas espécies de retextualização mencionadas transformam frases cristalizadas – provérbios – em outras frases, de estrutura semelhante, mas com outros significados que conduzem o leitor a reinterpretar o texto, a fazer todas as hipóteses interpretativas possíveis e cabíveis de velhas e conhecidas frases, transformadas em novas formulações. Assim, pelo exposto, retextualizar significa, aqui, de certa forma, transgredir o que é tradicional e está consagrado pelo uso.

Alguns estudiosos do assunto, como Rocha (op.cit.: 164) entendem que os provérbios plagiados (preferimos chamar de retextualizados) “numa situação de enunciação específica deixam de ser provérbios”, porque já não expressam uma verdade universal e passam a referir-se exclusivamente a aspectos presentes no universo de uma enunciação particularizada.

PARTE B

I. *CORPUS*

A lista abaixo traz 45 manchetes e títulos de notícias do *Jornal da Tarde* em que se analisam as marcas de oralidade, representadas por enunciados proverbiais produzidos por desvio, graças aos processos de captação ou subversão, a partir de provérbios fontes, trazendo ganho de expressividade, argumentatividade e até, em alguns casos, efeito de humor. Alguns provérbios foram reenunciados ou retextualizados como forma de emprestar criatividade à notícia veiculada pelo jornal.

Os redatores fizeram essa reenunção ou retextualização dos provérbios tendo por base uma formulação padronizada, mas não absolutamente rígida que o *Jornal da Tarde*, por meio de suas manchetes e títulos de notícia, incumbiu-se de demonstrar. Diversamente do que se diz comumente dos provérbios que apresentam verdades eternas, imutáveis, relacionadas ao comportamento humano, as manchetes e os títulos de notícias selecionados para este trabalho não têm, de modo generalizado, as mesmas propriedades dos provérbios que lhes serviram de fonte. Essas frases se aplicam única e especificamente às notícias a que estão vinculadas e só podem ser interpretadas semanticamente com o suporte do contexto lingüístico e situacional a que fazem alusão.

Os provérbios fontes listados são abonados por Aristides Fontes Filho (*O dito pelo não dito* – Dicionário de expressões idiomáticas), Márcio Cotrim (*O pulo do gato* – O berço de palavras e expressões populares), José Pérez (*Provérbios Brasileiros*), Josué Rodrigues de Souza (*Provérbios & Máximas em 7 idiomas*), Leonardo Mota (*Adagiário Brasileiro*), Martha Steinberg (*1001 provérbios em contraste*), R. Magalhães Junior (*Dicionário brasileiro de provérbios, locuções e ditos curiosos*), Roberto Cortes Lacerda et al (*Dicionário de Provérbios*) entre outros, cujas informações completas se encontram nas referências bibliográficas.

A análise compreenderá a abordagem dos aspectos semânticos e, em seguida, os aspectos especificamente formais.

Na listagem, as abonações estão indicadas segundo os respectivos autores, por meio de seus nomes abreviados, perfeitamente identificáveis. Assim: Aristides Fontes Filho por (Fontes Filho) etc.

Provérbios fontes	Provérbios reenunciados ou retextualizados
<p>1. Amigos, amigos, negócios à parte.⁸ (Fontes Filho p. 23; Lacerda et al., p. 577; Mota, p.66)</p>	<p>a) <i>Negócios, negócios, almoço à parte</i> (17/9/2002, 1º Caderno, p. 13) – sobre negócios que são discutidos durante o horário de almoço. b) <i>Robinho: amigos, amigos...</i> (16/6/2006, Esportes, p. 1) – apesar da amizade que o une a outros jogadores, Robinho quer ser o titular do ataque. c) <i>Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...</i> (30/6/2006, Esportes, p.5) – jogo entre Brasil e França.</p>
<p>2. A boniteza não se põe à mesa. (Lacerda et al., p. 569)</p>	<p><i>No trabalho, a elegância se põe à mesa</i> (14/9/2002, 1º Caderno, p. 13) – funcionários que devem se trajar com elegância em seus locais de trabalho.</p>
<p>3. A carne é fraca. (Fontes Filho, p. 4; Lacerda et al., p. 570; Steinberg – 784)</p>	<p><i>A carne não é fraca não</i> (29/10/2004, Variedades, p. 80) – sobre cortes de carnes não tradicionais como, por exemplo, javali.</p>
<p>4. A esperança é a última que morre. (Fontes Filho, p.5; Lacerda et al., p. 571; Steinberg – 422)</p>	<p><i>A bola é a última esperança</i> (29/ 9/2002, Esportes, p.1) – time de meninas da favela de Heliópolis joga contra a marginalidade.</p>
<p>5. A mentira tem perna curta. (Fontes Filho, p.8; Lacerda et al., p. 572; Souza, p.322; Steinberg – 527)</p>	<p><i>Esta mentira não tem perna curta</i> (10/10/2002, Variedades, p. 1) – evento que comemora os 120 anos de Pinóquio.</p>
<p>6. Ano novo, vida nova. (Lacerda et al., p. 577)</p>	<p><i>Ano novo, carro novo</i> (16/12/2004, 1º Caderno, p.1) – sobre pessoas que todo começo de ano trocam de automóvel.</p>
<p>7. Cada um por si e Deus por todos. (Fontes Filho, p.53; Lacerda et al., p. 583; Mota, p.86; Souza, p. 301)</p>	<p><i>É cada um por si</i> (20/11/2004, Esportes, p.1) – jogo em que Ronaldo e Ronaldinho Gaúcho se enfrentam.</p>

⁸ A relação dos provérbios fontes está em ordem alfabética, diferente da relação das manchetes e títulos de notícias do *corpus* que se apresenta em ordem cronológica.

<p>8. Cria fama e deita-te na cama. (Lacerda et al., p. 587; Souza, p. 302)</p>	<p><i>Fez fama?Deite na cama da Playboy</i> (08/9/2002, Variedades, p.1) – pessoas que, ao adquirirem notoriedade, aceitam posar nuas na referida revista.</p>
<p>9. Dançar conforme a música. (Fontes Filho, p. 84; Magalhães Jr., p.90)</p>	<p><i>Para dançar conforme a música</i> (25/4/2003, Variedades, p.1) – sobre a programação dos DJs nas danceterias.</p>
<p>10. Dar a Deus o que é de Deus e a César o que é de César. (Lacerda et al., p. 587; Magalhães Jr., p. 90; Mota, p. 61)</p>	<p><i>A Serra o que é de Serra</i> (09/11/2004, 1º Caderno, p.2) – sobre a eleição do então prefeito, José Serra.</p>
<p>11. De grão em grão, a galinha enche o papo. (Fontes Filho, p. 100; Lacerda et al., p. 588; Mota, p.101; Souza, p. 302)</p>	<p>a) <i>De Love em Love, o Palmeiras vai chegando</i> (30/5/2004, 1º Caderno, p.1) – sobre o jogador Vagner Love que era fundamental nos jogos de seu time. b) <i>De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá</i> (16/6/2006, 1º Caderno, p.1) – classificação difícil para a seleção inglesa.</p>
<p>12. De médico e louco, todo mundo tem um pouco. (Fontes Filho, p. 10; Lacerda et al., p. 588; Mota, p. 101; Pérez, p. 40; (Souza, p. 302)</p>	<p><i>De médico e louco, todo juiz terá um pouco</i> (23/12/2004, Esportes, p.18) – juízes de futebol terão de atender jogador com emergência cardíaca.</p>
<p>13. Depois da tempestade vem a bonança. (Cotrim, p. 65; Fontes Filho, p. 111; Lacerda et al., p. 589; Magalhães Jr., 99; Mota, p. 103; Souza, p. 302; Steinberg – 6)</p>	<p><i>Depois da chuva</i> (30/11/2004, 1º Caderno, p.1) – sobre temporal que alagou várias regiões da cidade de São Paulo.</p>
<p>14. Deus escreve certo por linhas tortas. (Fontes Filho, p. 113; Mota, p.105; Pérez, p.42)</p>	<p><i>O recado certo por linhas tortas</i> (23/6/2003, 1º Caderno, p.14) – aviso da polícia para criminosos.</p>
<p>15. Em briga de marido e mulher ninguém mete a colher.</p>	<p><i>Em briga de marido e mulher...</i> (30/6/2006, Variedades, p.40) – filme que retrata a vida turbulenta de um</p>

(Fontes Filho, p. 134; Lacerda et al., p. 593; Mota, p. 117; Pérez, p. 48)	casal.
16. Em casa de ferreiro, espeto de pau. (Fontes Filho, p. 124; Lacerda et al., p. 593; Mota, p. 113; Pérez, p. 30; Steinberg – 955)	<i>Em casa de ferreiro...</i> (05/4/2006, 1º Caderno, p.2) – almoço no Centro de Vigilância Sanitária provocou diarreia.
17. Em terra de cego, quem tem um olho é rei. (Fontes Filho, p. 128; Lacerda et al., p.594; Magalhães Jr., p. 111; Mota, p. 115; Steinberg – 464)	<i>Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei</i> (14/4/2003, 1º Caderno, p.1) – sobre a 61ª DP de Cangaíba que não consegue combater o tráfico de drogas.
18. Escreveu não leu, pau comeu. (Fontes Filho, p.135; Pérez, p. 51)	<i>Escreveu não leu...</i> (09/02/2007, Imóvel, p.1) – anúncios que podem dar segurança ao consumidor para evitar propaganda enganosa na hora de adquirir um imóvel.
19. Filho de peixe, peixinho é. (Fontes Filho, p. 156; Lacerda et al., p.597; Magalhães Jr.; Mota, p.123; Souza, p. 305; Steinberg – 535)	a) <i>Filha de peixe no Sesc Vila Mariana</i> (17/3/2006, Variedades, p.12) – filha de Martinho da Vila canta no Sesc. b) <i>Nos palcos: filho de peixe, bom músico é</i> (14/9/2006, Variedades, p.1) – filhos de músicos famosos que têm tanto talento quanto seus pais.
20. Nem tanto ao mar, nem tanto à terra. (Fontes Filho, p. 218; Lacerda et al., p. 611; Mota, p. 162)	<i>Nem tanto ao mar, nem tanto à terra</i> (21/8/2006, 1º Caderno, p.2) – editorial que critica a publicidade exagerada.
21. Os extremos se atraem. (Lacerda et al., p. 621) (Magalhães, p. 223).	<i>Parka e casaqueto: opostos que se atraem</i> (27/05/2007, Revista JT, p. 24) – um comprido e outro bem curto que apesar das diferenças de tamanho, são dois agasalhos de grande aceitação para o inverno.
22. O fim justifica os meios. (Fontes Filho, p. 224; Lacerda et al., p. 615; Mota, p. 171; Souza, p. 303; Steinberg – 221)	<i>O fim justifica os meios?</i> (07/4/2006, Variedades, p.41) – filme que usa a violência como forma de vingança.

<p>23. Olho por olho, dente por dente.</p> <p>(Fontes Filho, p. 228; Lacerda et al., p. 620; Mota, p. 172; Souza, p. 297)</p>	<p><i>Dente por dente, olho por olho</i> (08/8/2002, Variedades, p.8) – referência sobre novela, “Beijo do Vampiro”.</p>
<p>24. Onde há fumaça, há fogo.</p> <p>(Cotrim, p. 65; Fontes Filho, p. 228; Lacerda et al., p. 620; Mota, p.173; Pérez, p. 96; Steinberg – 947)</p>	<p><i>Onde há fumaça...</i> (29/9/2006, Variedades, p.4) – filme sobre tabagismo.</p>
<p>25. O peixe morre pela boca.</p> <p>(Fontes Filho, p. 225; Lacerda et al., p. 617; Steinberg – 310)</p>	<p><i>Peixe vai morrer pela boca?</i> (06/4/2006, Esportes, p.2) – time do Santos já se considerava campeão.</p>
<p>26. O que não tem remédio, remediado está.</p> <p>(Fontes Filho, p. 225; Lacerda et al., p. 618; Mota, p.178)</p>	<p><i>Remediar pode ser melhor do que operar</i> (01/10/2002, 1º Caderno, p.10) – certos medicamentos são mais eficazes do que fazer angioplastia.</p>
<p>27. A propaganda é a alma do negócio.</p> <p>(Fontes Filho, p.226; Lacerda et al., p. 574)</p>	<p><i>A propaganda é a alma do negócio</i> (20/9/2002, 1º Caderno, p.3) – anúncios que estimulam as negociações.</p>
<p>28. Pão, pão, queijo, queijo.</p> <p>(Fontes Filho, p. 232; Lacerda et al., p. 623; Magalhães Jr., p. 238; Mota, p. 186)</p>	<p><i>Pão, pão, geléia, geléia</i> (04/12/2004, Variedades, p.12) – sobre geléias exóticas para passar no pão.</p>
<p>29. Pimenta nos olhos dos outros é refresco.</p> <p>(Fontes Filho, p. 246; Lacerda et al., p. 625; Mota, p.190; Souza, p. 304; Steinberg – 478)</p>	<p><i>Pimenta no olho de 50 mil. Foi refresco.</i> (14/10/2002, Variedades, p.1) – show do grupo de rock “Red Hot Chili Peppers”.</p>
<p>30. Pior a emenda que o soneto.</p> <p>(Fontes Filho, p. 247; Lacerda et al., p. 625; Magalhães Jr., p.253;Mota, p. 190)</p>	<p><i>O remendo ficou pior que o buraco</i> 12/01/2006, 1º Caderno, p.5) – conserto mal feito nas ruas de São Paulo.</p>
<p>31. Promessa é dívida.</p>	<p><i>Promessa é dívida</i> (22/12/2004, 1º</p>

(Fontes Filho, p. 258; Lacerda et al., p. 627)	Caderno, p.2) – a promessa de desconto em compra de automóvel não foi efetivada.
32. Quem canta, seus males espanta. (Fontes Filho, p. 265; Lacerda et al., p. 630; Magalhães Jr., p. 268; Mota, p. 203; Pérez, p. 113)	<i>Quem canta, seus males espanta</i> (29/10/2004, Variedades, p.5) – sobre monges beneditinos que cantam no mosteiro de São Bento.
33. Quem não tem cão, caça com gato. (Fontes Filho, p.267; Lacerda et al., p. 635; Fontes Filho, p. 267; Mota, p. 217; Souza, p. 304)	<i>Quem tem cão...</i> (01/4/2006, Variedades, p.8) – cães que são levados por seus donos à Praça Buenos Aires.
34. Quem pode o mais, pode o menos. (Fontes Filho, p. 267; Lacerda et al., p.636; Mota, p. 219)	<i>Chora mais quem pode menos</i> (14/10/2002, 1º Caderno, p.10) – sobre a condição das presas da Cadeia Pública de Pinheiros.
35. Quem ri por último, ri melhor. (Fontes Filho, p. 267;Lacerda et al., p. 636; Mota, p. 230; Steinberg – 358)	<i>E hoje, quem vai rir por último?</i> (29/9/2002, Esportes, p.1) – jogo em que o jogador Ricardinho enfrente seu ex-clubes.
36. Querer é poder. (Fontes Filho, p. 268; Lacerda et al., p. 639; Mota, p. 227; Steinberg – 948)	<i>Querer é poder, mas com trabalho</i> (28/12/2004, Dinheiro, p.6) – o sucesso só pode acontecer com muito empenho.
37. Rir é o melhor remédio. (Lacerda et al., p. 639)	<i>Rir ainda é o melhor remédio</i> (24/12/2004, Variedades, p.4) – sobre o filme “Bob Esponja”.
38. Santo de casa não faz milagre. (Fontes Filho, p. 276; Lacerda et al., p.640; Magalhães Jr., p. 284; Mota, p. 232; Souza, p. 303)	a) <i>Santo de casa não faz milagre</i> (29/10/2004, Variedades, p.5) – comédia rural, cujos personagens têm desavenças com seus santos. b) <i>Santo de casa... faz cinema</i> (15/02/2006, Variedades, p.1) – Rede Globo usa seus estúdios no Projac para fazer filmes.

<p>39. Tamanho não é documento. (Fontes Filho, p. 291; Lacerda et al., p. 643; Mota, p. 239)</p>	<p><i>Tamanho é documento?</i> (02/02/2007, Variedades, p.8) – sobre grandes e pequenas casas de show.</p>
<p>40. Ver para crer. (Fontes Filho, p. 319; Lacerda et al., p. 647; Magalhães Jr., p. 313; Mota, p. 253; Steinberg – 759)</p>	<p><i>Ver para crer</i> (17/3/2006, Variedades, p.5) – pastel com recheio de bombom “Sonho de Valsa”.</p>

2. ANÁLISE DAS OCORRÊNCIAS

2.1. ASPECTOS SEMÂNTICOS

2.1.1. Aspectos semânticos em geral

A primeira análise dos provérbios se processará por seus aspectos semânticos em que, independentemente da manutenção ou não da forma, estabelecer-se-á uma correlação semântica entre o provérbio fonte ou original (base para a análise) e o provérbio retextualizado.

No caso, o provérbio sofreu retextualização em relação a sua enunciação original, mas permanece com aspecto de provérbio. Quando, por exemplo, o *Jornal da Tarde* traz como título de notícia *É cada um por si* (nº 7), o leitor remete-o ao original *Cada um por si e Deus por todos*. A situação a que o título faz alusão já não é mais de caráter generalizador, pois é específica àquela circunstância referida na notícia, entretanto a sensação e aparência de provérbio original são mantidas.

Temos, no *corpus*, 45 provérbios listados, dos quais quatro apresentam mais de uma retextualização: 1, 11, 19 e 38.

Os enunciados fontes estão aqui enquadrados como provérbios, ainda que alguns possam ser discutíveis como tais, uma vez que não apresentam as características e propriedades teoricamente estabelecidas para eles. Mas todos constam como provérbios nas fontes consultadas.

1. Amigos, amigos, negócios à parte.

Mota aponta variante de entonação: “Amigos, amigos! Negócios à parte!

O provérbio significa que as amizades não devem interferir nos negócios, que devem ser isentos e rigorosos e, às vezes, muitos relacionamentos amigáveis não resistem quando há interposição nas negociações. Portanto, nos negócios, não se deve levar em conta as amizades.

O *corpus* registra três ocorrências com desvio desse provérbio:

a. **Negócios, negócios, almoço à parte.** (17/9/2002, 1º caderno, p.13)

A alusão aqui não é sobre a influência que as negociações podem exercer sobre as amizades, mas como atualmente se fazem muitos negócios durante o horário de almoço. O que a manchete sugere, com essa enunciação proverbial, é que a falta de tempo, a intensidade de trabalho e a correria da vida moderna, sobrecarregam o homem de negócios e fazem com que um horário, que deveria ser desfrutado com tranqüilidade e momentos de descanso, fosse preenchido com acertos financeiros e comerciais. Assim o que antes estava no plano metafórico e geral (provérbio fonte), passou para o plano real e específico (provérbio retextualizado).

b. **Robinho: amigos, amigos...** (16/6/2006, Esportes, p.1)

c. **Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...** (30/6/2006, Esportes, p.5)

Esses provérbios retextualizados têm enunciados específicos e identificados, portanto, passando de universais e gerais para particulares e específicos. Apresentam situações de amizade que não devem ser confundidas na ocasião dos jogos. Robinho afirma ser amigo dos outros jogadores, mas quer ser titular da seleção; Ronaldo e Zidane se enfrentarão, apesar de manterem amizade entre si.

Embora subvertam o provérbio de onde se originam ao apresentarem enunciadores e suprimirem a segunda parte da frase, a significação tradicional é mantida que são os interesses profissionais postados acima das amizades.

Como se observa, ambas as retextualizações (b, c), em relação ao provérbio fonte, apresentam:

- a) manutenção do valor semântico;
- b) mesmo contexto: *Robinho que busca afirmação profissional; e Ronaldo Zidane: amigos que se enfrentam.*

Em ambos os casos houve ainda supressão da segunda parte (*negócios à parte*), representando uma suspensão provocativa da idéia, a ser complementada pelo leitor. Esta questão formal da supressão será retomada adiante.

2. A boniteza não se põe à mesa.

Há outras variantes desse provérbio referendadas por Lacerda et al.: *Beleza não se põe à mesa* e *Boniteza não se põe à mesa* (sem o artigo determinante).

Esse provérbio traz a idéia de que as aparências não são importantes, ou seja, não é o atributo físico que valoriza o homem, mas o seu caráter. Há, entretanto, um provérbio de significação oposta abonado por Souza (p.54) que sugere preconceito: *Uma boa aparência é uma carta de apresentação*.

Há correspondentes em italiano: *Le bellezze non si mangiano* e em espanhol: *Con hermosura sola no si pone la olla*.

No trabalho, a elegância se põe à mesa. (14/9/2002, 1º Caderno, p.13)

Houve, na retextualização, uma inversão de polaridade que desqualifica o provérbio fonte: de “não se põe” para “se põe”. Existe uma imposição de valores que coloca em relevo a elegância (a boa aparência), não de maneira geral, mas em circunstância específica, determinada – no trabalho.

O leitor, ao ler essa manchete, identifica uma situação comum, hoje, em que as relações humanas e a qualidade profissional se estabelecem não só por competência, mas também pela aparência. De certa forma, a orientação argumentativa é a mesma do provérbio lembrado acima por Souza.

3. A carne é fraca.

Esse provérbio é abonado por Fontes Filho e Lacerda et al. que registram uma variação: *Ninguém é de ferro*, em que se observa uma conotação sexual. Steinberg apresenta a frase tirada da Bíblia, dita por Cristo no Jardim das Oliveiras: *O espírito está pronto, mas a carne é fraca*.

Aponta esse provérbio para as fraquezas humanas, às tentações a que os homens estão sujeitos. Somos frágeis e falíveis, e facilmente nos deixamos levar pelos instintos ou pelos desejos.

A carne não é fraca não. (29/10/2004, Variedade, p.80)

Nesse título de notícia a retextualização, diferentemente do provérbio fonte, tem significação denotativa, pois “carne” não se refere às fraquezas humanas, mas aos vários tipos de carne que são preparados para serem consumidos nas inúmeras churrascarias da cidade.

O adjetivo “fraca”, seguido de duas negativas, reforça a qualidade da carne e o seu sabor exótico, já que o provérbio retextualizado enuncia uma reportagem que faz alusão a certos tipos de carne não tradicionais, como, por exemplo, carne de javali, que não apresenta a maciez que se espera das carnes comuns, mas leva o exótico para o paladar do consumidor.

Por outro lado, à semelhança do caso anterior, houve aqui também inversão de polaridade: de afirmativa: “é” para negativa: “não é”.

4. A esperança é a última que morre.

Lacerda et al. trazem a variação *A esperança é sempre a última que morre* e um provérbio de forma diferente e significação similar: *Enquanto há vida, há esperança*.

Representa, esse provérbio, a perfeita expressão do otimismo, da perseverança, mesmo diante das dificuldades que o homem enfrenta na vida.

A bola é a última esperança. (29/9/2002, Esportes, p.1)

No provérbio fonte, a “esperança” se apresenta de maneira genérica, enquanto na retextualização está determinada ou especificada pela palavra “bola”. Diferentemente do provérbio fonte que apresenta otimismo, o provérbio retextualizado resvala na fatalidade que envolve as jovens da periferia, sobretudo as moradoras de favela que não têm opções de lazer.

No caso da favela de Heliópolis, a manchete enuncia uma possível solução (a última esperança) que evitaria a marginalização ou a criminalidade das meninas que vivem nessa favela: o futebol.

5. A mentira tem perna curta.

Fontes Filho, Lacerda et al. e Souza abonam a forma *A mentira tem pernas curtas* e Steinberg apresenta a palavra “mentira” sem o artigo determinante e o objeto direto no singular: *Mentira tem perna curta*.

Lacerda et al. registram ainda algumas variações: *A corda da mentira é muito curta*, *Curtas tem as pernas a mentira e alcança-se asinha*, *apanha-se mais depressa um mentiroso que um coxo*, *Mais depressa se apanha um mentiroso que um coxo*.

Esse provérbio traz a advertência de que o mentiroso, por mais que tente encobrir a mentira, é fatalmente descoberto, já que é impossível sustentar ou dissimular a mentira por muito tempo.

Esta mentira não tem perna curta. (10/10/2002, Variedades, p.1)

Esse título de notícia se refere ao personagem Pinóquio que simboliza a mentira, cujo nome é, em muitos casos, tomado, metaforicamente, como sinônimo do adjetivo mentiroso.

Entretanto, nessa retextualização, “esta mentira” não está empregada de modo negativo, nem de forma metafórica. Trata-se de mais um caso de inversão de polaridade, à semelhança dos números 2 e 3. Comemorava-se, em 2002, os 120 anos da criação do personagem Pinóquio; assim, esta mentira, paradoxalmente, não é uma mentira (não tem perna curta), mas uma verdade que se pode comprovar.

6. Ano novo, vida nova.

Lacerda et al abonam esse provérbio e apresentam diversas variações: *Mudando o tempo, muda-se o tento; Mudam-se os tempos, mudam-se as idéias; Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades* (Camões); *mudam-se os tempos, mudam-se os pensamentos; Outros tempos, outros costumes.*

Significa esse provérbio as promessas e as expectativas positivas que sempre são feitas e/ou esperadas ao início do ano novo: renovação, mudanças que, em muitos casos, dificilmente são cumpridas ou parcialmente realizadas.

Ano novo, carro novo. (16/12/2004, 1º Caderno, p.1)

Na retextualização permanece a expectativa da mudança ou a promessa feita no início do ano normalmente que é realizada, porque se trata concretamente da compra de um bem, um automóvel, e a manchete se refere justamente às pessoas que todo início de ano trocam de carro.

Esse enunciado tem semelhanças às propagandas que incentivam as compras de carros novos. É reconhecida a grande fascinação que o brasileiro

possui por automóveis, assim a retextualização do provérbio constata esse fato que normalmente é uma promessa que se cumpre.

7. Cada um por si e Deus por todos.

Fontes Filho dá outras variações: *Cada um sabe de si e Deus sabe de todos, Cada um cuide de si e Deus de todos, Cada qual faça por si e Deus fará por todos*. Lacerda et al registram, também, algumas variações: *Cada um olhe por si (e já não faz pouco), Cada um por si, Cada um trata de si e Deus de todos, Cada qual trate de si e deixe os outros, Cada um na sua e Deus na de todos*. Mota apresenta uma variação: *Cada um sabe de si, e Deus de todos*.

O provérbio explica que Deus ajuda a todos, desde que cada um faça o que lhe é devido, ou, ainda, cada qual deve cuidar de seus afazeres e não se envolver com a vida de seus semelhantes. Esse provérbio se assemelha a um tipo de auto-ajuda tão em voga atualmente.

É cada um por si. (20/11/2004, Esportes, p.1)

Nessa retextualização está implícita uma espécie de rivalidade esportiva entre jogadores renomados. A referência é sobre Ronaldo e Ronaldinho Gaúcho que iriam se confrontar, jogando por seus respectivos clubes.

Esse título de notícia aproveita, semântica e formalmente, apenas a primeira parte do provérbio fonte, já que se refere a jogadores que, apesar de brasileiros e já terem jogado juntos pela seleção, devem se preocupar apenas com seus times e procurar defender os seus interesses.

8. Cria fama e deita-te na cama.

Há outras variações desse provérbio, abonadas por Lacerda et al: *Cobra boa fama, faz(e) o que quiseres, Cobra fama e deita-te a dormir, Conquista boa fama e dorme a manhã na cama.*

Há provérbios semelhantes em italiano: *Acquista buona fama e mettiti a dormire* e em espanhol: *Cobra buena fama y échate a dormir.*

Esse provérbio pode ser interpretado por duas direções: 1) ao alcançar boa reputação, o homem alcança também a tranqüilidade e vive sem preocupação; 2) o homem acaba se acomodando, quando conquista o que deseja.

Fez fama? Deite na cama da Playboy. (08/9/2002, Variedades, p.1)

Há, aqui, uma pergunta que é prontamente respondida, ou seja, o provérbio retextualizado aponta para uma circunstância recorrente às jovens artistas que alcançam rapidamente a notoriedade e são imediatamente convidadas para posarem nuas na revista *Playboy*. Porque a fama, com artistas, hoje em dia, é efêmera, dificilmente esse tipo de convite é recusado.

Enquanto o provérbio fonte deixa implícito que alguns, em muitas situações e com muita dificuldade e empenho, alcançam uma vida tranqüila, sem preocupações, na retextualização, observa-se o oportunismo de pessoas que se aproveitam da fama instantânea para ganhar dinheiro sem muito esforço.

9. Dançar conforme a música.

Fontes Filho, além da versão acima, traz outra: *Dançar como tocam.* Magalhães Jr. ainda entende que tem o mesmo sentido o provérbio: *Responde o abade como conta o frade.*

É um provérbio que encerra uma forma de adequação e conformismo diante das circunstâncias da vida, ou seja, às vezes, é preciso agir de acordo com as conveniências do momento ou agir sob a influência ou a mando de outrem. É, ainda, o indivíduo que se adapta com rapidez às situações difíceis e que se comporta da maneira que essas mesmas situações exigem.

Para dançar conforme a música. (25/4/2003, Variedades, p.1)

Esse provérbio retextualizado tem praticamente a mesma estrutura do provérbio fonte, mas é interpretado de modo denotativo já que o verbo *dançar* foi empregado em seu sentido literal. O título se refere à programação feita pelos DJs nas danceterias da cidade que selecionam as músicas conforme o gosto do público que frequenta esses locais.

O provérbio original, metaforicamente, faz alusão a situações de conformismo a que, em muitas ocasiões da vida, o homem tem que se sujeitar, enquanto no provérbio fonte também há situação de conformidade, mas de maneira positiva, já que não há sujeição, representando, na realidade, a reunião de pessoas com o mesmo gosto musical.

10. *Dar a Deus o que é de Deus e a César o que é de César.*

Esse provérbio traduz a sabedoria divina que foi assimilada pela cultura popular. Lacerda et al. explicam que a fonte deste provérbio bíblico é Lucas 20,25: *“Reddite ergo quae sunt Caesaris, Caesari et quae sunt Dei, Deo”*. Em francês: *“Il faut rendre à César ce qui est à César et à Dieu ce qui est à Dieu”*; em inglês: *“Render unto Caesar the things which be Caesar and unto God the things which be God’s”*.

Souza registra *“Dar a César o que é de César e a Deus o que é de Deus”* e explica que a origem da frase proverbial vem do Evangelho e informa ser uma

resposta de Jesus aos fariseus sobre a questão da obediência ao poder constituído. Talvez seja a primeira manifestação histórica sobre a separação entre a Igreja e o Estado.

Magalhães Jr., que cita a frase com o verbo “dar” no imperativo (“*Dai a César o que é de César e a Deus o que é de Deus*”) fundamenta sua fonte no Evangelho de Mateus (capítulo XXII, versículo 21), diferente, portanto, da apresentada por Lacerda et al. A frase latina também difere formalmente: “*Quod Dei, Deo, Quod Cesaris, Cesaris*”, com inversão das palavras chave.

A Serra o que é de Serra. (09/11/2004, 1º caderno, p.2)

No *corpus* aparece a versão acima, em que se observam a substituição de *César*, como representante do poder, e a supressão da segunda parte do provérbio. A retextualização que serviu como título a um editorial sobre o então recém-eleito candidato soa como paródia, sobretudo pela proximidade fônica entre *Serra/César* e por apresentar forte relação semântica com o provérbio fonte, que embora transpareça como religioso, tem caráter tipicamente político.

Aqui há a alusão do perfil do então candidato a prefeito da cidade de São Paulo, que seria eleito com uma grande margem de votos sobre sua rival, Marta Suplicy que tentava a reeleição. Serra, de perfil mais austero do que sua oponente, segundo o editorial seria eleito por ter recebido da população a confiança para uma administração diferente da então prefeita.

A retextualização ocorreu não só com a supressão da segunda parte *a Deus o que é de Deus*, mas também com o jogo lúdico entre os nomes *Serra* e *César* que possuem semelhanças fonéticas.

11. De grão em grão, a galinha enche o papo.

Fontes Filho registra: *De grão em grão a galinha enche o bico*. Lacerda et al. e Souza abonam o provérbio acima e registram outras variações. Lacerda et al.: *A pouco e pouco é que fia a velha o copo [‘a porção de lã ou linho que há de fiar’]; De grão em grão a galinha enche o papo (e o velho o saco), de grão em grão enche a galinha o papão; Pouco a pouco fia a velha o copo; De bago em bago, enche a velha o saco; Grão a grão, também se chega ao milhão.*

Souza apresenta três variações: *De bago em bago, enche a velha o saco; De raminho em raminho, a avezinha faz seu ninho e Um grão não enche celeiro, mas ajuda o seu companheiro.*

Esse provérbio valoriza a perseverança de se fazer, com pequenas economias, grandes fortunas. Mostra, ainda, o valor prático na insistência das ações que levam às possibilidades individuais. Indica também que, aos poucos, podem-se atingir objetivos desejados.

Em francês, temos: *Grain à grain, la poule remplit son ventre.*

a. De Love em Love, o Palmeiras vai chegando (30/5/2004, 1º caderno, p.1)

b. De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá. (16/8/2006, 1º caderno, p.1)

Os dois provérbios retextualizados, que formam os títulos de notícias, têm o mesmo referente contextual: ambos fazem alusão ao futebol. Observa-se que há um intervalo de dois anos entre os dois títulos, mas houve um reaproveitamento do redator da mesma base proverbial (*De grão em grão...*).

Os enunciadores são diferentes, pois na frase **a** existe uma ação particularizada: um determinado jogador, Vagner Love, é quem comanda o time do Palmeiras em suas de vitórias. A frase **b** apresenta o modo como a ação se realiza (*De sufoco em sufoco*) e, em seguida a autora dessa ação (*a seleção da Inglaterra*).

No provérbio fonte, o significado remete a atitudes perseverantes que são tomadas para que se possam obter resultados positivos. Nas frases retextualizadas há semelhança semântica ao provérbio original, na referência às atitudes que são tomadas gradualmente, entretanto, é improvável se saber se resultarão em algo positivo ou não.

12. De médico e louco, todo mundo tem um pouco.

Lacerda et al. trazem a abonação desse provérbio do francês: “*Chacun a un fou dans sa manche*”, ou seja, “Cada um traz um louco escondido na manga”. É um comportamento que resvala a loucura que todos possuem e trazem-na à tona quando uma situação limite assim o exigir.

Pérez acrescenta outra personalidade ao provérbio – poeta: “De poeta, médico e louco cada um tem um pouco” e no lugar da expressão popular e geral “todo mundo”, aparece a expressão particularizada “cada um”.

O provérbio alude às circunstâncias que todas as pessoas, de certa forma, vivenciam em alguns momentos de suas existências: as abstrações da vida (poeta); os diagnósticos que muitos imaginam ter competência para resolver (médico) ou as atitudes fora da habitual normalidade que, às vezes, as pessoas cometem (louco).

Souza traz uma versão aparentemente personalizada para esse provérbio: “De músico, poeta e louco, todos nós temos um pouco”. Com a expressão “todos nós” continua um enunciado geral, porém inclusivo: do enunciador ao enunciatário. Aqui este provérbio significa que todos nós possuímos um lado artístico e uma parcela de loucura combinados.

De médico e louco, todo juiz terá um pouco (23/12/2004, Esportes, p.18)

O jornal atualizou o enunciado, incluindo, porém, ainda generalização, a personalidade do juiz (de futebol) que passará a atuar um pouco como médico. Esse título de notícia na seção de *Esportes* do jornal que explica que todo juiz de futebol deverá ter conhecimentos médicos representa uma paródia do provérbio fonte que faz referência às atitudes que, dependendo das circunstâncias da vida, as pessoas são obrigadas a tomar. A retextualização, ao contrário, não se situa no plano genérico e universal, como algo que, via de regra, acomete às pessoas, mas uma situação particularizada referente aos juizes de futebol que terão de socorrer jogadores de futebol em caso de emergência médica.

À primeira vista, esse desvio aparenta ser uma variação do original; entretanto, ao ler a notícia a que ele faz alusão, o leitor logo percebe que se trata de uma imitação burlesca e até irônica de uma situação médica que nenhum juiz de futebol tem preparo profissional para exercer.

Tanto no provérbio original, quanto no provérbio retextualizado há um processo de correlação em que temos *apódose* (condicionada) e *prótase* (condicionante) em que parte do enunciado prepara a outra numa relação de dependência: *De médico e louco* (prótase), *todo juiz terá um pouco* (apódose).

13. Depois da tempestade vem a bonança.

Trata-se de provérbio, sobre o qual encontramos o maior número de abonações (7 vezes). Fontes Filho apresenta uma variação: *Depois da tempestade vem a calma*. Lacerda et al. registram em francês: “*Après la pluie le beau temps*” (Depois da chuva, o bom tempo) que tem a mesma idéia em inglês: “*After a storm comes a calm*” (Depois da tempestade vem a calma). Do grego temos, “*Tempo ruim transforma-se facilmente em tempo bom*”, registrado por Menandro nos *Monósticos*; o correspondente em latim é “*Post nubila Phoebus*” (Depois das nuvens, o Sol).

Magalhães Jr. apresenta o desdobramento poético desse provérbio, realizado por Camões em “Os Lusíadas”: *Depois de procelosa tempestade/Noturnas sombras, sibilante vento/Traz a manhã serena claridade,/Esperança de porto e salvamento.*

Esse provérbio alude às vicissitudes da vida que são alternadas de bons e maus momentos. Assim, sempre depois das dificuldades surgem períodos de tranqüilidade e vice-versa.

Depois da chuva (30/11/2004, 1º caderno, p.1)

Esta manchete secundária do jornal é complementada pela imagem (ver na página seguinte), ou seja, a supressão processada pelas reticências remete à foto que retrata o caos em que se transforma a cidade depois de um dia de chuvas intensas.

O desvio do provérbio se processa em uma conjugação de palavras suprimidas que são completadas por imagens bem diferentes da situação abstrata e geral apresentada pelo provérbio fonte que remete à felicidade do homem após superar situações difíceis. O provérbio retextualizado, ao contrário, enuncia com imagens e palavras as circunstâncias adversas que boa parte da população da cidade de São Paulo enfrenta depois de uma forte chuva.

O *Jornal da Tarde*, ao fazer alusão a um provérbio que representa o otimismo, a redenção depois de situações adversas, aponta, pela substituição da linguagem verbal pela força da linguagem visual da foto, o descaso e o abandono, por parte das autoridades, a que está relegada a cidade, sobretudo todas as vezes em que chuvas fortes caem sobre algumas regiões da capital paulista.



(Fig.9) *Jornal da Tarde*, 30/11/2004

14. Deus escreve certo por linhas tortas

Além dessa formulação, Fontes Filho e Mota apresentam: *Deus escreve direito por linhas tortas*. Em sua religiosidade, o provérbio mostra o poder de Deus que, mesmo não parecendo, ajuda aqueles que necessitam.

Expressa, ainda, o provérbio o argumento da autoridade dentro da moral cristã que pode levar o homem a enfrentar adversidades e, por meio delas, trazer lições de vida, ou seja, situações que, aparentemente são difíceis de serem enfrentadas, podem ser resolvidas de modo positivo.

O recado certo por linhas tortas. (23/6/2003, 1º caderno, p.14)

Esse enunciado retextualizado que enuncia uma notícia policial apresenta semelhanças semânticas sutis com o provérbio fonte. Transmite o aviso dado pela polícia de que irá reprimir intensamente os criminosos da cidade de São Paulo.

Enquanto o provérbio fonte enuncia a bondade e a força divinas em reverter situações adversas, o provérbio retextualizado mostra a força dos homens que

têm poder constituído para usá-lo, mesmo de maneira não convencional contra aqueles que cometem crimes.

15. *Em briga de marido e mulher ninguém mete a colher.*

Lacerda et al. abonam o provérbio acima. Fontes Filho registra duas variações: *Entre marido e mulher, não meta a colher* e *Em briga de marido e mulher, não se mete a colher*. Lacerda et al. apresentam, ainda, mais três variações com outro tipo de parentesco: *Entre irmãos não meta as mãos*, *Em briga de irmão não se dá opinião*, *Entre pai e irmãos não metas as mãos*.

Mota abona: *Entre marido e mulher não metas a colher* e Pérez traz: *Em briga de marido e mulher, ninguém deve meter a colher*.

Há registros paralelos em inglês, *Don't put your finger between the bark and the tree*; em espanhol, *Entre el arbol y la corteza no metas la mano*; em francês, *Il ne faut pas mettre le doigt entre l'árbe et l'écorce*.

Esse provérbio representa a prudência do homem em não se envolver na vida alheia, principalmente quando há grau de parentesco e, ao mesmo tempo, encerra uma advertência para que se tenha discricção diante das atitudes de seus semelhantes.

Em briga de marido e mulher... (30/6/2006, Variedades, p.40)

Esse procedimento não está suprimindo a frase, mas parte dela, ou seja, seu núcleo oracional, numa espécie de jogo mnemônico com o leitor que o redator fez nessa reenunciação, repete-se mais sete vezes (casos 1a, 1b, 13, 16, 18, 24 e 33), intensificando-se a expectativa provocada pela omissão da apódose após o clímax entonacional da prótase. É um enunciado que dá título a uma crítica sobre um filme americano “Separados pelo casamento” (The Break-up) que retrata a vida turbulenta de um casal que decide se separar, mas demora em fazê-lo.

O jornal, ao reenunciar o provérbio com uma frase fragmentada, pelo que representa semanticamente, pode remeter a outro provérbio *Para bom entendedor, meia palavra basta*. A reenuniação se instaurou no contexto específico do casal que, diferentemente do provérbio fonte, precisa da ajuda e da opinião dos amigos para resolver suas desavenças e encontrar uma solução definitiva para dar cabo a um relacionamento conturbado.

16. *Em casa de ferreiro, espeto de pau.*

A abonação desse provérbio iniciando com a preposição *em* aparece em Fontes Filho, em Lacerda et al. e em Mota. Steinberg e Pérez registram-no sem a preposição: *Casa de ferreiro, espeto de pau*.

Lacerda et al apresentam outras variações: *Alfaiate mal vestido, sapateiro mal calçado; Em casa de cavaleiro, vaca e carneiro; Em casa de ferreiro, o pior apeiro; O bom bocado não é para quem o faz, mas para quem o logra* e *O prato não é para quem o fez: é para quem o come*. Estes dois últimos são mais explícitos e denotativos.

Esse provérbio traz a contradição ferreiro/pau como símbolo do mau profissional ou significa aquele que soluciona os problemas alheios, mas não consegue resolver os seus.

Em casa de ferreiro... (05/4/2006, 1º Caderno, p.2)

Esse enunciado pertence ao grupo de provérbios reenunciados em que há supressão de parte da frase. A motivação desse enunciado resvala o humor (um tipo de humor negro), na crítica e na negligência que, de certa forma, também está instaurado no provérbio original.

Como é possível o Centro de Vigilância Sanitária servir a seus funcionários uma refeição estragada? *Em casa de ferreiro...* Tanto o provérbio fonte, como a reenuniação apresentam semelhanças semânticas, embora o primeiro seja

genérico e o segundo tenha aplicação que se ajusta com muita propriedade a esse enunciado específico. Contudo, o enunciado reenunciado mantém o caráter conotativo, o que não deixa de ser uma curiosa e interessante exceção.

17. *Em terra de cego, quem tem um olho é rei.*

Fontes Filho traz três registros desse provérbio: *Em terra de cegos, quem tem um olho é rei*; *Em terra de cegos, caolho é rei* e *Caolho, entre cegos, reina*. Está relacionado em Lacerda et al. que dão o registro em francês: “*Au pays/royaume des aveugles, les borgnes sont roi*” e três formulações em inglês: “*Among the blind the one-eyed is king*”, “*In the country of the blind, the one-eyed is king*”.

Magalhães Jr. traz a forma ainda em francês: “*Au royaume des aveugles, les borgnes sont rois*” (No reino dos cegos, os caolhos são reis). Este provérbio significa que entre pessoas de quase ou nenhum conhecimento, quem tem um pouco mais, tornam-se mais valorizadas. Ou ainda, no meio dos ignorantes são reverenciados aqueles que apresentam o menor grau de ignorância.

***Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei.* (14/4/2003, 1º caderno, p.1)**

Esse título faz referência à delegacia de Cangaíba (61ª DP) que não consegue combater o tráfico de drogas.

O provérbio retextualizado que o jornal usou como manchete, apresenta o mesmo princípio do provérbio fonte, ou seja, onde não há proteção oficial (polícia), quem comanda é aquele que tem o poder de fato (traficantes).

A retextualização mantém uma base formal semelhante ao original e também semanticamente apresenta o mesmo princípio moral, já que a manchete enuncia um alerta e uma crítica à falta de segurança a que está submetida a população periférica de São Paulo que a faz viver à mercê do domínio da marginalidade.

O provérbio fonte apresenta uma atemporalidade – comum a todos os provérbios – uma verdade que tende a provocar reflexões, porque representa as vicissitudes humanas, pois sempre haverá aqueles que dominam, porque têm poder para tal e aqueles que são dominados, porque não são competentes o suficiente para reverter essa situação.

Na retextualização não há uma verdade permanente e universal, mas uma situação específica de denúncia no terreno da contravenção criminal que aponta uma circunstância que pode ser mudada, só depende de uma vontade política e um pouco mais de organização para consegui-lo.

Estruturalmente, a retextualização toma emprestada a estrutura da primeira parte do provérbio fonte, porém modifica a segunda para ajustá-lo semanticamente a uma nova interpretação, ainda que o aspecto negativo presente em ambos os provérbios se mantenha. Com efeito, o que é fixo acaba flexibilizando-se mediante uma nova situação de uso.

18. *Escreveu não leu, o pau comeu.*

Esse provérbio representa uma espécie de ameaça àqueles que não cumprem o que prometem. É um provérbio punitivo, já que há não há perdão, mas castigo a quem não faz o que é combinado.

Apresenta semelhanças de significado com o provérbio *Promessa é dívida* (31). Entretanto, este é mais sutil, sem a implicação da pena, enquanto aquele é direto, punitivo e ameaçador.

Escreveu não leu... (09/02/2007, Imóvel, p.1)

O enunciado dessa manchete secundária, na reenunciação, perdeu o caráter agressivo e punitivo que era apresentado metaforicamente no provérbio fonte. Não há referência à promessa não cumprida, mas uma advertência ao consumidor que atende a anúncios de venda de imóveis para que se acautele na hora de assinar o contrato para que não seja ludibriado por propaganda enganosa.

A reenunção tem caráter denotativo em relação à primeira parte da frase (*Escreveu não leu...*), ou seja, o que foi escrito se não for lido, pressupõe-se uma denúncia (*o pau comeu*) se houver alguma irregularidade.

Observa-se que na reenunção permanece formalmente a estrutura do provérbio fonte, mas na aplicação como manchete esse provérbio foi desqualificado: de teor de agressividade, passou a ter efeito de advertência, conselho.

19. Filho de peixe, peixinho é.

Este provérbio fonte é abonado em Lacerda et al. que trazem outras variações: “Cara de um, focinho de outro”, “O sangue puxa ao sangue”, “Tal pássaro, tal ovo” e a variação mais aproximada do provérbio em questão, “Tal pai, tal filho”. Em inglês: “Like father, like son”, “Such a father, such a son”; em espanhol: “De tal palo, tal astilla”; e em francês: “Tel père, tel fils”.

Magalhães Jr. E Steinberg registram apenas a forma: “Tal pai, tal filho”.

Este provérbio demonstra que a herança paterna é forte, ou seja, os filhos tendem a ter as mesmas características dos pais que, geralmente, podem reproduzir nos filhos tanto as qualidades, como os defeitos. A retextualização processada pelo *Jornal da Tarde* preserva a referência de hereditariedade própria do provérbio fonte.

Entre essas retextualizações e o provérbio fonte existem uma equivalência e uma familiaridade com o original que remete a uma relação semântica que os aproximam intimamente.

a) Filha de peixe no Sesc Vila Mariana. (17/3/2006, Variedades, p.12)

O título se refere à filha do cantor e compositor Martinho da Vila, que percorre a mesma profissão artística do pai.

Na retextualização, a alusão à herança paterna é mantida, assim, igualmente ao contexto do provérbio fonte. A frase é uma síntese, uma redução do provérbio, acrescida de uma nova informação que particulariza a informação dada.

Embora haja nesse título de notícia supressão de palavras (*peixinho é*), o leitor reconhece a comparação que nele está subentendida. O acréscimo de elementos novos – *no Sesc Vila Mariana* – (como já vem ocorrendo em outros casos) demonstra que o sentido desse provérbio retextualizado foi construído sob outra circunstância que não a do provérbio original, mas que é perfeitamente admissível e compreendido pelo leitor. É uma enunciação particular, conotativa e específica, neste caso, que se funde com a verdade geral e comum do provérbio fonte.

O provérbio que era anônimo, já não o é mais, visto que aparece a “voz” do jornal para enunciá-lo, que é responsável pelo que é dito e o leitor tem plena consciência desse fato.

b) Nos palcos: filho de peixe, bom músico é. (14/9/2006, Variedades, p.1)

Neste título, há a referência aos filhos de músicos famosos que herdaram o talento dos pais no caso o filho de Caetano Veloso e o filho de Paulinho da Viola.

Portanto, este provérbio retextualizado também se reporta à herança paterna que está determinada, particularizada, ou seja, a hereditariedade e o talento se manifestam de forma específica (na música) e num espaço específico (nos palcos). No provérbio fonte, a herança recebida se refere ao ser humano em toda a sua dimensão, tanto nos defeitos, como nas qualidades. No entanto, em ambos os provérbios retextualizados, a alusão é feita apenas parcialmente, isto é, somente pelo aspecto positivo das qualidades musicais e artísticas herdadas.

A retextualização do provérbio acontece não só com o acréscimo de um elemento circunstancial (*nos palcos*), mas também com a substituição da palavra “peixinho” (sentido geral) para “bom músico” (sentido restrito) que já faz a indicação da qualidade herdada. A retextualização mantém a conotação relacionada à *peixe* da mesma forma do provérbio fonte.

20. *Nem tanto ao mar, nem tanto à terra.*

Fontes Filho apresenta este e, ainda, outro registro: *Nem tanto ao céu, nem tanto à terra*. Lacerda et al. e Mota também abonam esse provérbio. Os primeiros trazem outras variações: *Nem muito ao mar, nem muito à terra*, *Nem oito nem oitenta*, *Nem tanto nem tão pouco*, *No meio está a virtude* e com inversão dos constituintes *Nem tanto à terra, nem tanto ao mar*.

Entre as variações acima – “No meio está a virtude” – é a frase que apresenta explicitamente a real significação do provérbio: o equilíbrio, já que as atitudes não devem ser extremadas; é no bom senso que as questões ou os problemas devem ser resolvidos.

Nem tanto ao mar, nem tanto à terra. 21/8/2006, 1º Caderno, p.2)

Esse título de editorial expressa a opinião dos habitantes da cidade de São Paulo, insatisfeitos com a querela entre a Prefeitura e as agências de publicidade em relação aos *out-doors*. Essa disputa se resolveu com a aprovação de uma lei que acabou proibindo definitivamente esse tipo de propaganda que era intensa e poluía visualmente a cidade.

A reenunciação ocorreu somente na especificidade da notícia, pois a mesma aplicação, tanto semântica, quanto formal se manteve idêntica ao provérbio fonte. Não houve, como é comum quando o provérbio é desvirtuado do seu uso genérico, uma desqualificação. Assim, pode-se afirmar que houve retextualização na reenunciação do provérbio que passou de enunciado genérico e universal para uma situação contextual única e particular.

21. *Os extremos se atraem*

Lacerda et al. registram que esse provérbio é uma máxima de origem grega (“Os extremos são igualdade”) vertida para o latim com “Extremitates, aequalitates” numa frase nominal, com elipse do verbo relacional, como de praxe em latim. Em francês, o provérbio parece ter sido usado pela primeira vez por Louis Sébastien Mercier (*Tableau de Paris*, t. IV, título do capítulo 348). Há equivalentes em italiano “Gli estremi si toccano” e em espanhol “Los extremos se tocan”.

Magalhães Jr. registra “Os extremos se tocam” e informa que a origem francesa do provérbio, “embora registrada nos *Provérbios* de Mário Lamenza, é uma frase literária francesa e não um rifão de origem popular. Seu autor é o pensador católico Blaise Pascal, em cujo livro *Pensées* assim está consignada: “Les extrémités se touchent”. Vale observar, então, que este provérbio, seja de autoria de Louis Sebastian, seja de Pascal, afasta-se de uma de suas características gerais dos provérbios que aponta a sua origem popular.

Esse provérbio, não totalmente conotativo, pode ser traduzido no sentido de que as coisas mais opostas ou aparentemente contrárias têm pontos de contato e, por vezes, conduzem ao mesmo objetivo.

Parka e casaqueto: opostos que se atraem. (27/5/2007, Revista JT, p.24)

A referência deste título é sobre moda em que casaco curto e casaco comprido tiveram grande aceitação no inverno de 2007.

O jornal mantém o sentido tradicional do provérbio fonte da falsa oposição e é explícito e específico nessa indicação dos opostos: parka (um tipo de agasalho mais alongado para o inverno) e casaqueto (como a própria palavra demonstra: um diminutivo de casaco,).

Nesse provérbio retextualizado, o jornal mostra a tendência da moda no inverno de 2007: dois tipos de vestuários bem diferentes em sua concepção que podem ser combinados com os mesmos tipos de complementos e compõem um visual mais descontraído que quebra a sobriedade do inverno, servindo para diversas ocasiões, tanto no trabalho, como em momentos de diversão.

Na verdade, a frase é complementada pela imagem, reproduzida abaixo, que explicita, de certa forma, o provérbio retextualizado, funcionando a visualização como complemento do título da reportagem.

24 | Revista JT
moda

comporte-se
POR MÁRCIO OYAMA
Equívocos clássicos

Dicas
PARKA E CASAQUETO:
OPOSTOS QUE SE ATRAEM

Um **comprido**, outro **curtinho**. Apesar das diferenças, os dois hits do inverno vão bem com os mesmos complementos, formando looks para as mais variadas ocasiões. Márcio Oyama

Tão diferentes e com tanta cola em comum. Combinações radiciais: mesmo complementos, parka e casaco - hits da estação - compõem looks para ocasiões diversas, do trabalho à balada. Quer quebrar a sobriedade, modernizar o 'visu' ou formalizá-lo? É só trocar um pelo outro. Abaixo, confira algumas sugestões de 'combos'. Peça pelo número.

1. T-shirt de lã, skinny jeans e sapatinhas. Com parka: para o lazer. Com casaco: para o trabalho

2. Camisa, bermuda de alfaiataria, meia fio 40 e ankle boots (botas de cano curto). Com parka: para o lazer. Com casaco: para o trabalho

3. Vestido curto soltinho com legging (ou meia fio 60) e botas (ankle ou de cano longo sem salto). Com parka ou casaco, para o lazer (o segundo arrasa na balada)

4. Maxiull com skinny jeans e escarpin. Com parka ou casaco, para o trabalho

5. Tubinho curto, meia fio 60 e cinto largo de vime. Com parka (use ankle boots): para o lazer. Com casaco (use escarpin meia-pata): para o trabalho

6. Blusa de tricô justa com gola roliê, saia lápis, meia fina e escarpin. Com parka ou casaco, para o trabalho

"Eu sou clássica. O Herchovitch quem disse", esbraveja uma amiga jornalista toda vez que implorá com o seu look 'certinho'. Não tem nada contra as clássicas. Mas, às vezes, de tão corretas, elas acabam bem erradas. As fias do 'combinadinho', por exemplo. Sandys que só tiram o saquinho do armário se ele combinar com a bolsa e o cinto. O mesmo tratamento: o rinho e o brinco, o colar e a pulseira. Harmonia de criatividade zero. E uma preguiça... Outras equívocas: as que ainda acreditam na lenda "preto vai bem com tudo". Jogam uma blusa azul turquesa no tailleur black e juram estar prontas para o trabalho, o coquetel, o happy hour, a guerra. Um clássico curta infalível, certo? Erro. Erro mesmo. Pelo amor de Dior: preto e cor, não! Escrava isso no espelho do banheiro. Mentalize: com tons claros ou sóbrios, estampas pesadas, o escuro até vai bem. Mas esqueça o vermelho, o azulão, o laranjaço... Londres, dá, sim, para ser clássica sem se afogar no clichê. É só aprender a combinar e a descombinar.

(Fig.10) *Jornal da Tarde*, 27/5/2007

22. O fim justifica os meios.

O provérbio fonte está relacionado em Fontes Filho, Lacerda et al. e Steinberg, que o registram como correspondente ao inglês "The makes the means". Há quem o indique como uma citação de Maquiavel, em *O Príncipe*, tendo se generalizado como uma frase proverbial. Na realidade, na obra não consta tal enunciado, conforme esclarece Newton Bignotto, especialista no autor, em entrevista à *Folha Ilustrada* (31/3/2007, p. E5).

Em boa parte da obra, há uma aproximação dessa idéia que é explicitada em outro livro de Maquiavel, *Discurso sobre a Primeira Década de Tito Lívio*, mas de interpretação oposta.

Maquiavel argumenta no *Discurso* que há duas condições para se alcançar um objetivo: que a intenção seja a favor do bem comum e que os efeitos se mostrem positivos. Como se vê, Maquiavel foi injustiçado e, portanto, o adjetivo “maquiavélico” com significado de “astuto”, “velhaco” ou “ardiloso” referente a seu nome não se justifica. Porém, o princípio negativo se cristalizou.

O provérbio alude ao princípio segundo o qual um objetivo deve ser alcançado, não importa a forma (lícita ou ilícita) para consegui-lo. Entendemos que se trata de um pensamento centrado na lógica da causalidade (relação de causa e consequência), portanto válido como estratégia argumentativa.

Briz (2004:81) comenta a citação, podendo ser interpretada como “um modo de conduta social, entendido como instrumento para lograr com êxito o propósito previsto (...)”

***O fim justifica os meios?* (07/4/2006, Variedades, p.41)**

O título diz respeito a um filme (*V de Vingança*) em que a violência é empregada como forma de vingança.

Neste provérbio retextualizado, o enunciado foi inspirado no provérbio original e passa ao leitor, pela interrogação (estruturação que não é convencional nos provérbios), em situação concreta e específica, uma sensação de dúvida quanto ao conteúdo. O jornal interroga o leitor sobre se nesse filme futurista caberia empregar a violência como recurso de vingança.

A temática do filme, apesar de futurista, remete a tempos atuais em que atentados terroristas acontecem em várias partes do mundo e a justificativa de vingança está num personagem misterioso que não mostra o rosto, mas protege pessoas indefesas e, ao mesmo tempo, comete atentados contra o governo neofacista que viola as liberdades civis e impõe censuras.

A interrogação que o jornal faz ao leitor é para fazê-lo refletir se é viável ou se procede empregar a violência como remédio a outro tipo de violência.

23. Olho por olho, dente por dente.

Lacerda et al. indicam três conjuntos de variantes para esse provérbio, apresentando para cada um deles uma interpretação diferente: a) *esperteza*: para esse significado, o autor se apóia em outros provérbios de sentido equivalente, tais como “Carne de lobo, dente de cão”, “Para espertalhão, espertalhão e meio”, “Para velhaco, velhaco e meio”; b) *jogada*: aqui significa também um tipo de esperteza, mas remete à compensação: “Uma mão lava a outra e c) *vingança*: aqui traz o significado tradicional desse provérbio, cuja fonte é Êxodo 21, 24 (lei de talião): *oculum pro oculo, et dens pro dente*. Há os equivalentes em italiano: *Occhio per acchio, dente per dente*; em espanhol: *Ojo por ojo, diente por diente*; em alemão: *Auge um Auge, Zahn um Zahn*; em francês: *Oeil pour oeil, dent pour dent* e em inglês: *An eye for an eye, a tooth for a tooth*.

Souza dá a abonação a terceira variante de Lacerda et al, a mais conhecida: *vingança*. Apresenta, ainda, os mesmos exemplos das outras línguas e a mesma explicação: “É a chamada lei de talião usada pelos hebreus, pela qual se punia o delito aplicando-se ao delinqüente o mesmo dano por ele causado”.

***Dente por dente, olho por olho.* (08/8/2002, Variedades, p.8)**

Neste título de notícia, o provérbio, que faz alusão a uma novela, cujos personagens principais são vampiros, sofreu desvio de inversão na ordem de seus dois constituintes, embora, semanticamente ao provérbio original, não haveria alteração de sentido. Entretanto, a frase está distante do significado tradicional do provérbio fonte, pois não se trata aqui de esperteza, jogada ou a mais habitual, a vingança. O enunciado frasal faz alusão a uma novela de TV, cujos personagens principais eram vampiros.

A inversão dos elementos, topicalizando “dente por dente”, tem como objetivo evidenciar aquilo que mais se destaca nas figuras vampírescas: os caninos exagerados e sobressalentes. O que no provérbio fonte está ligado de forma abstrata ao comportamento humano diante das situações adversas da vida, no provérbio retextualizado não há referência a esses procedimentos, mas ao aspecto físico, concreto, denotativo da imagem aterradora desses tipos de seres mitológicos que povoam a imaginação de muitas pessoas.

Entretanto, apesar de toda alusão estar ligada ao terror, aqui o jornal põe em evidência e de forma cômica como o tema foi tratado na referida novela. Eram vampiros atrapalhados que não assustavam ninguém e tudo que planejavam contra os personagens normais, sempre fracassava. É como se esse provérbio retextualizado remetesse a outro que indica a promessa não cumprida e também lembra “dentes”: “*Cão que ladra não morde*”.

24. Onde há fumaça, há fogo.

Lacerda et al. e Pérez abonam o provérbio e apresentam outras variações. Pérez traz uma inversão dos constituintes: *Onde há fogo, há fumaça*. Lacerda et al registram mais quatro variações: *Lá onde há fumaça, há fogo*; *Não há fumaça sem fogo*; *Não há fumo sem fogo* e *Onde há fumo, há fogo*.

Esse provérbio remete a outro semelhante: *Todo boato tem um fundo de verdade* em que notícias anônimas, mesmo sem comprovação, podem apresentar algum fundo de verdade, ou seja, sempre deve existir alguma exatidão nos boatos que são lançados.

Onde há fumaça... (29/9/2006, Variedades, p4)

É mais uma reenunciação em que apresenta o jornal “brincando” com a memória do leitor em que há supressão de parte da frase. Entretanto, não há qualquer relação semântica com o provérbio fonte, pois faz referência a um filme que narra fatos sobre o tabagismo e apresenta denúncia à indústria do cigarro.

Na reenunciação observa-se que a frase toma duas direções: uma denotativa na referência à fumaça que é o resultado do fogo; outra, conotativa quando o personagem principal do filme, que é um alto executivo de uma empresa de tabaco e propaga que o fumo não é tão prejudicial como se apregoa, acaba adquirindo uma doença pulmonar grave. Durante o desenrolar do filme, há indícios de que o personagem já esteja doente, mas custa-lhe admitir tal fato.

25. O peixe morre pela boca.

A abonação deste provérbio é dada por Lacerda et al. Fontes Filho registra duas variações: *Morre o peixe pela boca* e *O peixe e o homem se prendem pela boca*. Lacerda et al. trazem, também variações que apresentam os dois direcionamentos desse provérbio: a) os excessos à mesa: *A gulodice tem matado mais gente do que a espada*”, *Ao que demais comer, abre-lhe o garfo à cova*; *De fome ninguém vai morrer, porém a muitos de muito comer*; *De grandes ceias as covas estão cheias*; *Mais matou a ceia que sarou Avicena*; b) os excessos da fala: *A língua fala à custa da cabeça*; *O lombo da gente é fiador da língua*; *Quem fala muito dá bom-dia a cavalo*; *Quem muito fala, muito enfada*; *Quem muito fala muito erra*; *Quem muito fala pouco acerta*.

Esse provérbio apresenta uma advertência pelas graves conseqüências que podem ocorrer àqueles que cometem excessos nas duas atividades mais importantes e mais essenciais da existência humana: comer e falar.

***Peixe vai morrer pela boca?* (06/4/2006, Esportes, p.2)**

A retextualização apresenta uma das direções apontadas por Lacerda *et al*: os excessos da fala. Entretanto, o referencial deixou de ser geral e comum (peixe) para se tornar particular e próprio – Peixe – que é o apelido pelo qual o time do Santos F.C. é reconhecido.

Antes de um jogo com o time da Portuguesa, pelo campeonato estadual, os jogadores santistas propagavam que seriam campeões antecipadamente já nessa partida. Na retextualização houve não só a particularização do provérbio fonte, mas também um questionamento feito pela excessiva confiança do time. Essa mudança de entonação formulada pelo jornal (asserção para interrogativa) provoca uma reflexão no leitor sobre a arrogância que, às vezes, os homens demonstram diante de um semelhante mais fraco.

Na retextualização, manteve-se a idéia da advertência contida no provérbio fonte, embora específica e com mudança de perspectiva, representada pelo questionamento.

26. *O que não tem remédio, remediado está.*

Esse provérbio está relacionado em Lacerda et al. que apresentam as seguintes variações: *O que está feito, está feito, O que está feito, feito está; O que passou, passou.* Há correspondentes em inglês: *Things past cannot be recalled;* em francês: *Ce qui est fait est fait* e em italiano: *Quel che è fatto è fatto.* Está relacionado também em Mota.

O provérbio se refere aos acontecimentos irremediáveis, que não podem ser desfeitos e que não vale a pena tentar solucioná-los. Apesar desse conformismo, deve servir como aprendizado às circunstâncias adversas que podem ocorrer no futuro.

É uma frase que traz a aceitação e a acomodação àqueles que não conseguem colocar um termo definitivo aos seus problemas.

***Remediar pode ser melhor do que operar.* (01/10/2002, 1º caderno, p.10)**

Nesse título de notícia, o provérbio retextualizado se refere à aplicação de medicamentos cardíacos que podem evitar cirurgias. A frase não tem qualquer traço semântico com o provérbio fonte que faz alusão ao conformismo. O leitor

pode reconhecer alguma semelhança formal com o provérbio fonte pelo emprego do verbo “remediar” que pertence à família lexical de *remediado/remédio*.

Entretanto, o provérbio fonte foi totalmente “desconstruído” e desqualificado na retextualização já que “remediar” tem o sentido denotativo de “dar remédio”, “medicar”, como solução a problemas de saúde. No provérbio fonte, inversamente, “remédio” e “remediado” não é solução, mas concordância a uma situação irremediavelmente instaurada.

27. A propaganda é a alma do negócio

Fontes Filho e Lacerda et al. abonam a forma acima e o seu oposto *O segredo é a alma do negócio*. Em *a propaganda é a alma do negócio* há um incentivo à comunicação, à importância de se transmitir idéias que possibilitem a interação social e comercial entre os homens.

Contudo, *o segredo é a alma do negócio*, diferentemente do provérbio acima, recomenda o segredo, a ocultação dos negócios como forma de não deixar a concorrência conhecer as transações comerciais.

Há variações apresentadas por Lacerda et al.: *Boca fechada tira-me de baralha; Nem a camisa seja ciente do que a tua alma sente*. Há correspondentes em Inglês: *If my shirt know my design, I'd burn it*; em francês: *Secret de deux, secret de Dieu; secret de trois, secret de tous*.

A propaganda é a alma do negócio. (20/9/2002, 1º Caderno, p.3)

Obviamente que toda retextualização desfigura o provérbio fonte que passa a ser particular e específico àquele contexto. O enunciado acima é uma reenunciação que, aparentemente, não sofreu retextualização semântica, pois se mantém a idéia geral de que propagar ações comerciais servem de estímulo e incentivo às negociações.

Sob essa perspectiva e comparando-o ao provérbio fonte, talvez não tenha havido retextualização. Entretanto, quando um provérbio é empregado como título de uma notícia, deixa de ser genérico e universal, para tornar-se único e específico àquele contexto. É o caso da frase acima que faz referência aos anúncios que são utilizados como modo de estimular as transações comerciais, passando, ainda, portanto, do nível conotativo para o denotativo.

28. Pão, pão, queijo, queijo.

Lacerda et al. se reportam ao francês “Il faut appeler un chat un chat” e ao inglês “Call a spade a spade”. Também é referido por Steinberg que o traduz por *Chame uma pá de pá* e o aproxima de *Dê nome aos bois*. É ainda registrado no formato acima em Magalhães Jr. Que o estende e o explica da seguinte forma : “*Dizer pão, pão, queijo, queijo, é falar com franqueza, sem rebuço, sem circunlóquios, ou eufemismos.*” Depois de fazer referência a provérbios iguais e variantes de outras línguas, Magalhães Jr. conclui: “Todas se originam, no fundo, do conselho bíblico, que se encontra no Evangelho de São Matheus (capítulo V, versículo 37): *Sit autem, termo vester; est, est: non, non (Mas seja o vosso falar: sim, sim; não, não).* É um conselho para que se diga a verdade com simplicidade e sem rodeios.

Entendemos que este provérbio significa: “ter firmeza e convicção diante de quaisquer situações”.

Pão, pão, geléia, geléia. (04/12/2004, Variedades, p.12)

A frase se refere à criação de outros tipos de geléias que podem acompanhar o pão, não só as tradicionais, mas, sobretudo, as exóticas.

A estrutura de frase nominal, incluindo o primeiro par de palavras repetidas do provérbio original, foi preservada.

Este título de notícia, assim como o provérbio fonte de que se origina, exhibe a força expressiva da frase nominal e também o fenômeno da repetição de palavras tão comum na língua falada, também de efeito expressivo.

A semântica, porém, sofreu alteração, na medida em que o segundo par foi substituído de “queijo, queijo” para “geléia, geléia”. O enunciado faz referência à variedade de geléias que pode acompanhar os pães, não as comuns (morango, abacaxi, cereja), mas as que são inusitadas ou excêntricas tais como: pimentão, gengibre, jaca, tamarindo, caqui.

A alteração feita levou em conta a substituição do uso genérico e conotativo do provérbio fonte para o uso específico e denotativo do enunciado.

29. *Pimenta nos olhos dos outros é refresco.*

Fontes Filho, além de abonar a versão acima, apresenta três versões escatológicas desse provérbio: *Pimenta no cu dos outros é refresco*, *Pimenta no cu dos outros não arde*, *Pimenta no cu da gente é refresco no cu dos outros*. Lacerda et al. registram os correspondentes em francês: “Chagrin d’autrui semble querelle”; duas ocorrências em inglês: “It is easy to bear the misfortune of others” e “The comforter’s head never aches”. Há muitas variações em português: “Caxumba no pescoço dos outros não dói”; “É leve o fardo no ombro alheio”; “Pesar alheio sente-se só meio”; “Pimenta nos olhos dos outros não arde”, e outros.

Souza apresenta as mesmas abonações do francês e do inglês; Steinberg registra duas variantes: “É fácil suportar o infortúnio dos outros” (tradução do inglês) e “Pimenta nos olhos dos outros não arde”. Pérez apresenta “no olho” no singular: “Pimenta **no olho** dos outros é refresco”. Mota apresenta uma única forma: *Pimenta nos olhos dos outros não arde*.

Esse provérbio assinala uma constatação amarga de que a maioria dos homens não se preocupa com o sofrimento alheio; muitos até sentem prazer em presenciar as aflições por que certas pessoas passam, como se acontecimentos

ruins só estão fadados a acontecer com outros que estão distantes de seu círculo familiar ou amigável.

Pimenta no olho de 50 mil. Foi fresco. (14/10/2002, Variedades, p.1)

Este título se refere à apresentação de um grupo de rock “Red Hot Chili Peppers”.

O provérbio adaptado sofreu uma mutação semântica: enquanto o provérbio fonte traz, conotativamente, uma constatação amarga e um tanto pessimista, este apresenta um contexto, também figurado, de alegria e otimismo, pois o jornal faz uma brincadeira com o nome de um conjunto de rock que agradou muito a platéia em sua apresentação.

A retextualização do provérbio institui-se pelo jogo de palavras: o nome do grupo musical é “Red Hot Chili Peppers” que, numa tradução livre, poderia ser “Pimenta Vermelha Ardida”, ou seja, é um, grupo musical que faz música agitada, vibrante para fazer todos participarem.

“Pimenta no olho”, para quem assistiu a esse espetáculo musical, ao contrário do provérbio fonte, foi algo bom, inesquecível – “foi fresco” mesmo. Não há, assim, a constatação pessimista; na verdade, paradoxalmente a “pimenta” apimentou ou refrescou o ambiente para todos aqueles que são apreciadores desse tipo de música.

Na retextualização houve, ainda, a passagem do geral e indeterminado (outros) para o específico e particular (50 mil).

30. *Pior a emenda que o soneto*

Magalhães Jr. abona a versão acima. Lacerda et al. apresentam uma variante: *Pior a cura que o mal*; trazem alguns exemplos em inglês *The cure is worse than the disease*, *The cure is worse than the evil*, francês *Lê remede est (souvent) pire que le mal*, em italiano *Spesso è peggiore il remédio che il male* e em espanhol *Peor es el remedio que la enfermedad*.

Magalhães, além de registrar o provérbio acima, também traz outro provérbio semanticamente semelhante: *Querer desculpar uma asneira é cometer outra*.

Significa esse provérbio que existem atitudes humanas que se agravam com justificativas que não convencem ou são desastradas. Assim, tentar justificar o injustificável é “piorar o que já estava ruim”.

O remendo ficou pior que o buraco. (12/01/2006, 1º Caderno, p.5)

O provérbio retextualizado é título de notícia que faz alusão aos buracos da cidade de São Paulo que são mal reparados e se tornam, apesar desses consertos, piores do que já eram.

O provérbio fonte, figurativamente, significa justificar o que é impossível de ser justificado, enquanto na retextualização o sentido é real, denotativo, ou seja, os reparos feitos não trouxeram benefício algum à população por terem sido mal feitos.

Por meio dessa desqualificação sofrida pelo provérbio fonte, o leitor observa a crítica – um tanto irônica – feita pelo jornal aos órgãos públicos encarregados de reparar as ruas da cidade.

31. *Promessa é dívida.*

Esse provérbio é abonado por Fontes Filho que apresenta ainda outra versão: *O prometido é devido*. Lacerda et al relacionam esse provérbio que se refere ao cumprimento da palavra dada. Existe semelhança semântica bem aproximada ao caso 18 (*Escreveu não leu, o pau comeu*), embora este caso seja mais agressivo e ameaçador àqueles que não cumprem o prometido do que o caso sob análise que não é tão veemente a quem não executa a palavra dada.

Há correspondentes em francês *Promesse équivant à dette*; em inglês há três variações: *A promise is a promise; Promise is debt; What is promised is due*. Há correspondentes em italiano *Ogni promessa è debito* e em espanhol *Quien promete, en deuda se mete*.

Promessa é dívida. (22/12/2004, 1º Caderno, p.2)

Esse provérbio reenunciado apresenta o mesmo referencial semântico do provérbio fonte (o mesmo processo ocorre em 20 e 27), porém se distancia dele por ser um enunciado de uma notícia específica. A reenunção desse provérbio se efetiva num determinado contexto que é a reclamação dos clientes de uma agência de automóveis que não cumpriu promessa feita na sua propaganda.

Apesar de o significado tradicional do provérbio fonte ter se mantido, no provérbio reenunciado se tornou único ao ser empregado na reportagem. O leitor percebe, ao ler o enunciado da notícia, que não se trata mais de uma frase proverbial de sentido geral, mas de um provérbio que foi reaproveitado e se tornou particularizado pelo assunto da notícia.

32. *Quem canta, seus males espanta.*

Magalhães e Mota apresentam o segundo constituinte da frase no singular: *Quem canta, seu mal espanta*. Pérez registra duas orações de significação oposta na mesma frase do mesmo provérbio: *Quem canta, seus males espanta; quem chora, seus males consola*. Lacerda et al. apontam outras variações: *Quem canta fadas más espanta; Quem canta maus fados espanta (quem chora mais os aumenta)*, este, acrescentado com comentário explicativo.

Existem provérbios correlatos em espanhol: *Quien canta, sus males espanta*; em francês: *Qui chante, son mal enchante*; em italiano: *Chi canta, il soffrir incanta* e em inglês: *He who sings drives away his grief*.

Esse provérbio traz consolo e aconselha aqueles que sofrem a cantar, ou seja, que vejam a vida com mais otimismo, pois *cantar* pode amenizar todas as dores que se possa sofrer.

Quem canta, seus males espanta. (29/10/2004, Variedades, p.5)

É uma reenunção (como nos casos 20, 27, 31, 38a e 40) denotativa no sentido de que o cantar, nesse caso, não representa o consolo ao sofrimento ou a momentos de tristeza que alguém possa estar passando.

A referência se estabelece pela informação dada pelo jornal sobre o canto gregoriano que se realiza, todas as manhãs de domingo, na Igreja de São Bento, na cidade de São Paulo. *Quem canta* são os freis e encantam os ouvidos (*não espantam*) aqueles que apreciam esse tipo de música.

33. *Quem não tem cão, caça com gato.*

Lacerda et al., além da versão acima, apresentam outras: *Não tenho tudo o que amo, mas amo tudo o que tenho; Quem não pode andar a cavalo anda a pé; Quem não tem cavalo monta no boi; Quem não pode como quer faça como puder.*

Mota traz a versão *Quem não tem cachorro, caça com gato* e apresenta outra que perfaz uma quadrinha popular com humor escatológico:

*Quem não tem cachorro,
Caça com gato;
Quem não tem penico,
Caga no mato.*

Souza apresenta duas variações: *À falta de farinha, crueira serve* e *Onde faltam cavalos, trotam os cisnes.*

Há correspondentes em inglês: *He that has no horse must go on foot*; em italiano: *Chi non può ber nell'oro, beva nel vetro*; em francês: *Quin ne peut galoper, qu'il trotte*; em espanhol: *A falta de olla, bueno es pan y una cebolla.*

Esse provérbio se refere à capacidade humana de adaptação diante das dificuldades da vida ou a quem não pode ter muito se contenta com pouco. A frase remete também à superação e ao poder de criatividade que o homem possui para enfrentar obstáculos.

Quem tem cão... (01/4/2006, Variedades, p.8)

Ao retextualizar o provérbio fonte, o jornal o desqualifica em sua significação por apresentar idéia oposta. É mais um tipo de retextualização em que parte da frase foi suprimida para fazer um jogo de memória com o leitor, para verificar se este tem bons conhecimentos de paremiologia. Entretanto, a primeira parte já está formal e semanticamente retextualizada, com a supressão do **não**.

Enquanto o provérbio fonte aponta a capacidade do homem em ser criativo ou ter o poder de ajustar-se às circunstâncias, a retextualização aproveita o provérbio original para transpô-lo numa significação denotativa e oposta: são os donos de cães que os levam para passear na Praça Buenos Aires, no bairro de Higienópolis, em São Paulo, conhecido pelo alto índice de cães de estimação.

Ao ler o título, o leitor pode inferir uma possível inversão de polaridade dos constituintes do provérbio fonte: *Quem tem cão, não caça com gato*. Entretanto, o texto noticioso conduz o leitor a pensar em uma outra possibilidade que, na verdade é a real: *leva-o para passear*.

34. Quem pode o mais, pode o menos.

Fontes Filho traz duas versões desse provérbio: *Quem pode mais, chora menos* e uma versão de característica mais popular ainda que resvala no humor: *Quem pode, pode, quem não pode se sacode*.

Lacerda et al. abonam somente a formulação acima. Mota relaciona esse de modo muito semelhante a Fontes Filho, com o acréscimo da conjunção e e a exclusão do pronome se na segunda parte do provérbio: *Quem pode, pode; e quem não pode, sacode*.

Esse é um tipo de provérbio que aponta a indiferença de um homem em relação a outro em se tratando de poder. Diz-se daquele que, tendo mais força, mais condições (físicas ou econômicas), consegue o que quer.

Chora mais quem pode menos. (14/10/2002, 1º Caderno, p.10)

Nessa retextualização do provérbio houve uma inversão nos constituintes da frase que deu a ele uma nova perspectiva semântica: há um destaque para o lamento (*chora mais*) e deixou-se, em segundo plano, o que representa o poder (*pode menos*).

Essa inversão feita pelo jornal foi proposital e teve o objetivo de chamar a atenção sobre a condição das presas da Cadeia Pública de Pinheiros, pois, sabidamente nesse ambiente prisional se evidencia o poder que os mais fortes exercem sobre os mais fracos.

Apesar de ser essa frase, semanticamente, semelhante ao provérbio fonte, pode ser considerada como frase retextualizada por inverter os constituintes que lhe dão uma nova ênfase, personalizando-a.

35. *Quem ri por último, ri melhor.*

A abonação deste provérbio é dada por Lacerda et al., Fontes Filho e Mota abonam esse provérbio com inversão dos constituintes: *Ri melhor, quem ri por último*. Steinberg e Lacerda et al. apresentam uma outra variedade: *Todos rirão mas rirá mais quem rir por último*.

Há correspondentes em francês: *Il rit assez qui rit le dernier*; em inglês: *Better the last smile, than first laughter*; em italiano: *Ride bene chi ride l'ultim*;; em espanhol: *Rie mejor quien rie el último* e em alemão: *Wer zuletzt lacht, lacht am bester*.

Esse provérbio apresenta uma advertência aos arrogantes, pois ninguém deve subestimar seus semelhantes e comemorar uma vitória antes mesmo de ela ter acontecido.

***E hoje, quem vai rir por último?* (29/9/2002, Esportes, p.1)**

Esse provérbio retextualizado é uma manchete provocativa que o jornal faz à torcida corintiana. Refere-se ao jogo em que Ricardinho, que foi um dos principais jogadores do time do Corinthians, estar agora em outro time – São Paulo, – e irá enfrentar pela primeira vez seu ex-clubes.

Existe semelhança semântica entre o provérbio retextualizado e o provérbio fonte; entretanto, na retextualização, existe a dúvida já que a frase se tornou uma indagação e de uma formulação geral e universal a todos os homens, passou a uma situação particular por se referir a uma única pessoa (o jogador em questão).

36. *Querer é poder.*

Mota abona esse provérbio e traz correspondentes em latim *Volle est posse*; em espanhol *Querer y poder hermanos vienen a ser*; em francês *Vouloir c'est pouvoir*; em italiano *Volere è potere* e em inglês *Will is power*.

Steinberg e Lacerda et al. trazem outras versões: *A quem quer nada é difícil*; *A quem quer não faltam meios*; *Muito pode a vontade*; *Tudo alcança quem não espera sentado*.

Esse provérbio é um estímulo à vontade de se conseguir o que é desejado. É, ainda, um incentivo à ação, para que as pessoas não sejam acomodadas.

***Querer é poder, mas com trabalho* (28/4/2004, Dinheiro, p.6)**

O provérbio fonte é um incentivo à ação, à força de vontade; na retextualização também há o estímulo, entretanto, há uma advertência que não aparece na frase original: só se consegue o que se deseja *com trabalho*.

Assim, não basta apenas querer; é preciso esforço para consegui-lo.

Essa frase retextualizada é um título de uma reportagem no caderno *Dinheiro*, do *Jornal da Tarde* que apresenta ao leitor um estímulo relativizado com uma

advertência de que o sucesso profissional só acontece se houver grande empenho.

37. Rir é o melhor remédio.

Lacerda et al. relacionam esse provérbio e apresentam duas variantes: *Lágrimas não pagam dívidas; Tristezas não pagam dívidas.*

Há correspondentes em francês: *De tristesse et ennui nul fruit* e em inglês: *Laugh and grow fat, Laughter is the best medicine, sorrow will pay no debt.*

Esse provérbio prega que aliviar o sofrimento ou vencer dificuldades só é possível com otimismo, ou seja, ficar se lamentando não irá solucionar os problemas.

Rir ainda é o melhor remédio. (24/12/2004, Variedades, p.4)

Enquanto o provérbio fonte apresenta, metaforicamente o riso como um meio para vencer as dificuldades, na retextualização, rir é uma atitude concreta de quem assiste aos desenhos do personagem Bob Esponja.

Atualmente existe uma grande quantidade de desenhos nos canais de TV, (nos abertos e nos pagos) que apresentam muita violência; entretanto, o personagem citado foge a esse estereótipo. Na retextualização há uma relativização com o termo *ainda* que representa o desabafo ou a crítica do jornal a essa extrema violência dos desenhos animados dirigidos, sobretudo às crianças.

38. Santo de casa não faz milagre.

Este provérbio é abonado por Fontes Filho que registra uma variação *Santo da terra não faz milagre*. Mota e Magalhães Jr. (este também registra: *Santo de casa não obra milagre*) também registram esse provérbio que traz a explicação da injustiça sofrida por muitos ao não terem seus méritos reconhecidos por quem

mais deveria reconhecê-los e, quando o reconhecimento acontece, geralmente se dá por pessoas de outro círculo de relacionamento.

Para Lacerda et al., este provérbio tem como fonte a bíblia, em Mateus 13, 57 e em Lucas 4, 24 que citam as palavras de Jesus Cristo: “Ninguém é profeta em sua terra”, já que ele próprio foi visto com desconfiança por pessoas de seu meio o que acabou contribuindo para sua crucificação.

Souza também registra a origem bíblica desse provérbio e dá explicação semelhante de que a notoriedade adquirida fora de casa nem sempre é reconhecida em seu próprio reduto.

O *corpus* apresenta duas ocorrências com este provérbio:

a. ***Santo de casa não faz milagre*** (29/10/2004, Variedades, p.5)

Este título faz referência a uma peça cômica, cujos personagens entram em conflito com seus santos de devoção.

Aqui, este título de notícia é uma reenunção que segue a forma do provérbio fonte, entretanto houve uma retextualização semântica. Não existe relação de significado com o original (*Santo de casa não faz milagre*) que lhe serviu de base. Não há a abstração ou a reflexão filosófica comum a quase toda frase proverbial, mas esse título faz referência concreta e literal a uma peça cômica de teatro em que são retratadas as desavenças dos personagens rurais com seus santos de devoção que, apesar de todos os apelos, não atendem aos pedidos feitos.

O uso do provérbio no título tem como objetivo fazer uma combinação entre o teor conotativo do provérbio fonte juntamente com o conteúdo denotativo da peça teatral que chama a atenção do leitor ao ler a notícia e perceber não se tratar de formulação proverbial tradicional, mas de uma brincadeira do redator que alia o teor cômico da peça ao título.

b. *Santo de casa ... faz cinema.* (15/02/2006, Variedades, p.1)

A referência deste título é sobre a Rede Globo de Televisão que é o *Santo de casa* por patrocinar e produzir filmes de longa metragem em seus estúdios.

Neste provérbio adaptado foi suprimida a palavra negativa e, em seu lugar, aparecem reticências que intencionalmente interrompem e desviam o pensamento da formulação real do provérbio fonte.

O que antes era originalmente negativo e representava, conotativamente, uma reflexão sobre o comportamento humano, passou a ser positivo e realizável concretamente. A alusão que esse título faz é sobre a Rede Globo que, além de produzir sua programação normal de TV, também produz filmes, para o cinema, de longa metragem em seus estúdios.

Assim, o que antes era original e apresentava verdade universal, foi retextualizado para uma enunciação particular e específica.

39. *Tamanho não é documento.*

Esse provérbio é abonado por Fontes Filho que apresenta uma outra variante com efeito, de humor e, curiosamente é uma espécie de retextualização do provérbio fonte: *Se tamanho fosse documento, elefante seria dono de circo.*

Lacerda et al. relacionam esse provérbio e também trazem variações: *Homem não se mede por palmo e sim pelas atitudes, os maiores não são os mais sábios.*

Há correspondentes em francês *L'homme ne se mesure pas à l'aune* e em inglês *Men are not to be measured by inches, The greatest scholars are not the best preachers.*

Esse provérbio significa que a qualidade não está na quantidade e também só se pode medir a capacidade de alguém por suas atitudes.

Tamanho é documento? (02/02/2007, Variedades, p.8)

Essa retextualização diz respeito às casas de espetáculos que são para um grande número de público. Entretanto, a manchete dessa reportagem questiona se um grande público e uma casa também grande são garantias de qualidade. Nesse sentido há semelhanças semânticas com o provérbio fonte.

O provérbio foi retextualizado com exclusão da negativa e na mudança da entonação: de assertiva para interrogação, ou seja, é nesse processo de mudança estrutural que ocorre a desqualificação do provérbio que acaba perdendo suas características próprias.

40. *Ver para crer.*

Esse provérbio tem a abonação de Fontes Filho e Mota. Lacerda et al. trazem o registro deste provérbio em francês: “Qui de l’oil voit, du coeur croit” (O que o olho vê, o coração crê) e em inglês: “Seing is believing” (Ver é crer). Steinberg apresenta o mesmo registro em inglês de Lacerda *et al*, porém a tradução é estendida para “É preciso ver para crer”.

Magalhães Jr. explica que “Ver para crer” representa a “atitude de pessoas incrédulas em face de notícias ou narrativas espantosas”. Mais adiante, ele dá a fonte desse provérbio que teria surgido na França, em 1815, segundo Émile Genest, no diário da pantomima “Le Cerf Aéronaute”, de Antoine Franconi, que nasceu em Veneza em 1738 e morreu em Paris em 1836. Em francês: “Il faut le voir pour le croire” (É preciso ver para crer). É a mesma tradução dada por Steinberg.

Com a idéia desse provérbio, existe uma passagem bíblica, no *Evangélio segundo João, versículo 19*, em que Jesus aparece para os apóstolos após a ressurreição, mas não estava entre eles Tomé que, ao ser informado da aparição de Cristo, não acreditou. Oito dias depois desse episódio, Jesus aparece novamente aos apóstolos e, dessa vez, Tomé está entre eles e ouve de Jesus: “Creste, porque me viste. Felizes aqueles que crêem sem ter visto!”

Possivelmente, essa passagem da bíblia tenha dado origem ao provérbio *Ver para crer*.

Ver para crer. (17/3/2006, Variedades, p.5)

Este título alude aos recheios pitorescos de alguns pastéis, tais como o bombom *Sonho de Valsa*.

O *Jornal da Tarde* utiliza nesse título de notícia, não só a estruturação frasal do provérbio fonte, como também o seu significado original. Entretanto, a reenunciação não se instaurou na significação geral, mas no apontamento específico para um fato inusitado: pastel com recheio de bombom “Sonho de Valsa”. É de conhecimento do leitor que a culinária brasileira é pródiga em receitas com recheios um tanto exóticos (ver, por exemplo, o caso 28), sobretudo pastel com recheio doce. Entretanto, parece um tanto estranho e inusitado ao paladar rechear-se um pastel com bombom, mesmo sendo um dos mais antigos e populares.

O uso do provérbio, nesse caso, serviu para chamar a atenção do leitor que teve que “ler para crer” o que era informado pelo jornal, inclusive o endereço da tal pastelaria.

Com efeito, pode-se observar, pelos casos vistos até aqui, que a maioria dos provérbios retextualizados ou reenunciados que foram empregados pelo jornal como manchete ou título de notícia, transfere o significado abstrato figurativo do provérbio original, para a significação menos figurativa e mais concreta do provérbio retextualizado/reenunciado. Outros, embora tenham mantidos alguma semelhança semântica com o provérbio fonte, sofreram retextualização por terem seu uso particular e exclusivo naquelas notícias ou reportagens específicas.

2.1.2. Aspectos semânticos vinculados ao humor

Os efeitos de sentido presentes nos provérbios retextualizados encerram uma força interpretativa e sugestiva relacionados ao contexto de utilização que, no caso do *Jornal da Tarde*, emprestam muitas vezes aspectos de humor no jogo de palavras. A quebra de expectativa provocada por esse jogo de palavras foge do comum dos provérbios e faz o jornal buscar a “cumplicidade” do leitor para que o humor tenha o efeito esperado.

Por haver esses desvios no significado dos provérbios, registra-se um novo processo semântico, embora a estrutura frasal do provérbio-matriz seja preservada na maioria dos casos. O *Jornal da Tarde* faz uma espécie de captação do provérbio original e introduz modificações que provocam desvio semântico e acabam criando um novo enunciado em suas manchetes e títulos de notícias para conseguir obter efeito de humor. O jornal imita o enunciado proverbial, mas o reformula e o adapta à notícia veiculada.

Os provérbios abaixo sofreram retextualizações com efeito cômico que só serão compreendidas como tal na situação da notícia a eles vinculada e pelas possíveis interpretações do leitor.

São casos do *corpus* relacionados ao humor:

- 8- Fez fama? Deite na cama da Playboy.
- 11a- De Love em Love, o Palmeiras vem chegando.
- 11b- De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá.
- 12- De médico e louco, todo juiz terá um pouco.
- 18- Escreveu não leu...
- 25- Peixe vai morrer pela boca?
- 28- Pão, pão, geléia, geléia.
- 29- Pimenta no olho de 50 mil. Foi frescosco.
- 30- O remendo ficou pior que o buraco.
- 35- E hoje, quem vai rir por último?
- 38a- Santo de casa não faz milagre.

39- Tamanho é documento?

Com os provérbios retextualizados, o *Jornal da Tarde* espera obter o riso do leitor com uma significação que difere da habitual que é encontrada nos provérbios tradicionais. O humor abordado nessas retextualizações causa não o riso fácil e aberto, mas o cômico sutil e provocador, permeado de aspectos críticos e irônicos.

Destacamos, nos provérbios retextualizados abaixo, quatro tipos semânticos vinculados ao humor:

a) **mudança de entonação frasal ligada ao desafio provocativo:**

8- Fez fama? Deite na cama da *Playboy*. (Cria fama e deita-te na cama)

25- Peixe vai morrer pela boca? (O peixe morre pela boca)

35- E hoje, quem vai rir por último? (Quem ri por último, ri melhor)

Nos três casos, comparando-se aos provérbios fontes, com a mudança de entonação (de afirmação para interrogação), e outros casos estruturais que serão vistos no capítulo seguinte, foi alterado o significado tradicional dos provérbios.

No caso 8, o humor se instaura na pergunta cômico-irônica feita aos que têm fama instantânea e aproveitam esse momento efêmero para posarem nus. O jornal, num tom de interrogação com nuances de zombaria crítica todos aqueles que fazem uso do corpo para alcançarem ganhos financeiros.

O jornal provoca, com humor e ironia, no caso 25, o time do Santos que, com arrogância e prepotência, difundia sua autoconfiança, sem se preocupar com os outros adversários.

Diferentemente dos dois anteriores, o 35, é um caso típico de desafio, sem qualquer vínculo a outro aspecto semântico. Aqui o desafio está lançado entre duas equipes de futebol (Corinthians e São Paulo) que têm um jogador que já foi campeão atuando pelo Corinthians e agora joga no rival São Paulo. Na verdade, o

desafio está atrelado mais ao jogador do que propriamente às duas equipes: uma como a desafiante (Corinthians) e outra como a desafiadora (São Paulo).

b) semelhança temática:

11a- De Love em Love, o Palmeiras vem chegando (De grão em grão, a galinha enche o papo)

11b- De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá. (De grão em grão, a galinha enche o papo)

12- De médico e louco todo juiz terá um pouco. (De médico e louco, todo mundo tem um pouco)

Nos três casos retextualizados há a preservação de semelhança temática com os provérbios fontes correspondentes.

Nos casos 11a e 11b, como no provérbio de origem, as conquistas devem ser alcançadas paulatinamente. Entretanto, no caso 11a o jogador Vagner Love aparece topicalizado na frase como protagonista da ação, gerando comicidade pela troca dos termos. No caso 11b, é a forma (De sufoco em sufoco) de como a Inglaterra vai conseguindo vencer seus adversários, estruturalmente parecida ao provérbio fonte, mas revelando as conseqüências do ato.

Em 12, o humor está na expansão semântica da frase: no provérbio original qualquer indivíduo pode ser testado em seus limites (da sanidade à loucura); na retextualização os juízes de futebol, além de suas atribuições durante os jogos, terão que ter conhecimentos médicos, o que, certamente, foge às prerrogativas que lhes são estabelecidas, fazendo o leitor pensar em uma loucura a mais no futebol.

c) distanciamento temático:

18- Escreveu não leu... (Escreveu não leu, o pau comeu)

28- Pão, pão, geléia, geléia. (Pão, pão, queijo, queijo)

29- Pimenta no olho de 50 mil. Foi refresco. (Pimenta nos olhos dos outros é refresco)

O humor nos casos acima se justifica pelo afastamento do tema; o leitor observa um enunciado que se assemelha formalmente ao provérbio fonte, mas tematicamente é bem diferente, por ser, sobretudo denotativo e não figurado como o original.

No exemplo 18, o cômico se instaura justamente no fato de se estimular o consumidor a “partir para a briga” concretamente – e não estabelecer uma punição legal – se não forem cumpridas as regras escritas nos contratos de compra de imóveis.

O caso 28 é o mais concreto e o que apresenta maior distanciamento temático do original. Pão é pão mesmo e geléia é o seu acompanhamento. O efeito de humor se estabelece nesse distanciamento do abstrato do provérbio fonte para o concreto do provérbio retextualizado.

Pimenta, na frase 29, é tradução do inglês *peper* que é uma palavra tirada de *Red Hot Chili Peppers*, grupo de rock que se apresentou para mais de cinquenta mil pessoas. O cômico está na fusão de três elementos diferentes: a palavra em inglês, sua tradução para o português e aproveitamento da expressão *pimenta*, presente no provérbio fonte, no provérbio retextualizado.

d) Humor crítico:

30- O remendo ficou pior que o buraco. (Pior a emenda que o soneto)

Nessa retextualização o humor é sutil e crítico ao denunciar os serviços malfeitos pelo poder público na reforma das ruas da cidade. O humor ácido se estabelece ao se fundir o concreto remendo/buraco com o abstrato emenda/soneto. Dessa forma, o leitor percebe rapidamente, por trás de uma frase com efeito de humor, as reais intenções do jornal.

Portanto, as frases acima terão comicidade se forem traduzidas ou transpostas para a situação do contexto noticioso e se o leitor compreender o aspecto lúdico que os provérbios que sofreram retextualização expressam. Bérqson (2004:82) explica essa relação de humor que se pode obter na construção da frase: “A comicidade da linguagem deve corresponder, tintim por tintim, à comicidade das ações e das situações, e que, se nos for permitido exprimir-nos assim, ela não passa de sua projeção no plano das palavras”, como acontece nos casos referidos acima.

2.2. ASPECTOS FORMAIS

Na análise dos aspectos semânticos, abordamos com certa profundidade os 40 provérbios arrolados para o *corpus*, a partir dos provérbios fontes (incluindo suas interpretações originais), e seu uso reenunciado ou retextualizado no *Jornal da Tarde*, fazendo algumas incursões nos aspectos formais. Entendemos que aquela análise explorou o que de maior interesse havia na proposta.

Nos aspectos formais específicos serão selecionados e agrupados alguns enfoques que revelam o aproveitamento criativo de natureza formal na retextualização do jornal. É, assim, possível retextualizar provérbios tanto no plano semântico, como no formal e, com base nessas análises feitas, observaremos como se processam os efeitos de humor, de crítica ou de ironia nas manchetes e títulos de notícias que perderam sua estabilidade tanto semântica quanto estrutural.

2.2.1. Aspectos morfossintáticos

2.2.2. Uso de frases nominais e verbais

A *frase* pode ser definida como um enunciado, cujos constituintes devem assumir uma função. Na fala, a frase deve ser caracterizada por uma entonação. Garcia (2002:32) explica que “frase é todo enunciado suficiente por si mesmo para estabelecer comunicação”.

Na estruturação frasal do provérbio, encontramos frases nominais e frases verbais.

a) frases nominais

- Frase nominal é a que prescinde de verbo, constituída somente de nomes e não apresenta relação predicativa. No entender de Garcia (op.cit.:38) “na

realidade não existe verbo, o qual, entretanto, pode ser ‘mentado’: *cada louco (tem, revela, age de acordo) com sua mania*”.

Não se deve confundir com frases com verbos elípticos, como no caso 30: *Pior a emenda que o soneto* equivalente a “É pior a emenda que o soneto” Também não se trata de simples expressões ou locuções não oracionais, como 9: “Dançar conforme a música”; 40: “Ver para crer”. Neste trabalho, porém, os três tipos serão agrupados como frases nominais.

- Aparecem em muitos provérbios e máximas por serem, de certa forma, diretos, incisivos no apontamento das verdades e das condutas humanas.
- As frases nominais são particularmente adequadas à descrição de valores e condutas do homem e, por esse motivo, são utilizadas em frases proverbiais que indicam comportamentos humanos que são perenes ao longo da história.

Casos do *corpus*:

O *corpus* registra 7 provérbios tipicamente construídos como frases nominais (1, 6, 7, 16, 20, 23 e 28); um com elipse do verbo *ser* (30) e duas expressões não oracionais (9 e 40), totalizando 10 ocorrências, ou seja, 25%.

Oito delas mantiveram na retextualização a estrutura formal nominal, inclusive nas três retextualizações de um mesmo provérbio, que é o caso n° 1 e seus respectivos a), b) e c). Apenas os provérbios 7 e 30 foram retextualizados com a colaboração verbal do verbo “ser”.

b) frases verbais:

Os restantes trinta provérbios (75%) são construídos como frases verbais, sendo algumas simples (uma oração) e outras complexas (várias orações). Toda

frase verbal se organiza, evidentemente, em torno de um verbo que é o único elemento indispensável (se significativo) que, em muitas construções, pode estar subentendido ou elíptico (cópula). As mudanças ocorridas nos casos do *corpus* não fogem do padrão da frase verbal; são retextualizações que se ajustam ao contexto noticioso elaborado pelo jornal.

Apesar das retextualizações feitas, as frases do *corpus* apresentam verbos de características semelhantes as dos verbos dos provérbios fontes dos quais se originam: conceituais ou descritivos.

Casos do *corpus*:

- Frases simples:

São frases simples as de números 2, 3, 5, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 21, 22, 25, 27, 29, 31, 36, 37, 38, 39, totalizando 63,3% das verbais.

Praticamente todas as 19 frases se mantêm estruturadas como período simples após as retextualizações promovidas pelo jornal, inclusive nos desvios a) e b) dos números 11 e 38, com estruturações sintáticas bastante parecidas. Quanto ao provérbio 19, houve duas retextualizações: uma apenas inspirada no provérbio original (19a); outra calcada formalmente no provérbio (19b).

O caso da frase 5- *Esta mentira não tem perna curta* (A mentira não tem perna curta), houve mudança de determinantes (A para *Esta*) e 25- *Peixe vai morrer pela boca?* mudança de entonação (O peixe morre pela boca).

- Períodos Compostos:

Constituem períodos compostos as ocorrências 4, 8, 10, 17, 18, 24, 26, 32, 33, 34 e 35 (total de 11 frases, representando 36,6%).

Contrariamente ao que ocorreu com os períodos simples, até por questão meio óbvia, os períodos compostos, de modo geral, receberam maior elaboração,

exceto os provérbios fontes 26, 32 e 34, que permaneceram como períodos compostos, embora com outros tipos de alteração.

Alguns enunciados se reduziram a períodos simples, a saber, os números 4, 17 e 35. Em outros (nº 18, 24 e 33), o redator enfatiza as mensagens, graças à sugestão de idéias suspensas.

Há um total de 12 retextualizações nominais e verbais, 22 por meio de períodos simples e 11 por meio de períodos compostos. As frases nominais e os períodos simples perfazem 34 ocorrências, ou seja, 75,5% das retextualizações. Esse percentual elevado explica a característica comum dos provérbios de serem curtos, diretos e incisivos. Além do mais, deve-se ter em mente a quantidade de períodos simples de predicados nominais, com o verbo *ser*, que praticamente equivalem a frases nominais.

O verbo *ser* apresenta muitos usos, sendo que o mais comum é o de ligação ou cópula. Com freqüência se situa como verbo que indica estado, tem significado mais ou menos vazio de sentido; é classificado como relacional, praticamente dispensável para a compreensão da frase: *O jovem (é) corajoso*.

O *corpus* possui as seguintes ocorrências:

4 - *A bola é a última esperança.*

3 - *A carne não é fraca, não.*

17 - *Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei.*

19b - *Nos palcos, filho de peixe, bom músico é.*

27 - *A propaganda é a alma do negócio.*

31 - *Promessa é dívida*

36 - *Querer é poder, mas com trabalho.*

37 - *Rir ainda é o melhor remédio*

39 - *Tamanho não é documento?*

Esses nove enunciados retextualizados mantiveram o verbo *ser*, conservando certa correlação com os provérbios fontes no plano formal.

Somente uma frase, no provérbio fonte, tem estrutura de período simples e converteu-se em período composto: 21- Parka e casaqueto: opostos que se atraem (*Os extremos se atraem*). O caso se destaca pela transformação criativa, em que a ênfase acontece pela topicalização dos dois vestuários (parka e casaqueto) e pela elipse do verbo (são), substituído pelos dois pontos como pausa de realce.

Os demais casos seguem a estrutura do provérbio fonte com estruturas de período composto, como, por exemplo, a frase 34- Chora mais quem pode menos (*Quem pode o mais, pode o menos*)

Os provérbios são organizados em períodos simples e em períodos compostos. Os provérbios retextualizados pelo *Jornal da Tarde* procuram seguir a base modelar de organização frasal dos provérbios originais; entretanto, a quebra desse modelo se processa de acordo com as necessidades do contexto da notícia veiculada.

O período simples, como se sabe, é estruturado em torno de um só verbo, tratando-se, assim, de uma frase independente, autônoma. Esse tipo de estrutura frasal constitui a maioria dos casos do *corpus*:

2- No trabalho, a elegância se põe à mesa.

3- A carne não é fraca não.

4- A bola é a última esperança – esta retextualização reduziu o enunciado proverbial em período simples, já que, no provérbio matriz o período é composto: *A esperança é a última que morre*.

5- Esta mentira não tem perna curta.

7- É cada um por si.

11a- De Love em Love, o Palmeiras vai chegando.

11b- De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá.

29- Pimenta nos olhos de 50 mil. Foi refresco – Aqui ocorreu o desmembramento dos constituintes da frase: SN e SV. Embora seja facilmente identificável com o provérbio matriz, essa fragmentação foi feita propositadamente para dar ênfase ao sujeito que, aqui no provérbio adaptado, não apresenta

conotação negativa, mas faz alusão a um grupo de *rock* muito popular entre os apreciadores desse tipo de música.

2.2.3. Protáse/Apódese

Como vimos na teoria, o fenômeno da correlação prótase/apódese (com orações ou segmentos condicionantes e condicionados), provocando períodos tensos ou frouxos, é muito comum na estruturação de provérbios, sendo comum também na sua reenunção ou retextualização. Alinhamos os 13 casos, a seguir:

Provérbios Fontes	Retextualizações
11. De grão em grão a galinha enche o papo.	a) <i>De Love em Love o Palmeiras vai chegando.</i> b) <i>De sufoco em sufoco a Inglaterra chega lá.</i>
12. De médico e louco, todo mundo tem um pouco.	<i>De médico e louco, todo juiz terá um pouco.</i>
13. Depois da tempestade vem a bonança.	<i>Depois da tempestade...</i>
15. Em briga de marido e mulher ninguém mete a colher.	<i>Em briga de marido e mulher...</i>
16. Em casa de ferreiro, espeto de pau.	<i>Em casa de ferreiro...</i>
17. Em terra de cego, quem tem um olho é rei.	<i>Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei.</i>
23. Olho por olho, dente por dente.	<i>Dente por dente, olho por olho.</i>
24. Onde há fumaça, há fogo.	<i>Onde há fumaça...</i>
26. O que não tem remédio, remediado está.	<i>Remediar pode ser melhor do que operar.</i>
32. Quem canta, seus males espanta.	<i>Quem canta, seus males espanta.</i>
33. Quem não tem cão, caça com gato.	<i>Quem tem cão...</i>
34. Quem pode o mais, pode o menos.	<i>Chora mais, quem pode menos.</i>
35. Quem ri por último, ri melhor.	<i>E hoje, quem vai rir por último?</i>

Como se observa, quase todos os provérbios originais produzidos com a tensão prótase/apódese foram assim retextualizados, com a mesma estratégia, inclusive as duas retextualizações do provérbio n° 11, revelando a força desse procedimento retórico. Merecem, entretanto, comentários especiais os n° 13, 15, 16, 23, 24, 26, 32, 33, 34 e 35.

No caso dos n° 13, 15, 16, 24 e 33, produzidas as prótases, os enunciados foram suspensos, provocando maior tensão do que a correlação explícita, nos termos em que já apontamos na análise semântica feita anteriormente do provérbio 15.

Os números 26, 32, 33, 34 e 35 apresentam, nos provérbios fontes, seguida por quase todas as retextualizações, uma construção muito comum nos provérbios: “ausência de antecedente” lembrada por Greimas (ver letra e em 2.1., p.133). Desses, as retextualizações n° 26, 34 “afrouxaram”, graças à ordem direta, e a 35 “deformou-se” completamente.

Alinhando-se a esse tipo de construção (prótase/apódese) por sua semelhança, temos a estrutura bimembre ou o paralelismo que é um tipo de construção simétrica em que os constituintes da frase dão cadência ao pensamento.

No nosso estudo, quando ocorre a retextualização dos provérbios, há normalmente mudança na estrutura frasal. Nos casos abaixo, porém, a estrutura bimembre ou paralelística foi mantida:

- 1a- Negócios, negócios, almoço à parte. (*Amigos, amigos, negócios à parte*)
- 1b- Robinho: amigos, amigos... (*Amigos, amigos, negócios à parte*)
- 1c- Ronaldo e Zidane: amigos, amigos... (*Amigos, amigos, negócios à parte*)
- 6- Ano novo, carro novo. (*Ano novo, vida nova*)
- 7- É cada um por si. (*Cada um por si e Deus por todos*)
- 8- Fez fama? Deite na cama da *Playboy*. (*Cria fama e deita-te na cama*)
- 20- Nem tanto ao mar, nem tanto à terra. (*Idem*)
- 28- Pão, pão, geléia, geléia. (*Pão, pão, queijo, queijo*)

Trata-se de enunciados compostos por dois constituintes em que se estabelece uma relação, em que o verbo pode estar explícito ou não. Bechara (1999:542) faz a seguinte consideração sobre esse tipo de frase:

Embora frases assertivas bimbres possam ser facilmente parafraçadas a orações de estrutura regular e com estas, muitas

vezes, se alternar no discurso, não devem ser “reconstituídas” e “emendadas” com auxílio de elipses e outros recursos, para depois serem descritas como orações. A expressividade decorre da leveza e espontaneidade com que se caracterizam.

Incluem-se, portanto, no rol de frases assertivas bimembres (dotadas também de entonação ou contorno melódico assertivo) os seguintes exemplos: *Casa de ferreiro, espeto de pau; Tal pai, tal filho.*

E com Bechara podemos dizer que “A vivacidade e leveza que tais frases emprestam ao discurso explicam o seu largo emprego nas máximas e provérbios” como ocorre largamente no *corpus*.

Essas retextualizações provocaram mudanças estruturais e semânticas que, a princípio, podem causar estranheza ao leitor – em comparação aos provérbios fontes – mas, em contrapartida, houve ganhos no que se refere ao efeito de humor, de crítica ou de ironia ao inesperado que essas mudanças trazem. O paralelismo, como vimos, não é constituído de norma rígida e, conforme afirma Garcia (2002:53):“(...) nem sempre é, pode ser levado à risca, pois a índole e as tradições da língua impõem ou justificam outros padrões”.

2.2.4. Tempos Verbais

- Presente (atemporalidade)

É fato que os provérbios apresentam verdades consideradas eternas, imutáveis ou enunciados de caráter geral. O tempo presente nos verbos dos enunciados retextualizados enfatiza, em princípio, esse aspecto que se perpetua e permanece na memória do usuário.

No *corpus*, há uma grande incidência de frases proverbiais retextualizadas com ou sem verbos explícitos no presente (30 dos 40 enunciados-fontes). Incluímos, pois, na relação abaixo, não só os enunciados retextualizados com o verbo explícito no presente, tal qual seus provérbios fontes, como também os retextualizados, graças a “frases nominais”, que, como tais, pressupõem esse mesmo tempo verbal. Em algumas retextualizações, há casos de enunciados

interrompidos, subtendendo-se, portanto, os respectivos verbos, naturalmente no presente:

- 1- a) Negócios, negócios, almoço à parte.
b) Robinho: amigos, amigos...
c) Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...
- 2- No trabalho, a elegância **se põe** à mesa.
- 3- A carne não **é** fraca não.
- 4- A bola **é** a última esperança.
- 5- Esta mentira não **tem** perna curta.
- 6- Ano novo, carro novo.
- 7- **É** cada um por si.
- 10- A Serra o que **é** de Serra.
- 11a- De Love em Love, o Palmeiras **vai** chegando.
- 11b- Se sufoco em sufoco, a Inglaterra **chega** lá.
- 13- Depois da chuva
- 14- O recado certo por linhas tortas.
- 15- Em briga de marido e mulher...
- 16- Em casa de ferreiro...
- 17- Na terra dos sem-delegacia, o tráfico **é** rei.
- 19- a) Filha de peixe no Sesc Vila Mariana.
b) Nos palcos: filho de peixe bom músico **é**.
- 20- Nem tanto ao mar, nem tanto à terra.
- 21- Parka e casaqueto: opostos que **se atraem**.
- 22- O fim **justifica** os meios?
- 23- Dente por dente, olho por olho.
- 24- Onde **há** fumaça...
- 26- Remediar **pode** ser melhor do que operar.
- 27- A propaganda **é** a alma do negócio.
- 28- Pão, pão, geléia, geléia.
- 29- Pimenta no olho de 50 mil. Foi refresco.
(Pimenta nos olhos dos outros é refresco)

- 31- Promessa **é** dívida.
- 32- Quem **canta**, seus males **espanta**.
- 33- Quem **tem** cão...
- 34.-**Chora** mais quem **pode** menos.
- 36- Querer **é** poder, mas com trabalho.
- 37- Rir **é** o melhor remédio.
- 38-Santo de casa não **faz** milagre.
- 39-Tamanho **é** documento?

- Outros tempos verbais pouco usuais em provérbios.

Apesar de o tempo presente ser predominante entre as frases proverbiais que sofreram retextualização, há outros tempos verbais nas manchetes e títulos de notícias que o jornal veicula.

- Futuro

No primeiro caso abaixo, houve a mudança do presente do indicativo do provérbio matriz – *De médico e louco, todo mundo **tem** um pouco* – para o futuro do presente sintético que é de uso menos freqüente na linguagem oral:

- 12. De médico e louco, todo juiz **terá** um pouco.

Essa mudança faz referência a uma possibilidade que poderá ocorrer, mas que ainda não está sendo aplicada. Ao contrário do provérbio fonte, o uso do verbo no futuro do presente aqui se tornou uma probabilidade. Há, nesse caso, um uso pouco comum do *futuro do presente* que, geralmente, é substituído pela forma composta, mais popular, como se observará nos casos a seguir.

- 25. Peixe **vai morrer** pela boca?
- 35. E hoje, quem **vai rir** por último?

No caso 25, explica-se o uso de uma forma de futuro, pois a alusão é sobre um time de futebol (Santos Futebol Clube) que se auto proclamava campeão antes do tempo, diferente do provérbio matriz que é afirmativo.

A frase do caso 35 apresenta o mesmo emprego popular do tempo futuro. Neste título de notícia, há uma interrogação (que ocorre da mesma forma no caso 25) e, ao mesmo tempo um desafio. Trata-se de um confronto entre times de futebol rivais, cujo principal jogador, Ricardinho, já atuou pelo time adversário.

Se fosse empregada a forma culta, talvez não houvesse o teor de desafio, de imposição, como ocorre com o uso da locução verbal.

- Pretérito perfeito

Há apenas três ocorrências com frases constituídas no pretérito perfeito, o qual indica uma ação que se concretizou em algum momento do passado, praticada antes do ato de fala.

- 18. Escreveu não leu...
- 29. Pimenta no olho de 50 mil. Foi refresco.
- 30. O remendo ficou pior que o buraco.

O caso 18 é o único que preserva o tempo do verbo original do provérbio fonte (*Escreveu não leu, o pau comeu*), enquanto nas ocorrências 29 e 30, houve modificações: no caso 29, do presente – *é refresco* – para o pretérito perfeito – **foi refresco**; na frase 30, ocorreu o acréscimo do verbo **ficar** no pretérito – *O remendo **ficou pior** que o buraco*.

Essas frases retextualizadas não têm a pretensão de expressar conceitos, verdades absolutas ou conselhos, próprios dos provérbios, mas enunciar fatos, notícias e devem estar ajustadas ao contexto. Assim, o uso do pretérito é justificado por fazer referência a fatos específicos, concretos realizados num dado momento do passado. Isso vale, inclusive, para o caso 18, apesar de se manter fiel, estruturalmente, ao provérbio fonte.

2.2.5. Tipos de frases

Toda frase apresenta, como objetivo principal, função comunicativa que se atrela à intenção do falante, caracterizada por entonações específicas. Em conformidade a essa intencionalidade, são estabelecidos os tipos de frases: declarativa, (afirmativa/negativa), interrogativa, imperativa, optativa, exclamativa.

Essas frases expressam a intenção do usuário, conforme a sua situação ou função comunicativa. Evidentemente, com relação ao *Jornal da Tarde*, existe claramente a intenção de provocar ou chamar a atenção do leitor, com os vários tipos de frases: declarações, interrogações, exclamações, etc. Cada frase tem, portanto, uma finalidade comunicativa que se ajusta ao contexto a que está vinculada.

Encontramos três tipos de frases proverbiais no *corpus*:

a) declarativa afirmativa:

Provérbios fontes	Retextualizações
1. Amigos, amigos, negócios à parte.	a) Negócios, negócios, almoço à parte. b) Robinho: amigos, amigos... c) Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...
2. A boniteza não se põe à mesa.	No trabalho, a elegância se põe à mesa.
4. A esperança é a última que morre.	A bola é a última esperança.
6. Ano novo, vida nova.	Ano novo, carro novo.
7. Cada um por si e Deus por todos.	É cada um por si.
9. Dançar conforme a música.	Para dançar conforme a música.
10. Dar a Deus o que é de Deus e a César o que é de César.	A Serra o que é de Serra.
11. De grão em grão a galinha enche o papo.	a) De Love em Love, o Palmeiras vem chegando. b) De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá.
12. De médico e louco, todo mundo tem um pouco.	De médico e louco, todo juiz terá um pouco.
13. Depois da chuva vem a bonança.	Depois da chuva
14. Deus escreve certo por linhas	O recado certo por linhas tortas.

tortas.	
15. Em briga de marido e mulher, ninguém mete a colher.	Em briga de marido e mulher...
16. Em casa de ferreiro, espeto de pau.	Em casa de ferreiro...
17. Em terra de cego, quem tem um olho é rei.	Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei.
19. Filho de peixe, peixinho é.	a) Filha de peixe no Sesc Vila Mariana. b) Nos palcos: filho de peixe, bom músico é.
20. Nem tanto ao mar, nem tanto a terra.	Nem tanto ao mar, nem tanto a terra.
21. Os extremos se atraem.	Parka e casaqueto: os opostos que se atraem.
23. Olho por olho, dente por dente.	Dente por dente, olho por olho.
24. Onde há fumaça, há fogo.	Onde há fumaça...
26. O que não tem remédio, remediado está.	Remediar pode ser melhor do que operar.
27. E segredo é a alma do negócio.	A propaganda é a alma do negócio.
28. Pão, pão, queijo, queijo.	Pão, pão, geléia, geléia.
29. Pimenta nos olhos dos outros é refresco.	Pimenta no olho de 50 mil. Foi refresco.
30. Pior a emenda que o soneto.	O remendo ficou pior que o buraco.
31. Promessa é dívida.	Promessa é dívida.
33. Quem não tem cão, caça com gato.	Quem tem cão...
34. Quem pode o mais, pode o menos.	Chora mais, quem pode menos.
36. Querer é poder.	Querer é poder, mas com trabalho.
37. Rir é o melhor remédio.	Rir ainda é o melhor remédio.
38. Santo de casa não faz milagre.	b) Santo de casa... faz cinema.
40. Ver para crer.	Ver para crer.

A maioria absoluta de frases declarativas afirmativas – 36 das 45 – revela a intenção principal de qualquer veículo informativo: comunicar fatos. Dessa forma, é totalmente justificável a grande incidência desse tipo de frase, com intenção bem definida de declarar objetivamente algo, sobretudo esse tipo de frases que têm, como no nosso estudo, origem proverbial. Há, ainda, as que, na retextualização, sofreram mudança de forma em comparação às originais, como ocorreram com as seguintes inversões:

- de negativa para afirmativa:

2- *A boniteza não se põe à mesa.* - No trabalho, a elegância se põe à mesa.

26- *O que não tem remédio, remediado está.* - Remediar pode ser melhor do que operar.

33- *Quem não tem cão, caça com gato.* - Quem tem cão...

38b- *Santo de casa não faz milagre.* - Santo de casa... faz cinema.

A frase 2, no provérbio fonte é negativa (*A boniteza não se põe à mesa*), mas tornou-se positiva na retextualização – No trabalho, a elegância se põe à mesa –, pois é dado um enfoque diferente à aparência do homem que deve se adaptar às exigências das situações.

Na ocorrência 33, houve também inversão de frase negativa do provérbio fonte (*Quem não tem cão, caça com gato*) para frase afirmativa do provérbio retextualizado – Quem tem cão... –, pois se refere a circunstâncias diferentes.

No caso 38b é a mesma situação vista nos exemplos 2 e 33, de frase negativa do provérbio fonte (*Santo de casa não faz milagre*) para frase positiva do provérbio retextualizado – Santo de casa... faz cinema; entretanto, as reticências, além de demonstrarem uma suspensão do pensamento, visualmente apontam para o leitor que a palavra negativa foi suprimida da frase do provérbio original.

No caso do número 39, não houve propriamente uma inversão de negativa para afirmativa. O que houve foi uma alteração de entonação, passando-se de uma declarativa para uma interrogativa com teor dubitativo.

- de afirmativa para negativa:

3- *A carne é fraca.* – A carne não é fraca, não.

5- *A mentira tem perna curta.* - Esta mentira não tem perna curta

Inverteram-se as frases, conforme a intencionalidade e o conteúdo noticioso apresentado pelo jornal. Assim, na retextualização, tornou-se negativa o que era afirmativo e vice-versa ou houve a manutenção do tipo frasal (18 e 38a).

As frases se apresentam mais imperiosas, incisivas quando têm estrutura de negação, trazendo uma mudança de perspectiva, sobretudo aquelas que não são originalmente negativas, como os casos 3 e 5. Na retextualização, a mudança ocorrida (de afirmativa para negativa) contribuiu com força para desqualificar o provérbio fonte para que fosse possível ajustá-lo ao contexto noticioso.

b) interrogativa:

Em geral, costuma-se distinguir dois grandes tipos de perguntas: (a) global, fechada ou do tipo sim-não, que tem como objetivo obter respostas afirmativas [sim] negativas [não] ou incertas [talvez] sobre uma dada questão ou (b) parcial, aberta ou sobre algo, que é caracterizada pela presença de pronomes interrogativos, tais como: QUEM, QUE, QUAL, QUANTO, QUANDO, ONDE, COMO, POR QUE. Nos provérbios fontes, como é natural, não se registra nenhum na forma interrogativa. No *corpus*, entretanto, que são sempre enunciados contextualizados, encontramos quatro casos de interrogativa do primeiro tipo:

8- Fez fama? Deite na cama da *Playboy*.

22- O fim justifica os meios?

25- Peixe vai morrer pela boca?

39- Tamanho é documento?

Do segundo tipo, o *corpus* registra um único caso:

35- E hoje, **quem** vai rir por último?

A frase 35, assim como as outras interrogativas do tipo um, é uma retextualização que, além de reduzir o provérbio a uma única oração (*Quem ri por último, ri melhor = E hoje, quem vai rir por último?*), acrescentou uma circunstância de tempo (*hoje*).

c) imperativa:

De modo geral, os provérbios propriamente ditos têm normalmente valor injuntivo, porque, implicitamente, impelem o interlocutor a acatar os preceitos sugeridos, independentemente da forma imperativa.

Há um único caso dessa ordem – a frase 8- Fez fama? **Deite** na cama da *Playboy* – em que o uso formal do imperativo aparece como uma resposta a um questionamento, expressando sugestão ao que foi perguntado.

Entretanto, há um outro caso no *corpus*, a frase 10- A serra o que é de Serra que é retextualização do provérbio original que apresenta uma de suas abonações na forma de imperativo: **Dai a César o que é de César e Deus o que é de Deus**.

Pelo que se pôde observar, a ocorrência de orações declarativas é predominante nesses tipos de frases que têm origem em provérbios. Isso se explica pelo fato de expressarem, apesar da retextualização, verdades eternas que se comprovam pelo próprio comportamento do homem, diante das várias circunstâncias que são recorrentes ao longo de sua existência.

2.2.6. Outros casos:

a) Uso do artigo definido

O artigo definido pressupõe a particularidade do referente e se compara, de certa forma, aos demonstrativos dêiticos. Nos provérbios originais, o uso do artigo definido opera uma referência de tipo genérico, ou seja, quando se diz **A mentira tem perna curta**, o emprego do artigo **a** não especifica a mentira, ao contrário, faz alusão a qualquer comportamento que envolva não dizer a verdade. É por esse motivo que em Steinberg (2002:64), por exemplo, há o registro de *Mentira tem perna curta*. Há, contudo, o inverso, pois a mesma autora (op.cit.:25) registra um outro provérbio com o artigo definido, **A caridade começa em casa**, enquanto Lacerda *et al* (2003:584) assinalam o mesmo provérbio sem o artigo: *Caridade*

bem ordenada começa em casa, apesar de o substantivo “caridade” estar modificado (*bem ordenada*).

Contudo, as frases proverbiais do *corpus* que são adaptações e se referem a um contexto específico, são particularizadas pelo artigo definido que tornam as frases mais precisas e mais individualizadas.

2- No trabalho, **a** elegância se põe à mesa.

3- **A** carne não é fraca não.

4- **A** bola é a última esperança.

14- **O** recado certo por linhas tortas.

22- **O** fim justifica os meios?

27- **A** propaganda é a alma do negócio.

30- **O** remendo ficou pior que o buraco.

Na ocorrência 3, a carne a que se refere a frase não é no sentido original do provérbio, das fraquezas humanas, mas tem o significado específico e literal de carne, embora não seja os cortes de carnes tradicionais (boi, porco, etc.), mas, por exemplo, de outro tipo de carne que não se come costumeiramente, como, por exemplo, a de javali que apresenta uma textura diferente.

b) Sem determinante

O SN fica desprovido do determinante, tornando-o genérico, uma representação universalizante. Apesar de existirem frases com SN sem determinante no *corpus*, elas sempre possuem um referente, um sentido específico. Segundo Cunha e Cintra (2001:217) “(...) pode-se dispensar o artigo, principalmente quando o substantivo é abstrato, ou quando faz parte de provérbios, frases sentenciosas e comparações breves”.

31- Promessa é dívida.

38a- Santo de casa não faz milagre

38b- Santo de casa faz...cinema.

A frase 31 é um dos poucos exemplos do *corpus* (os outros são 20, 32 e 40) em que o provérbio se manteve no original, sem sofrer desvios e, com exceção do nº 32, preserva o sentido que lhe é atribuído normalmente. O caso 38a se refere às desavenças entre personagens de uma peça teatral que estão em desarmonia com seus santos de sua devoção.

Na ocorrência 38b houve o desvio que modificou todo o sentido do provérbio original, passando-se de negativo a positivo. A notícia particulariza o caso de cineastas que têm patrocínio para a realização de seus filmes na empresa de entretenimentos onde são funcionários.

c) Provérbios introduzidos por quantificadores genéricos ou indefinidos:

São elementos que representam o conjunto dos seres humanos. Nos provérbios adaptados pelo *Jornal da Tarde*, a representatividade é sempre única, referente a um caso específico que se vincula ao seu contexto noticioso.

7- É **cada** um por si... (*Cada um por si e Deus por todos*)

15- Em briga de marido e mulher... (*Em briga de marido e mulher, ninguém mete a colher*)

17- Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei. (*Em terra de cego, quem tem um olho é rei*)

32- **Quem** canta, seus males espanta. (*Quem canta, seus males espanta*)

33- **Quem** tem cão... (*Quem não tem cão, caça com gato*)

34- Chora mais, **quem** pode menos. (*Quem pode o mais, pode o menos*)

35- E hoje, **quem** vai rir por último? (*Quem ri por último, ri melhor*)

Em 7, o pronome **cada um** é uma locução pronominal indefinida que na retextualização, fugindo às características próprias dos provérbios, passou a definir, particularmente, dois jogadores que se confrontam: Ronaldo e Zidane.

Nos casos 32, 33, 34 e 35, o pronome **quem**, de natureza vaga e indeterminada, passou a fazer referência a um conjunto particular de pessoas; em 32, o pronome representa os monges beneditinos; em 33, os usuários da Praça Buenos Aires que levam seus cães para passear ali; em 34, faz alusão às presidiárias da Cadeia Pública de Pinheiros. O caso 35, semelhante ao 7, é o mais específico e particular de todos, pois o pronome **quem** representa uma única pessoa: o jogador Ricardinho.

Na retextualização n° 15, *Em briga de marido e mulher...*, houve a suspensão do pensamento que omitiu o indefinido **ninguém** do provérbio fonte – *ninguém mete a colher*.

No caso 17, a retextualização manteve, praticamente, a mesma estrutura do provérbio original, apenas com a omissão do pronome **quem**: Em terra de cego, quem tem um olho é rei – *Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei*.

d) Verbos no infinitivo como SN

Há uma nominalização do verbo no infinitivo, vista como expressão, que denota uma propriedade típica dos nomes, mas que representa, de modo geral, aspectos genéricos, sendo, assim, por natureza, forma infinita.

No *corpus*, vale observar a substantivação das formas infinitivas funcionando sintaticamente como sujeito ou predicado. Vejamos os casos que seguem:

26- Remediar pode ser melhor do que operar.

36- Querer é poder, mas com trabalho.

37- Rir, ainda é o melhor remédio.

40- Ver para crer.

O n° 36, retextualizado, como já visto, traz uma ressalva (mas com trabalho) ao provérbio matriz que o particulariza ainda mais, qualificando de certa forma o verbo substantivado “querer”.

e) Nomes próprios:

Geralmente, os nomes próprios que aparecem nos provérbios são simbólicos, mas têm representação definida que denota um conjunto de indivíduos vinculados a uma situação comum, geral a todos os outros indivíduos.

Em todos os casos a seguir do *corpus*, entretanto, há 7 frases que indicam particularização, representada por nomes próprios: a 10 apresenta um endereçamento único e específico: o então prefeito de São Paulo, José Serra. Os casos 1b e 1c são nomes próprios que enunciam os fatos. Na 8, **Playboy** indica posse e na 19^a, **Sesc Vila Mariana**, indica circunstância espacial. Nos casos 11a e 11b, os nomes **Palmeiras** e **Inglaterra** respectivamente são os agentes, cuja ação que praticam aparece modalizada. Entretanto, essa modalização, na frase 11a, também é representada por um nome próprio (**Love**) que é o apelido agregado ao nome do jogador Vagner.

1b- **Robinho**: amigos, amigos...

1c- **Ronaldo e Zidane**: amigos, amigos...

8- Fez fama? Deita na cama da **Playboy**.

10- A **Serra** o que é de **Serra**.

11a- De **Love** em **Love**, o **Palmeiras** vai chegando.

11b- De sufoco em sufoco, a **Inglaterra** chega lá.

19a- Filha de peixe no **Sesc Vila Mariana**.

2.2.7. Outros casos de retextualização:

Apresentamos aqui outros casos de retextualização dos provérbios em que ocorreram alguns tipos de mudanças no provérbio original para que seja possível a adaptação da frase ao enunciar o texto noticioso. Aproveitamos, nesse caso, sugestões de Koch, Bentes e Cavalcante (2007), mas ajustadas ao nosso *corpus*. Esses fenômenos são típicos da oralidade que rompem com o tradicional (os

provérbios fontes) ou ainda, como no caso da fragmentação das frases, com a ortodoxia da gramática.

Observaremos, nos casos analisados abaixo, que muitas frases se repetem por apresentarem mais de um fenômeno desse tipo de retextualização.

a) substituição de palavras lexicais:

2- A boniteza não se põe à mesa. *No trabalho, a **elegância** se põe à mesa.*

6- Ano novo, vida nova. *Ano novo, **carro** novo.*

12- De médico e louco, todo mundo tem um pouco. *De médico e louco, todo **juiz** terá um pouco.*

11- De grão em grão a galinha enche o papo. a) ***De Love em Love, o Palmeiras** vai chegando.*

b) ***De sufoco em sufoco, a Inglaterra** chega lá.*

13- Depois da tempestade vem a bonança. *Depois da **chuva***

28- Pão, pão, queijo, queijo. ***Pão, pão, geléia, geléia.***

38- Santo de casa não faz milagre. b) *Santo de casa... faz **cinema.***

b) acréscimo de palavras:

3- A carne é fraca. *A carne **não** é fraca **não.***

5- A mentira tem perna curta. ***Esta mentira não** tem perna curta.*

7- Cada um por si e Deus por todos. ***É** cada um por si.*

9- Dançar conforme a música. ***Para** dançar conforme a música.*

36- Querer é poder. *Querer é poder, **mas com trabalho.***

37- Rir é o melhor remédio. *Rir **ainda** é o melhor remédio.*

c) supressão de partes da frase:

-Palavras:

33- Quem **não** tem cão, caça com gato.

Quem tem cão...

38- Santo de casa **não** faz milagre.

b) *Santo de casa...faz cinema.*

39- Tamanho **não** é documento.

Tamanho é documento?

-Segmentos frasais:

1- Amigos, amigos, negócios à parte.

b) *Robinho: amigos, amigos...*

c) *Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...*

7- Cada um por si e Deus por todos.

É cada um por si.

13- Depois da tempestade vem a bonança.

Depois da chuva

15- Em briga de marido e mulher ninguém mete a colher.

Em briga de marido e mulher...

16- Em casa de ferreiro, espeto de pau.

Em casa de ferreiro...

18- Escreveu não leu, o pau comeu.

Escreveu não leu...

24- Onde há fumaça, há fogo.

Onde há fumaça...

33- Quem não tem cão, caça com gato.

Quem tem cão...

d) transposição da ordem:

1- Amigos, amigos, negócios à parte.
parte.

a) ***Negócios, negócios, almoço à***

23- Olho por olho, dente por dente.

Dente por dente, olho por olho.

2.3. ASPECTO FONOLÓGICO: RIMA

A rima nada mais é senão um tipo de aliteração, uma repetição dos mesmos sons no final da palavra. É um mecanismo de grande utilização na poesia e na música. Ela pode ser perfeita (**dor/amor**) ou imperfeita – com sons aproximados (**falou/clamor**).

Moisés (op.cit.:434) explica que “a rima constitui uma recorrência de sons”. Mais adiante, o autor completa:

Nebulosa, controvertida, a origem da rima. Como se trata de um recurso mnemônico ou resultante da tendência do homem para a repetição melódica, é de crer que corresponde a uma propensão milenar e instintiva, evidenciada na fala onomatopáica das crianças.

Como se observa, a rima, nos provérbios, apresenta recursos da poesia que propiciam a sua memorização e institui um jogo de palavras típico da língua falada.

O *corpus* apresenta alguns casos em que os provérbios, mesmo retextualizados, preservaram a rima:

- 12- De médico e **louco**, todo juiz terá um **pouco**.
- 15- Em briga de marido e **mulher** (ninguém mete a **colher**)
- 26- Remediar pode ser melhor do que operar.
- 32- Quem **canta**, seus males espanta.
- 36- Quer**er** é poder, mas com trabalho.
- 40- **Ver** para **crer**.

A frase 36 perde um pouco o ritmo e a melodia característicos das rimas em razão do acréscimo da expressão que indica ressalva (*mas com trabalho*).

Há dois casos do *corpus* com rimas, mas as frases proverbiais foram interrompidas, cabendo ao leitor completá-las mentalmente, para que a rima auxilie o exercício da memória.

15- Em briga de marido e **mulher**... (ninguém mete a **colher**).

18- Escreveu não **leu**... (o pau comeu).

Há um caso no *corpus* em que o provérbio original apresentava rima e na retextualização ela acabou desaparecendo:

2- No trabalho, a elegância se põe à mesa (*A boniteza se põe à mesa*)

A substituição lexical (boniteza por elegância) foi efetuada para que houvesse a adaptação ao conteúdo da notícia; contudo houve a perda de expressividade que a rima proporcionava à frase proverbial (**boniteza/mesa**).

Ao contrário dos outros casos em que houve a preservação de praticamente todas as rimas quando os provérbios fontes sofreram retextualização, na ocorrência 26- Remediar pode ser melhor do que **operar**, a rima nos verbos remediar/operar só surgiu quando o provérbio original – *O que não tem remédio, remediado está* – foi retextualizado.

2.4. ASPECTOS LEXICAIS

Provérbios são frases construídas ao longo da existência humana e, pelo uso, cristalizaram-se, não sofrendo mudanças; assim, muitas palavras empregadas na sua formulação, como já caíram em desuso, tornaram-se arcaicas.

Esses arcaísmos são formas da língua que não são mais empregadas e foram substituídos por outras palavras que são mais apropriadas à vida contemporânea. Por exemplo, *aduana* por *alfândega*; *vianda* por *carne*.

Não há registro nos provérbios fontes ou nos provérbios retextualizados no *corpus* com ocorrência de palavras arcaicas. Esse uso não se justificaria mesmo, já que o *Jornal da Tarde* é um veículo de cunho popular (mesmos os tradicionais não usariam esses vocábulos) e não empregariam essa espécie de palavras em suas manchetes e títulos de notícia que, modernamente, soariam estranhas ao leitor, a não ser com um objetivo muito especial.

Inversamente, o que se observa é o emprego de palavras ou expressões comuns, ligadas à vivência do leitor e isso se evidencia, sobretudo nas expressões ligadas ao futebol, como os casos 1b, 1c, 4, 11a, 11b, 25 e 35.

A análise, sobretudo sobre os aspectos semânticos, permite-nos retomar as observações de que os provérbios fazem referência ao comportamento humano que, em dadas situações ou circunstâncias semelhantes, é previsível. Por esse motivo, sua forma se cristalizou e seu significado se perpetuou ao longo dos séculos e das diversas civilizações.

A análise permite-nos ainda notar que os desvios semânticos e formais trouxeram efeitos de sentido novos sobre a base dos provérbios originais que sofreram retextualização.

A força da significação dos provérbios, segundo Schmidt-Radefeldt (op.cit.:220), só é possível quando enunciador e enunciatário fazem a mesma dedução, no mesmo contexto:

As operações semaforicas fundamentais, que são reactivadas no momento da utilização (falante) e da compreensão (ouvinte) de

um provérbio só no contexto de utilização é que adquirem a sua força referencial, uma interpretação adequada.

O *Jornal da Tarde* trabalha com a capacidade que o leitor possui para decifrar os diferentes sentidos e para fazer as possíveis inferências entre o provérbio-matriz e aquele que sofreu a reenunciação ou a retextualização do jornal e, assim poder associá-lo à notícia a que se refere.

Considerando-se todas as retextualizações dos provérbios sofridas pela ótica do *Jornal da Tarde*, elas estão agrupadas pelo seu significado tradicional que, na maioria dos casos, não é necessariamente o significado dado pelo jornal. Aí se encontra a razão de nosso estudo: a capacidade que o jornal tem de recriar ou reformular enunciados popularizados pelo uso corrente e dar-lhes uma nova feição.

Muitos desvios estruturais aqui apresentados revelam a criatividade do redator que, além de fazer esse jogo de palavras que satiriza a notícia, subverte os aspectos formais das frases originais dos provérbios que quebram a expectativa do leitor em relação ao conhecimento do provérbio fonte que ele tem e consiga fazer as inferências esperadas para compartilhar os vários significados que o jornal empresta a esses provérbios retextualizados.

Os provérbios pertencem ao senso comum de um sistema cultural presente na vida cotidiana, que estabelece as ações e os comportamentos gerais de todo ser humano. São atitudes coletivas e não individuais, por isso, reconhecidos facilmente pelo leitor. Assim, o jornal não apresenta o que é particular, mas o que pertence a toda uma coletividade.

Tagnin (2005:76) ressalta a importância de certas formulações que auxiliam os interlocutores em suas ações diárias:

Se observarmos nossa fala nas conversas que mantemos diariamente, notaremos que grande parte dela segue caminhos já trilhados. Observaremos também que, em muitas situações, nossas conversas carecem de conteúdo, desenvolvendo-se de acordo com padrões pré-moldados de pensamento e de expressão verbal. Isso, na realidade, faz nossa comunicação fluir com mais facilidade e eficiência (Pawley & Syder, 1983), pois evita que a todo momento tenhamos de ser criativos – o que seria absolutamente impossível. Isso vale igualmente para o

ouvinte, pois ele também não teria condição de estar constantemente decodificando seu interlocutor.

O *Jornal da Tarde* apresenta a realidade cotidiana e o faz por meio de uma linguagem que representa as expressões comuns empregadas por todos, não de forma banalizada, mas reformulando o trivial para fazê-lo parecer novo.

Pelas análises e estudos feitos, pudemos observar, portanto, que não há empobrecimento da língua quando fórmulas fixas são empregadas, pois é possível, ao contrário do que a própria denominação “fórmula fixa” sugere, encontrarmos novas e interessantes soluções para o emprego dessas expressões lingüísticas. A prova de que a criatividade humana é inesgotável e surpreendente pode ser observada, assim, nas reenunciações e retextualizações ocorridas nas manchetes e títulos do *Jornal da Tarde*.

CONCLUSÃO

Conhecedor das expectativas de seus leitores o *Jornal da Tarde* buscou um novo direcionamento lingüístico que os satisfaça na busca de informações. Dados apontados revelaram que esse jornal pertence ao segmento das publicações populares que procura postar sua linguagem numa zona de equilíbrio entre o culto e o popular, tendendo para este último, mas não para passar a informação fácil, com pouco texto e muita imagem como fazem os jornais do tipo tablóide popularesco, mas procurando ser dinâmico, preciso, com linguagem inspirada nas expressões correntes do dia-a-dia, como as gírias, os clichês, as frases feitas, e outras fórmulas fixas, dentre as quais se enquadram os provérbios. A linguagem que o *Jornal da Tarde* emprega, portanto, é aquela que procura atender a todas as camadas sociais.

Apesar do grande avanço dos meios de comunicação e, conseqüentemente, da rapidez das informações, é na leitura dos jornais impressos que o público leitor procura se informar sobre os acontecimentos do cotidiano. O jornal evoluiu desde o seu surgimento até os dias atuais: antes, assemelhava-se aos livros, de leitura densa e lenta; hoje, apresenta diagramação atraente e linguagem ágil, como é o caso do *Jornal da Tarde*, pioneiro em sua categoria de publicação, que sempre foi inovador, tanto no aspecto estrutural, como no aspecto lingüístico que apresenta expressões populares típicas da fala.

Observamos que a incorporação desses termos e expressões pertencentes à linguagem oral faz o *Jornal da Tarde* interagir mais fortemente com seus leitores. Não há a exploração sensacionalista ou grosseira dos fatos como fazem os jornais popularescos. Notamos que os fatos são enunciados em uma linguagem mais leve e amena, cujas expressões e termos populares revelam, ora com sutileza, ora com precisão objetiva, crítica, ironia e humor.

Como os jornais apresentam linguagem veicular, de grande circulação, a renovação lingüística é constante. Esse movimento faz a linguagem jornalística

ser constantemente reinventada e criativa para conseguir chamar a atenção de seu público leitor.

Pudemos perceber que o *Jornal da Tarde* segue esse princípio da linguagem em mutação que se ajusta às exigências dos leitores. A mídia, de modo geral, apresenta termos e expressões que se popularizam e passam a fazer parte do repertório lingüístico dos usuários da língua.

A incorporação, ainda, de expressões próprias da fala provou que não houve um afrouxamento lingüístico ou desapego pela norma culta, mas um amalgamento entre fala e escrita que empresta um novo dinamismo a uma linguagem de circulação diária.

Quando o *Jornal da Tarde* optou pelo emprego de expressões em que há a interinfluência entre a língua falada e a língua escrita, pôs em evidência nas manchetes e títulos de notícias um uso menos rígido da linguagem.

A manchete enuncia os fatos que, em certos aspectos, remete à “fala”, ao “grito” que é lançado no ar que chama a atenção do leitor. Manchetes e títulos de notícias representam, assim, a estreita relação que há entre fala e escrita no texto jornalístico, sobretudo os mais populares. Essa tênue divisão entre o oral e o escrito é fator de enriquecimento da linguagem e facilitador da comunicação, seja de qual modalidade é apresentada.

Os jornais, de modo geral, e os populares, particularmente, apresentam marcas da oralidade que emprestam expressividade e naturalidade ao texto escrito. Observamos, dessa forma, o resultado desse uso calcado no oral que é expressivo no *Jornal da Tarde*, um dos pioneiros em empregar na escrita termos típicos da linguagem falada.

Qualquer jornal que queira ter a adesão de seus leitores ao que noticia, deve fazê-lo tendo em perspectiva a convergência dos fenômenos lingüísticos comumente utilizados no cotidiano. O *Jornal da Tarde* tem essa habilidade, como se pôde acompanhar, ao longo do nosso trabalho, de instaurar uma linguagem que se equilibra entre o formal e o informal.

O que apareceu em destaque entre os usos de fenômenos próprios da linguagem mais informal, foi a incidência de expressões pertencentes à

fraseologia popular, mais especificamente os provérbios. São essas frases fixas ou fórmulas de rotina, como são classificadas, inspiradas no uso cotidiano dos usuários, que aparecem no repertório vocabular de, praticamente, todos os segmentos sociais e culturais, nos mais diversos contextos que o jornal soube como aproveitar em suas manchetes e títulos e notícias o uso corriqueiro dessas expressões.

Demonstramos, portanto, em nosso estudo, a importância que essas fórmulas fixas, mais especificamente os provérbios, representam, na elaboração das manchetes e títulos de notícias, uma nova perspectiva ao dar dinamismo e espontaneidade à linguagem do jornal.

Para ter eficiência, o jornal deve ser preciso e claro em suas informações, mas, por outro lado, deve ser inventivo quando vai enunciar esses mesmos fatos. Ao retextualizar ou reenunciar provérbios (*détournement*), o *Jornal da Tarde* acrescentou algo novo e peculiar à linguagem jornalística. São esses usos inovadores que acabam surpreendendo o leitor e o atraem para a leitura dos acontecimentos.

Com o intuito de se chegar a esse fenômeno de reinvenção ou adaptação da linguagem, observamos que houve um trabalho do redator pautado numa base de frases proverbiais conhecidas que sofreram *détournement* ou, como preferimos chamar, retextualização. É um trabalho que parodia o provérbio original, dando-lhe um novo aspecto semântico e/ou estrutural que o desqualifica ou não, mas com o objetivo de emprestar humor, crítica ou ironia aos fatos veiculados pelo jornal.

Como os provérbios são frases vivenciadas que expressam verdades universais relativas ao comportamento de qualquer ser humano, são facilmente reconhecidos pelo usuário da língua com experiência de vida. Portanto, ao serem essas frases empregadas em manchetes e títulos de notícias, mesmo retextualizadas, são identificadas pelos leitores que percebem que há uma fonte proverbial que lhe serviu de base. Alguns preservaram suas características estruturais, mas com direcionamento semântico modificado, outros não sofreram mudanças; entretanto, o uso deixou de ser universal. Todos esses fenômenos

concorreram para que o leitor também praticasse um jogo mnemônico ao tentar reconhecer os provérbios utilizados.

Nas retextualizações feitas nos casos analisados, houve, assim, uma recriação e um reaproveitamento do que é conhecido que se tornou inesperado. É um recurso discursivo de se desestabilizar frases cristalizadas e de uso geral que levaram a desvios semânticos e estruturais, resultando em enunciados novos, pessoais e específicos. Houve, ainda, a transgressão ao que é tradicional e consagrado pelo uso e esse foi o aspecto fundamental analisado em nosso trabalho: o certo ter-se revestido no imprevisto.

O provérbio está presente na maioria da cultura dos povos e não é de uso exclusivo de uma comunidade ou de um grupo (como a gíria); ao contrário, pertence a todos, mas pode se tornar exclusivo e único quando seu emprego é subvertido. Assim, a retextualização ou a reênunção provou, pela recolha feita do *corpus*, que são possíveis se encontrar soluções novas e criativas mesmo em frase cristalizadas de uso corrente.

Dessa forma, vimos, pelas análises feitas, a renovação discursiva, tendo, por base, por mais contraditório que pareça, velhas frases da tradição oral. O *Jornal da Tarde* realiza essa mudança nos provérbios (retextualização) para dar várias nuances às notícias: humor, crítica, e outras.

Fizemos, por conseguinte, um estudo sobre a fraseologia de modo geral para chegarmos particularmente, dentro desse fenômeno lingüístico, aos provérbios e mais especificamente ainda aos que sofreram retextualização.

As análises feitas apontaram para duas direções: a) semântica em que observamos que os provérbios perdem sua significação geral e universal (admoestação, conselhos, avisos) que atinge a todos os homens, para se tornarem manchetes e/ou títulos de notícias de valor específico e particular em referência a um fato único enunciado pelo jornal; b) estrutural em que pudemos examinar as variações sofridas na estrutura original dos provérbios, que na retextualização, perdem algumas de suas características formais específicas para se ajustarem ao enunciado da notícia.

Esse fenômeno da retextualização que descaracterizou provérbios originais pode ser aplicável a qualquer discurso que passa a ser reinterpretado e reestruturado para ser ajustado aos propósitos do redator do texto. A língua falada propicia amplamente esses recursos lingüísticos do *détournement* que foram aplicados com propriedade pelo jornal.

Em uma época de informações fáceis e voláteis, o texto jornalístico necessita, de modo geral, para a sua sobrevivência, de soluções criativas que possam assegurar a manutenção do público leitor. O *Jornal da Tarde* realiza esse processo de renovação lingüística com inventividade irônica e com efeito de humor para ter a adesão do público leitor e oferecer-lhe uma nova forma de ler e de se inteirar dos fatos que ocorrem diariamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. (2004). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 11 ed., São Paulo: Hucitec.
- BRAIT, B. (1995). “O processo interacional”. In: PRETI, D. (org.). *Análise de Textos Oraís*. São Paulo: Humanitas.
- BECHARA, E. (1999). *Moderna Gramática Portuguesa*. 37 ed. Rio de Janeiro: Lucerna.
- BERGSON, H. (2004). *O Riso – Ensaio sobre a Significação da Comicidade*. 2 ed, São Paulo: Martins Fontes.
- BRIZ, A. (2004). Cortesía verbal codificada y cortesía verbal interpretada en la conversación. In BRAVO, Diana *et al. Pragmáticas sociocultural*. Barcelona: Ariel.
- CAMACHO, R.G. (1998). “A Variação Lingüística” In: *Subsídios à Proposta Curricular de Língua Portuguesa para o Ensino Fundamental e Médio – Coletânea de Textos – V1, Secretaria de Estado da Educação, São Paulo, (pp 29-37)*.
- CÂMARA CASCUDO, L. da (2004). *Locuções Tradicionais no Brasil*. São Paulo: Global.
- CASTRO, M.L.D. de (1995). *Provérbios e Máximas: A questão enunciativa*. Anais do IX Encontro Nacional da ANPOL, v2, tomo II, João Pessoa, pp 1315-1320.
- COTRIM, M. (2005). *O pulo do gato – O berço de palavras e expressões populares*. São Paulo: Geração Editorial.
- CUNHA, C. e CINTRA, L. (2001). *Nova Gramática do Português Contemporâneo*. 3 ed, Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

DIAS, A.R.F. (1996). *O Discurso da Violência – As marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo: Cortez.

DISCINI, N. (2004). *O estilo nos textos*. São Paulo: Contexto.

DIONÍSIO, A.P. et al. (orgs.) *Gêneros Textuais & Ensino*. 3 ed, Rio de Janeiro:Lucerna.

ERBOLATO, M.L. (2002). *Técnicas de codificação em jornalismo*. 5 ed, São Paulo: Ática.

GALEMBECK, P. de Tarso. (1995). “O turno conversacional”. In: PRETI, D. (org.). *Análise de Textos Oraís*. 2 ed., São Paulo: FFLCH/USP, pp. 55-79.

GARCIA, O.M. (2002). *Comunicação em Prosa Moderna*. 22 ed, Rio de Janeiro:FGV.

GOMES, M.J. (1974). *Nova Recolha de Provérbios e Outros Lugares-Comuns Portugueses*. Lisboa: Afrodite.

GREIMAS, A.J. (1975). *Sobre o Sentido – Ensaios Semióticos*. Rio de Janeiro: Vozes.

GRÉSILLON, A. e MAINGUENEAU, D. (1984). *Polyphonie, proverbe et détournement, ou um proverbe peut en cacher un autre*. Languages 73, v.19, Paris, pp. 112-125.

GUIMARÃES, E. (1995). *A articulação do texto*. 4 ed. São Paulo: Ática.

KATO, M. A. (1998). *No mundo da escrita – Uma perspectiva psicolinguística*. 6 ed, São Paulo: Ática.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2006). *Análise da Conversação – princípios e métodos*. São Paulo: Parábola.

KOCH, I.V. (1991). *A coerência textual*. 3 ed, São Paulo: Contexto.

KOCH, I.V. e ELIAS, V.M. (2006). *Ler e compreender os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto.

KOCH, I.V., BENTES, A.C. e CAVALCANTE, M.M. (2007). *Intertextualidade – Diálogos Possíveis*. São Paulo: Cortez.

LAGE, N. (1990) *A linguagem jornalística*. 3 ed, São Paulo: Ática.

_____ (2004). *A estrutura da notícia*. 5 ed, São Paulo: Ática.

_____ (2005) *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Elsevier.

LAPA, M. R. (1973). *Estilística da Língua Portuguesa*. 7 ed., Rio de Janeiro: Livraria Acadêmica.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (2002). *Metáforas da vida cotidiana*. São Paulo: Educ.

MAINGUENEAU, D. (2002). *Análise de Textos de Comunicação*. 2 ed, São Paulo: Cortez.

MARCUSCHI, L.A. (1986). *Análise da Conversação*. São Paulo: Ática.

_____ (1999) “O Tratamento da Oralidade nos PCN de Língua Portuguesa de 5ª a 8ª séries”. In: *Scripta*. Belo Horizonte, v 2, nº 4, pp. 114-129.

_____ (2001). *Da fala para a escrita*. São Paulo: Cortez.

_____ (2005). “Gêneros textuais: definição e funcionalidade”. In:

MARTINS, W. (2002). *A Palavra Escrita – História do livro, da imprensa e da biblioteca*. 3 ed, São Paulo: Ática.

MILNER, J.C. (1988). *Ordres et raisons de la langue*. Paris, Seuil.

MORAIS, L. C. D. de (1995). “A sintaxe da língua falada”. In: PRETI, D. (org.). *Análise de Textos Oraís*. 2 ed, São Paulo: FFLCH/USP, pp. 169-188.

MOTA, L. (1982). *Adagiário Brasileiro*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará.

MOUILLAUD, M. (2002-a). Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, M. & PORTO, S.D. (orgs.) *O jornal – da forma ao sentido*. 2 ed., Brasília: UNB, pp 29-35.

_____ (2002-b). O nome do jornal. In: MOUILLAUD, M. & PORTO, S.D. (orgs.) *O jornal – da forma ao sentido*. 2 ed., Brasília: UNB, pp 85-98.

_____ (2002-c). O título e os títulos. In: MOUILLAUD, M. & PORTO, S.D. (orgs.) *O jornal – da forma ao sentido*. 2 ed, Brasília: UNB, pp 99-116.

MOUILLAUD, M. (2002-d). O sistema das citações. In: MOUILLAUD, M. & PORTO, S.D. (orgs.) *O jornal – da forma ao sentido*. 2 ed, Brasília: UNB, pp 117-144.

NOMURA, M. (1993). *Linguagem Funcional e Literatura – Presença do cotidiano no texto literário*. São Paulo: AnnaBlume.

ONG, W. (1998). *Oralidade e cultura escrita – A tecnologização da palavra*. Campinas: Papyrus.

PIMENTEL PINTO, E. (1992). *A Língua Escrita no Brasil*. 2 ed, São Paulo: Ática.

PÉREZ, J. (s/d). *Provérbios brasileiros*. Rio de Janeiro: Ediouro.

PRETI, D. (1984). “A atitude lingüística do falante”. In: *A gíria e outros temas*. São Paulo: TA Queiroz (pp. 69-76)

_____ (2002). “Alguns problemas interacionais da conversação. In: PRETI, D. (org.). *Interação na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas.

_____ (2003). *Sociolingüística – os níveis de fala*. 9 ed, São Paulo: EDUSP.

_____ (2004). *Estudos de Língua Oral e Escrita*. Rio de Janeiro: Lucerna.

REBOUL, O. (1975). *O Slogan*. São Paulo: Cultrix.

ROCHA, R. (1995). *A Enunciação dos Provérbios*. São Paulo: AnnaBlume.

SCHMIDT – RADEFELDT, J. (1984). “Descrição semântica e funções semafóricas do provérbio”. In: CARVALHO, J.G.H. de e SCHMIDT – RADEFELDT, J. (orgs.). *Coleção lingüística – Estudos de lingüística portuguesa*. Coimbra: Coimbra Editora.

SODRÉ, N. W. (1999) *História da Imprensa no Brasil*. 4 ed, Rio de Janeiro: Mauad.

STEINBERG, M. (2002). *1001 provérbios em contraste*. São Paulo: Nova Alexandria.

TAGNIN, S.O. (1989). *Expressões idiomáticas e convencionais*. São Paulo: Ática.

_____ (2005). *O jeito que a gente diz – Expressões convencionais e idiomáticas*. São Paulo: Disal.

TOGNOLLI, C. (2001). *A sociedade dos Chavões – Presença e função do lugar-comum na comunicação*. São Paulo: Escrituras.

URBANO, H. (1995). “Marcadores conversacionais”. In: PRETI, D. (org.), *Análise de Textos Oraís*. São Paulo: Humanitas.

_____ (1998). “Variedades de planejamento no texto falado e no escrito”. In: PRETI, D. (org.). *Estudos de Língua Falada – Variações e Confrontos*. São Paulo: Humanitas, (pp 131-151).

_____ (2000). *Oralidade na literatura – o caso Rubem Fonseca*. São Paulo: Cortez.

_____ (2002). “Uso e abuso dos provérbios”. In: PRETI, D. (org.). *Interação na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas, (pp.253-321).

_____ (2006). “Uso da linguagem verbal”. In: PRETI, D. (org.). *Oralidade em diferentes discursos*. São Paulo: Humanitas. (pp. 19-55)

VAN DIJK, T. A . (2002). *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto.

VILLAR, M. de S. (2005). "Lexicografia de *Corpus* e a Dicionarística Contextualista". In: *Confluência – Revista do Instituto de Língua Portuguesa*. N° 29 e 30, Rio de Janeiro, (pp.193-203)

VILELA, M. e KOCH, I.V. (2001). *Gramática da Língua Portuguesa*. Coimbra: Almedina.

BÍBLIA

BÍBLIA. Português. *Bíblia Sagrada*. (1982). 46 ed., Petrópolis: Editora Vozes.

DICIONÁRIOS

CHARAUDEU, P. & MAINGUENEAU, D. (2004). *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto.

Dicionário HOUAISS da Língua Portuguesa. (2001) 1ed, Rio de Janeiro: Objetiva.

Diccionario de Aforismos, Provérbios e Refranes (1967) 4 ed, Barcelona: Editorial Sintés.

FONTES FILHO, A. (2006). *O dito pelo não dito – Dicionário de Expressões Idiomáticas*. São Paulo: Libratrês.

LACERDA, R.C. et al (2003). *Dicionário de Provérbios – Francês, Português e Inglês*. 2 ed., São Paulo: UNESP.

MAGALHÃES Jr, R. (1974). *Dicionário brasileiro de provérbios, locuções e ditos curiosos*. ed, Rio de Janeiro: Ed. Documentário

MATTOSO CAMARA JR., J. *Dicionário de Lingüística e Gramática*. (2000) 21 ed., Rio de Janeiro: Vozes.

MICHAELIS – Moderno Dicionário da Língua Portuguesa (1998). São Paulo: Melhoramentos.

MOYSÉS, M. (2004). *Dicionário de Termos Literários*. 15 ed, São Paulo: Cultrix.

NASCENTES, A. (1981). *Dicionário de Sinônimos*. 3 ed, Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

NOVO AURÉLIO – século XXI (2002). Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

SERRA e GURGEL, J.B. (2005). *Dicionário de Gíria – o equipamento lingüístico falado brasileiro*. E ed., Brasília: Ed. do Autor.

SOUZA, J.R. de. (2001). *Provérbios & Máximas em sete idiomas*. 2 ed., Rio de Janeiro: Lucerna.

ARQUIVOS

Arquivo do *O Estado de S.Paulo* – Pasta 48.863

MANUAIS

FOLHA DE S.PAULO. *Manual Geral da Redação* (1984). São Paulo.

O GLOBO. *Manual de Redação e Estilo* (2005). Organizado e editado por Luiz Garcia. 29 ed, São Paulo: Globo.

O ESTADO DE S.PAULO. *Manual de Redação e Estilo* (2005). Organizado por Eduardo Martins. 3 ed, São Paulo: Moderna.

ANEXOS

Relação dos provérbios

Provérbios:

1. “Dente por dente, olho por olho” – referência à novela da Globo, “O beijo do Vampiro”. (08/8/2002, Variedades, p.8)
2. “Fez fama? Deite na cama da playboy” (08/9/2002, Variedades, p.1)
3. “No trabalho, a elegância se põe à mesa” (14/9/2002, 1º Caderno, p.13)
4. “Negócios, negócios, almoço à parte” (17/9/2002, 1º Caderno., p.13)
5. “A propaganda é a alma do negócio” (20/9/2002, 1º Caderno, p. 3)
6. “E hoje, quem vai rir por último?” – jogo em que Ricardinho enfrenta seu ex-clubes pela 1ª vez. (29/9/2002, Esportes, p.1)
7. “A bola é a última esperança” – time de meninas de Heliópolis joga contra a marginalidade. (29/9/2002, Esportes, p.1)
8. “Remediar pode ser melhor do que operar” – medicamentos são mais eficazes do que fazer angioplastia (01/10/2002, 1º Caderno, p.10)
9. “Esta mentira não tem perna curta” – evento que comemora os 120 anos de Pinóquio. (10/10/2002, Variedades, p.1)
10. “Chora mais quem pode menos” – sobre a condição das presas da Cadeia Pública de Pinheiros. (14/10/2002, 1º Caderno,p.10)
11. “Pimenta no olho de 50 mil. Foi frescor” – sobre o show do grupo de rock *Red Hot Chili Peppers*. (14/10/2002, Variedades,p.1)
12. “Na terra dos sem-delegacia, o tráfico é rei” - sobre a 61ª DP de Cangaíba (14/4/2003, 1º Caderno, p.1)
13. “Para dançar conforme a música” – sobre a programação dos DJs (25/4/2003, Variedades, p. 1)
14. “O recado certo por linhas tortas” (22/6/2003, 1º caderno, p.14)
15. “De Love em Love, o Palmeiras vai chegando” (30/5/2004, 1º Caderno, p.1)
16. “Quem canta, seus males espanta” (29/10/2004, variedades, p. 5)
17. “A carne não é fraca, não” (29/10/2004, variedades, p.80)
18. “Santo de casa não faz milagre” (29/10/2004, Variedades, p. 5)
19. “A Serra o que é de Serra” – sobre a eleição do Prefeito Serra (09/11/20004, 1º Caderno, p.2)
20. “É cada um por si” – jogo entre Ronaldo e Ronaldinho Gaúcho (20/11/2004, Esportes, p.1)
21. “Depois da chuva” sobre temporal em São Paulo (30/11/2004, 1º Caderno, p.1)
22. “Pão, pão, geléia, geléia” (04/12/2004, Variedades, p.1)
23. “Ano novo, carro novo” (16/12/2004, 1º Caderno, p.1)
24. “Promessa é dívida” (22/12/2004, 1º Caderno, p.2)
25. “De médico e louco, todo juiz terá um pouco” juizes de futebol terão de saber atender jogador com emergência cardíaca (23/12/2004, Esportes, p.18)
26. “Rir ainda é o melhor remédio” (24/12/2004, Variedades, p.4)
27. “Querer é poder, mas com trabalho” (28/12/2004, Seu Dinheiro, p.6)

28. “O remendo ficou pior do que o buraco” (12/01/2006, 1º Caderno, p.5)
29. “Santo de casa faz ... cinema” – Globo usa Projac para fazer filmes (15/02/2006, Variedades, p.1)
30. “Ver para crer” – pastel de “sonho de valsa” (17/3/2006, Variedades, p.5)
31. “Filha de peixe no Sesc Vila Mariana” – filha de Martinho da Vila canta no Sesc (17/3/2006, Variedades, p.12)
32. “Quem tem cão...” sobre os cães da praça Buenos Aires” , 01/4/2006, Variedades, p. 8)
33. “Em casa de ferreiro...” – sobre o almoço no Centro de Vigilância que provocou diarreia (05/4/2006, 1º Caderno, p. 2)
34. “Peixe vai morrer pela boca?” – sobre o time do Santos já se dizia campeão (06/4/2006, Esportes, p. 2)
35. “O fim justifica os meios?” – filme que usa a violência como vingança (07/4/2006, Variedades, p.41)
36. “De sufoco em sufoco, a Inglaterra chega lá” – classificação difícil para a seleção inglesa. (16/6/2006, 1º caderno, p. 1)
37. “Robinho: amigos, amigos...” – quer ser titular da seleção (16/6/2006, Esportes, p.
38. “Em briga de marido e mulher...” (30/6/2006, Variedades, p. 40)
39. “Ronaldo e Zidane: amigos, amigos...” – jogo entre Brasil e França (30/6/2006, Esportes, p.5)
40. “Nem tanto ao mar nem tanto à terra” – editorial sobre a publicidade exagerada (21/8/2006, 1º caderno, p.2)
41. “Nos palcos: filho de peixe, bom músico é” – sobre filhos de músicos famosos. (14/9/2006, Variedades, p. 1)
42. “ Onde há fumaça...” – filme sobre tabagismo (29/9/ 2006, Variedades, p.4)
43. “Tamanho é documento?” – sobre grandes e pequenos espaços de casas de show (02/02/2007)
44. “Escreveu não leu...” – anúncios que podem dar segurança ao consumidor na hora de comprar imóveis (09/02/2007, Imóvel, p.1)
45. “Parka e casaqueto: opostos que se atraem” – um comprido e outro bem curto que, apesar das diferenças, são dois agasalhos para o inverno. (27/05/2007, Revista JT, p. 24)

CORREIO BRAZILIENSE

DE JUNHO, 1808.

Na quarta parte nova os campos ara,
E se mais mundo houvera la' chegara.

CAMOENS, C. VII. e. 14.

Introducção.

O PRIMEIRO dever do homem em sociedade he ser util aos membros della; e cada um deve, segundo as suas forças Phisicas, ou Moraes, administrar, em beneficio da mesma, os conhecimentos, ou talentos, que a natureza, a arte, ou a educação lhe prestou. O individuo, que abrange o bem geral d'uma sociedade, vem a ser o membro mais distincto della: as luzes, que elle espalha, tiram das trevas, ou da illuzão, aquelles, que a ignorancia precipitou no labyrintho da apathia, da ineptia, e do engano. Ninguem mais util pois do que aquelle que se destina a mostrar, com evidencia, os acontecimentos do presente, e desenvolver as sombras do futuro. Tal tem sido o trabalho dos redactores das folhas publicas, quando estes, munidos de uma critica saã, e de uma censura adequada, representam os factos do momento, as reflexoens sobre o passado, e as solidas conjecturas sobre o futuro.

Devem-se à Nação Portugueza as primeiras luzes destas obras, que excitam a curiosidade publica. Foi em Lisboa, na imprensa de Craesboeck, em 1649, que este Redactor traçou, com evidencia, debaixo do nome de Boletim os acontecimentos da guerra da aclamação de D. João o Quarto. Neste folheto se viam os factos, taes quaes a verdade os devia pintar, e desta obra interessante se valeo, ao depois, o Conde da Ericeira, para escrever a historia da aclamação com tanta censura, e acertada critica, como fez.

(Fig.11) *Correio Braziliense*, junho de 1808

LINHA DO TEMPO: A HISTÓRIA DO BRASIL E O JORNALISMO

1808: A chegada de corte portuguesa faz com que a imprensa seja definitivamente instalada no Brasil, com a criação da Imprensa Régia. Em 10 de setembro, é publicado o primeiro número da Gazeta do Rio de Janeiro, jornal oficial, que divulga atos do governo, editais, pequenos anúncios e, com atraso de meses, notícias estrangeiras. O ano também é marcado pelo surgimento, desde junho, do mensário Correio Braziliense, editado em Londres, sem submeter-se à censura, por Hipólito José da Costa. O caráter crítico do Correio e seu papel na formação da opinião pública ressaltam a importância desse periódico, em termos do jornalismo no País.

1821: O ano que D. João regressa à Portugal é marcado pelo aumento do número de jornais no Brasil. Geralmente as publicações, como a Malagueta e o Revêrebo Constitucional Fluminense, possuem um caráter opinativo e panfletário, muitas defenderam a independência (que ocorre no ano seguinte) e outras causas. Porém, é nesse ano também que surge um pioneiro jornal informativo, o Diário do Rio de Janeiro, que devido ao seu preço era conhecido como "Diário do Vintém", ou "Diário da Mantiqueira", por publicar o preço desse produto.

1823: O jornal Tifis Pernambucano, lançado no final de 1823, por Frei Caneca, ataca o despotismo do Imperador D. Pedro I, incitando o povo à revolta. O movimento é debelado com violência e, em 1825, Frei Caneca seria fuzilado.

1830: O assassinato do jornalista paulista Líbero Badurô, do Observador Constitucional, em um atentado cujo mandante era um juiz próximo a D. Pedro, acirra os ânimos já exaltados contra o Imperador, que no seguinte abdica em favor de seu filho, então com cinco anos.

1830-1840: Durante o período da Regência ocorrem várias revoltas nas províncias (Cabangem, Balaiada, Guerra dos Farrapos), nas quais, muitas vezes, há influência de uma imprensa doutrinária.

1840-1889: No Segundo Reinado de D. Pedro II, a imprensa no país sofre um processo inicial de modernização. Surge nesse contexto *A Província de São Paulo*, em 1875, defendendo a República e a Abolição da escravatura. Essas causas seriam adotadas por muitos outros jornais, impulsionando essas ideias. O dinamismo da imprensa ilustrada publicada no Rio de Janeiro e a colaboração de escritores, como José de Alencar e Machado de Assis, nos jornais, são outras características do período.

1889: A proclamação da República é saudada pelos jornais, como na *história de A Província de São Paulo* que passaria a se chamar O Estado de São Paulo, no ano seguinte.

1928: A ampliação da imprensa durante a Primeira República, a despeito das limitações à liberdade da mesma, é atestada pelo lançamento da revista O Cruzeiro, pelo jornalista e empresário do setor Assis Chateaubriand.

1930-1945: No período que se inicia com a Revolução de 1930, e em que Getúlio Vargas foi a figura política dominante, a imprensa irá consolidar seu caráter empresarial e informativo. Ela ainda cresce, devido ao alargamento do mercado, mas sofrerá muitas limitações, em particular no período do Estado Novo (1934-1945), quando Getúlio Vargas buscou controlar a imprensa pela censura e intimidação.

1932: Jornais como A Gazeta, de Casper Líbero, e O Estado de S. Paulo estiveram na vanguarda de apoio ao movimento constitucionalista.

1941: Para informar a população sobre a Segunda Guerra tem início, na Rádio Nacional, o Repórter Esso.

1946: A editora Abril é criada, com a publicação de O Pato Donald, e nos anos seguintes teria papel importante no jornalismo do país, com a edição de revistas como Realidade (1966) e Veja (1968).

1981: Surge, com o apoio de Getúlio Vargas (então presidente eleito), o jornal Última Hora, de Samuel Weiner, que logo se tornou um dos grandes jornais do país.

1964: Em 24 de agosto ocorre o suicídio de Getúlio Vargas, precedido pela crise governamental, para o qual uma CPI contra Weiner, criada no ano anterior, objetivando embaraçar o presidente, e o Cruzeiro, pelo político de oposição e jornalista Carlos Lacerda colaboraram.

1964: A deposição de João Goulart é apoiada por vários jornais, e por segmentos da sociedade, descontentes com os rumos do governo. Muitos jornais, porém, logo passaram a criticar o regime militar, por suas características autoritárias.

1964-1980: A revista PII-Pai, criada por Milton Fernandes, em 1964, dá início a ciclo importante de publicações independentes, a chamada "imprensa alternativa", com títulos como O Pasquim (1969), Opinião (1972) e Movimento (1975). No início dos anos de 1980, esse ciclo encerra-se.

1966: O grupo Estado Lança, com uma proposta inovadora, *o Jornal da Tarde*.

1968: A edição do AI-5 favorece a repressão governamental à imprensa. Os periódicos procuram denunciar a censura, que se institucionaliza disfarçadamente, por meio de estratégias como a publicação de recortes, poemas, anúncios inusitados no lugar de informações censuradas.

1969: A Rede Globo, que se tornaria a líder do setor, beneficiada pelo apoio ao governo, lança o Jornal Nacional.

1973: O jornalista Vladimir Herzog, então diretor da TV Cultura, é assassinado nas dependências do DOI-COD, em São Paulo. Os protestos da sociedade provocam crise no governo Geisel. No ano seguinte, com outro assassinato em circunstâncias similares, o presidente demite o comandante do II Exército em São Paulo, sinalizando o desejo de promover a abertura política.

1984: Apoiada por parte importante da imprensa, a campanha das "diretas já" empolga a população. Em 24 de abril de 1984, quando a emenda das "Diretas" é rejeitada, os jornais estampano a *desceção popular* (Caixa Postal JT).

1989: A veiculação de trechos do debate entre Collor e Lula, no Jornal Nacional, até hoje provoca polêmica. Alguns acreditam que ela foi decisiva na vitória de Collor na disputa pela presidência.

1992: Uma série de denúncias contra o presidente Fernando Collor provoca a abertura de uma CPI que conduziu ao primeiro impeachment de um presidente brasileiro.

1995: É lançada a primeira edição online de um jornal brasileiro, o Jornal do Brasil Online.

2004-2009: A denúncia feita pela revista Época, em fevereiro de 2004, e posteriormente abordada por todos os órgãos de imprensa, do escândalo Wladimir Diniz representou o arranhão inicial no patrimônio ético petista já na presidência, com Lula. Nesse mesmo ano, o Jornal do Brasil publica reportagem que fala pela primeira vez no "mensalão". Porém, só ano seguinte, no contexto de denúncias de corrupção nos Correios, e das declarações do então deputado Roberto Jefferson, é que é criada uma CPI. Em meio à crise política, ganharam mais visibilidade e importância os blogs informativos e o jornalismo digital de modo geral.

(Fig.12) *Jornal de Tarde*, 04/01/2006

ILUSTRAÇÕES

- FIG. 1 – P. 40: *A Província de São Paulo.*
- FIG. 2 – P. 42: *O Estado de S.Paulo.*
- FIG. 3 – P. 43: *O Estado de S.Paulo.*
- FIG. 4 – P.44.: *O Estado de S.Paulo.*
- FIG. 5 - P 44: *Jornal da Tarde.*
- FIG. 6 – P. 46: *Jornal da Tarde.*
- FIG. 7 – P. 52: *Jornal da Tarde.*
- FIG. 8 – P. 52: *Folha de S.Paulo.*
- FIG. 9 – P. 173: *Jornal da Tarde.*
- FIG. 10 – P. 182: *Jornal da Tarde.*
- FIG. 11 – P. 250: *Correio Braziliense.*
- FIG. 12 – P. 251: *Jornal da Tarde: Linha do Tempo.*

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)