

**UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL - UNISC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS – MESTRADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM LEITURA E COGNIÇÃO**

Josemar dos Santos

**JORNALISMO INSTITUCIONAL: METÁFORAS CONCEITUAIS E RECURSOS
ARGUMENTATIVOS PRESENTES NO DISCURSO JORNALÍSTICO**

Santa Cruz do Sul, setembro de 2010

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

Josemar dos Santos

**JORNALISMO INSTITUCIONAL: METÁFORAS CONCEITUAIS E RECURSOS
ARGUMENTATIVOS PRESENTES NO DISCURSO JORNALÍSTICO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado, Área de Concentração em Leitura e Cognição, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Onici Claro Flôres

Santa Cruz do Sul, setembro de 2010

Josemar dos Santos

**JORNALISMO INSTITUCIONAL: METÁFORAS CONCEITUAIS E RECURSOS
ARGUMENTATIVOS PRESENTES NO DISCURSO JORNALÍSTICO**

Esta Dissertação foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado, Área de Concentração em Leitura e Cognição, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Dr^a. Onici Claro Flôres

Professora Orientadora

UNISC

Dr^a. Maity Simone Guerreiro Siqueira

UFRGS

Dr^a. Fabiana Quatrin Piccinin

UNISC

S237J

Santos, Josemar dos

Jornalismo institucional: metáforas conceituais e recursos argumentativos presentes no discurso jornalístico / Josemar dos Santos. - 2010.

103 f. : il. ; 30 cm.

Orientadora: Onici Claro Flôres.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de Santa Cruz do Sul, 2010.

Bibliografia.

1. Jornalismo institucional. 2. Metáfora. 3. Análise do discurso. 4. Argumentação. I. Flôres, Onici Claro. II. Universidade de Santa Cruz do Sul. Programa de Pós-Graduação em Letras. III. Título.

CDD: 070.4

Bibliotecária: Muriel Thurmer - CRB 10/1558

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa Braulia pelo incentivo, colaboração e compreensão;

A minha mãe Maria Alice dos Santos, que partiu 15 dias antes da defesa desse trabalho, deixando saudades;

Aos colegas e professores do Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado, pela amizade e pela troca de conhecimentos;

A professora orientadora, Dr^a. Onici Claro Flôres, pela confiança e incentivo na realização deste trabalho;

E, sobretudo, a **DEUS**. Foi minha confiança neste ser supremo e oniponte que me deu forças para chegar até aqui.

Sempre parece impossível até que seja feito. Depois de escalar uma montanha muito alta, descobrimos que há muitas outras montanhas por escalar.

(Nelson Mandela)

A alegria está na luta, na tentativa, no sofrimento envolvido, e não apenas na vitória propriamente dita.

(Mahatma Gandhi)

RESUMO

A presente dissertação investigou a presença de metáforas conceituais e de recursos expressivos de natureza argumentativa nos textos publicados em jornais institucionais das universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale). A proposta foi identificar de que forma as IES se valem desses mecanismos textuais para consolidar uma dada imagem, por meio da divulgação de suas atividades nos periódicos institucionais. Teoricamente, o estudo embasou-se no trabalho de Lakoff e Johnson (2002) sobre metáforas conceituais. Esses autores não consideram as metáforas apenas como adereços linguísticos, mas, sim, como formas de raciocinar e agir, sendo, pois, modos de entender e atuar em sociedade. A metodologia empregada envolveu a análise de 12 (doze) textos selecionados dentre todas as publicações das duas instituições consideradas, entre os meses de dezembro/2009 e abril/2010, por meio de leitura seletiva (SARDINHA, 2007) e do método PIM (2009) para a identificação de expressões metafóricas e de suas funções no processo de ampliação dos sentidos da informação. A análise também focalizou questões de heterogeneidade discursiva, de polifonia e de intertextualidade genérica. Buscou-se, ademais, detectar como se dá o processo de pressuposição e de subentendimento, analisando os marcadores de pressuposição e os índices de polifonia, a fim de apreender e desvelar os implícitos textuais presentes no discurso jornalístico institucional.

Palavras-chave: Metáfora. Recursos Argumentativos. Jornalismo. Discurso

ABSTRACT

The present dissertation investigated the existence of conceptual metaphors and expressive resources of argumentative nature in texts published in institutional periodicals of the universities of Santa Cruz do Sul (Unisc) and Novo Hamburgo (Feevale). The proposal was to identify how the IES validate these literal mechanisms to consolidate on given image, by means of the divulgation of its activities in the institutional periodicals. Theoretically, the study was based in the work of Lakoff and Johnson (2002) about conceptual metaphors. These authors do not only consider the metaphors as linguistic adorns, but, as forms of thinking and acting, being, therefore, ways to understand and to act in society. The used methodology involved the analysis of 12 (twelve) texts selected, among all the publications of the two considered institutions, between December/2009 and April/2010, by means of selective reading (SARDINHA, 2007) and of PIM method for identification of metaphorical expressions and its functions in the process of enlargement senses of information. The analysis also focused discursive heterogeneity, polyphony and generic intertextuality. The intent, besides, was to detect how is the process of assumption and sub-text, analyzing the markers of presupposition and the indices of polyphony, in order to apprehend and to reveal the textual implicit presenting in the institutional journalistic discourse.

Keywords: Metaphor. Argumentative Resources. Journalism. Discourse.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
1.1 Metaforização.....	12
1.1.1 Tipos de metáforas conceituais.....	14
1.1.2 Metáforas de nível genérico.....	14
1.1.3 Metáforas no jornalismo.....	16
1.2 Texto e Discurso.....	18
1.2.1 As vozes no texto polifônico.....	21
1.3 Jornalismo Informativo.....	23
1.3.1 Linguagem jornalística.....	25
1.3.2 O texto jornalístico.....	27
1.3.3 A notícia.....	29
1.3.4 A reportagem.....	30
1.4 Jornalismo Institucional: gênero híbrido.....	32
1.5 Unisc de Santa Cruz do Sul: a trajetória.....	34
1.5.1 O Jornal da Unisc.....	36
1.6 Feevale de Novo Hamburgo: o histórico.....	38
1.6.1 O Periódico da Feevale.....	39
2 METODOLOGIA.....	42
2.1 Objetivos de pesquisa.....	44
2.2 Hipóteses.....	45
3 COLETA, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	46
3.1 Coleta, análise e discussão dos dados: dezembro de 2009.....	47
3.2 Coleta, análise e discussão dos dados: fevereiro/março de 2010.....	59
3.3 Coleta, análise e discussão dos dados: abril de 2010.....	75
3.4 Tabela de metáforas conceituais identificadas.....	92
3.5 Tabela de metáforas linguísticas identificadas.....	94
COMENTÁRIOS FINAIS.....	95
REFERÊNCIAS.....	100

INTRODUÇÃO

Neste estudo fez-se uma investigação sobre como se processa a construção de sentidos dos jornais de duas Instituições de Ensino Superior (IES) do Rio Grande do Sul - as universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale) - que, como as demais instituições do gênero, se valem de metáforas conceituais e linguísticas, bem como de outros recursos argumentativos nos textos veiculados em seus jornais para consolidar sua imagem e propagar as atividades promovidas pelas instituições. Em ambos os casos, a atuação do jornalismo institucional não se restringe ao público interno, mas se estende à comunidade em geral, constituída por estudantes, investidores, empresários, imprensa e demais setores da sociedade.

É nesse sentido que o trabalho realizado pela equipe de comunicação - os jornalistas da Assessoria de Imprensa - intenta produzir textos em linguagem também direcionada para o público externo, já que o propósito maior dos jornais institucionais é difundir informações sobre as ações realizadas pelas instituições de ensino.

As duas Instituições consideradas – Unisc e Feevale - são comunitárias, ou seja, nem públicas nem privadas, e integram o Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (Comung). O lema dessas instituições enfatiza sua participação e contribuição efetivas para o desenvolvimento regional das comunidades a que pertencem, e seu corpo diretivo inclui integrantes de vários segmentos sociais.

Dada a heterogeneidade constitutiva das instituições consideradas, o estudo incluiu observações sobre os marcadores de pressuposição e os índices de polifonia, de modo a discernir os implícitos textuais presentes no discurso jornalístico institucional.

Uma das hipóteses defendidas nesta pesquisa é a de que as metáforas conceituais e os demais mecanismos textuais funcionam tanto como estratégias de aproximação do público, quanto como argumentos mobilizados por esse gênero híbrido do jornalismo, que mescla notícia com texto propagandístico. As manchetes, por exemplo, buscam convencer o leitor de que as instituições cujas atividades divulgam, são modelares. Além disso, tratam de difundir o mais positivamente possível as ações institucionais com o objetivo de atrair novos estudantes e investidores, e, também, comprovar de forma inequívoca o quanto elas são importantes, participando de modo ativo da vida social, cultural e econômica de suas regiões de abrangência.

As metáforas conceituais e os mecanismos argumentativos são utilizados, pois, no jornalismo institucional, como recursos de propagação e convencimento dos leitores dos periódicos. Vale dizer que, nesse tipo de jornalismo, ambos servem tanto para conjugar realidades distintas, aproximando-as da experiência dos leitores, quanto para dar ênfase aos acontecimentos. Assim, no processo de veicular notícias, funcionam como recursos persuasivos, que buscam “formatar” as informações de modo a torná-las mais atraentes e convincentes para o leitor.

A base teórica deste estudo fundamentou-se, de um lado, em Ducrot (1984, 1987) e na Linguística Textual, explorando aspectos relacionados a implícitos textuais e operadores argumentativos (KOCH, 2007; KOCH e TRAVAGLIA, 1995) e, de outro, no trabalho de Lakoff e Johnson (2002) sobre metáforas conceituais. Deve-se ressaltar, entretanto, que, quanto aos conceitos de discurso/texto citados no trabalho, foi descartada a ideia de sujeito assujeitado, rejeitando-se ademais a inexistência de sujeito psicológico tal como proposto pela AD francesa. Assim, recorreu-se a conceitos da AD de linha francesa, da Análise Crítica do Discurso Fairclough (2001) e da proposta de AD formulada por Maingueneau (2000), levando-se em conta apenas aqueles aspectos tidos como relevantes para a presente investigação.

Quanto às metáforas conceituais, Lakoff e Johnson não as consideram como expressões intercambiáveis em relação àquelas que substituem, muito menos como adereços linguísticos. São, sim, segundo eles, formas de raciocinar e agir socialmente, sendo, pois, modos de entender o real já internalizados pelos falantes, os quais organizam a representação do real e da linguagem em função delas, mantendo a interconexão entre os vários componentes ideacionais presentes, criando, com eles, uma espécie de teia associativa. “(...) a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e ação” (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p. 45).

Abreu (1995) comenta a grande assiduidade com que metáforas e comparações são utilizadas em jornais e revistas, assim como em outros meios de comunicação, é claro. Para a autora, a utilização sistemática permite que tais recursos expressivos estabeleçam no espírito de seu público um clima propício à criação do efeito de sentido almejado. Por isso mesmo, a presença de certas metáforas em textos jornalísticos institucionais suscita a necessidade de uma análise mais criteriosa sobre o seu valor como instrumento argumentativo num gênero de produção textual, cuja finalidade maior é atrair e convencer o leitor, seduzindo-o.

Assim, transformar atividades-acontecimentos em notícias requer um exercício de aplicação de estratégias discursivas diversas para tornar os conteúdos mais atraentes ao público-alvo. Em alguns casos, o assunto é de cunho científico, bastante árido e abstrato, por isso mesmo exigindo traduzir seu conteúdo para uma linguagem mais popular e acessível. É nessa situação específica que avulta o papel das metáforas, pois elas condensam informações, prestando-se a auxiliar no processo de transformação do texto de natureza científica em texto de apelo popular, tarefa das mais complicadas.

Na verdade, o mais interessante no processo é que a rotina das redações das assessorias de comunicação, que são as responsáveis pela edição desses jornais, consiste, sobretudo, no desafio de produzir textos diários objetivando transformar acontecimentos em notícias, a fim de criar uma identidade institucional e de divulgar

a marca e as ações das instituições de ensino em foco. No entanto, a divulgação exigida precisa ter o modo de apresentação e construção textual (a superestrutura) de uma notícia, para evitar que o público-leitor entenda o texto como propaganda explícita.

Justifica-se, então, realizar um estudo que enfoque *como, quando, com que intenção e em que registro* ocorrem os discursos metafóricos e argumentativos nas matérias jornalísticas que divulgam - por meio de seus periódicos - as ações das universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale).

O texto da dissertação está organizado em três capítulos. No primeiro, apresenta-se uma síntese dos pressupostos teóricos, algumas considerações sobre metaforização, discurso, jornalismo informativo, jornalismo institucional, notícia, reportagem e hibridização no discurso jornalístico. Além disso, faz-se uma breve exposição a respeito dos marcadores de pressuposição considerados índices de polifonia, os quais recheiam os textos de ideias não explicitadas textualmente.

O segundo capítulo da pesquisa é referente à metodologia, contendo os objetivos, as hipóteses de pesquisa e os procedimentos empregados para selecionar a amostra considerada. Nele consta, ainda, a descrição das formas de identificação das metáforas conceituais e dos recursos argumentativos.

O terceiro capítulo é dedicado à análise dos dados. Primeiramente, são apresentados os textos da seleção feita, incluindo tais textos informações quanto a ensino, pesquisa e extensão. Após cada texto, faz-se a sua análise de modo a desvendar metáforas, polifonia e implícitos textuais constantes do discurso jornalístico institucional.

Por fim, nas considerações finais, apresentam-se as conclusões obtidas através da pesquisa realizada, fazendo-se, ainda, observações concernentes às questões aqui investigadas, no que se refere às atividades dos jornalistas de Assessoria de Imprensa, responsáveis pela elaboração dos jornais institucionais.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Metaforização

O conceito de metáfora foi redefinido a partir dos estudos de Lakoff e Johnson (2002). Os autores citados afirmam que as pessoas vivem de acordo com as metáforas que existem em sua cultura. Ou seja, as metáforas estão presentes em todos os tipos de linguagem e de discurso, inclusive nos discursos científicos e técnicos.

Além disso, as metáforas não são apenas adornos estilísticos superficiais do discurso. Quando nós significamos coisas por meio de uma metáfora e não de outras, estamos construindo nossa realidade de uma maneira e não de outra. As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Portanto, a metaforização é um processo discursivo que se reflete socialmente e traduz implicações culturais e sociais que configuram uma dada sociedade e suas transformações, mostrando-se por meio de mudanças na metaforização da realidade, a partir da constituição de novas expressões metafóricas.

Algumas metáforas são tão profundamente naturalizadas no interior de uma cultura particular que as pessoas não apenas deixam de percebê-las na maior parte do tempo, como consideram extremamente difícil escapar delas no seu discurso, pensamento e ação, mesmo quando se chama sua atenção para isso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

No contexto de metaforização das práticas discursivas, presume-se que se alguém quiser fazer parte de uma dada sociedade, interagir, ser entendido e entender o mundo tal como o vê o grupo em questão, precisa levar em conta as metáforas existentes no meio cultural. “Uma metáfora conceptual é uma maneira convencional de conceitualizar um domínio de experiência em termos de outro, normalmente de modo inconsciente” (LAKOFF e JOHNSON, 2002, p. 4).

Essa perspectiva de metáfora que se diferencia da concepção mais tradicional, ou seja, daquela visão que surgiu com Aristóteles e concebe a metáfora

como figura de linguagem, também é encontrada em estudos de outros tantos teóricos como Sardinha (2007), por exemplo. O autor aponta as metáforas como recursos retóricos poderosos, conscientemente, usados por políticos, advogados, jornalistas, escritores, poetas, entre outros, para imprimir força maior ao que dizem e escrevem, conferindo poder e ênfase ao seu dizer. Pode-se, então, depreender que as metáforas exercem um importante papel no processo de compreensão do mundo, da cultura e do próprio ser humano. Além disso, também influenciam a vida diária do cidadão comum e são componentes essenciais do modo como os indivíduos conceitualizam o mundo. Usadas na linguagem do dia a dia, as metáforas representam processos mentais aglutinadores da experiência, expressando ações cognitivas estruturadoras dos pensamentos, relacionando-os a experiências humanas as mais diversas.

A interferência do modo metafórico de pensar no dia a dia e na construção cultural é exemplificada por Lakoff e Johnson (2002), por meio da metáfora conceitual TEMPO É DINHEIRO, dentre outras. Para os autores, nessa metáfora muito própria da cultura ocidental, o tempo está atrelado ao dinheiro, ao investimento, à economia e ao consumo. Essa visão do tempo, relaciona-se à lógica do capitalismo que vincula cada instante da vida ao trabalho, à produção, ao lucro e ao consumo. Baseados nesse modo de entender o mundo e a vida, os homens e mulheres do ocidente pensam que se alguém não usa o tempo de modo produtivo economicamente está desperdiçando tempo, e, também, perdendo dinheiro.

Assim, para esses autores, essa metáfora passou a reger o modo ocidental de viver, expressando-se linguisticamente de inúmeras maneiras, desse modo direcionando a forma de pensar sobre a vida, pois as pessoas passaram a aceitar com toda tranquilidade que assim é, e que não se deve fazer nada que atrapalhe o foco tempo>dinheiro>produção. Tudo que foge a essa regra existencial passou a ser visto como nocivo. Nada de perder tempo com lazer, ler por ler, brincar etc. Se algo não traz algum resultado prático, é considerado desperdício.

1.1.1 Tipos de metáforas conceituais

Na obra considerada neste estudo, Lakoff e Johnson subdividem as metáforas em três tipos: estruturais, orientacionais e ontológicas. As *Metáforas Estruturais* são as que consistem na estruturação metafórica de um conceito em termos de outro, que se projeta sobre aquele. Um dos exemplos é a metáfora UM DEBATE É UMA BATALHA, em que se focaliza a raiz competitiva de um debate através dos elementos estruturantes de uma BATALHA. Nesse caso, a projeção é sobre a rivalidade, a competitividade e o triunfo sobre o adversário.

Já as *Metáforas Orientacionais* partem da nossa orientação corporal no espaço (cima-baixo, dentro-fora, frente-atrás), o que dá origem a metáforas como BOM É EM CIMA, MAU É EM BAIXO, associadas a domínios tão díspares como as relações de poder ou as emoções. A oposição metafórica baseada na relação espacial CIMA-BAIXO, por exemplo, tem uma base física, que adquirimos desde o momento do nascimento.

Por sua vez, as *Metáforas Ontológicas* têm por base a nossa experiência com objetos e substâncias físicas, através das quais explicamos noções abstratas, como eventos, emoções e ideias. Um dos exemplos é a metáfora O CORPO É UM CONTÊINER DE EMOÇÕES. Desse modo, o ser humano é conceitualizado como um CONTÊINER e os seus estados fisiológicos e mentais, como a RAIVA, são percebidos como CONTEÚDOS. No caso da RAIVA, o CONTEÚDO pode extravasar os limites do CONTÊINER, como na expressão: *João vai explodir de raiva*, por exemplo.

1.1.2 Metáforas de nível genérico

Com relação à teoria contemporânea sobre metáforas, tem-se a acrescentar a investigação de Coimbra (1999), que fez um estudo no qual procura identificar os desdobramentos da concepção cognitiva na linguagem da imprensa. A autora explica que os processos da linguagem metafórica permitem a verbalização de conceitos e a condensação de significados, além de motivarem a leitura.

A perspectiva cognitiva, segundo ela, permite extrair metáforas de nível genérico, semânticas, culturalmente situadas, o que atesta a penetração da chamada linguagem figurada nos meios de comunicação, que enunciam novas metáforas, difundindo-as socialmente. Em decorrência, surgem expressões metafóricas novas relacionadas às metáforas convencionais.

Conforme a autora, o aporte cognitivo da metáfora introduz a noção de projeção (*mapping*) entre domínios conceituais, situando o processo de metaforização no modo de conceitualizar um domínio mental em termos de outro. No entanto, a organização experiencial do domínio fonte, com os seus padrões de inferências e juízos de valor associados, é, geralmente, preservada no domínio alvo. Assim, uma das contribuições desta teoria é a da reformulação da relação sentido literal/sentido metafórico. Segundo Coimbra, é necessário atentar para as postulações de autores que rejeitam o mapeamento um-a-um, pois um bom número deles se preocupa com esse modo um tanto simplista de considerar a passagem do literal para o metafórico.

Vários autores (ex.: PICKENS, POLLIO & POLLIO, 1985: 486; WALL, 1989: 46; DANESI, 1989: 524; LAKOFF, 1994: 20533) chamam a atenção para o erro de encarmos a metáfora como um fenómeno parasitário como se o decodificador só passasse à interpretação do significado metafórico depois de ter tentado, sem sucesso, encontrar um sentido na leitura literal. (COIMBRA, 1999, p. 48).

A autora chama a atenção, ainda, para outro aspecto - o da possibilidade de efetuar várias projeções sobre o mesmo alvo. “Na linguagem quotidiana, é também comum a utilização de expressões metafóricas provenientes de domínios diversos mas referindo-se ao mesmo tópico” (COIMBRA, 1999, p. 53). Em suma, a metáfora consiste num modo de compreensão pelo qual se projetam padrões de um domínio da experiência para outro.

Sardinha (2007), de sua parte, retoma algumas das ideias de Lakoff e Johnson, ponderando que a teoria da metáfora conceitual, de fato, propõe que não há verdades absolutas, pois, segundo seus idealizadores, as metáforas são culturais e resultantes de mapeamentos relevantes para certas civilizações ou ideologias.

Por exemplo, a civilização ocidental entende que 'tempo é dinheiro'. Essa é uma metáfora conceitual que estrutura o pensamento daqueles que vivem em culturas ocidentais, capitalistas, mesmo que não concordem com ela, mas não influencia pessoas em outras culturas (como a dos povos aborígenes). (SARDINHA, 2007, p. 32).

Por meio dessa abordagem, pode-se até mesmo analisar diferenças culturais, uma vez que as metáforas refletem a ideologia e o modo de ver o mundo de um dado grupo de pessoas, sendo constituintes e construtoras de uma determinada cultura. Em outras palavras, elas não dependem da vontade do indivíduo. Por exemplo, não se pode criar uma metáfora conceitual, pois, se alguém o tentar, muito provavelmente ela não funcionará como uma verdadeira metáfora conceitual, já que não será compartilhada socialmente.

A implicação do que foi até agora exposto leva a afirmar que se um indivíduo pautar-se por um determinado modelo de pensamento, culturalmente marcado, vai acabar concordando com o dito metafórico e, mais ainda, passará a agir de acordo com ele, que é repetido através de inúmeras variações linguísticas da mesma metáfora conceitual. Evidencia-se, então, que o tipo de sistema conceitual que a espécie humana possui é um produto da espécie de ser que o homem é e do modo como ele interage no seu ambiente físico e cultural.

1.1.3 Metáforas no jornalismo

Ainda com relação às metáforas conceituais, importa ressaltar a sua utilização, bem como a de outros recursos argumentativos no jornalismo institucional, objeto de estudo desta pesquisa. Nessa perspectiva, Lage (1999) afirma que as metáforas têm o seu lugar cativo na linguagem jornalística, pois desempenham uma função importante, sobretudo, na transformação de assuntos de cunho científico e sua terminologia em uma linguagem simples e acessível a todos os grupos sociais.

As metáforas da linguagem corrente, e as do jornalismo, correspondem frequentemente a sublimações. A agressividade explícita transfere-se para a luta partidária, a batalha parlamentar, a campanha eleitoral. O impulso alimentar, ou de posse, motiva toda a retórica do consumo. (LAGE, 1999, p. 45).

Em vista disso, as metáforas também são tidas como meios econômicos de expressar uma grande quantidade de informação e, ao mesmo tempo, um rico conteúdo de ideias que não poderiam ser produzidos sem a sua presença. Na linguagem jornalística, então, a escolha da fonte metafórica reflete os valores sociais e tende a variar com as modificações das realidades sociológicas.

O jornal, e os meios de comunicação de massas em geral, utilizam precisamente a linguagem figurada como um dos meios mais penetrantes e, ao mesmo tempo, mais subtis de modelar perspectivas, ideologias e pontos de vista. As restrições de tempo e espaço com que os redactores se deparam levam à necessidade de um meio eficaz de comunicar ideias complexas, compactando-as numa linguagem apelativa e acessível ao público. De entre todas as formas de linguagem figurada, a metáfora destaca-se, nomeadamente no que diz respeito à linguagem dos títulos, pela sua versatilidade e facilidade em transmitir ideias complexas associando-as a vivências, conhecimentos e imagens previamente adquiridos e interiorizados pela comunidade linguística. (COIMBRA, 1999, p. 5).

Assim sendo, o objetivo a ser alcançado por meio da expressão linguística metafórica é um fator determinante para a sua seleção e emprego quando da produção do discurso jornalístico.

Também com relação ao campo jornalístico, Sardinha (2007) apresenta duas perspectivas de estudo de metáforas na imprensa. A *macroscópica* que consiste em enfocar uma grande quantidade de dados. Por meio dela, podem ser descobertas quais as metáforas mais usadas por grande parte dos jornalistas ou colaboradores de jornais. Já a *microscópica*, analisa a fundo um texto ou parte de um texto de jornal para tentar desvendar como as metáforas funcionam na construção textual e como elas atuam em conjunto para definir o estilo de um jornalista.

As duas perspectivas se complementam, pois nenhuma consegue mostrar sozinha o papel que as metáforas desempenham nas comunicações em massa, pois ao mesmo tempo em que a imprensa é feita de muitos discursos diferentes, em grandes quantidades, que atingem milhões de brasileiros diariamente, ela também é composta de muitos gêneros, estilos, ideologias e propostas editoriais que tornam cada texto ou coluna uma experiência única de leitura e de produção discursiva. (SARDINHA, 2007, p. 117).

Com base nessas afirmações, é possível, então, concluir que o trabalho jornalístico, em seu fazer, tem a preocupação de conceituar metaforicamente a vida cotidiana, nos textos direcionados a seu público.

1.2 Texto e Discurso

Como o foco do trabalho é o jornalismo Institucional, é importante destacar o processo de construção textual, o qual põe em relação texto e discurso, pois a construção de um texto jornalístico institucional exige tanto produzir textos atraentes e chamativos que captem a atenção do leitor, quanto mobilizar um discurso que imprima o tom desejado ao acontecimento posto em foco. Em vista disso, o discurso jornalístico foi aqui pensado a partir do conceito proposto por Orlandi (2001), segundo o qual o discurso é um produto aberto às mais diversas possibilidades de investigar e de compreender seus múltiplos sentidos. Nessa perspectiva, o texto é considerado como unidade de análise do discurso e como referência específica para dar lugar ao trabalho de construção de sentidos.

Benetti (2007), por sua vez, propõe esse estudo sob duas perspectivas baseadas na Escola Francesa de Análise de Discurso (AD): a dos sentidos e a das vozes. No primeiro caso, é preciso considerar a estrutura do texto, entendendo-se que esta estrutura provém do exterior, do emaranhado de relações sociais. O primeiro passo é observar que existem duas camadas analíticas, sendo a primeira mais visível - a discursiva; a segunda camada só é evidente ao se mobilizar o método de pesquisa, é a chamada camada ideológica. Quanto ao estudo das vozes, o discurso jornalístico é ideológico e polifônico, pois por ele circulam várias vozes caracterizadas pelas fontes, o jornalista-indivíduo que assina o texto, o jornalista-instituição, quando o texto não é assinado, e o leitor que assina uma carta publicada.

Desse ângulo de análise, o discurso é constitutivamente dialógico, mas não necessariamente polifônico. Para identificar o seu caráter polifônico ou não, é necessário mapear as vozes que o conformam e, “nesse movimento, refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por indivíduos distintos” (BENETTI, 2007, p. 107-

122). Em tal perspectiva, o discurso é fruto de integração das vozes de várias fontes e de

19

vários sujeitos o que torna o jornalismo um lugar de circulação e de produção de sentidos, ou o jornalismo como um discurso: “a) dialógico; b) polifônico; c) opaco; d) ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; e) elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares” (BENETTI, 2007, p. 107-122).

Em decorrência, a análise do discurso parte do próprio texto jornalístico, tanto no seu movimento, como na identificação das formações discursivas (FD). O conceito de formação discursiva enfoca a relação entre linguagem e ideologia, isto é, analisa a questão do sentido, determinado a partir da configuração ideológica presente na segunda camada da estrutura do discurso, que é menos direta e óbvia. “Uma espécie de região de sentidos, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido – este segundo sentido, por sua vez, constituiria uma segunda FD” (BENETTI, 2007, p.107-122). Nesses casos, para fins metodológicos, segundo a autora, podem ser recortados trechos dos textos para análise, os quais são numerados como sequências discursivas (SD).

No caso em que se puder descrever, entre certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva*. (FOUCAULT, 1997, p. 43).

Como visto na citação anteriormente feita, Foucault concebe os discursos como dispersão, ou seja, como sendo formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade. Essa posição leva a refletir sobre o que seja discurso tido, aqui, não apenas como um recurso asséptico de que o jornalista se serve para desempenhar uma função menor, trivializada, de indicador ou reproduzidor de falas alheias. Pelo contrário, o discurso reportado deve ser considerado de pleno direito como (re)construção textual.

A análise do discurso diz respeito não à especificação das frases que são possíveis ou gramaticais, mas à especificação socio-historicamente variável de formações discursivas (algumas vezes referidas como discursos), sistemas de regras que tornam possível a ocorrência de certos enunciados,

e não outros, em determinados tempos, lugares e localizações institucionais. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 64-65).

20

Em vista disso, o discurso da mídia não pode ser visto apenas como meio de transmissão de saberes, mas, sim, como uma proposta de construção de sentidos. Portanto, precisa ser analisado especialmente em termos de processamento sociocognitivo de textos, desde sua produção até a sua compreensão, “como se passa das palavras propagandísticas de uma figura pública ou da linguagem institucional de um comunicado de imprensa para a linguagem jornalística e como se orienta esta para o leitor”. (PONTE, 2005, p. 219).

Nesta perspectiva, Adam (2008) considera o texto como estrutura hierárquica de atos do discurso. Para o autor, um texto não é apenas uma sequência de atos de enunciação possuidor de certo valor ou força ilocucionária, mas, sim, uma estrutura de atos de discurso ligados entre si, formando uma cadeia discursiva. De fato, o sentido de um enunciado é constituído pelas estratégias discursivas que ele mobiliza ou se propõe a mobilizar. Ou como o afirma Orlandi (2003), o discurso deve ser analisado também como funcionamento da linguagem, pois cria uma relação entre sujeitos e sentidos que são afetados pela língua e pela história. De acordo com a autora, existe um complexo processo de constituição desses sujeitos e da produção de sentidos. “São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (ORLANDI, 2003, p. 21).

Assim, a Análise do Discurso busca explicar tanto como ocorre a produção de sentidos, ou a forma como o texto deve ser lido, quanto o modo como os sentidos estão nele presentes.

(...) o texto é a unidade de análise afetada pelas condições de produção e é também o lugar da relação com a representação da linguagem: som, letra, espaço, dimensão direcionada, tamanho. Mas é também, sobretudo, espaço significante: lugar de jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de funcionamento da discursividade. Como todo o objeto simbólico, ele é objeto de interpretação. (ORLANDI, 2003, p. 72).

De maneira que a análise não deve se restringir ao texto, mas se estender ao discurso que é o legítimo responsável pelo modo como o texto significa.

1.2.1 As vozes no texto polifônico

Ainda com relação à análise do discurso, cabe destacar a importância de se analisar as vozes inseridas nos textos de caráter informativo. Focaliza-se, pois, a Heterogeneidade e a Polifonia, aspectos teóricos abordados por Authier-Revuz (2004) sobre as formas de heterogeneidade explícitas marcadas e não marcadas. Para a autora, nas formas marcadas da *heterogeneidade mostrada* as marcas linguísticas explicitam a presença de uma outra voz, no caso presente, além da do jornalista, e podem apresentar-se sob duas formas: *autonímia simples*, em que um fragmento mencionado é acompanhado de uma ruptura sintática, evidenciando a dupla enunciação; e *conotação autonímica*, em que o fragmento designado como um *outro* é integrado à cadeia discursiva sem ruptura sintática. Já nas formas não marcadas, não existe uma fronteira linguística nítida entre a fala do locutor e a do outro. Desse modo, a heterogeneidade deve ser reconstituída a partir de diferentes índices como o discurso indireto livre, a ironia, a antífrase, a alusão, o pastiche, a imitação, as metáforas, os jogos de palavras e a reminiscência.

Em decorrência, Ducrot (1987) explica que só há polifonia quando é possível distinguir, em uma enunciação, dois tipos de personagem: o *enunciador* e o *locutor*. Para o autor a diferença entre ambos está no fato de que o locutor (L) é o agente da enunciação e o responsável pelo discurso. A ele diz respeito a autorreferência *eu* e as marcas de primeira pessoa, exceto em casos de discurso direto. Ou seja, o locutor é alguém a quem se deve *imputar* a responsabilidade pelo enunciado. Enquanto que os enunciadores (E) são os personagens apresentados no enunciado como realizadores dos atos do discurso, ou seja, apesar de não falarem, apresentam seu ponto de vista. Dessa forma, não se pode atribuir aos enunciadores palavras precisas, pois eles não falam. No entanto, a enunciação permite que eles apareçam como pontos de vista que o locutor insere no discurso, às vezes concordando com o enunciador, outras vezes contrariando.

Ducrot (1987) esclarece, ainda, que a polifonia pode ser apresentada em dois níveis: a *polifonia de enunciadores* e a *polifonia de locutores*. A Polifonia de locutores ocorre quando um personagem é apresentado no discurso relatado direto

22

ou indireto como responsável por sua enunciação, passando de não-pessoa ou assunto da narração a locutor. Assim, no discurso relatado, direto ou indireto, encontram-se pelo menos dois locutores distintos. Se o discurso do personagem vier inserido na enunciação do narrador, este último será considerado como o Locutor 1 e o personagem, como Locutor 2. Há, porém, uma hierarquia determinada em que o Locutor 1 é responsável pelo enunciado como um todo, e o Locutor 2 responsável pela parte do enunciado que lhe é atribuída. O discurso relatado, as aspas, citações, referências, uma das formas da argumentação por autoridade são exemplos da polifonia de locutores. Por sua vez, a Polifonia de enunciadores consiste na ocorrência de diferentes pontos de vista em um mesmo enunciado, postos em cena pelo locutor. Assim, os enunciadores são esses pontos de vista que o locutor traz para o seu discurso. É a polifonia não-marcada ou implícita, em que o locutor, responsável pelo enunciado, dá existência a enunciadores de quem ele organiza os pontos de vista.

Nessa perspectiva, pelo fato de reportar os acontecimentos, as notícias jornalísticas resultam em textos polifônicos. Ao jornalista, cabe o papel de ouvir vários personagens, para depois dar-lhes voz em seu texto. É, portanto, a escolha de uma ou de outra forma de reportar o discurso do entrevistado que vai demonstrar o grau de responsabilidade que o jornalista deseja assumir a respeito daquilo que foi dito.

Disfarçados por usos lingüísticos aparentemente 'descompromissados' de ideologias, o modo como um sujeito integra a fala de outro(s) sujeito(s) à sua voz diz muito mais da postura deste sujeito em relação ao conteúdo veiculado pela voz que apresenta do que dizem os significados das próprias estruturas lingüísticas com que tais recursos que são codificados o fazem: esses enunciados são pré-organizados na mente por um processo cognitivo de mesclagem de vozes. (CHIAVEGATTO, 2001, p.231).

A polifonia pode, então, aparecer tanto no nível do locutor quanto no nível do enunciador. Significa dizer que as vozes dos enunciadores estão presentes na enunciação sem a necessidade de utilizar palavras ou estruturas especiais. Na

realidade, eles não falam diretamente, mas por meio da enunciação expressam seu ponto de vista.

23

Assim sendo, o processo de construção de sentido, em termos jornalísticos, é configurado na circulação e no consumo da notícia. Seus efeitos são definidos pelas sociedades leitoras, sendo que cada uma delas possui suas regras que ditam suas verdades, ou como afirma Foucault (1981):

(...) os tipos de discurso que recebe e faz funcionar como verdadeiros ou falsos, o modo como cada um deles regulamenta suas leis; as técnicas e os procedimentos que se levam em conta para obter a verdade; o estatuto dos que estão encarregados de dizer o que funciona como realmente verdadeiro. (FOUCAULT 1981, p. 143).

As notícias, pelo visto, contribuem de maneira determinante para construir uma visão unitária de sociedade, em seu conjunto, como se fosse um fenômeno social compartilhado, já que no processo de descrição de um fato relevante, a notícia o define como tal e lhe dá a forma necessária, adequada ao seu público leitor.

1.3 Jornalismo Informativo

Embora o Jornalismo Informativo não seja o objetivo de pesquisa deste estudo, é importante esclarecer alguns aspectos teóricos referentes ao seu conceito, até para diferenciá-lo do Jornalismo Institucional - foco do trabalho. Nesta perspectiva, Bahia (1990) explica que o jornalismo informativo é aquele utilizado pelos meios de comunicação na cobertura diária das informações. Esse estilo de produção trabalha com as informações elaboradas e apresentadas em uma estrutura bastante canônica - forma direta, objetiva e enxuta, usualmente através de textos curtos. O jornalista produz sua matéria buscando fornecer respostas para seis questões básicas do fato ou acontecimento, as quais sinalizam o início de uma matéria em jornal impresso: o *lead*. Se respondidas em sua totalidade, essas perguntas podem garantir ao leitor um conhecimento geral sobre o tema abordado. São elas:

- Quem (personagem)?
- Fez o quê (fato)?

- Onde (local)?

- Quando (tempo)?

- Por quê (causa)?

- Como (modo)?

O *lead*, porém, “é apenas uma possibilidade, não uma camisa-de-força”. (MARTINS, 2005, p.110). O autor posiciona-se, defendendo a normatização, apesar de sua padronização e rigidez, alegando, contudo, que bons trabalhos jornalísticos não precisam, necessariamente, das seis respostas, sendo mais importante fazer com que o leitor se interesse pela notícia, “pouco importando a que técnica jornalística ela obedece” (MARTINS, 2005, p. 111). Para ele, no entanto, o ponto positivo do *lead* é a organização da informação.

Por sua vez, Kunczik (1997) pondera com acerto que o jornalismo é uma atividade profissional, da área da comunicação social, que consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações em geral. Enquanto Beltrão (1980) define a prática como sendo um trabalho que implica coletar, redigir, editar e publicar informações.

A informação de idéias, situações e fatos atuais, interpretados à luz do interesse coletivo e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum. (BELTRÃO, 1980, p. 27).

Beltrão, acima citado, se refere à técnica, à prática e ao processo, não priorizando nenhum desses aspectos. Kotscho (1989), de sua parte, acrescenta que o jornalismo não é uma ciência exata em que as técnicas possam ser adquiridas em um curto espaço de tempo.

Isso é tão difícil explicar como definir o amor. Daí a dificuldade de se fazer um livro teórico sobre jornalismo. Como explicar, como definir, como conceituar, se não há regras, fórmulas, receitas? Até porque, se as houvesse, todos os jornais seriam iguais e todos os repórteres escreveriam da mesma forma. (KOTSCHO, 1989, p. 8).

O comentário feito por Kotscho propicia uma reflexão sobre ser jornalista e fazer jornalismo, sobre a questão da objetividade, tão apregoada, e da subjetividade,

destacando o fato de a técnica estar associada a quem exerce a atividade, indissociavelmente. Para Bahia, o jornalismo:

25

“É uma arte, uma técnica e uma ciência. No julgamento do cético, porém, é um tipo qualquer de comércio. No do idealista, significa compromisso e privilégio”. (BAHIA, 1990, p. 9). Esse dizer aponta a dificuldade de conceituar o que seja exatamente o jornalismo, porque a técnica exigida para a profissão depende muito de quem a utiliza, ou seja, do profissional jornalista.

A prática do jornalismo, contudo, consiste primordialmente em escolher os assuntos que mais interessam ao público e apresentá-los de modo atraente. Para tanto, entram em jogo as fotografias, as ilustrações, as cores, o projeto gráfico e a própria construção do texto. A essência do jornalismo, entretanto, baseia-se na seleção e organização das informações no produto final, chamado de edição. A edição pode se referir a um programa de televisão, um jornal, uma revista ou um programa de rádio, por exemplo. O fato é que o jornalista precisa organizar e tratar a parte escrita, a parte oral e a visual ou gráfica da informação. Esse trabalho costuma ser dividido em algumas etapas e processos, a seguir, dissociadamente, considerados: *linguagem*, *texto* e *estilo*.

1.3.1 Linguagem jornalística

Considerando o fato de que o jornalismo é também uma prática discursiva, Traquina (2005) observa que ao longo da história, os jornalistas desenvolveram uma maneira própria de falar, ou seja, criaram uma linguagem própria chamada de *jornalês*, em que uma das características principais da fala ou da escrita, é a sua qualidade compreensível.

Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes numa sociedade. Para atingir esse público heterogêneo, a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível: a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas; d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto. (TRAQUINA, 2005, p. 46).

Desse modo, além de ser compreensível, a linguagem deve conter um discurso que provoque o interesse ou desejo de ser lido.

26

Nessa perspectiva, Lage (2005) compreende a atividade jornalística como um processo que abrange tanto o enunciado linguístico, quanto tudo mais que está envolvido na produção da matéria, desde o projeto gráfico de uma publicação até as estratégias cenográficas e os sons. “A função dessas unidades expressivas é valorizar o conteúdo” (LAGE, 2005, p. 5). Com essa ponderação, o autor elucida que a linguagem de que se fala não está relacionada somente com o texto escrito, mas também com tudo aquilo que envolve a matéria jornalístico. O uso de determinado papel, cor e fonte, também faz parte da linguagem adotada por uma revista, por exemplo.

Porém, nem sempre foi dessa maneira. Segundo Lustosa (1996), a informatização, intensificada nos anos 80 e 90, impulsionou a reprodução do estilo televisivo nas páginas de veículos impressos. Esse processo provocou mudança estética e a criação do que se chama de matérias fotográficas, iconográficas ou plásticas. Foi a partir desse momento que tais detalhes passaram a ser valorizados, integrando-se à linguagem jornalística.

Apesar de sua importância, não é só a estética que influencia a linguagem jornalística, na atualidade. Também existem técnicas e características da linguagem jornalística, enumeradas por Lage (2005, p. 129) e apresentadas a seguir:

- a) Palavras da linguagem coloquial, que sejam aceitas na linguagem formal. Exemplo: Entre recinto e sala, usar sala;
- b) Eliminar palavras que remetam a algum preconceito. Exemplo: Entre careca e calvo, usar calvo;
- c) Criar neologismos: petista; incorporar expressões e gírias: bumbum;
- d) Ter cuidado com a troca de denominações para “melhorar a imagem” de coisas e pessoas. Exemplo: Lepra e hanseníase, idoso e melhor idade;
- e) Eliminar, sempre que possível, palavras estrangeiras, gírias e jargões profissionais;
- f) Prestar atenção no contexto e no destinatário das informações. Exemplo: De que adianta dizer que um motor é movido a jatos de partículas subatômicas? É mais interessante dizer que esse tipo de motor só existia em filmes de ficção;
- g) Eliminar adjetivos e advérbios de modo.

Ainda com relação a esse assunto, Lustosa (1996, p. 86) complementa o que já foi mencionado, de sua parte apresentando alguns objetivos buscados pela linguagem jornalística:

- a) Relatar o que passou, tratar dos fatos do dia anterior;
- b) Oferecer ao leitor uma reflexão e uma análise dos acontecimentos;
- c) Cobrir uma vasta gama de assuntos, ter grande abrangência;
- d) Combinar parte escrita com visual, ou seja, texto com fotos, ilustrações e layout da página;
- e) Ser temporal, valer por um dia, no outro, será jogado fora.

A partir das características destacadas, e apesar de seu caráter normativo evidente, pode-se concluir que o campo da linguagem jornalística é bastante flexível e dinâmico, à medida que os aspectos da técnica, da imagem e do próprio profissional misturam-se para formar um conjunto afinado, que busca seduzir, convencer e informar o leitor, ao mesmo tempo. Esse conjunto de aspectos deixa entrever a ideia de que não basta reproduzir as técnicas de modo preciso. O jornalista precisa desenvolver seu próprio estilo e criar, inovar, surpreender. Pode-se considerar, ademais, que, em que pese a importância das outras linguagens, o texto escrito é um elemento fundamental nessa construção. Em decorrência, o estilo de escrita do jornalista é fator decisivo.

1.3.2 Texto jornalístico

De acordo com Squarisi e Salvador (2005), os requisitos básicos para um bom texto jornalístico são: linguagem clara, informações precisas e estilo atraente. Ou seja, o texto jornalístico “é feito para ser lido, entendido e, se possível, apreciado”. (SQUARISI e SALVADOR, 2005, p. 23). Nesse sentido, as autoras sugerem que, no jornalismo, as frases devem ser curtas, as palavras simples e as sentenças escritas na forma positiva; segundo elas, o jornalista deve utilizar, preferencialmente, a voz ativa, palavras concretas e precisas, redigidas com concisão e clareza.

Em outras palavras, o texto jornalístico deve-se ater à informação conceitual, o que desautoriza o emprego de palavras difíceis e as linguagens técnicas, por exemplo. Em decorrência disso:

Sua descrição não se pode limitar ao fornecimento de fórmulas rígidas, porque elas não dão conta da variedade de situações encontradas no mundo objetivo e tendem a envelhecer rapidamente. A questão teórica consiste em estabelecer princípios (a) tão gerais que permitam a constante atualização da linguagem e (b) relacionados com os objetivos, o modo e as condições de produção do texto. (LAGE, 1993, p. 36).

Por meio dessas observações, Lage expõe o texto jornalístico à crítica, para que, ao escrever, o jornalista evite os chavões e esteja sempre atualizado, atentando para a coesão textual. Esse cuidado busca impedir a invasão de “fórmulas congeladas” (LAGE, 1993, p. 35), que viciam a estrutura da redação.

Por outro lado, é importante analisar e entender como se estrutura o texto informativo expositivo por ser ele usado, estrategicamente, para seduzir e para informar. Esmiuçar um esquema de texto jornalístico significa considerar não somente seus aspectos formais, mas também suas funções. O parágrafo lógico de um texto expositivo, segundo Lage (2005, p. 40), “obedece à fórmula: TF + D1, D2, D3.... Neste esquema TF significa tópico frasal, item que geralmente contém uma conclusão mais abstrata ou essencial em relação às documentações, que são mais concretas ou aparentes” (LAGE, 2005, p. 40). Já D, citado na fórmula, significa documentação. Este tipo de proposição, segundo o autor, corresponde às aparências, ao particular, ao dado.

Os tópicos frasais são “como rótulos de um arquivo ou denominações de gavetas que permitem distribuir e arrumar os relatos de fatos concretos de que se dispõe” (LAGE, 2005, p. 40). Pode-se exemplificar com os intertítulos usados nas matérias de jornal impresso: são marcas que separam a parte macro dos detalhes importantes ou das informações diferenciadas.

Conforme Lage (2005, p. 40), “tópicos e documentações, articulados, formam o esqueleto do texto, como laços e pontos formam o esqueleto da peça de tricô ou crochê”. É a coesão deste trabalho que pode encantar e informar o leitor. O próximo

29

passo a ser analisado é a composição textual considerada básica no jornalismo: a notícia.

1.3.3 A notícia

Tida como a matéria-prima do jornalismo, a notícia é um dado ou um evento socialmente relevante que merece publicação em alguma mídia. Bahia (1990, p. 35) a define como “a base do jornalismo, seu objeto e seu fim”. Para os veículos da imprensa, qualquer tipo de fato - cultural, social, político, econômico - pode ser notícia se afetar indivíduos ou grupos significativos de pessoas.

Toda notícia é potencialmente objeto de apuração jornalística. Estruturalmente, conforme Lage (1993, p.16), a notícia pode ser definida como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante”.

As notícias têm valor jornalístico quando ainda não foram divulgadas. Usualmente, relacionam-se a algo novo, inédito, diferente, que acabou de acontecer. Além disso, o fator proximidade também é importante: quanto mais próximo o veículo de comunicação estiver do evento mais interesse a notícia gera, porque tem implicações diretas na vida dos leitores. Para ganhar o nome de notícia, o fato deve ser importante ou, pelo menos, significativo. Coisas banais e rotineiras não costumam interessar os veículos de comunicação e nem mesmo o público.

Para Erbolato (1991), a escolha das notícias para definir o que vale e o que não vale como tal, se dá por intermédio de alguns critérios de *noticiabilidade* aceitos pelos jornais. Alguns deles são: impacto, consequências, humor, raridade, interesse pessoal, interesse humano, importância, originalidade, descobertas e invenções, repercussão e utilidade. Esses aspectos mudam de um veículo para o outro, sendo

que a publicação da notícia reflete “quase que exclusivamente a intenção do veículo de divulgar aquele assunto naquele momento”. (FRANCESCHINI, 2004, p. 153).

30

Traquina (2001) observa que as notícias são o resultado de um processo de produção que vai da percepção e seleção até a transformação de acontecimentos (matéria-prima) em um produto final (notícias). Em decorrência, exige-se uma seleção dos fatos para divulgação em que determinado acontecimento deve ser veiculado especialmente à existência de valores-notícia.

Depois de reconhecer as ocorrências ou as questões com valor-notícia, o jornalista precisa de mobilizar o saber de procedimento, ou seja, os conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para elaborar a notícia. Quais são as fontes apropriadas a contactar? Quais são as perguntas a colocar? Quais elementos são necessários recolher? Quais citações? (TRAQUINA, 2001, p. 31).

Assim sendo, os critérios de noticiabilidade são os conjuntos de valores-notícia que determinam se um acontecimento é susceptível de se tornar notícia. De modo que, só são noticiáveis os conteúdos que despertem interesse do público em geral.

Quanto à diferença entre fato e acontecimento, Bahia (1990, p. 35) explica que “notícia é sinônimo de acontecimento”. Motta, ao contrário, enfatiza que para um acontecimento se tornar notícia, precisa obedecer a critérios de noticiabilidade, ou seja, preencher os “requisitos que se exigem dos acontecimentos para adquirirem a existência pública de notícia” (MOTTA, 2002, p. 308).

1.3.4 A reportagem

A reportagem, por sua vez, é um gênero jornalístico diferente da notícia. “Ela não cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, mas do levantamento de *um assunto* conforme ângulo preestabelecido” (LAGE, 1993, p. 46). A grande diferença entre notícia e reportagem é o imediatismo. Importa ressaltar, ainda, que uma reportagem, mesmo sem ser imediata, não deixa de lado a atualidade, ou seja,

apresenta-se como um texto informativo que usa a notícia de uma forma detalhada e contextualizada.

31

O estilo reportagem é mais livre e varia de acordo com o veículo, com o público, com o assunto, contrastando com a rigidez da notícia. O detalhamento, o questionamento da causa e do efeito, a interpretação e o impacto, fazem esse tipo de texto adquirir “uma nova dimensão narrativa e ética” (BAHIA, 1990, p. 49). Assim, a reportagem difere da notícia, porque vai além da notificação. No entanto, é possível escrever uma reportagem “de mil maneiras diferentes, dependendo da cabeça e do coração de quem escreve” (KOTSCHO, 1989, p. 8). Isso ocorre porque a reportagem trata de assuntos que são escolhidos por diferentes pessoas que utilizam critérios distintos.

Uma das estruturas mais frequentes da reportagem, segundo Lage (1993, p. 48), procura “organizar os dados a partir de proposições conceituais, os *tópicos frasais*, que irão introduzir os parágrafos”. Cada tópico frasal dá ideia do que o texto mostra a seguir, orientando a exposição de dados ou fatos.

Em uma análise um pouco mais profunda sobre o estilo e a estrutura de uma reportagem, Boucher (1998) refere que é preciso ser conciso (informações pertinentes), preciso (em tudo), simples (referências compreensíveis), colorido (rico em expressões) e vibrante (tom do texto). Além disso, considera que o tempo da reportagem é o presente, a linguagem adequada é a coloquial – o mais corriqueira possível –, as explicações e comparações são bem-vindas e a voz verbal deve ser a ativa. O autor também inclui na estrutura textual os entretítulos, as fotos e as ilustrações.

Além de estrutura, Sodré (1986) destaca que a reportagem possui três tipos fundamentais. Para o autor, as reportagens podem ser de fatos (*fact-story*), de ação (*action-story*) e documentais (*quote-story*). A reportagem de fatos consiste em um relato objetivo que obedece à pirâmide invertida, ou seja, os fatos são narrados por

meio da ordem de importância, do menor ao maior. A reportagem de ação costuma ser um relato mais movimentado, que vai, aos poucos, do fato mais atraente para os detalhes, como se o leitor estivesse visualizando as cenas de um filme, por exemplo. Já a reportagem documental é um texto expositivo, que se aproxima da pesquisa.

32

É bastante usada nos jornais impressos e apresenta os elementos de forma objetiva, com citações complementando e esclarecendo o assunto.

1.4 Jornalismo Institucional: gênero híbrido

Por fim, resta mencionar o jornalismo institucional - forma consagrada de veicular o que há de positivo nas organizações ou instituições sem, no entanto, trazer a lume as contradições entre os fatos, nem aspectos negativos ou frustrantes de qualquer iniciativa ou atividade. Diferentemente do jornalismo informativo ou tradicional, as vozes inseridas no discurso expressam-se em uníssono, no tom desejado, que é o de divulgar as ações de interesse das organizações, para legitimar uma dada identidade institucional.

Configura-se, desse modo, uma comunicação estratégica orientada a não gerar conflitos ou divergências, “aquela fundamentada na relação causal entre as atividades de comunicação e os resultados empresariais”. (CARNEIRO, 1998, p. 3). Trata-se, portanto, de um jornalismo também baseado em fatos como o jornalismo informativo, porém sem o exercício da crítica.

É importante ressaltar neste ponto, que, conforme Erbolato (1991), a notícia é considerada o produto básico do jornalismo informativo ou tradicional. Conforme o autor, a notícia define-se como o relato objetivo e impessoal dos acontecimentos sobre os quais o jornalista enunciador não deve emitir sua opinião. “A imprensa deve publicar, na categoria de informações, o que seja verdadeiro, sem rodeios e de maneira a dar a noção correta do assunto focalizado” (ERBOLATO, 1991, p. 56). Essa perspectiva remete à aparente imparcialidade apregoada pelo discurso jornalístico.

Consequentemente, como o jornalismo institucional visa à divulgação de informações relacionadas a todas as áreas e programas de interesse da instituição e do público-alvo, o jornal de uma organização assume o mesmo papel do jornalismo informativo dos veículos de comunicação de massa. “As publicações empresariais

33

precisam abastecer-se de fatos da atualidade que formam o presente da empresa”. (TORQUATO, 1987, p. 40).

Esse dizer remete ao gênero híbrido do jornalismo de que se fala neste estudo, no qual, para Seixas (2009), as práticas discursivas assumem marcas enunciativas determinadas com o objetivo de criar determinados efeitos de sentido no público leitor. Para a autora, aprender a fazer jornalismo é aprender a produzir gêneros jornalísticos, que foram hibridizados com o surgimento das novas mídias. O conhecimento dos elementos constitutivos dos tipos mais frequentes de composições discursivas da atividade jornalística pode implicar em um conhecimento maior sobre as competências empregadas para a realização da atividade.

Com as novas mídias, surgem novos formatos, se hibridizam, se embaralham os gêneros. A noção de gênero entra, mais uma vez, em cheque. Por isso mesmo passa a ser vista com mais atenção. Alguns gêneros podem acabar, outros podem aparecer. Alguns se transformam, outros se mantêm. Com as novas mídias, as práticas discursivas passam a experimentar e produzir novos formatos, que podem se instituir ou não em novos gêneros. (SEIXAS, 2009, p. 15).

Na verdade, o profissional que atua nessa área, trabalha premido pela necessidade de dominar diversas linguagens e de compreender as *interfaces* com o gênero tradicional, pois no jornalismo institucional também existe compromisso social.

A diferença entre produzir notícias para jornais institucionais, ou para jornais informativos está no fato de a publicação institucional se preocupar com as necessidades de uma determinada organização, enquanto o jornalismo informativo se volta às necessidades humanas mais amplas, universais.

Jornal: tem periodicidade mais estendida que o informativo, funcionando como uma síntese dos acontecimentos na empresa em determinado período. Exige maior elaboração dos textos e da apresentação gráfica. (LEMOS e GÁUDIO, 2002, p. 274).

Em ambos os casos, a construção textual obedece aos mesmos critérios para garantir uma boa leitura. Conforme Lemos e Gáudio (2002), esses critérios priorizam

34

a objetividade como ideal, apesar de ser difícil defini-la, pois não há como escapar à subjetividade. Em todo caso, as marcas textuais buscam expressar certo distanciamento, para que as informações repassadas gerem credibilidade. Por isso, a linguagem necessita ser de fácil entendimento, e os títulos ou manchetes, aguçar a vontade de ler do leitor potencial.

1.5 Unisc de Santa Cruz do Sul: a trajetória

De acordo com informações disponíveis no *site* da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), a Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul (Apesc), mantenedora da Unisc, foi fundada em 1962. Dois anos depois recebeu aprovação para o funcionamento da primeira Faculdade, a de Ciências Contábeis. Após isto, em 1967, foi criada a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, com os cursos de Letras e Pedagogia.

Depois, vieram outros cursos. Em 1968, foi oferecido o curso de Estudos Sociais e instalada a Faculdade de Direito. Em 1970, foi criada a Escola Superior de Educação Física e iniciada a oferta do curso de Ciências - Licenciatura Curta. O curso de Administração foi implantado em 1972 e, em 1976, o de Ciências - Licenciatura Plena, com as Habilitações em Matemática, Física, Química e Biologia. Os cursos, criados gradativamente, foram incorporados às Faculdades que, em 1980, passaram a constituir as Faculdades Integradas de Santa Cruz do Sul (Fisc).

Conforme o *site* da Unisc, a administração superior da Fisc era constituída pela Direção-Geral, pelo Colegiado Superior e pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. A estrutura intermediária era representada pelas Direções das quatro Faculdades e por seus respectivos Conselhos Departamentais. A Fisc era detentora

de autonomia didático-pedagógica em relação à Apesc, a quem competia à administração patrimonial e financeira.

Em 1980, a Fisc passou a oferecer cursos em regime especial de férias, tendo naquele ano também implantado o Programa de Pós-Graduação *lato sensu*.

35

Em 1984, foi criada a Escola de 1º e 2º Graus Educar-se, também mantida pela Apesc e vinculada à Instituição.

Até 1986, o Diretor-Geral da Fisc era nomeado pelo Presidente da Apesc, por meio de uma lista tríplice de professores titulares em exercício na Instituição. A partir deste ano, após uma ampla mobilização da comunidade acadêmica, a Instituição foi democratizada e passaram a ser eleitas diretamente a Direção-Geral, as direções de Faculdades e as chefias de Departamentos.

Em março de 1992, iniciou-se o processo de transição de Faculdade para Universidade. Foram extintas as Faculdades, sendo que os Departamentos foram ligados diretamente à Administração Superior. Em 1993, segundo informa o *site* da Instituição, “a Universidade de Santa Cruz do Sul foi reconhecida pela Portaria nº 880, de 23/06/93, DOU de 25/06/93, com base no parecer do CFE nº 282, de 05/05/93, culminando todo o processo de transição” (2010, <http://www.unisc.br/universidade/historico.htm>). A partir de então, conforme destacam Kipper, Rizzato e Vogt (2003, p. 24.), a Unisc incorporou o lema: “a universidade da comunidade”.

Após o reconhecimento da Fisc como Universidade, acelerou-se a implantação de cursos. Em 1994, foi oferecido o primeiro vestibular para o curso de Comunicação Social nas habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda. Em 1996, foi implantada a habilitação de Relações Públicas e junto foram criados os Laboratórios de Rádio, Fotografia e de Telejornalismo, as Agências Experimentais de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e de Relações Públicas e a Unisc TV.

Em 1998, a Unisc passou a oferecer cursos de graduação em Sobradinho e, em convênio com os respectivos municípios, houve oferta do Curso de Pedagogia, em Venâncio Aires (1998), Rio Pardo (1999), Boqueirão do Leão (1999) e Capão da Canoa (2000).

A partir de então, a Instituição vem se expandindo e a cada ano recebe um número maior de estudantes. A Unisc possui atualmente 12.146 estudantes

36

matriculados em cinco *campi*: Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires, Sobradinho, Capão da Canoa e Montenegro. São 581 professores, 725 técnicos administrativos, 46 cursos de graduação, 37 de especializações em andamento, sete mestrados e dois doutorados.

1.5.1 O Jornal da Unisc

O nome do primeiro *House Organ* da Unisc era Jornal Integração e foi criado em 24 de abril de 1981, com edição mensal e tiragem de dois mil exemplares. Segundo Kipper, Rizzato e Vogt (2003), ele iniciou na administração do Diretor-Geral, professor Ingo Voese e seu primeiro editor foi o professor Elenor José Schneider. O *Integração* constituía-se de oito páginas e era mantido com recursos publicitários. Sua distribuição era realizada em pontos fixos no próprio prédio das faculdades.

Faccin (2009) lembra que em 1991, com a criação de uma Assessoria de Imprensa, a responsabilidade pela publicação passou a ser dela. Em 1993, após a viagem de Faccin para o Rio de Janeiro e a vinda de Leonel Aires e, ainda, com a criação da Universidade, a publicação passou a denominar-se Jornal da Unisc, com circulação bimestral. Conforme Aires (2009), o Jornal da Unisc foi criado para atender a uma maior demanda.

Faccin (2009) acrescenta ademais que a linha editorial da época estava voltada a contribuir para a criação de um clima de democracia nas decisões das diferentes instâncias universitárias, já que um outro grupo havia assumido o controle da instituição. Além disso, empenhava-se em contribuir com a criação de um

ambiente pró-Universidade. O formato era tabloide, preto e branco, com detalhes na cor azul na capa, contendo oito páginas.

Ainda de acordo com Faccin (2009), “o jornal era dirigido para a comunidade universitária, além daquelas entidades que, de alguma forma, mantinham relações com a instituição”. Além da distribuição interna aos estudantes, professores e

37

funcionários, o jornal era enviado a diferentes associações, empresas, órgãos do poder público de Santa Cruz do Sul e, conforme o caso, da região.

A partir de 2004, conforme Pereira (2009), houve uma modificação no formato da publicação. O novo projeto gráfico e editorial visava a ampliar o campo de influência do periódico, tendo como ponto fundamental o surgimento da concorrência no mercado de ensino superior na região.

Segundo o projeto então elaborado, o jornal deixava o papel de meio de comunicação com a comunidade acadêmica e passou a buscar também o leitor que ainda não estava vinculado, de alguma forma, à Universidade. E, assim, o novo público-alvo em mira, nesse caso, foi o adolescente e o jovem. Com isso, o Jornal da Unisc tornou-se um canal entre a Universidade e a sociedade. O novo projeto editorial permitiria, acreditava-se na época, conquistar o interesse dos jovens, que representam o mercado dos cursos de graduação da universidade.

A nova proposta de publicação era de que o jornal assumisse uma postura e uma linguagem jovem para tornar-se com mais facilidade o meio de comunicação entre a Unisc e o público externo. Assim, reformulou-se a linha editorial que adaptando-se, passou a ter um perfil mais jovem e se afastou da linguagem acadêmica. Ampliou-se, ainda, a distribuição do material, e a periodicidade passou a ser mensal.

Na produção do jornal, trabalham dois jornalistas e um estagiário. A publicação é mensal e a distribuição ocorre nos *campi* de Santa Cruz, Venâncio Aires, Sobradinho, Capão da Canoa, Montenegro e em 16 pontos espalhados na

cidade de Santa Cruz do Sul. Atualmente, a Assessoria de Imprensa desenvolve o conteúdo da pauta e escreve as matérias. A Agência da Casa é responsável pela diagramação da capa e dos anúncios.

O formato é tabloide, colorido, com uma tiragem de oito mil exemplares com total de 16 páginas. As edições também são disponibilizadas no sistema *on-line*, podendo ser acessadas por meio do *site* www.unisc.br.

38

1.6 Feevale de Novo Hamburgo: o histórico

Conforme dados disponíveis no *site* da Feevale de Novo Hamburgo, a Associação Pró-Ensino Superior de Novo Hamburgo (Aspeur) é a mantenedora da Instituição. Fundada em 28 de junho de 1969, é uma entidade comunitária, sem fins lucrativos, constituída por forças vivas da comunidade regional, que com esforço solidário e comprometido vêm administrando a Instituição há 40 anos.

A Aspeur, em sua organização, constitui-se de Conselho de Administração, Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal Conselho Consultivo, integrados por profissionais das mais diversas áreas e, em especial por ex-alunos da Instituição. A Federação de Estabelecimento de Ensino Superior em Novo Hamburgo - Feevale, depois passando a Centro Universitário Feevale, foi instalada em 24 de março de 1970. “Surgiu da vontade comunitária com a finalidade de formar, aperfeiçoar e especializar profissionais propiciando a atualização permanente da sociedade. Localiza-se em Novo Hamburgo e está integrada ao Vale dos Sinos, o maior centro calçadista do País” (2010, <http://www.feevale.org.br>).

Em março de 1989, a Feevale implantou a Escola de 2º Grau, hoje Ensino Médio, e em 1994 iniciou a Escola de 1º Grau, hoje Ensino Fundamental. Atualmente, a Universidade conta com mais de 16.000 alunos em todos os níveis de ensino, mais de 40 cursos de graduação, 35 cursos de especialização, quatro mestrados e um doutorado.

Ainda de acordo com o *site* da Instituição, entre tantas manifestações recebidas pela Feevale, destacam-se o reconhecimento da Unesco, concedido

através do Instituto Internacional de Planejamento, mediante Parecer do Conselheiro Professor Cândido Mendes de Almeida e Destaque Empresarial 1991 e 1998 - conferido pela Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha - ACI-NH/CB/EV.

39

No dia 5 de abril de 2010, foi publicada, no Diário Oficial da União, uma portaria do Ministério da Educação, credenciando o Centro Universitário Feevale como Universidade. Este momento representou o resultado de uma luta intensa, que teve início em 1969, quando um grupo de pessoas se reuniu para buscar o atendimento de uma demanda da comunidade da região.

1.6.1 O Periódico da Feevale

Conforme informações disponíveis na página de imprensa do jornal do Centro de Educação Feevale na internet¹, o periódico possui 16 páginas e uma tiragem de 10 mil exemplares. A periodicidade é mensal, exceto nos meses de férias escolares - janeiro e julho. O periódico foi criado para atender às necessidades de comunicação entre o Centro Universitário Feevale e os seus públicos.

Em 2004, foi realizado um diagnóstico dos processos de comunicação e imagem da Feevale, o qual resultou de um trabalho de pesquisa em profundidade. Os dados foram coletados a partir do emprego de diferentes técnicas: entrevistas, depoimentos, grupos focais, pesquisa documental, observações e sondagens.

A realização do diagnóstico visou, entre outros aspectos, a compreender e explicar os processos de comunicação, de cultura e de relacionamento da Feevale. Também buscou a construção de sua imagem idealizada e percebida pelos diferentes públicos, assim como relacionar informações e cenários para prognosticar os seus desdobramentos. Do mesmo modo, procurou avaliar os conceitos

¹ (2009, <http://www.feevale.br/internas/vwlmprensa.asp?intIdSecao=464>)

associados à Feevale e identificar aqueles que deveriam ser articulados e instituídos para o seu reconhecimento.

Por fim, a ideia foi propor políticas de comunicação que contemplassem as necessidades de comunicação e informação da Instituição e definissem estratégias coerentes com as políticas, os conceitos e as necessidades de comunicação identificadas.

40

Após o trabalho de pesquisa, o diagnóstico revelou o quadro de uma instituição que, em termos estruturais e número de pessoas envolvidas, cresceu muito e rapidamente. No entanto, também apresentava problemas de cultura organizacional, de sistemas de comunicação e informação e, conseqüentemente, de imagem-conceito. Assim, foram redirecionadas e ajustadas estratégias de comunicação e informação, entre as quais, a reformulação e a periodicidade do Jornal da Feevale, de forma que este realmente cumprisse com a função de bem informar e interagir com seus públicos.

Conforme Eich (2009), o Jornal da Feevale é destinado, prioritariamente, aos alunos, de todos os níveis de ensino, da Instituição. No entanto, também abrange os egressos, alunos de ensino médio do Estado, colaboradores e familiares dos acadêmicos, já que o jornal é levado para as residências e, possivelmente, lido por todos. A Feevale possui, atualmente, cerca de 16.000 alunos, e em torno de 1.400 colaboradores.

O processo de interatividade com os públicos-alvo tem como compromisso informar, de forma clara e responsável, os mais diversos públicos da Instituição, através de entrevistas, matérias sobre o mercado de trabalho, informações sobre a estrutura e ofertas de cursos e atividades realizadas pela Instituição, premiações e projetos de pesquisa e extensão.

As matérias são distribuídas em editorias, contemplando todas as áreas de estudo dos dois *campi*. Nessa perspectiva, a definição da pauta, apesar de ser um

informativo que parte da instituição para os seus públicos, sempre está atenta aos interesses de leitura dos públicos-alvo, interagindo com as suas necessidades.

Além disso, também existe a preocupação de fazer com que o aluno se identifique com o jornal, encontrando informações pertinentes aos projetos e eventos dos quais participa, bem como registrando sua opinião sobre os mais diversos temas relacionados ao meio acadêmico. O processo de interação também se manifesta

41

nas sugestões de pautas enviadas pelo público-leitor através de *e-mail* ou comunicadas de forma presencial aos colaboradores que produzem o periódico.

O Jornal da Feevale se comunica, ainda, com os seus públicos através de concursos culturais e atividades que possibilitam que o público-leitor participe da construção do jornal. A partir da edição de junho de 2008, por exemplo, a Assessoria de Imprensa passou a organizar um banco de ilustradores, através de trabalhos de colagem, montagem e desenho, enviados por leitores para o periódico, como forma adicional de aproximar o público-leitor do jornal.

A distribuição ocorre internamente nos murais dos *campi* da Feevale, bem como fica à disposição nos setores de atendimento, de acordo com um cronograma organizado pelo Núcleo de Relacionamento e Vestibular em parceria com a Assessoria de Imprensa. O periódico também é enviado para os alunos evadidos, prefeituras, órgãos públicos, associações, universidades e escolas de ensino médio do Estado. Também é distribuído em feiras e eventos de diversos municípios da região. Para fazer com que o Jornal chegue a um número maior de pessoas, as edições também são disponibilizadas no sistema *on-line*, podendo ser acessadas por meio do *site* www.feevale.br, *link* "Publicações".

Para avaliar a satisfação do público com relação ao Jornal da Feevale, a Comissão de Avaliação Feevale (CAF) em parceria com o Centro de Pesquisa e Planejamento da Feevale (CPP) realiza anualmente a Avaliação de Serviços e Infraestrutura. A pesquisa é realizada com professores, alunos e colaboradores, avaliando os serviços prestados pela Instituição. A mensuração é realizada através

da avaliação da qualidade das informações; atualidade das informações; periodicidade do jornal; satisfação geral em relação ao jornal; distribuição e linguagem do periódico. Essa avaliação permite a verificação dos pontos positivos e negativos, bem como recolhe sugestões de melhorias.

2 METODOLOGIA

A metodologia empregada na pesquisa envolveu a leitura e análise todos os textos jornalísticos publicados nos jornais institucionais da Unisc, de Santa Cruz do Sul e da Feevale, de Novo Hamburgo, no período considerado. A amostra selecionada constituiu-se de 6 textos retirados dos jornais institucionais referidos, nos meses de dezembro de 2009, fevereiro/março e abril de 2010. Os critérios utilizados para a seleção foram período do ano e identificação ou não de metáforas conceituais e linguísticas e de recursos argumentativos. O estudo teve caráter descritivo e sua análise foi qualitativa, intentando identificar os mecanismos discursivos referidos acima e a maneira como se apresentavam no discurso jornalístico.

O procedimento básico, então, foi o de leitura dos textos-notícia, e através dela o investigador buscou localizar metáforas conceituais, metáforas linguísticas e recursos argumentativos no discurso jornalístico institucional. De fato, o estudo procurou apreender o papel desses mecanismos textuais no processo de construção e ampliação dos sentidos da informação para divulgar e consolidar de forma positiva a imagem das duas instituições. “O procedimento envolvido neste método é simples: basta ler o texto, prestando atenção nas ocorrências que se julgar metafóricas” (SARDINHA, 2007, p. 145).

A análise dos textos selecionados também enfocou o campo da heterogeneidade discursiva, da polifonia e da intertextualidade genérica. A observação e análise foram feitas a partir da teoria polifônica de Ducrot (1987) e da

concepção de discursividade proposta por Authier-Revuz (2004). Da mesma forma, verificaram-se as ocorrências de pressuposição e de subentendimento no interior dos textos jornalísticos institucionais analisados segundo Koch et al. (2007) e Koch e Travaglia (1995).

Como já referido, a seleção textual foi feita com base nas evidências de emprego de mecanismos textuais argumentativos com o propósito de divulgar as ações das duas Instituições de Ensino Superior (IES). Os jornais das instituições

43

consideradas são mensais, o que implica dizer que foram analisadas três *notícias* de cada instituição.

Complementarmente, recorreu-se ao *Procedimento de Identificação de Metáforas (PIM)*, do Grupo Pragglejaz (2009), ferramenta elaborada pelo grupo de especialistas citado no material, pesquisadores de diferentes áreas acadêmicas. A proposta consiste em um método objetivo que pode ser aplicado na identificação de palavras usadas metaforicamente, no discurso e na linguagem falada e escrita, segundo seus autores, de maneira confiável. Trata-se de um procedimento que propõe etapas de análise, discriminando-as, o que apesar das ressalvas, pode esclarecer um pouco mais como é feita a identificação de metáforas. Contudo, o que propõe, essencialmente, é a leitura, introspecção e uso da intuição do pesquisador, como, aliás, já o fizera Sardinha (2007).

O artigo citado apresenta o procedimento e descreve a maneira como ele pode ser aplicado por pesquisadores de metáforas em diferentes estudos empíricos.

Esse procedimento busca estabelecer, para cada unidade lexical em um trecho do discurso, se o seu uso no contexto em questão pode ser descrito como metafórico. Nosso procedimento adota um enfoque macro, e não micro estrutural, de modo que seja possível considerar um maior número de palavras que possuam um significado metafórico a partir do seu uso no contexto. Entendemos que é preciso decidir se uma palavra possui ou não um significado metafórico; no entanto, reconhecemos que as palavras e a língua, de um modo mais geral, divergem quanto ao grau de metaforicidade. (GRUPO PRAGGLEJAZ, 2009, p. 78).

Para determinar se certas palavras no contexto possuem significado metafórico ou não, de acordo com o Grupo Pragglejaz (2009), o PIM deve ser aplicado da seguinte maneira:

1. Ler todo o texto/discurso para estabelecer um entendimento geral do seu significado.
2. Definir as unidades lexicais do texto/discurso.
3. (a) Para cada unidade lexical do texto, determinar o seu significado no contexto, isto é, como ele se refere a uma entidade, relação ou atributo na situação evocada

44

pelo texto (significado contextual). Levando em conta o que antecede e o que precede a unidade lexical.

(b) Para cada unidade lexical, determinar se há um significado atual mais básico em outros contextos do que no contexto em questão.

(c) Se a unidade lexical tem um significado atual/contemporâneo mais básico em outros contextos do que no contexto em questão, decidir se o significado contextual se opõe ao significado básico, mas pode ser entendido em comparação a ele. Se assim for, a unidade lexical deve ser marcada como metafórica.

2.1 Os objetivos da pesquisa

Objetivo geral: Identificar e analisar as expressões metafóricas e demais recursos argumentativos presentes nos textos publicados nos jornais institucionais das universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale).

Objetivos específicos:

- 1) Ler os textos publicados pelas duas instituições, no período considerado, identificando metáforas conceituais, metáforas linguísticas e recursos argumentativos.

2) Interpretar as intenções implícita ou explicitamente assumidas no discurso jornalístico, e o papel das metáforas conceituais e linguísticas, bem como dos recursos argumentativos.

3) Analisar de que forma ocorre a produção textual para transformar atividades acadêmicas em notícias de interesse geral, ou seja, analisar o modo como são construídos os textos jornalísticos institucionais para atender à finalidade de atrair também o público externo.

45

2.2 Hipóteses

As hipóteses que nortearam a pesquisa foram as seguintes. H1 - As expressões metafóricas e os recursos argumentativos funcionam como estratégias de construção do texto para convencer e persuadir o público-leitor.

H2 - Os textos dos jornais institucionais utilizam metáforas conceituais e linguísticas e recursos argumentativos no tecido textual de um gênero híbrido que, no caso do jornalismo institucional, objeto desta pesquisa, aproxima o texto informativo do texto-propaganda.

H3 - As metáforas conceituais e linguísticas e os demais recursos argumentativos são utilizados como mecanismos textuais para transformar atividades acadêmicas em notícias de interesse geral.

3 COLETA, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste estudo, coleta, análise e discussão dos dados vinculam-se estreitamente, inter-relacionando-se. De início, fez-se a leitura de todos os textos constantes em 3 (três) edições distintas dos jornais institucionais mensais das universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale). A seguir, foram escolhidos 2 (dois) textos de cada um dos números publicados pelos jornais de ambas as instituições, totalizando doze (12) textos, sendo 6 (seis) de cada instituição. A seleção feita incluiu informações referentes a ensino, pesquisa e extensão.

Em primeiro lugar, cabe referir que os textos da amostra selecionada, na certa, exprimem a ideologia de modelo de desenvolvimento regional, tal como concebida pelo contexto social em que suas instituições estão inseridas - *Rio Grande do Sul, interior do estado, população bastante vinculada às suas origens culturais europeias, privado-comunitárias*. Em suma, as duas instituições cujos jornais foram analisados, caracterizam-se pela atenção conferida à sua comunidade, pois, se assim não o fizerem, podem perder espaço, alunos, credibilidade etc.

Sem dúvida, é imprescindível considerar o que pensa o membro da comunidade local a respeito da instituição. Por isso, as metáforas empregadas tanto

podem se constituir em meios de persuasão e de convencimento do leitor, quanto de ferramenta para dar ênfase ainda maior à veiculação dos conteúdos que propagam as ações das duas instituições.

Para detectar o modo de produção discursiva do gênero jornalístico considerado, propôs-se a análise a partir dos conceitos de heterogeneidade enunciativa, polifonia e intertextualidade genérica. Adicionalmente, o trabalho buscou apreender como são elicitados pressuposições e subentendidos intratextualmente. Sendo assim, o estudo traz, ainda, observações sobre marcadores de pressuposição e índices de polifonia, de modo a desvelar os implícitos textuais presentes no discurso jornalístico institucional.

47

É importante ressaltar que, quanto à heterogeneidade enunciativa, todo o dizer traz necessariamente em si a presença do *outro*. Daí advindo a grande produtividade desse conceito no que diz respeito ao campo jornalístico. Quanto ao conceito de polifonia, aqui ele foi utilizado para analisar enunciados nos quais várias vozes foram *entoadas* simultaneamente. Por sua vez a Intertextualidade genérica foi entendida como um mecanismo através do qual, no caso dos gêneros jornalísticos, o enunciador jornalista dela se utiliza para produzir textos que chamem a atenção do leitor.

Portanto, a leitura do jornal institucional demanda do leitor habilidade para perceber a mescla de gêneros de naturezas distintas na composição textual em tela, o que exige e mobiliza conhecimentos prévios a respeito das superestruturas textuais próprias de cada gênero.

No intuito de alcançar o objetivo geral visado pelo presente estudo, propôs-se, inicialmente, a constituição de campos semânticos, cujas composições basearam-se nas metáforas conceituais e linguísticas e nos demais mecanismos argumentativos mobilizados, agrupando-os. Para tanto, estabeleceu-se a distribuição das palavras-metáfora e seus enquadres frasais, constituindo-se assim uma rede conceitual.

Os campos semânticos foram estabelecidos através do mapeamento de metáforas-palavra presentes nos textos dos jornais institucionais em análise, com o objetivo de interpretar os significados que tais palavras, foco da metáfora, e seu enquadre (frase, enunciado) assumiam co(n)textualmente. O que implica afirmar que uma mesma palavra tinha ou podia ter vários sentidos, sendo as diversas acepções distribuídas de acordo com o co(n)texto de utilização.

3.1 Coleta, análise e discussão dos dados: dezembro de 2009

A análise inicial consistiu, pois, na seleção de dois textos publicados nas edições do mês de dezembro de 2009, nos jornais da Unisc e da Feevale, de onde foram destacados os enunciados considerados metafóricos e os demais recursos

48

argumentativos presentes no texto. Para uma melhor organização do trabalho, os campos semânticos foram distribuídos em ordem alfabética e de forma alternada, ou seja, um texto de cada instituição, por vez.

(A) - Jornal da Unisc (dezembro/2009)

PESQUISADORES DA UNISC VIAJAM AO CHILE

Um grupo de professores da Instituição participou de um workshop sobre gestão e manejo ambiental no Chile

A Unisc foi representada no *Workshop Gestão e Manejo Ambiental: Formação de Recursos Humanos Qualificados em Programas de Mestrado no Chile e no Brasil*, realizado em Santiago. Entre os dias 2 e 7 de novembro, os professores dos departamentos de Biologia e Farmácia da Unisc, Eduardo Lobo Alcayaga e Jair Putzke; de Engenharia, Arquitetura e Ciências Agrárias, Diosnel Rodriguez Lopez; e de Química e Física, Enio Leandro Machado, participaram de palestras e apresentações.

A participação dos pesquisadores da Unisc foi possível graças ao apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs), através de um auxílio à Cooperação Internacional. O objetivo do evento foi contribuir para a formação de recursos humanos qualificados para atuar na área da gestão e de ma-

nejo ambiental no Rio Grande do Sul e no Brasil. Esse processo ocorre a partir do fortalecimento das linhas de pesquisa do Mestrado em Tecnologia Ambiental da Unisc e do Mestrado em Manejo Ambiental de *Humedales*, da Universidade de Santiago de Chile (Usach). Nesse sentido, um convênio de cooperação acadêmica, científica e cultural, foi assinado pelos reitores de ambas as instituições em 2008.

Como resultado do trabalho conjunto realizado entre pesquisadores da Unisc e da Usach, foi elaborado o Programa de Manejo de Recursos Naturais e Tecnologia Ambiental (Programa MANTIA). O objetivo é contribuir para a consolidação dos programas de mestrado de ambas as instituições, nas áreas de monitoramento ambiental de ecossistemas aquáticos e terrestres, prevenção e remediação da contaminação, biotecnologia e

educação ambiental. A partir da elaboração de projetos conjuntos de pesquisa nessas áreas do conhecimento, a etapa seguinte será a busca de recursos financeiros internacionais para a execução dos mesmos, incentivando a formação de recursos humanos qualificados, contribuindo, em última análise, para o progresso da ciência em benefício geral da humanidade.

Para o professor Eduardo Lobo, Coordenador do *workshop* representando o Brasil, a consecução dos objetivos propostos nesse evento vem ao encontro das políticas de pesquisa da Fapergs, que é promover o intercâmbio e a divulgação científica, tecnológica e cultural, além de estimular a formação de recursos humanos, o fortalecimento e a expansão da infraestrutura de pes-



Equipe da Unisc ao lado do Reitor da Usach, Juan Manuel Zolezzi, do diretor, Juan Luis Gautiere e Oscar Diaz

quisa no Estado. “Dessa forma, a Unisc, comprometida com o desenvolvimento regional, coloca-se mais uma vez à frente das ações que envolvem a gestão e o manejo ambiental, no sentido de contribuir para o avanço do conhe-

cimento científico e tecnológico do Estado e do país. Essa contribuição é entendida como um processo contínuo de busca da melhoria da qualidade de vida da população e a proteção do meio ambiente”, afirma.

(A1) – O objetivo do evento foi contribuir para a formação de recursos humanos qualificados para atuar na área da gestão e manejo ambiental no Rio

Grande do Sul e no Brasil. No campo semântico do longo sintagma nominal **“formação de recursos humanos qualificados”** pode ser apreendida a ideia de que quem participou desse evento, em especial, saiu dessa formação detentor de capacidades técnicas suficientes e necessárias para implantar e executar projetos na área ambiental. Essa observação fica implícita no enunciado através do uso do sintagma nominal **a formação** que pressupõe que se é preciso formar é porque não estava formado, ainda, e, em vista disso, esse evento encarregou-se da preparação a que alude o texto.

Quanto à expressão ***contribuindo, em última análise, para o progresso da Ciência em benefício geral da humanidade***, a significação que o leitor pode atribuir ao enunciado pauta-se pela ideia de que o avanço da ciência, naquilo que se

49

refere ao tema em pauta, seria algo que traria benefício a todos, já que o meio ambiente é um assunto de interesse coletivo. Portanto, o texto jornalístico institucional veicula a ideia de que *quanto maior* for o número de técnicos qualificados na área, *tanto melhor* será para a comunidade local e para a humanidade em geral. A metáfora conceitual subjacente é a de **quanto mais melhor**, isto é, QUANTIDADE É VALOR. Em decorrência, a difusão dessa notícia remete à necessidade de o estudante procurar aumentar seus conhecimentos, ingressando em uma Universidade que disponibiliza cursos na área, traduzindo o objetivo da divulgação do texto-notícia que é, em última análise, o de atrair novos alunos. Esse tipo de divulgação transforma o leitor potencial em agente da ação proposta, interpelando-o enquanto estudante e enquanto cidadão.

(A2) - Para o professor Eduardo Lobo, Coordenador do workshop representando o Brasil, a consecução dos objetivos propostos nesse evento vem ao encontro das políticas de pesquisa da Fapergs, que é promover o intercâmbio e a divulgação científica, tecnológica e cultural, além de estimular a formação de recursos humanos, o fortalecimento e a expansão da infraestrutura de pesquisa no Estado. Nesse campo semântico, percebe-se que o discurso do personagem, no caso a fonte, vem inserido na enunciação do narrador (jornalista). Essa constatação, na teoria polifônica, configura que o entrevistado é o Locutor 2, pois é a quem é transferida a responsabilidade pelo que está sendo

relatado. Mesmo assim, permanece a hierarquia em que o jornalista continua sendo o Locutor 1, ou seja, o responsável pelo enunciado. É ele (jornalista) que faz o que se conhece como *modalização* do seu texto quando mostra, de modo simples e discreto, que não é o responsável pelo que está enunciando.

Assim, ele (jornalista) indica que está se apoiando em outro discurso. Para tanto, utiliza discurso indireto e, ao introduzir a fala do outro, não a reproduz, isto é, não sinaliza textualmente a sua reprodução através do uso de dois pontos, travessão ou aspas. Ao contrário, parafraseia o que foi dito e procura dar sentido ao que ouviu da fonte, acrescentando uma menção explícita à autoridade que se posicionou a respeito do assunto, dessa maneira.

50

Nota-se no campo semântico acima (A2), que o locutor a quem se atribui o discurso citado confirma em discurso direto, logo em seguida, a afirmação a ele atribuída. ***“Dessa forma, a Unisc, comprometida com o desenvolvimento regional, coloca-se mais uma vez à frente das ações que envolvem a gestão e manejo ambiental, no sentido de contribuir para o avanço do conhecimento científico e tecnológico do Estado e do país. Essa contribuição é entendida como um processo contínuo de busca da melhoria da qualidade de vida da população e a proteção do meio ambiente”, afirma.*** Assim, o jornalista, nesse segmento textual, transcreve de modo literal a fala da fonte que, presumivelmente, autoriza e delega sua voz a ele, produtor da notícia. Além disso, utiliza o verbo *afirmar* (*dicendi*²) que explicita textualmente que é uma outra voz e não a dele, jornalista, que está sendo posta em foco. No discurso direto, os verbos *dicendi* ou *ilocucionais* têm a função, assim como as *aspas*, *os dois pontos* e *o travessão*, de indicar que está sendo introduzida a fala da fonte.

(A3) - desenvolvimento regional - à frente - avanço. Por meio dessas expressões linguísticas, presentes na fala do entrevistado, é possível perceber, nas entrelinhas, a proposta ideológica da Instituição (Unisc) no sentido de estar presente

² Verbos de dizer (**dicendi**) não protótipos, como, “lamentar”, “alertar” e “festejar”. (ROCHA, 2009, p. 308-330).

e auxiliar no crescimento da região. A expressão linguística **desenvolvimento regional**, por sua vez, materializa a metáfora conceitual da sociedade como organismo. Nessa metáfora subjacente vários processos sociais são tidos como processos biológicos, já que a metáfora DESENVOLVIMENTO liga-se ao domínio-fonte da biologia, mais especificamente ao domínio dos organismos vivos.

Quanto a locução **à frente**, ela associa-se à metáfora subjacente TEMPO QUE PASSA É MOVIMENTO EM UMA SUPERFÍCIE. Basicamente, traduz a ideia de que tratamos o tempo como espaço ou território e que nos movimentamos nesse espaço. Assim, estar à frente das ações ambientais pode ser visto em (A3), pelo ângulo de que a Instituição está comprometida com o processo de responsabilização

51

social e não espera para agir em prol do meio ambiente. Ainda no campo semântico (A3), a palavra **avanço** introduz a metáfora conceitual PROGRESSO É UM CAMINHO PARA A FRENTE. Assim, propicia a interpretação de que a expressão está ligada a inovações e potencializa o efeito de sentido de *progresso tecnológico pelo bem geral da comunidade*, exatamente de acordo com o que se propõe a Unisc em textos nos quais explicita sua missão institucional.

(B) - Jornal da Feevale (dezembro/2009)

Feevale entra para a lista das 100 maiores organizações do Estado

A Instituição, que neste ano também integrou o ranking das Campeãs da Inovação, ainda está entre as 250 maiores da Região Sul

Depois de figurar, em 2008, no ranking das 500 maiores organizações da Região Sul do Brasil, a Feevale também passou a integrar a lista das 100 maiores do Rio Grande do Sul, de acordo com pesquisa da Revista Amanhã e da PricewaterhouseCoopers, que desde 1991 realizam o ranking Grandes & Líderes - As 500 maiores do Sul. A Instituição ocupa a 99ª posição no Estado e a 247ª na Região Sul, destacando-se também entre as organizações de Santa

Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (Aspeur). Também participaram Clóvis Bondan, integrante do Conselho de Administração da Aspeur, e Juarez Buriol, diretor do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas.

A pesquisa é baseada nos balanços financeiros de 2008 e utiliza, como critério de classificação, o Valor Ponderado de Grandeza (VPG), índice resultante da soma de três componentes que, juntos, dimensionam a grandeza das empresas: patrimônio líquido (50%), receita bruta (40%) e lucro do exercício (10%).

Este é o segundo prêmio que a Feevale ganha este ano da Revista Amanhã. Em março, uma pesquisa realizada pela publicação, em parceria com a Consultoria Edusys, de São Paulo, apontou que a Feevale está entre as organizações mais inovadoras da Região Sul. O ranking das Campeãs da Inovação mostrou as organizações do Sul mais

(B1) - Feevale entra para a lista das 100 maiores organizações do Estado. Observa-se que, no título, a palavra **lista** está associada a metáfora conceitual do CONTÊINER subjacente à orientação espacial DENTRO-FORA. Pressupõe, portanto, que antes disso a Feevale não estava dentro, ou não fazia parte do grupo das maiores organizações do Estado do RS. Ao mesmo tempo, traz consigo a ideia de movimento para a frente, avanço, crescimento e desenvolvimento, condizente com a missão anunciada pela Instituição. De forma que, com a referida conquista, a Instituição iguala-se às demais que estão contidas,

estão dentro da lista (lugar, recipiente) dos destaques da região sul. O discurso é de convencimento no sentido de fazer com que o leitor considere a Feevale como lugar onde estar, e entenda que ela não é menor ou menos importante do que nenhuma outra instituição do gênero que, por exemplo, seja mais conhecida etc. Assim, se alguém ingressar na instituição, como estudante, então, com certeza, entrará em uma *Instituição modelar*, integrando-se ao grupo dos estudantes que ali estudam.

(B2) - *Ranking* – *Campeãs* . A partir dessas duas expressões linguísticas é introduzida a equiparação entre atividades esportivas – campeonatos, torneios etc. - e atividades acadêmicas de natureza intelectual, como estudar, ler e aprender. Da mesma forma, numas e noutras se estaria competindo, disputando um lugar no alto do pódio. De fato, a metáfora conceitual subjacente seria A VIDA É COMPETIÇÃO, LUTA. Tais expressões têm valores argumentativos relacionados a jogo, disputa e associam a divulgação da imagem da Instituição a uma disputa sobre quem é melhor na área educacional. Pelo enunciado fica implícita a ideia de que, de fato, há disputa e competição entre *instituições* de ensino mais ou menos bem colocadas no placar na tentativa de convencimento daqueles interessados em estudar, em fazer um curso universitário, ou seja, nesse caso há igualmente uma disputa, uma corrida por clientes - os alunos.

(B3) – O pró-reitor Cleber Cristiano Prodanov lembra que a Feevale vem se caracterizando, nos últimos anos, pela inovação em seus produtos e

53

processos e também pelo aumento do atendimento às demandas da sociedade. No campo semântico estabelecido em (B3), identificam-se duas vozes distintas presentes no texto através de seus indícios, analisando-se o uso das expressões que os elicitam. Retomando a teoria polifônica da *polifonia de locutores*, nota-se que a fala do entrevistado vem inserida na enunciação, por meio do discurso relatado indireto. Assim, o L2 é a fonte (pró-reitor Cleber Cristiano Prodanov), já que é ele quem passa da situação de não-pessoa, de mero objeto ou assunto da narração, em termos de fluxo comunicativo, a locutor. No entanto, o L1 segue sendo

o jornalista, pois é ele quem continua sendo o responsável pela organização do ponto de vista apresentado no discurso.

De outra parte, na sequência da análise do campo semântico mencionado em (B3), percebe-se, ainda, que a mudança de locutores, quando da inserção do nome do pró-reitor no texto, propõe uma *heterogeneidade mostrada* que é uma característica da pluralidade discursiva presente no jornalismo. Ou seja, trata-se de um mecanismo utilizado para conferir maior credibilidade ou plausibilidade aos enunciados produzidos, pode estar associado à citação, às aspas, aos discursos direto e, também, indireto, caracterizando-se como um trabalho da inserção de outras vozes no discurso. Na verdade, ao usar o discurso indireto, o enunciador citante não se propõe a reproduzir as palavras do locutor exatamente como elas foram ditas, mas somente a reproduzir o conteúdo do pensamento, escrevendo-o com suas próprias palavras. Dessa forma, quando o jornalista-enunciador utiliza o discurso indireto, não está apenas reproduzindo o que ouviu da fonte, mas usando seu próprio discurso. Assim, ele (jornalista) compartilha com o sujeito falante a responsabilidade pelo sentido que imprimiu ao enunciado.

Viva Unisc atrai mais de 5 mil estudantes

Evento realizado anualmente é direcionado especialmente a alunos do Ensino Médio

Estudantes de mais de 130 escolas de ensino médio da região passaram um dia no campus da Unisc. E o Viva Unisc, evento que a instituição promove anualmente com o objetivo de proporcionar a **vivência prática** nos diversos campos de atuação que o ensino universitário desenvolve, aproximando o estudante de ensino médio da profissão que ele deseja seguir. Este ano a ação foi realizada no dia 11 de novembro.

Na Mostra de Cursos, que ocorre no Ginásio Pedagógico da Universidade, estiveram representados os 48 cursos oferecidos pela Instituição. No estande do curso o estudante pode conhecer detalhes dos currículos, laboratórios e as atividades específicas de cada área, além de ter contato direto com os coordenadores, professores e estudantes de cada um dos cursos de graduação.

"O evento é bem interessante porque se encontra todos os cursos no mesmo lugar", reforçou

Bianca Schwazer, 17 anos, estudante do 3º ano do Ensino Médio da Escola Guararapes, de Arroio do Meio. Ela elogiou também todos que trabalharam no evento. "Foram muito receptivos e se preocuparam em explicar tudo para a gente", conta.

Bianca disse ainda que foi a sua primeira visita a Unisc. Ainda está em dúvida, mas pensa em cursar Administração, Secretariado Executivo ou uma área afim. "O evento ajudou porque todos explicaram bem e ajudaram a tirar dúvidas".

Além dos estandes, os visitantes tiveram a possibilidade de realizar atividades práticas nas oficinas, minicursos e visitas orientadas. No Viva Unisc 2009 foram mais de 70 atividades. *Showz*, atividades interativas e inscrições para o Vestibular de Verão 2010 com valor promocional foram outros atrativos oferecidos no Viva Unisc 2009.

Outra atração do evento foi



Viva Unisc 2009 oferece mais de 70 atividades, como mostra de cursos, oficinas, visitas orientadas, minicursos, showz e desconto nas inscrições para o Vestibular de Verão 2010.

o Unisc Tour Motorizado, em que um guia levou os visitantes em um passeio ao redor de todo o campus e apresentou a infraestrutura de cada curso, assim como sua localização. Houve ainda o Biblio Tour, visita orientada à biblioteca central do campus, que conta com um acervo de mais de 325 mil exemplares.

"É a primeira vez que visitei a Unisc e achei o evento muito bom", elogiou João Antônio Linden Prates, 17 anos, aluno do 3º ano do Ensino Médio da Escola Polivalente, de Vera Cruz. "Ajudou a tirar dúvidas e provavelmente irei cursar Direito", apontou o estudante.



Bianca elogiou a receptividade e a atenção dos expositores.



Para João Antônio, evento ajudou a tirar dúvidas.



Na matéria veiculada em (C), no título **Viva Unisc atrai mais de 5 mil estudantes**, o verbo **atrair**, no presente do indicativo, aparece como marca de subjetividade que dá pistas sobre o não dito. Veja-se, para iniciar, o uso do presente, na manchete. Ele aproxima o L1 (jornalista) do evento, colocando-o dentro do grupo, da situação, vivida pelos estudantes. O evento ocorreu na Unisc, uma instituição de ensino superior, que a divulga para estudantes de final de 2º Grau. Na Unisc, ou seja, *em+a* Unisc indica um lugar, um recipiente. A questão de estar dentro ou fora introduz outra vez a ideia do CONTÊINER, uma metáfora subjacente. A proposta é difundir a Unisc como o lugar ideal para estudar. A metáfora gera no leitor interessado a sensação de estar incluído, estar *in*. O índice de afetividade positiva, de acolhimento está enfatizado na abertura do texto, através do tempo verbal. Por um lado, o verbo **atrair**, em geral, relaciona-se a aspectos afetivos da experiência. Por exemplo, ele foi atraído pela beleza da Cleci. De outra parte, o sintagma - a atração - em *A atração de hoje será [...]* remete ao mundo artístico, ao teatro, à música e assim por diante.

Em suma, apesar e talvez até por ser uma notícia sobre um fato já ocorrido e ter caráter rebarbativo - quem quer ler uma notícia de ontem - o texto traz muito mais

do que isso. Analisando seus implícitos e a metáfora subjacente (CONTÊINER), pode-se concluir que o jornalista pretende que os estudantes considerem a leitura do texto interessante porque os reuniu e fez com que se sentissem parte (estavam dentro) da Unisc, eram protagonistas do evento, algo muito relevante para os jovens, de hoje, sobretudo.

Do mesmo modo, no campo semântico (C) a expressão ***mais*** presente no enunciado pode ser considerada argumentativa, pois seu uso traduz a ideia de que o número de participantes superou ou excedeu às expectativas. Do mesmo modo, a linha de apoio situada abaixo do título diz: ***evento realizado anualmente é direcionado especialmente a alunos do ensino médio***. O enunciado mostra claramente o objetivo da atividade que é o de difundir o que é feito pela Unisc para *conquistar* alunos que estão prestes a ingressar no ensino superior. A seguir, essa pretensão fica ainda mais clara, por meio de novas expressões linguísticas.

(C1) – (...) com o objetivo de proporcionar a vivência prática nos diversos campos de atuação que o ensino universitário desenvolve, aproximando o estudante de ensino médio da profissão que ele deseja seguir. A expressão ***vivência prática*** convida o leitor a pensar no que seria uma ***vivência teórica*** - desse modo alertando para a existência de uma cisão entre teoria e prática. Essa cisão remete a certo preconceito relativo ao que seja teoria. No senso comum, é algo tão enfadonho que, mesmo se sabendo que estudar envolve ler, escrever e ouvir, esse fato é edulcorado e se traveste em uma expressão como ***vivência prática*** que é um tanto tautológica, pois expressa a mesma ideia de forma distinta. O que quer dizer, de fato? Vivência tem a ver com vida, e prática é uma palavra que implica atuar. A predicação desses dois termos quer dizer o quê? Na verdade, possivelmente os estudantes infiram que no evento foram apresentadas as práticas acadêmicas usuais, isto é, o modo como se realizam as tarefas pertinentes às várias profissões por meio da mostra dos cursos que a Instituição oferece nos vestibulares.

(C2) - “O evento é bem interessante porque se encontra todos os cursos no mesmo lugar”, reforçou Bianca Schwazer. (...) Bianca disse ainda que foi a

sua primeira visita à Unisc. Ainda está em dúvida, mas pensa em cursar Administração, Secretariado Executivo ou uma área afim. (...) “É a primeira vez que visitei a Unisc e achei o evento muito bom”, elogiou João Antônio Linden Prates. (...) “Ajudou a tirar dúvidas e provavelmente irei cursar Direito”, apontou o estudante. Nesse segmento aparecem inserções de outras vozes no discurso jornalístico, em discurso direto, que registra formalmente a presença do *outro* no enunciado. A utilização de aspas, por exemplo, é uma marca de *heterogeneidade mostrada*, desta feita registrada graficamente, e por meio dela o jornalista inscreve em seu enunciado uma outra fonte do dizer.

Os numerosos verbos dicendi como reforçar, dizer, elogiar e apontar introduzem a voz do outro, sendo utilizados no segmento textual (C2) para registrar a introdução da outra voz colocada em foco, conferindo maior autenticidade ao conteúdo e comprovando a credibilidade da notícia veiculada. A intenção é a de que, a partir das falas autorizadas inseridas no discurso, o leitor se convença de vez da veracidade e da importância do evento apresentado no texto-notícia.

(D) - *Jornal da Feevale (dezembro/2009)*

Aprimore seu inglês em Londres

Pesquisa aponta que apenas 8% dos altos executivos brasileiros falam inglês corretamente. Apesar de o idioma ser um dos mais usados no mundo e ser pré-requisito de seleção para a maioria das grandes empresas, a fluência na língua ainda pode ser considerada um diferencial. Realizada pela Catho Online com mais de 16 mil executivos brasileiros, entre março e abril deste ano, a pesquisa aponta, ainda, que 17% falam corretamente com

alguns erros e 24% falam o idioma com dificuldade.

Pensando nisso, a Feevale oferece aos seus alunos, professores e comunidade acadêmica a oportunidade de cursar três semanas de inglês intensivo em Londres, na Inglaterra, durante as férias de inverno de 2010 (11 a 31 de julho). A viagem está sendo organizada pela Diretoria de Relações Internacionais em parceria com o Centro de Idiomas e professores de língua inglesa da Instituição.

Um dos diferenciais é que os alunos terão o acompanhamento da professora Rosi Ana Grégis, do curso de Letras, que já morou na Inglaterra e, em julho deste ano, acompanhou um grupo de estudantes da Feevale em viagem ao país.



(51) 3586-8800, ramal 8662



www.feevale.br/intercambio

A notícia de letra (D) foi publicada no jornal da Feevale e versa sobre o Centro de Línguas da Instituição. O título **Aprimore seu inglês em Londres**,

camufla dois implícitos: o primeiro é o de que na instituição de que se fala há a possibilidade de participar de intercâmbio cultural; e o segundo é o de que estudar inglês em Londres é tomar contato com a língua inglesa real, tanto no sentido de verdadeiro, quanto de atinente ao inglês da realeza. É também notório o pressuposto implícito na manchete: se algo precisa ser aprimorado é porque ainda *não é suficientemente* bom, claro. Em seguida, o texto busca justificar sua publicação, apontando os motivos para mesclar a propaganda com a notícia - ou seja - apenas 8% dos altos executivos brasileiros falam inglês corretamente, segundo a notícia. Por outro lado, o verbo da manchete “aprimore” está no imperativo, confirmando que o texto se propõe a direcionar o interesse do estudante.

(D1) – Pesquisa aponta que apenas 8% dos altos executivos brasileiros falam inglês corretamente. Apesar de o idioma ser um dos mais usados no mundo e ser pré-requisito de seleção para a maioria das grandes empresas, a fluência da língua ainda pode ser considerada um diferencial. Nesse campo semântico, a expressão **pesquisa aponta** apresenta uma marca usual da enunciação jornalística no que se refere à polifonia, pois não é o jornalista quem faz a afirmação. Quem a possibilita é a pesquisa que representa a voz da ciência, introduzida no discurso do enunciador. Neste caso específico o jornalista é responsável pela produção do enunciado (L1), enquanto que a fonte citada (*Catho online*) é a instância para quem é repassada a responsabilidade pelo ato de linguagem (L2), pois vem inserida na enunciação com o intuito de dar maior credibilidade ao que está sendo afirmado.

Ainda com relação ao campo semântico em análise (D1), o adjetivo **altos** traduz uma relação, devendo sempre ser considerada no contexto. O que é alto num contexto pode não sê-lo em outro. No contexto considerado, estar no alto da pirâmide institucional como o estão os altos executivos traduz a metáfora conceitual subjacente PARA CIMA É BOM. A orientação espacial é posta em relevo. De tão usual, poucas pessoas se dão conta de que estão falando metaforicamente quando assim se expressam. Dessa forma, conforme a cultura contemporânea, **altos executivos**

brasileiros é uma expressão linguística que se refere às pessoas que ocupam cargos diretivos importantes dentro das empresas, objetivo declarado ou não dos funcionários dessas mesmas empresas. Como o inglês é uma língua muito utilizada no mundo empresarial, falar bem essa língua é uma boa credencial para ingressar no mundo dos negócios e, é claro, nas grandes empresas.

(D2) – Pensando nisso, a Feevale oferece aos seus alunos e à comunidade em geral a oportunidade de cursar três semanas de inglês intensivo em Londres, na Inglaterra. Observa-se nesse 2º parágrafo, a utilização da sequência inicial ***pensando nisso***, que estabelece um vínculo causa-consequência entre os resultados da pesquisa e a divulgação do curso de inglês, que a Universidade oferece. Que palavra ou sintagma o pronome anafórico ***nisso*** está substituindo? Nisso o quê? Nisso corresponde a *em+isso*. A preposição *em* indica lugar e, portanto, traz à superfície textual a metáfora conceitual subjacente do CONTÊINER. A partir desse lugar, ou melhor, dessa preocupação, a instituição Feevale oferece oportunidades de intercâmbio. A leitura do texto esclarece que ***nisso*** retoma o que foi dito no parágrafo anterior e justifica a oferta do curso. Por outro lado, quem é que pensa? No texto, a Feevale. Mas a Feevale é uma instituição, quem pensa são as pessoas. Em tal situação o uso da expressão confere à instituição - em lugar de aos funcionários - a prática de pensar, achar alternativas etc., trazendo a Instituição para o primeiro plano, deixando tudo o mais no plano de fundo. A Feevale é *sujeito* oracional e *tópico* discursivo além, é claro, de ser o contêiner.

O verbo ***oferecer***, por seu turno, aparece em função da necessidade de aprimorar o inglês para ascender profissionalmente e o substantivo ***oportunidade*** é seu complemento direto, ambos respondendo ao apelo do título da matéria. Além do mais, remetem tanto ao sentido de a Feevale estar aberta à comunidade e a ela pertencer, como, também, a de propiciar a ‘chance’ ou ‘opção’ de estudar fora do país. Essa indicação complementa a manchete, que recomenda a realização de curso de inglês, no exterior, mais especificamente em Londres. Por outro lado: *Quem é convidado a aprimorar seu inglês?* Bem, é o leitor do jornal a quem é feito esse chamamento.

3.2 Coleta, análise e discussão dados: fevereiro/março de 2010

Análise dos textos retirados da edição do mês de fevereiro do jornal da Feevale; e da edição do mês de março do Jornal da Unisc. Embora os meses das edições sejam distintos, devido ao período de férias acadêmicas - janeiro e fevereiro -, os textos analisados divulgam as atividades realizadas nos mesmos períodos por ambas as Instituições de ensino – Unisc e Feevale.

(E) - Jornal da Unisc (março/2010)

ATLETA DO CESTINHA NO FLUMINENSE

Mais um atleta do Projeto Cestinha/Sesi/Unisc está deixando o Estado em busca de um futuro no basquetebol. Aos 16 anos e com 2m08 de altura, o pivô Gerson Miguel Beckenkamp, embarca nesta semana para o Rio de Janeiro, onde vai integrar as categorias de base do Fluminense.

Este é o nono atleta a ser exportado pelo projeto, sendo o primeiro de Venâncio Aires, município que passou a receber as atividades no ano passado, por meio de um convênio com a Prefeitura Municipal. Criado em 2001, o Cestinha já encaminhou jogadores para equipes de São Paulo, Rio de Janeiro, Estados Unidos e Espanha. “É uma excelente oportunidade para seguir a carreira de atleta. Qualquer garoto que começa a jogar basquete tem esse sonho,

e comigo não é diferente. Estou muito feliz com isso”, garante.

Gerson foi descoberto quando atuava em um time de basquete de Venâncio Aires e veio enfrentar a equipe do Cestinha. “As características físicas dele chamaram a atenção, especialmente a altura do atleta, o que para ser pivô é fundamental. Por isso, logo procuramos integrá-lo ao grupo”, comenta o Coordenador do Projeto Cestinha, professor Gilmar Weis.

O projeto Cestinha/Sesi/Unisc conta também com o apoio da Escola Educar-se e do Instituto Pioneer Semear Amigos. Atualmente atende a 1.154 atletas, sendo que, desses, 1.075 são alunos sociais e o restante federados.

A temporada 2010 já iniciou e os treinos são abertos a todos os interessados.

A notícia acima foi veiculada no jornal da Unisc e está relacionada às ações da Instituição, na área do esporte. Na manchete da matéria ***Atleta do Cestinha no Fluminense***, percebe-se que a palavra ***Cestinha*** foi empregada em substituição ao nome de um projeto institucional. A relação é dupla: entre o projeto e o *cest(inha)* – nome utilizado para mencionar o projeto que se destina a promover esse esporte – e

entre *cesta* e jogo de basquete, configurando, assim, o emprego de um termo por outro, devido à contiguidade entre ambos, ou seja, a *cesta* é um instrumento utilizado para a prática da modalidade esportiva basquete.

A flexão nominal (*cestinha*), no diminutivo, também pode ser interpretada como uma indicação de que o projeto é direcionado para crianças, como de fato o é, pois se trata de um programa que incentiva crianças e adolescentes, entre oito e 15 anos, a praticarem basquete. Por sua vez, a preposição ***no*** (em+o) - ***Atleta do Cestinha no Fluminense*** - está indicando o lugar em que está atualmente o jogador de que fala o texto. No caso, estar no Flamengo é estar em um dado lugar (CONTÊINER).

Embora o significado esteja implícito, o leitor acaba preenchendo essa lacuna informativa, a partir do momento em que faz inferências por meio de seus conhecimentos de mundo para chegar à conclusão de que houve a transferência ou a contratação de um dos atletas do projeto Cestinha, por um time reconhecido nacionalmente nesse esporte.

(E1) - Este é o nono atleta a ser exportado pelo projeto (...). Nesse campo semântico pode-se aplicar o Procedimento de Identificação de Metáforas (PIM), método utilizado para identificar palavras usadas metaforicamente no discurso. Nota-se que o verbo ***exportar*** está sendo utilizado metaforicamente pelo fato de o significado contextual se opor ao significado básico e poder ser entendido em comparação com ele. No campo semântico estabelecido em ***(E1)***, no seu sentido contextual, o uso dessa expressão significa que os atletas profissionais têm o chamado valor de *passé*. Trata-se de um contrato que permite que eles sejam emprestados, cedidos ou vendidos de um clube para outro, inclusive para fora do país. Em seu significado básico, a palavra *exportação* está associada ao procedimento empresarial de vender produtos ou mercadorias para fora do país.

Se ***este é o nono atleta a ser exportado pelo projeto***, o pressuposto é que outros oito já foram colocados em clubes que disputam competições oficiais. Já o

subentendido é de que o objetivo do Projeto é, justamente, preparar atletas para seguir carreira profissional nesse esporte.

(E2) - (...) o Cestinha já encaminhou atletas para clubes de São Paulo, Rio de Janeiro, Estado Unidos e Espanha. No início do sintagma registrado em (E2), a expressão nominal o cestinha, substitui a palavra *projeto* e estabelece uma relação com o que foi dito anteriormente no mesmo parágrafo. Por outro lado, pode-se questionar o fato de que, se o *Cestinha* é um projeto, quem consegue colocar os atletas em outros clubes são as pessoas, os técnicos, enfim, os responsáveis pela carreira dos atletas.

Nesse caso, a utilização do termo confere ao programa - em lugar de aos coordenadores, treinadores, funcionários etc. - a prática de realizar o encaminhamento. De modo que traz o projeto para o primeiro plano, personificando-o. Ao ser personificado, o projeto torna-se um agente. No entanto, é na condição de lugar, de CONTÊINER (metáfora subjacente) de onde são exportados jogadores que o *Cestinha* atua. É de lá que são encaminhados os jogadores. Assim, o projeto *Cestinha*, de acordo com o enunciado, é *sujeito*, *tópico* textual e lugar. Ainda com relação a esse campo semântico (E2), a forma verbal encaminhou reafirma o que já foi dito sobre a proposta do projeto *Cestinha*, que é a de colocar os meninos em clubes que disputam competições oficiais, para que possam ser atletas profissionais.

(E3) - "É uma excelente oportunidade para seguir a carreira de atleta. Qualquer garoto que começa a jogar basquete tem esse sonho, e comigo não é diferente. Estou muito feliz com isso", garante. Nesse campo semântico, o jornalista insere o *outro* no enunciado, ativando um dos recursos linguístico-discursivos da teoria polifônica - a heterogeneidade mostrada - a qual se manifesta nas marcas explícitas que coabitam no texto e que são recuperáveis a partir daí.

É neste contexto, por exemplo, que o jornalista utiliza aspas para marcar a inserção da fonte no enunciado acima (E3). Observa-se nesse, bem como em outros casos, que o relato jornalístico também é uma forma de tratamento da informação,

na medida em que a construção é pensada a partir dos efeitos de sentido que o texto poderá produzir.

Significa dizer que na organização do enunciado faz-se presente, também, a forte presença do jornalista que, em seu discurso, abre espaço para a manifestação de outra voz, pela qual, contudo, não assume a responsabilidade. Entretanto, ele a considera relevante para o seu intuito primeiro, que é persuadir por isso a registra, do modo mais próximo possível do original.

(E4) - "As características físicas dele chamaram a atenção, especialmente a altura do atleta, o que para ser pivô é fundamental. Por isso, logo procuramos integrá-lo ao grupo", comenta o Coordenador do Projeto Cestinha, professor Gilmar Weis. Assim como no campo semântico anterior (E3), aqui também ocorre a presença de outra voz no discurso. Porém, nesse caso, a utilização de aspas realça uma parte do texto e assinala explicitamente a voz de um outro locutor no enunciado. A citação aparece em DD (discurso direto), ou seja, pretensamente, foi reproduzida de modo literal a fala de uma outra pessoa envolvida no acontecimento noticioso divulgado, representada, no caso presente, pelo Coordenador do Projeto Cestinha, professor Gilmar Weis. Apesar de o discurso ter sido inserido de forma direta, marcada por aspas e por um verbo *dicendi* (comentar), a fonte novamente se apresenta no enunciado como L2, enquanto que o jornalista é o L1, já que é ele o responsável pela construção da notícia.

Por meio desse mecanismo, o jornalista enunciador, ao construir seu texto, visou a produzir um efeito de verdade de modo que o leitor, ao entrar em contato direto com a expressão da fonte citada no texto, possa dar maior crédito ao fato noticiado. A escolha de uma ou de outra forma de reportar o discurso – direta ou indiretamente - evidencia o grau de responsabilidade que o jornalista deseja assumir. Entende-se, pois, que a inserção da fonte, no discurso direto, pode ser interpretada como uma forma de argumentação, para que o destinatário, no caso o leitor, compartilhe do mesmo ponto de vista do enunciador inserido implicitamente no texto.

No mesmo campo semântico estabelecido em (E4) o item lexical **pivô** ativa uma dada representação, diferente de outras emergentes a partir de outros contextos. O significado contextual de pivô, no caso presente, se opõe a esses outros significados, utilizados em outros contextos, e pode ser apreendido em comparação com essas outras possíveis ocorrências. A conclusão é que a palavra pivô é polissêmica. Na verdade, a polissemia se mantém no interior da mesma palavra, que possui diversas acepções (sentidos), todas dicionarizadas. Na odontologia, por exemplo, a expressão representa a haste metálica que se destina a suportar coroas nas raízes e incrustações de dentes; na agricultura, é um sistema de irrigação; na linguística, mais especificamente em análise distribucional, é o termo que, num dado enunciado, é idêntico ao que se encontra em outro enunciado e permite estabelecer a equivalência entre eles; e em mecânica, são os pinos esféricos de suporte de suspensão e de outros componentes. Porém, no contexto de que se está falando - modalidade esportiva *basquete* -, a interpretação que se pode atribuir ao dizer do entrevistado, é que o termo **pivô** remete ao jogador que serve de base para a armação das jogadas, especialmente, em função de sua altura. Apesar das diferentes acepções, a consciência linguística dos falantes detecta certa identidade de sentido dentre elas, o que, na verdade, caracteriza a polissemia. A conclusão é a de que a polissemia evita o crescimento desmedido do vocabulário, além do mais, atestando o caráter aberto da textura da palavra a novos sentidos. Importa ressaltar, ainda, que a polissemia é um fato descritivo da língua, que torna possível as mudanças de sentido, daí sua relação com a metáfora.

(E5) – **Sociais - Federados**. Essas duas expressões indicam que dois grupos diferentes de crianças são atendidas pelo projeto *Cestinha*. Inicialmente vale dizer, que seres sociais todos são. Assim, pelo visto, a palavra social está sendo empregada metaforicamente e não em seu sentido literal. Qual a conotação aqui estabelecida? Nesse contexto, os **alunos sociais** são as crianças atendidas pelo projeto com o objetivo de desenvolver trabalho de assistência social, ou seja, com o objetivo de proporcionar-lhes atividades no turno inverso ao da escola. Desse modo, além de procurar fazer com que as crianças tomem gosto pelo esporte, o projeto

também possibilita, por meio do basquete, um outro caminho que não seja o de situações de risco como o das drogas, do álcool, entre outras possibilidades.

Já os **federados**, na linguagem do basquete, ou seja, no contexto de que se fala, são os atletas que já pertencem a algum clube que disputa competições oficiais. Na verdade, são aqueles garotos indicados e encaminhados por outros clubes, pois são atletas que já foram observados e ingressaram no projeto pelo fato de terem características e habilidades suficientes para prosseguirem na carreira. Ou seja, esse grupo já está dentro da federação (CONTÊINER).

Tais constatações decorreram tanto do conhecimento das regras do projeto quanto de introspecção, um dos métodos sugeridos para o trabalho de localização de metáforas. O procedimento se embasou na atividade de reflexão do próprio pesquisador que formulou essas possibilidades interpretativas, lembrando exemplos lidos ou ouvidos.

(F) - *Jornal da Feevale (fevereiro/2010)*

Para estudar no exterior, é preciso planejar-se com antecedência. O intercâmbio completa a formação, contribuindo para os três eixos do desenvolvimento: conhecimento, competências e rede de relacionamento. Definir a duração, o destino e o objetivo da viagem, são etapas fundamentais para quem pretende estudar em um outro país. Veja algumas dicas elaboradas pela Diretoria de Relações Internacionais da Feevale:

– o primeiro passo é definir qual intercâmbio é mais adequado, de acordo com o perfil do aluno, objetivos e interesses, possibilidades financeiras e tempo disponível;

– aprimorar o idioma antes da viagem é uma boa ideia. Assim, será mais fácil se comunicar no país de destino e ganhar fluência na língua;

– as carteirinhas de estudante internacional e albergues (hostels) são sempre úteis em uma viagem internacional. Com elas é possível ganhar bons descontos nas compras e hospedagens;

– durante o intercâmbio, a dica é fazer contato com pessoas locais e participar das atividades culturais, sociais e esportivas disponíveis.

INSCRIÇÕES ABERTAS
Intensivos de Idiomas: para aqueles que buscam qualificar o currículo e viver uma experiência internacional, mas estão sem tempo ou recursos para viver no exterior.

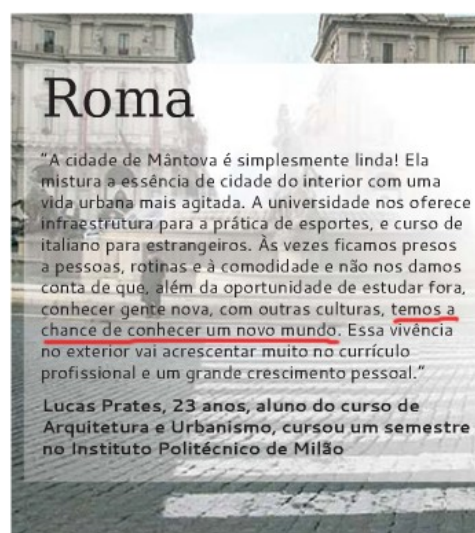
Italiano – julho, 2010
Itália (Roma)

Inglês – julho, 2010
Inglaterra (Londres)

Inglês – janeiro, 2011
Nova Zelândia

Espanhol – janeiro, 2011
Espanha

Eles foram...



Roma

“A cidade de Mântova é simplesmente linda! Ela mistura a essência de cidade do interior com uma vida urbana mais agitada. A universidade nos oferece infraestrutura para a prática de esportes, e curso de italiano para estrangeiros. Às vezes ficamos presos a pessoas, rotinas e à comodidade e não nos damos conta de que, além da oportunidade de estudar fora, conhecer gente nova, com outras culturas, temos a chance de conhecer um novo mundo. Essa vivência no exterior vai acrescentar muito no currículo profissional e um grande crescimento pessoal.”

Lucas Prates, 23 anos, aluno do curso de Arquitetura e Urbanismo, cursou um semestre no Instituto Politécnico de Milão

A notícia veiculada acima (F) está relacionada ao programa de intercâmbio oferecido pela Feevale. Logo na abertura do texto, a oração para estudar no exterior, é preciso planejar-se com antecedência orienta a leitura no sentido de que o texto trata, justamente, das possibilidades de realização de viagens de estudos a outros países. A percepção do leitor é direcionada a partir de seus conhecimentos sobre o assunto, nesse caso de *intercâmbio estudantil*. Inclusive, essa distribuição das informações - oração subordinada, no início, e após a oração principal - atesta a preocupação em evidenciar desde logo a finalidade do intercâmbio.

Esse procedimento pode ser considerado como um mecanismo para elevar o poder de argumentação e de convencimento do texto, no que se refere ao conteúdo publicado. Embora esboçada implicitamente, a propaganda vem mesclada com a notícia institucional, pois tem o objetivo de fazer com que o estudante procure aproveitar as possibilidades de intercâmbio e, em consequência, a instituição seja favorecida economicamente. Essa possibilidade fica ainda mais evidente ao se considerar os próximos campos semânticos selecionados.

(F1) - O intercâmbio completa a formação, contribuindo para os três eixos do desenvolvimento (...). Nesse campo semântico, ao afirmar que o intercâmbio completa a formação, a pressuposição é de que sem ele a formação seria incompleta. Já o subentendido é de que fazer um intercâmbio é uma necessidade essencial para todo o estudante que deseje ser um bom profissional. Nota-se nessa mesma expressão linguística, a presença da metáfora subjacente DESENVOLVIMENTO, ligada ao domínio-fonte da biologia, mais especificamente a dos organismos vivos, realizando-se através de diversas formas metafóricas, dependendo da questão.

O campo semântico em análise (F1), por exemplo, remete à conceitualização metafórica de INTERCÂMBIO COMO ORGANISMO, já que contribui para o complemento da formação acadêmica, enriquecendo os conhecimentos. Tal composição

metafórica deixa ainda mais clara a tese de que o enunciado foi construído com a ideia de vender o projeto de intercâmbio da Feevale.

(F2) – Veja algumas dicas elaboradas pela diretora de Relações Internacionais da Feevale. No enunciado (F2) aparece um recurso polifônico, denominado de *argumentação por autoridade*, na modalidade *arraçado por autoridade*. Esse mecanismo é mobilizado quando o locutor 1 (L1), que é o responsável pela enunciação da notícia, insere uma outra voz no discurso com o objetivo de que esse entrevistado (fonte) emita opinião sobre um determinado assunto de que ele (entrevistado) tenha conhecimento técnico. No caso presente, o jornalista enunciador utiliza a voz da fonte credenciada para apresentar ao leitor algumas sugestões sobre como fazer um intercâmbio. No texto acima (F2), o locutor 2 (L2) é protagonizado pela *diretora de Relações Internacionais da Feevale*. É ela a fonte jornalística que verbaliza sua opinião por ser uma autoridade constituída socialmente, já que é considerada uma especialista podendo, portanto, emitir juízo de valor. A inserção dessa fonte no discurso jornalístico analisado também pode ser compreendida como uma forma do enunciador, no caso o jornalista, tentar comprovar a seriedade da notícia publicada.

(F3) – Intensivos e Idiomas: para aqueles que buscam qualificar o currículo e viver uma experiência, mas estão sem tempo ou recursos para viver no exterior. Nesse campo semântico, a presença da conjunção coordenativa adversativa mas estabelece uma relação de oposição ao que foi afirmado anteriormente. A oração iniciada por mas introduz uma nota de desacordo, diz algo inesperado, contrário à expectativa. Comprova-se, assim, o papel desse operador argumentativo que se presta a direcionar argumentativamente o texto, no sentido de que se possa chegar a uma determinada conclusão e não a outra.

Observa-se que o enunciado ***Intensivos e Idiomas: para aqueles que buscam qualificar o currículo e viver uma experiência*** tem conotação positiva e transmite a ideia de que os cursos intensivos de idiomas são direcionados àqueles que buscam enriquecimento do currículo, portanto, um diferencial que os qualifique melhor para ingressar ou permanecer no mercado de trabalho. Já o segundo

argumento, que contém o sintagma verbal introduzido por **[MAS] estão sem tempo ou recursos para viver no exterior** sustenta a conclusão de que os cursos intensivos se prestam a atender, especialmente, os interesses daqueles estudantes que não têm condições de participar de um outro tipo de intercâmbio, porque trabalham ou não dispõem de recursos financeiros suficientes, dando-lhes uma alternativa.

(F4) – Eles foram... Nesse subtítulo aparecem depoimentos sobre viagens já realizadas. No campo semântico selecionado, o enunciado, apesar de não estar completo e talvez por isso mesmo, dá ideia de movimento, deslocamento. O efeito de sentido criado pode ser atribuído ao fato de a notícia estar relacionada a intercâmbio e viagens. Além do mais, as reticências são marcas textuais que propiciam o seu preenchimento com ideias do leitor, sendo seu emprego compreendido dessa forma, de vez que o espaço deixado às reticências proporciona uma abertura para cogitações diversas de parte do leitor.

Esse processo é conhecido como polifonia não marcada ou implícita, já que dá vez à emergência de diferentes pontos de vista em relação a um mesmo enunciado. O fenômeno evidencia que a presença ou a ausência explícita dos enunciadorez está intrinsecamente relacionada com o sentido pretendido. Assim, manejando a linguagem sugestivamente, o responsável pelo enunciado, no caso o jornalista, idealiza os possíveis pontos de vista a serem expressos, como se observa no campo semântico em análise (F4).

F5 – (...) temos a chance de conhecer um novo mundo. Nesse campo semântico percebe-se que a interpretação da expressão novo mundo indica uma relação com a proposta de intercâmbio que é o tema central proposto na notícia publicada. O leitor lembra do que sabe a respeito de *novos mundos*, entendendo que a pista mostrada no texto sugere que o assunto remete a viagens, a conhecer países e culturas diferentes, enfim, mundos outros que não o seu, já conhecido.

Para confirmar o que se afirmou acima, abaixo do subtítulo e ao lado da matéria aparece um quadro com o depoimento de um estudante (Lucas Prates), que

curso um semestre de Arquitetura e Urbanismo, na Itália. As aspas indicam, de forma explícita, a inserção da voz do estudante para conferir um tom veraz à notícia. A fonte, usando o pronome pessoal **nós**, que indica *eu + estudantes/leitores*, descreve a beleza de Roma, com o propósito de convencer os demais alunos ou possíveis alunos de que, realizar uma viagem de estudo, é um importante investimento.

Observa-se, assim, nesse campo semântico (F5), a diversificação das vozes presentes textualmente. Também fica evidente a manifestação do locutor, quando ele assume uma atitude receptiva de assimilação e aprovação em relação à fonte. É assim que ele insere outra fonte no dizer do enunciado, conferindo o tom desejado à notícia, que é o de convencimento, de persuasão.

(G) - *Jornal da Unisc (março/2010)*

Professora ganha **bolsa produtividade**

A professora do Mestrado e Doutorado em Direito da Unisc, Mônia Clarissa Hennig Leal, foi uma das poucas contempladas com a bolsa produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Trata-se de um reconhecimento a pesquisadores que se destacam em suas áreas de atuação pela qualidade de suas investigações, pelas publicações realizadas e pela liderança e contribuição para a formação de material humano qualificado para a pesquisa no Brasil.

A bolsa será destinada ao desenvolvimento do projeto intitulado *O amicus curiae como instrumento de realização de uma jurisdição constitucional aberta: análise comparativa entre os sistemas brasileiro, alemão e norte-americano*. O objetivo é analisar e discutir perspectivas de democratização da jurisdição constitucional no âmbito do Direito brasileiro, por meio de uma participação mais efetiva da sociedade no debate constitucional. “O reconhecimento do trabalho desenvolvido vem consolidar não só a in-

serção da Universidade no cenário científico nacional, mas também reforçar o destaque da Instituição na área jurídica, especialmente do Mestrado e do Doutorado em Direito”, afirma a professora.

A pesquisa tem a colaboração da Cátedra de Direito Público e do Estado da *Ruprecht-Karl Universität Heidelberg*, na Alemanha. Coordenada pelo professor Winfried Brugger conta com participação de um aluno-bolsista da Graduação em Direito e de uma aluna do Mestrado em Direito.

A notícia acima (G) foi publicada na edição do mês de março do *Jornal da Unisc*. No título, a expressão **bolsa produtividade** traduz um uso metafórico da palavra bolsa. A constatação decorreu da utilização do procedimento *PIM* para identificar palavras usadas metaforicamente. Assim, a acepção primeira de bolsa, seu sentido literal, digamos, é a que refere um pequeno saco, de couro, pano, seda etc. É óbvio que não é esse o sentido de bolsa que está sendo utilizado no contexto que se está considerando. De fato, bolsa, no contexto textual, indica um tipo de

benefício econômico concedido ao pesquisador, tendo em vista o seu destacado trabalho em pesquisa.

Assim, é possível deduzir que o assunto é relativo a uma das modalidades de concessão de bolsas oferecidas pelo *Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)*. Trata-se do programa *Produtividade em Pesquisa (PQ)* que tem o objetivo de dar apoio à pesquisa brasileira, sendo destinado a pesquisadores que já possuem doutorado e que estão fazendo pesquisa nas áreas científica ou tecnológica junto a alguma instituição.

Percebe-se também que, embora o texto tenha caráter apenas noticioso, a forma verbal **ganha**, presente no título, pode ser entendida como indicando que a professora referida no texto participou de uma disputa. Essa dedução contribui para a coerência global do texto no sentido de estar associada a um tipo de competição, em que vencem os melhores.

(G1) - A professora do Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Mônia Clarissa Hennig Leal, foi uma das poucas contempladas com a bolsa de produtividade (...). Nesse campo semântico, o complemento verbal **uma das poucas contempladas** associa-se à metáfora conceitual em que QUANTIDADE É VALOR, sendo POUCO considerado RARIDADE. Por meio dela, pode-se apreender a relação de sentido em que pouco indica exclusividade. Poucos foram os escolhidos, daí o mérito. Neste caso específico, a professora da Unisc foi premiada com algo difícil de ser obtido, já que se depreende da leitura do texto, que havia um número reduzido de bolsas e um número grande de candidatos. Assim, a conclusão é que ficar entre os poucos pesquisadores selecionados representou um grande feito e uma vitória invejável.

(G2) - Trata-se de um reconhecimento a pesquisadores que se destacam em suas áreas de atuação pela qualidade de suas investigações, pelas publicações realizadas e pela liderança e contribuição para a formação de material humano qualificado para a pesquisa no Brasil. Dando continuidade à análise das entrelinhas textuais, percebe-se que a oração restritiva sublinhada que

se destacaram em suas áreas de atuação desvela ainda mais a tese já considerada – metáfora conceitual subjacente QUANTIDADE É VALOR - de que nem todos os pesquisadores foram premiados com a dita bolsa, apenas aqueles que se destacaram em suas áreas de atuação. O complemento oracional fornece subsídios para que o texto seja aceito positiva e até ufanisticamente pelo leitor, podendo ser considerado como mais um recurso persuasivo.

Ainda com relação ao campo semântico estabelecido em (G2), a expressão **formação de material humano** dá a impressão de que algo concreto foi feito, quando, de fato, a realização é abstrata. O que é mesmo formar material humano? A expressão tem sentido figurado. Ninguém concretamente forma material humano. Formar é dar forma, e é impossível dar forma ao ser humano, pois não é sequer concebível colocá-lo numa fôrma e moldá-lo, como se fosse um bolo. Assim, ao materializar uma abstração, o leitor está enriquecendo o seu leque de escolhas linguísticas, cognitivas e sociais. Ou seja, o discurso fala bem mais claro e alto do que aquilo que está explícito no texto. Ao ler faz-se necessário, então, considerar a presença do locutor, do interlocutor e das entrelinhas, para que a construção de sentido dos textos seja percebida como argumentativa.

Ficam, assim, sob a responsabilidade do leitor, tanto a construção das significações, quanto as possíveis interpretações às quais o texto está aberto. Significa dizer que a construção do sentido do enunciado parte da proposta de apropriação feita pelo leitor.

(G3) - “O reconhecimento do trabalho desenvolvido vem consolidar não só a inserção da Universidade no cenário científico nacional, mas também reforçar o destaque da Instituição na área jurídica, especialmente do Mestrado e do Doutorado em Direito”, afirma a professora. Nesse campo semântico recorreu-se novamente à Teoria Polifônica, cujo objetivo é identificar as vozes inseridas no discurso. No enunciado acima (G3), mesmo que implicitamente, o Locutor 1 é o jornalista responsável pela produção da notícia. Já o Locutor 2 é a fonte citada, no caso a professora, inserida no texto por meio do uso de aspas e do verbo *dicendi* **afirmar**, que servem para marcar explicitamente a mudança de

locutores. Esse caso configura novamente a hierarquia, já comentada neste trabalho, de que o Locutor 1 (jornalista) é o responsável pelo enunciado como um todo, enquanto que ao Locutor 2 (fonte) cabe a responsabilidade pela parte do enunciado que lhe é atribuída pelo L1. Quanto à expressão ***inserção da Universidade no cenário científico nacional***, constata-se outra vez, por meio da palavra ***inserção***, 'ser incluído em', a mobilização da metáfora conceitual subjacente do CONTÊINER para indicar que a universidade está dentro do cenário científico nacional e não fora dele.

Ainda sobre o campo semântico estabelecido em (G3), o operador argumentativo ***mas também***, que aparece na fala da entrevistada, estabelece uma relação de acréscimo, ao que foi dito por ela na primeira oração. A professora premiada elenca um somatório de benefícios que a concessão da bolsa de produtividade trouxe ou vai trazer para a Universidade. Nota-se, então, que a inclusão dessa outra voz no discurso transfere à fonte ou à entrevistada, a responsabilidade pelo conteúdo, inserido como estratégia para mesclar a propaganda com a notícia, reforçando a hipótese de o jornalismo institucional traveste a notícia, hibridizando-a com o texto propagandístico.

Além do mais, no final da sua fala, a professora menciona o ***Mestrado*** e o ***Doutorado em Direito***, em um relato que sublinha a ideia de discurso defendida neste estudo de que todos os textos publicados nos jornais das instituições em análise – Unisc e Feevale - têm em vista propagar os seus cursos e consolidar a imagem da Instituição para, assim, conseguir atrair novos estudantes e investidores, já que deles dependem para dar continuidade a suas propostas de ensino, pesquisa e extensão.

(H) - Jornal da Feevale (fevereiro/2010)

Ao final de cada capítulo da novela Viver a Vida, da Rede Globo, entram em cena pessoas que superaram problemas. São histórias de anônimos que enfrentaram obstáculos cotidianos, mas que, apesar disso, não perderam a esperança de lutar por uma vida melhor. Mas quem de nós não tem um familiar, um amigo ou um vizinho que vive situação semelhante? Na própria Feevale, que é uma instituição inclusiva, há vários exemplos de superação, alguns já retratados em edições anteriores do Jornal da Feevale.

A orientadora educacional Suzete Maqali Drumm Koste, que atua na Escola de Aplicação, lembra que uma escola comprometida com o processo de ensinar e aprender confronta-se, hoje, com desejos, limites, necessidades e, especialmente, responsabilidade com as condições necessárias para

DESAFIO
Depois de batalhar por seis meses para conseguir autorização do Ministério da Educação (MEC) para usar um computador adaptado no Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), o estudante Guilherme Finotti, 17 anos, se prepara para um novo desafio: o curso de Sistemas de Informação. O jovem, que tem paralisia cerebral, concluiu um curso técnico na Escola de Aplicação da Feevale no ano passado.

Finotti diz que não pensa em parar de estudar tão cedo. Em novembro de 2009, ele passou no vestibular da Feevale. No final do ano, também enfrentou as provas do Enem, as quais exigiram muita concentração, em função de as questões contarem com extensos enunciados. Mas daqui pra frente, ele garante que será só alegria. "Espero me especializar para depois fazer sucesso na profissão

especiais. Na Escola, destacou-se entre os seus colegas do curso técnico em Desenvolvimento de Software e Aplicação para Internet.

Como bolsista da Feevale, Finotti também desenvolveu trabalhos de iniciação científica. Com orientação da professora Regina de Oliveira Heidrich, ele auxiliou no projeto "Design inclusivo utilizando as tecnologias de informação e comunicação aplicadas na educação", desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Informática na Educação. O estudante foi um dos destaques do 4º Salão UFRGS Jovem 2009, tendo recebido, ainda, medalha de prata na VII Olimpíada Brasileira de Astronomia.

DESCOBERTAS

Guilherme Nola Lumertz estuda na Escola de Aplicação da Feevale desde 2006. Sofrendo de transtorno de desenvolvimento, não sabia ler e escrever aos oito anos de idade. Suas dificuldades eram sentidas em várias áreas, como convívio social, relacionamento com os professores e colegas e atitudes comportamentais. Agora, aos 11 anos, Guilherme vai cursar a 1ª etapa do 3º ciclo do Ensino Fundamental. Segundo sua mãe, Roseli Nola, o momento mais marcante do estudante foi quando, no primeiro dia de aula, ele escreveu seu próprio nome. "A integração entre escola, alunos e pais é muito importante; não só o meu filho, mas todos os outros alunos só têm a ganhar", salienta.

A matéria (H) foi veiculada no Jornal da Feevale, em fevereiro de 2010, e objetiva mostrar como a instituição de ensino se posiciona quanto ao processo de inclusão social, no que se refere a portadores de necessidades especiais. Conforme relatado na abertura do texto, esse assunto foi um dos temas do enredo da novela *Viver a Vida* da Rede Globo de Televisão. O jornal da Feevale usou o chamado *gancho jornalístico*, recurso utilizado para gerar a produção de um outro texto, com ele dialogando (intertextualidade), também, trazendo para a realidade local um conteúdo similar ao de um texto já conhecido. Como visto, a notícia em tela aproveitou o momento para divulgar as ações realizadas pela Escola de Aplicação da Feevale.

(H1) - São histórias de anônimos que enfrentaram obstáculos cotidianos, mas que apesar disso, não perderam a esperança de lutar por uma vida melhor. Nota-se que, nesse campo semântico, a ocorrência do operador

argumentativo ***mas*** tem a função de mostrar a orientação argumentativa para a qual o enunciado está sendo direcionado. A ideia é levar o leitor a concluir que existem diversas possibilidades para a inclusão de portadores de necessidades especiais, sendo uma delas, claro, a Escola de Aplicação da Feevale. Já a palavra ***lutar***, nesse caso, introduz a metáfora conceitual vida é GUERRA. É certo que os portadores de necessidades especiais precisam “lutar” por espaço social, por respeito, por trabalho e assim por diante. Enfim, precisam LUTAR para VIVER.

O operador argumentativo ***mas***, considerado o *operador argumentativo por excelência*, desempenha, no texto, um papel decisivo, apontando a direção argumentativa para a qual está sendo direcionado o ponto de vista proposto no enunciado. No caso em análise, o locutor (jornalista) introduz o argumento (1) ***São histórias de anônimos/ que enfrentaram obstáculos cotidianos***. Tais pessoas, segundo diz o texto, defrontaram-se com dificuldades diárias de toda a ordem e, talvez, nem consigam viver dignamente devido às suas condições físicas.

No entanto, no argumento seguinte iniciado por (2) ***mas que apesar disso, /não perderam a esperança de lutar por uma vida melhor***, a direção argumentativa é contrária ao pessimismo da posição inicial, pois leva o leitor a considerar que, apesar das dificuldades, as pessoas com problemas físicos são capazes de realizar diversas ações e superar obstáculos incríveis. Confirma-se, assim, a proposta de divulgação da notícia, que é a de mostrar a concepção de inclusão social tal como preconizada pela Feevale.

(H2) – Na própria Feevale, que é uma instituição inclusiva (...). Nesse segmento textual, a oração explicativa ***que é uma instituição inclusiva***, caracterizando a Feevale, traduz a preocupação da instituição em promover ações e abrir espaços para que portadores de necessidades especiais possam trabalhar. A oração remete o leitor ao assunto em pauta - inclusão social. Esse discurso ganha relevância, em especial, para aqueles que conhecem as políticas públicas as quais, na atualidade, constante e sistematicamente, promovem a inclusão social, ou, ainda, são sabedores da situação peculiar em que vivem os portadores de necessidades especiais e seus responsáveis.

(H3) - Hoje – passou: Nesse campo semântico o advérbio *hoje* relaciona o texto à situação de produção da matéria, pois a notícia não está falando de ontem ou de tempos anteriores. Na realidade, ancora-se no momento da publicação da matéria, fevereiro de 2010. No dizer implícito, apreende-se a ideia de que a escola de Aplicação da Feevale está de portas abertas para quem desejar frequentá-la, sendo que esse alguém pode fazê-lo, de imediato. A escola de Aplicação é um lugar, e estar lá é fazer parte de uma instituição “inclusiva” (metáfora conceitual do CONTÊINER), que inclui, põe dentro.

Já a forma verbal *passou*, no pretérito, traduz deslocamento num determinado espaço, pois quem *passa* atravessa algum lugar, a rua, por exemplo, movendo-se de um lado para o outro. No caso presente, o verbo *passar* está sendo empregado no sentido de o estudante ter sido aprovado no vestibular. Esse uso conotativo do verbo substituiu o seu significado original, porém seu emprego nesse contexto foi naturalizado, não sendo percebido como metafórico. Assim, no contexto escolar e acadêmico o verbo *passar*, no sentido de ser promovido, é altamente produtivo, estando presente na linguagem diária das pessoas.

(H4) - *Guilherme Nola Lumertz estuda na Escola de Aplicação da Feevale desde 2006. Sofrendo de transtorno de desenvolvimento, não sabia ler e escrever aos oito anos de idade (...). Segundo sua mãe, Roseli Nola, o momento mais marcante do estudante foi quando, no primeiro dia de aula, ele escreveu seu próprio nome. “A integração entre escola, alunos e pais é muito importante; não só o meu filho, mas todos os outros alunos só têm a ganhar”, salienta.* Nesse campo semântico, evidencia-se a dimensão discursiva da *pressuposição polifônica* que engloba o *posto* e *pressuposto*. O *posto* corresponde ao que está dito no enunciado, sendo de exclusiva competência do locutor; já o *pressuposto* possibilita que o locutor diga implicitamente algo, recorrendo ao interlocutor para, juntos, (re)construírem o dito. Assim, o locutor, enquanto responsável pela enunciação, se identifica com o enunciador, quando formula e se responsabiliza pelo *pressuposto* afirmativo ou negativo.

Quanto ao campo semântico estabelecido em (H4), o jornalista insere outra voz no enunciado por meio da expressão linguística: *segundo sua mãe, Roseli Nola*. A utilização dessa fonte estabelece uma conexão entre o enunciado atual e o enunciado apresentado antes. A fala da mãe do estudante pode ser tida, além disso, como uma nova orientação discursiva introduzida textualmente por meio de aspas e do verbo *dicendi salientar*. Pelo visto, a ideia é reforçar a argumentação por meio do depoimento de quem vivencia o assunto, no caso a mãe do aluno Guilherme Nola Lumertz.

É desse modo que o jornalista pretende alcançar o efeito de sentido desejado, que é o de mostrar a outras pessoas que enfrentam o problema da deficiência, as vantagens de quem ingressou na Escola de Educação Aplicada. Pelo discurso, quem ali ingressar, também obterá resultados semelhantes aos daqueles, cujos testemunhos serviram de modelo para a propagação das atividades da Instituição.

3.3 Coleta, análise e discussão dos dados: abril de 2010

A análise a seguir teve início com a seleção de textos retirados das edições do mês de Abril dos jornais da Unisc, de Santa Cruz e da Feevale, de Novo Hamburgo. Foram escolhidos dois textos de cada um dos periódicos.

(I) - Jornal da Unisc (abril/2010)

Balcão do Consumidor apresenta micro-ônibus

Projeto vai atender a moradores de 13 municípios do Vale do Rio Pardo

A Unisc apresentou, no dia 11 de março, o micro-ônibus que será utilizado no Projeto Balcão do Consumidor Itinerante. O veículo foi adquirido em agosto de 2009, por meio de Pregão Eletrônico, com recursos oriundos do edital do Ministério Público Federal. A empresa vencedora da licitação foi a Marcopolo de Caxias do Sul, que ofertou o veículo pelo valor de R\$ 142 mil.

O Balcão do Consumidor Itinerante, desenvolvido pela Unisc em parceria com o Ministério Público Federal, consiste em atender a moradores de 13 municípios do Vale do Rio Pardo. As cidades atendidas serão Candelária, Gramado Xavier, Herveiras, Mato Leitão, Pantano Grande, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz.

Os serviços oferecidos serão de orientações e encaminhamentos



Atendimento será feito por bolsistas do curso de Direito

jurídicos na área do consumidor, como taxas de juros, telefonia, energia elétrica, entre outros. “O nosso trabalho é levar cidadania e informação aos consumidores. Também queremos firmar uma parceria com os fornecedores

como forma de garantir os direitos dos consumidores, num processo educacional”, explica o professor do Departamento de Direito, Ricardo Hermany.

A coordenadora do Projeto, Veridiana Rehbein, disse que nos

próximos dias iniciarão as visitas. “O agendamento prévio é importante para que ocorra uma organização no processo. É bom ressaltar que se trata de uma atividade dirigida à comunidade e que, portanto, ela pode usufruir dessa proposta”, destacou.

O micro-ônibus está equipado com escritório, computador e impressora multimídia para atender à população. O trabalho será realizado por bolsistas do curso de Direito e por professores da Universidade que irão até as comunidades para prestar informações. Os interessados poderão agendar a visita pelo telefone (51) 3717-7644.

76

O texto (I) foi publicado na edição de abril do Jornal da Unisc e versa sobre uma iniciativa da extensão, que oferece à comunidade serviços de assistência judiciária gratuita. O item lexical **Balcão** está sendo usado metaforicamente, pois o significado contextual se opõe ao significado básico e pode ser entendido através da comparação entre ambos. O conceito básico de balcão é o de um móvel em que se podem colocar objetos ou, então, um móvel em que as pessoas podem se apoiar enquanto esperam para ser atendidas. No sentido contextual, porém, a significação que o texto propõe está relacionada a atendimento apenas, não se referindo ao móvel. O sentido da palavra se tornou mais abstrato, significando a ação de atender. Por outro lado, o verbo **apresentar**, também constante no título da matéria, pressupõe que se o veículo (micro-ônibus) está sendo apresentado é porque não existia, só chegou agora, ou seja, antes não havia o assim chamado **Balcão**, já que ele está sendo difundido através do texto. Trata-se, então, de uma novidade relacionada ao assunto posto em foco.

O verbo **atender**, na linha de apoio, logo abaixo do título, presta-se a confirmar a ideia inicial – a metáfora subjacente - constante do título, que relaciona balcão e atendimento ao público. Por meio do verbo **atender** é possível apreender o

objetivo da matéria, prestar atendimento a pessoas (empresários, empregadores, empregados) sobre questões que envolvam direitos do cliente ou consumidor.

Ou seja, relacionar metaforicamente *ATENDIMENTO AO PÚBLICO* e *BALCÃO DO CONSUMIDOR* implica a utilização de uma estratégia especial, trazendo à tona o *pressuposto* possibilitador de inferências e mobilizando os conhecimentos enciclopédicos do leitor a respeito do assunto. Em suma, o uso da metáfora conceitual nesse contexto permite dizer algo impossível de expressar sem o seu emprego. Do mesmo modo, oferece ao leitor a possibilidade de interpretar o que foi dito, recorrendo a seus conhecimentos e experiências.

(11) - “O nosso trabalho é levar (1) cidadania e informação aos consumidores. Também queremos firmar uma parceria (2) com os fornecedores como forma de garantir (3) os direitos dos consumidores, num processo educacional” (4), explica o Chefe do Departamento de Direito da

77

Unisc, professor Ricardo Hermany. Nesse caso é inserida a citação de uma das fontes e por esse meio o jornalista recorre a um dos recursos polifônicos - *discurso relatado direto* -, marcado explicitamente pelo uso de *aspas*. Nele, há a descrição, (possivelmente) na íntegra, daquilo que o produtor da notícia, no caso o jornalista, ouviu do entrevistado. O verbo *dicendi* explicar é utilizado para exprimir convicção. As expressões linguísticas *sublinhadas* e *numeradas* orientam as interpretações a partir dos recursos argumentativos utilizados, concluindo-se o seguinte:

(1) levar: a análise desse verbo sugere atividade física – quem leva, leva alguma coisa – estando a cidadania (objeto direto), que está sendo levada, relacionada ao campo jurídico, já que este é o assunto que está sendo tratado, pois o texto se relaciona a um projeto do curso de Direito da Unisc. Mas levar cidadania não é o mesmo que levar uma cadeira, ou uma mala. O sentido é bem mais abstrato, afastando-se da acepção mais concreta do verbo. No caso, a palavra remete à ideia de meta, objetivo, proposta ou atividade. O uso do termo faz com que o leitor pense em esforço, empenho por parte do curso de Direito, para viabilizar o projeto.

(2) **parceria**: pelo fato de o assunto focado relacionar-se a direitos dos consumidores, a palavra *parceria* remete à contribuição, à cooperação na tentativa de traduzir a necessidade de conjugar esforços para alcançar um objetivo comum. Nesse caso, um trabalho de conscientização junto ao empresariado, para evitar problemas jurídicos futuros entre clientes e empresas.

(3) **garantir**: o uso do verbo *garantir* leva o leitor a pensar no reconhecimento e validação de um direito já adquirido e assegurado, quando do pagamento pela prestação de determinados serviços. O pressuposto existente, no entanto, atesta que se algo precisa ser garantido é porque não o está. Na verdade, o direito de alguém não foi respeitado e, por isso, existe a necessidade de intervenção jurídica.

78

(4) **processo educacional**: essa expressão faz ver que está sendo feita uma proposta de trabalho de orientação, de atendimento (balcão) para que as empresas entendam que, de fato, existem os direitos dos consumidores e que eles não devem ser ignorados. É processo, implicando duração, porque não é certo que todos os empresários estejam convencidos disso. O pressuposto é o de que não estejam. Do mesmo modo, a expressão dá a entender que se não forem respeitados os direitos legítimos dos clientes, as empresas poderão ser alvos de reclamações judiciais. A forma de dizer da fonte, também indica que a meta é orientar os empresários com o intuito de evitar que o cliente tenha que entrar com ações judiciais para fazer valer seus direitos.

(12) - A Coordenadora do Projeto, Veridiana Rehbein, disse que nos próximos dias iniciarão as visitas (1). “O agendamento prévio é importante (2) para que ocorra uma organização no processo. É bom ressaltar que se trata de uma atividade dirigida à comunidade (3) e que, portanto, ela pode usufruir dessa proposta (4)”, destacou. Esse campo semântico pode ser melhor explicitado, se considerado o caráter heterogêneo de todo discurso. Nesse caso, a

heterogeneidade materializa-se no texto pelo uso de *aspas* que indicam a inserção de outra voz no tecido textual. A inserção dessa outra voz ocorre de maneira explícita, portanto, como heterogeneidade mostrada, a qual confere maior visibilidade à presença de outras vozes. Assim, como no campo semântico anterior (1), algumas expressões foram *sublinhadas* e *numeradas*, por não apresentarem possibilidade de interpretação literal.

(1) **Visitas:** esse termo pode ser entendido, no texto, como o início da prestação de serviços jurídicos à comunidade. Presume-se tal, pelo fato de o conteúdo da notícia relacionar-se à realização de atendimentos jurídicos em várias cidades da região, já que no nome do projeto consta a palavra *itinerante*. Nesse caso, ao invés de empregar um outro verbo com um significado similar como *viajar*, por exemplo, a entrevistada (Veridiana Rehbein) preferiu empregar uma expressão ligada a uma atividade social

79

genérica – visitar -, que elucidasse a ideia proposta e se tornasse mais indicativa de acolhimento e informalidade. Um visitante é alguém esperado e normalmente é bem recebido.

(2) **o agendamento prévio é importante:** essa expressão contém pressupostos e subentendidos. Assim, a oferta anunciada tem contrapartida, pois os gestores municipais precisam mostrar interesse e, portanto, se agendar para obter os serviços anunciados. O pressuposto é o de que em não havendo agendamento prévio, não haverá atendimento. Por outro lado, o texto enfatiza o advérbio, ***antecipadamente***, por meio dele esclarecendo qual a condição preestabelecida para que os gestores municipais cumpram o exigido. O subentendido é o de que o comprometimento deve ser das duas partes, evitando-se com isso o *paternalismo*.

(3) **atividade dirigida à comunidade:** a presença do verbo *dirigir* nesse sintagma apresenta uma marca de pressuposição, indicando que os serviços oferecidos pelo Balcão do consumidor são gratuitos, sendo franqueados ao público interessado. Trata-se de uma expressão linguística corrente,

sobretudo, para e por quem se utiliza desses tipos de serviços. Deve-se destacar que o uso metafórico da expressão *atividade dirigida* se tornou tão usual que acabou sendo tido como literal, apesar de não sê-lo. No dicionário, por exemplo, a palavra dirigir significa tomar ou seguir uma direção, reger, administrar, endereçar, enviar e envolve muitos tipos de atividades.

(4) pode usufruir dessa proposta: o uso do verbo *usufruir* acrescenta uma pitada de deleite ao que está sendo proposto, indicando que todos os interessados podem desfrutar das atividades enumeradas, porque o projeto é aberto e qualquer pessoa poderá dele dispor. O deleite, no entanto, decorre de quê? O verbo no infinitivo, ou seja, sem estar conjugado, dá a ideia da efetividade prazerosa da ação, não a vinculando a um tempo ou pessoa específicos. O emprego do verbo modal 'poder' - *pode* - indica possibilidade e não certeza, reiterando, ainda que não abertamente, a exigência de agendamento. Assim, pressupõe-se que o serviço disponibilizado é uma

80

oferta nova e a partir de agora entra em funcionamento, podendo ser utilizado por toda a comunidade.

(J) - Jornal da Feevale (abril/2010)

PARCERIA PARA A INOVAÇÃO

Projeto une o
conhecimento
acadêmico
com as
necessidades
das empresas

No mês de março, as empresas que aprovaram projetos de pesquisa e inovação no Edital de Tecnologia e Inovação da Feevale, assinaram o convênio de cooperação com a Instituição. Ele tem por objetivo apoiar atividades de pesquisa tecnológica e de inovação que contribuam com o desenvolvimento regional, em parceria com empresas, mediante apoio a projetos que promovam

a competitividade das empresas; desenvolvam produtos e processos inovadores; estimulem a ampliação das atividades de pesquisa e inovação em empresas ou consórcios empresariais; indiquem potencial para contribuir com os cursos e programas de pós-graduação (*stricto sensu*) e com as linhas institucionais de pesquisa; e contribuam para o desenvolvimento tecnológico da região do Vale do Rio dos Sinos.

Segundo o diretor técnico da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Júlio Ferst, a iniciativa da Feevale é excelente. "A partir de agora, vamos dar um passo adiante, pois se trata de uma inovação para o nosso Estado", ressaltou. Conforme a assessora de pesquisa, Elisabeth Drumm, desde 2009, a



Parceria: convênio permitirá transferência de conhecimento para empresas da região

Feevale vem estreitando as relações com as empresas, colaborando na construção de seus projetos. Desde a abertura do Edital, 21 empresas procuraram a Instituição e sete foram aprovadas. "Até a metade deste semestre outro edital deve ser lançado. Nossa meta para 2010 é atender uma média de 40 empresas", disse Elisabeth.

Saiba quais foram as empresas que assinaram o convênio:

- Arteccla (Campo Bom)
- BMP Proar (Campo Bom)
- Conforto Artefatos de Couro (Estância Velha)
- Cor Química (Novo Hamburgo)
- Daniel Metais e Plásticos (Novo Hamburgo)

- Dublauto Gaúcha (Ivoti)
- Termo Têxtil (Novo Hamburgo)

.MAIS
(51) 3586.8800 ramal 9000
nitt@feevale.br

O texto acima (J) aborda uma parceria firmada entre a Feevale, por meio da área da pesquisa, e as empresas da região de abrangência da Instituição. No título da matéria as expressões ***parceria - inovação*** dão pistas ao leitor de que o texto destina-se a convencê-lo de que o assunto é de interesse geral, prevendo benefícios para toda a comunidade, especificamente para o setor empresarial, na medida em que enfoca a temática novidades tecnológicas. Essa interpretação inicial é possível, porque o texto remete às experiências e aos conhecimentos de mundo de cada leitor, confirmando a tese de que os as entrelinhas do discurso dizem bem mais do que as palavras que aparecem explicitamente textualizadas.

(J1) - Projeto *une* o conhecimento acadêmico com as necessidades das empresas. Nesse campo semântico, a forma verbal ***une*** sugere a ação de aproximar, juntar e indica contemporaneidade em relação ao enunciado. O verbo no

81

presente do indicativo remete o leitor a um processo que está ocorrendo no momento, embora noticie algo que já foi realizado. O presente do indicativo, então, é usado como presente histórico, indicando permanência no tempo. Por sua vez, a expressão ***necessidades das empresas*** pode ser compreendida como uma exigência que o empresariado passou a ter, até porque houve a personificação da empresa. Ou seja, os empresários têm certas exigências e começaram a procurar e exigir mão de obra qualificada. Implícita está a ideia de que estava faltando um projeto que associasse a teoria (acadêmica) com a prática (trabalho); o subentendido é o de que é preciso que o conhecimento acadêmico atenda às demandas das empresas ou que, como está sendo feito, não atende.

Também se subentende que a notícia pode estar apontando uma falha no sistema acadêmico, que não está suprindo as necessidades do meio empresarial. Assim, o enunciado propaga o projeto como uma proposta que busca solucionar, de modo definitivo, a lacuna supostamente existente entre teoria e prática laboral.

(J2) - Ele tem por objetivo apoiar atividades de pesquisa tecnológica e de inovação que contribuam com o desenvolvimento regional, em parceria

com empresas (...). A expressão **desenvolvimento regional** é usada constantemente nos discursos das duas instituições, ambas (Unisc e Feevale) empregando-a sem parcimônia. Nesse caso específico (J2), a expressão *desenvolvimento* mobiliza a metáfora subjacente a TECNOLOGIA É UM ORGANISMO, pois apregoa o *desenvolvimento* tecnológico, associando-o a desenvolvimento orgânico, físico etc.

A ponderação revela-se pertinente, pois logo a seguir, o texto (J2) é complementado pela expressão **contribuam para o desenvolvimento tecnológico da região do Vale do Rio dos Sinos.** Expressa-se, assim, a sintonia entre o restante do texto e a ideia veiculada implicitamente por meio da metáfora conceitual de que a Feevale está colaborando, de modo efetivo, para o *desenvolvimento tecnológico* da região na qual está inserida, nesse caso, a região do *Vale do Rio dos Sinos*. Essa reiteração confirma que, a partir do estudo das metáforas conceituais, é possível apreender de que modo os grupos sociais e as ideologias em circulação enquadram o mundo, traduzindo-o através das expressões metafóricas utilizadas.

82

(J3) - Segundo o diretor técnico da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Júlio Ferst, a iniciativa da Feevale é excelente. Conforme já mencionado no estudo, nesse campo semântico o Locutor 1, no caso o jornalista, insere outra voz no discurso (entrevistado). Mesmo assim, verifica-se que é ele (jornalista) quem continua sendo o responsável pelo enunciado, pois permanece tecendo seu texto, com o intuito de confirmar, por meio da inserção da fonte, que o projeto é importante. Para chegar ao resultado desejado, que é o de exaltar o projeto da Instituição, o enunciador seleciona uma fala em que o entrevistado caracteriza a proposta como *excelente*.

Recordando que o Locutor 1 é definido como aquele a quem se pode *imputar* a responsabilidade pelo enunciado. Por isso mesmo, o jornalista procura conferir alto grau de veracidade ao que está sendo dito, de modo a convencer o leitor de que o projeto de que se está falando representa um grande ganho para toda a comunidade. Para tanto, parafraseia o que foi dito e alinhava o que ouviu da fonte (L2), acrescentando uma menção explícita à autoridade que se posicionou a respeito do assunto dessa maneira. Logo em seguida, insere, explicitamente, a fala do

entrevistado em um discurso relatado direto, que sinaliza textualmente a inserção de outra fala no discurso, registrando-o através do uso de aspas.

(J4) - “A partir de agora, vamos dar um passo adiante, pois se trata de uma inovação para o nosso Estado”, ressaltou. Nesse segmento textual, o jornalista transcreve literalmente a fala da fonte que, presumivelmente, o autoriza e a ele delega sua voz, enquanto produtor da notícia. Nota-se, ainda, que o verbo *dicendi* ressaltar é utilizado como forma de esclarecer que a voz inserida no enunciado não é a do jornalista, mas sim de uma das fontes ouvidas para a construção textual da notícia.

Em (J4), interessa comentar a ocorrência do enunciado **vamos dar um passo adiante**. Nele, o verbo **dar** e seu complemento **um passo adiante** exprimem uma metáfora conceitual, na medida em que concretizam algo abstrato, dando a entender que instituições como a Secretaria de Ciência e Tecnologia do RS e a Feevale podem, digamos, andar. Quem vai dar um passo? No exemplo, a palavra

83

passo, tal como empregada, é uma abstração porque somente seres animados podem dar passos, caminhar. A instituição não pode dar um passo a não ser metaforicamente, já que não é um ser que possa realizar movimentos de natureza física. A expressão **adiante**, de sua parte, poderia ser substituída por **à frente**, que se associa à metáfora conceitual TEMPO QUE PASSA É MOVIMENTO EM UMA SUPERFÍCIE.

Nessa versão, a metáfora conceitualiza tempo como espaço ou território, no qual as instituições, representadas por pessoas responsáveis, podem se localizar e se movimentar de tal sorte que se forem para a frente, estarão deslocando-se para o futuro. As expressões associadas ao complemento, tornam a frase perfeitamente aceitável, entendendo-se com ela que o projeto divulgado representa progresso em termos de possibilidades tecnológicas futuras.

(J5) - Conforme a assessora de pesquisa, Elisabeth Drumm, desde 2009, a Feevale vem estreitando as relações com as empresas, colaborando na construção de seus projetos (...). “Até a metade deste semestre outro edital

deve ser lançado (...)”, disse **Elisabeth**. Nesse campo semântico, assim como no anterior, há a inserção de outra voz no enunciado. Primeiramente de forma direta, para encaixar a fala da entrevistada, o jornalista utiliza o *arraçado por autoridade*, mas continua sendo o Locutor 1, de vez que é o responsável pelo enunciado total.

Já o Locutor 2 é tido, no texto, como sendo a fonte, que no caso é representada pela assessora de pesquisa da Feevale, *Elisabeth Drumm*. É ela quem aparece no enunciado como sendo uma *autoridade* socialmente autorizada, pois ocupa cargo de especialista. Em vista disso, ela pode emitir juízo de valor sobre o conteúdo proposto na notícia publicada.

Observa-se, também, que por meio da oração **estreitando as relações com as empresas**, a entrevistada ratifica a ideia já expressa, de que o projeto foi criado para atender interesses das empresas, que inclusive podem estreitar relações. Como será que a Feevale estreita relações com as demais empresas? De novo se observa a personificação, por meio da qual as empresas assumem o papel dos

84

agentes humanos. Da mesma forma, o texto propaga a *missão* social assumida pela Feevale, no sentido de estar perfeitamente inserida na comunidade, nesse caso, o meio empresarial (CONTÊINER).

(L) - Jornal da Unisc - (abril/2010)

Unisc firma parcerias com as equipes de futsal da região

A Unisc vai apoiar as equipes de futsal da região nos campeonatos da primeira e segunda divisões e na Liga Nacional de Futsal. A Instituição assinou, no dia 26 de março, o contrato de patrocínio com a equipe da Assaf de Santa Cruz que vai disputar o Campeonato Estadual 2010 da primeira divisão.

Para o presidente da Assaf, Iloir Steffens, a confiança depositada pela Instituição é extremamente importante e reforça o compromisso da equipe em fazer uma boa campanha na competição. “Essa atitude torna a nossa responsabilidade ainda maior. Vamos, juntamente com a diretoria, a comissão técnica e os jogadores, unir esforços para realizar uma boa campanha no Estadual. É um compromisso que temos com a Unisc e com toda a comunidade que prestigia o esporte”, adiantou.

Já no dia 1º de abril foi assinado o contrato de patrocínio com a Associação Sobradinho. A equipe vai disputar a segunda divisão do Campeonato Estadual de Futsal 2010. Durante a solenidade, o presidente da Associação Sobradinho, Deoner Franceschett, disse que, assim como no ano passado, a equipe pretende fazer uma boa campanha para honrar o nome da Unisc, que é um patrocinador importante para toda a região. “A intenção é manter a parceria com a Unisc que já dura seis anos e, daqui a um ou dois anos, chegar à primeira divisão do futsal”, afirmou.

O reitor da Unisc, Vilmar Thomé, ressaltou que a Instituição incentiva a realização de quase todas as modalidades esportivas na região. “Sempre apoiamos as iniciativas da comunidade, especialmente no esporte que, na nossa concepção, deve servir de modelo de vida para todos, principalmente para as crianças. É, portanto, esse o retorno que esperamos das parcerias”, frisou.

O contrato de parceria com a Assoeva, de Venâncio Aires, foi assinado no dia 8 de abril.

A matéria acima (L) foi veiculada no Jornal da Unisc e divulga a proposta de patrocínio dos clubes de futsal da região. Seu título é **Unisc firma parcerias com as**

equipes de futsal da região. Em: firma parcerias o verbo firmar e seu complemento são considerados metafóricos, pois se prestam a convencer o leitor de que a instituição preocupa-se em incentivar e colaborar com o esporte da região. Firmar significa assinar, dar consistência a algo, estabelecer algo como certo. Quem

85

assina não é a Unisc, quem o faz é alguma autoridade. Isto é, outra vez observa-se a personificação da instituição, pessoa jurídica. De fato, algum responsável realiza a transação em nome da instituição. O que é firmado: a parceria. A afirmação implica um compromisso. Observa-se, ademais, que a forma verbal **apoia**, logo na abertura

do texto, aparece no presente do indicativo e também colabora para essa interpretação. O tempo verbal – presente do indicativo – é o recurso argumentativo mobilizado para dar ideia de que se trata de uma ação contínua, ou seja, de um trabalho que consolida a Instituição como incentivadora *permanente*, atemporal, das ações esportivas do futsal.

Nos campos semânticos a seguir, vai ficando ainda mais clara a ideia de que a organização do enunciado revela a ideologia da Instituição (Unisc). Ideologia essa, que apregoa que os clubes de futsal patrocinados pela Instituição podem contar com a colaboração da Universidade em todos os sentidos, ou, então, que esse apoio é sinônimo de segurança financeira e de infraestrutura garantida para as equipes.

(L1) - Para o presidente da Assaf, Iloir Steffens. (...) É um compromisso que temos com a Unisc e com toda a comunidade que prestigia o esporte”, adiantou. Nesse e nos campos semânticos a seguir, foram inseridas outras vozes no discurso jornalístico. Nota-se que a utilização das fontes por parte do enunciador, o jornalista, apenas serve para confirmar a proposta constante na notícia de que a Instituição Unisc (personificada) está decidida a contribuir para o desenvolvimento do esporte na região. Assim, na instância de produção discursiva, a presença do jornalista garante a divulgação daquilo que a Instituição deseja e a adoção, por parte dele, de certo grau de intencionalidade para buscar persuadir o leitor quanto ao efeito de sentido pretendido pelo enunciado.

Na fala do entrevistado, por exemplo, a escolha da expressão **compromisso** associada ao *articulador e*, indica uma instrução de sentido o de adição, somatório, para fazer com que o leitor considere o fato de a Unisc valorizar o esporte com a mesma intensidade que os demais desportistas membros da comunidade esportiva. O discurso orienta o leitor, dando-lhe pistas textuais de que a Unisc, de fato, compartilha com e estabelece, por meio desse incentivo financeiro, uma relação de

pertença, está incluída no grupo aqui constituído e representado pelas pessoas envolvidas com a modalidade esportiva *futsal*.

(L2) – (...) o presidente da Associação Sobradinho, Deoner Francescett, disse que assim como no ano passado, a equipe pretende fazer uma boa campanha para honrar o nome da Unisc, que é um patrocinador importante para toda a região. Observa-se, nesse caso, que o verbo *honrar* eleva a Instituição ao *status* de modelo de desenvolvimento econômico e social. Quem é que merece ser honrado? Deus, pai e mãe, heróis e assim por diante. Assim sendo, a campanha da equipe deve estar à altura do investimento e de tudo o que a Instituição (Unisc) representa em termos sociais, culturais e econômicos.

A ponderação é reforçada por meio do pronome relativo **que**, responsável pela explicitação mais pormenorizada do que representa a Unisc, caracterizada como uma colaboradora (patrocinadora) importante, indicando ademais a direção para a qual a argumentação está sendo dirigida. Na primeira oração, o subentendido é o de que o nome da Instituição tem um peso ou uma representatividade considerável para a área do esporte. Já na segunda oração, o pressuposto é o de que a Unisc usualmente apoia financeiramente os clubes e, portanto, é necessário fazer uma boa campanha na competição para continuar recebendo o aporte financeiro.

(L3) - O reitor da Unisc, Vilmar Thomé, ressaltou que a Instituição incentiva a realização de quase todas as modalidades esportivas na região. “Sempre apoiamos as iniciativas da comunidade, especialmente no esporte, que na nossa concepção, deve servir de modelo de vida para todos, principalmente para as crianças. É, portanto, esse o retorno que esperamos das parcerias”, frisou. Nesse campo semântico foram sublinhados os operadores argumentativos existentes na fala do entrevistado, o reitor da Unisc, Vilmar Thomé. O operador argumentativo **quase**, presente no sintagma, aparece com a função de orientar para a conclusão da afirmação que vinha sendo destacada no enunciado. Contudo, se quase todas as modalidades esportivas são beneficiadas, o

pressuposto é de que nem todas o sejam. Portanto, o apoio de que se fala é destinado a alguns esportes e não a todos.

Por outro lado, a Instituição de Ensino presidida pelo reitor entrevistado - segundo seu depoimento -, procura apoiar as ações e as iniciativas esportivas da região, apresentando-se à sociedade com esse papel e essa missão. Quanto ao operador conclusivo ***portanto***, presta-se a direcionar a conclusão no sentido de que o único retorno esperado com o investimento, constitui-se no bem-estar dos envolvidos com e na comunidade esportiva.

Fica evidente que, em todos os casos enumerados, o enunciador manifesta-se discursivamente. É ele quem orienta o discurso de forma a convencer o leitor de que o conteúdo exposto tem cunho informativo, não se tratando, pois, de propaganda aberta. Além do mais, é de conhecimento geral que, em troca do patrocínio, a marca da universidade será divulgada na mídia, sendo o *logo* da Instituição estampado nas camisetas dos clubes e em placas colocadas nos ginásios.

Apesar disso, o texto apenas diz explicitamente que o investimento financeiro feito pela Unisc, ao patrocinar os clubes de futsal da região, consiste em uma ação social com o intuito de colaborar para o bem do esporte. Apenas isso, nada mais. Para obter esse efeito de sentido, o enunciador-jornalista utilizou diversos mecanismos textuais que serviram para mascarar a propaganda com o objetivo de transformá-la em uma notícia, em tese, de interesse geral.

CONTADORES GLOBAIS

Com o objetivo de formar contadores com visão sistêmica das organizações, com domínio de conhecimentos técnicos e científicos capazes de gerar soluções e produzir informações, o curso de Ciências Contábeis da Feevale vem realizando diversas viagens e cursos fora do país. Desde 2008, viagens de estudos para a Argentina e Chile, por exemplo, são um complemento para

a formação de novos contadores, que adquirem uma visão internacional de mercado.

Dessa forma, o curso vem estreitando os laços com diversas universidades. A professora Maristela Bauer, por exemplo, esteve na Finlândia participando de vários encontros e ministrando o curso "Como fazer negócios com o Brasil", voltado para área

de gestão e contábeis. "A viagem foi muito positiva, pois possibilitou a troca de conhecimento com uma instituição europeia. Lá eu ministrei aulas em inglês, tanto presenciais como a distância. Para os alunos, a experiência de um intercâmbio também é importante, pois agrega valor ao currículo e possibilita experiência e o contato com culturas diferentes", explica a professora.

O texto acima (*M*) foi publicado no Jornal da Feevale e traz informações sobre um programa de viagens desenvolvido pelo curso de Ciências Contábeis. O título - **Contadores globais** - atira uma dada representação, já que é recorrente a utilização das palavras *globalização* e *global* nos mais diversos contextos.

Entende-se por *globalização* um mundo interligado, ou seja, o termo indica *aproximação e unificação* reportando-se à forma como os países interagem e aproximam pessoas e instituições, através de interesses econômicos, sociais, culturais e políticos. Assim, a manchete atualiza a presença desse processo para divulgar a profissão de *Contador* que, neste caso, tem como diferencial a realização de cursos, no exterior, promovida pela instituição de ensino, Feevale.

A mobilização de saberes diversos, a formulação de hipóteses várias, os cálculos mentais realizados na construção de uma dada situação de ocorrência discursiva é que indicam a compreensão de um texto e não apenas o léxico e a gramática. Assim, são os discursos presentes nos textos os responsáveis pela sua significação. Ou seja, as leituras não possuem uma interpretação exclusiva e definitiva. Elas são diferentes umas das outras, dependendo do contexto em que

ocorrem e de seus objetivos. O processo é dinâmico e as suas formas estão diretamente ligadas às circunstâncias e aos objetivos. Se uma pessoa, ler rápida e desavisadamente o sintagma nominal *contadores globais*, título da notícia, poderá associá-lo, por exemplo, a contadores de histórias e ficará desapontada ao tomar conhecimento do restante do texto, já que o termo contadores refere-se aos profissionais das Ciências Contábeis. Desse modo, fica claro que um texto não diz apenas o que aparece explícito, mas também o que está implícito, ou o *não-dito*, uma vez que toda leitura implica a fusão das informações constantes no texto com a bagagem de conhecimentos do leitor, sua posição ideológica, enfim seu modo de entender o mundo.

(M1) - Com o objetivo de formar contadores com visão sistêmica das organizações, com domínio de conhecimentos técnicos e científicos capazes de gerar soluções e produzir informações (...). A expressão Visão sistêmica evidencia o fenômeno da intertextualidade. Observa-se que o enunciador, nesse caso o jornalista, propõe um diálogo com outros textos em sua composição. Ele remete o leitor à sua memória discursiva e traz à superfície, por exemplo, uma menção ao livro *Visão Sistêmica e Administração* - de Dante Pinheiro Martinelli e Carla Aparecida Arena Ventura.

A mobilização de conhecimentos intertextuais demanda do leitor leituras outras para que possa apreender o texto atual com mais profundidade. Em tal perspectiva, os sentidos expostos no texto só serão, de fato, captados, se o leitor tiver previamente armazenado em sua memória discursiva o conhecimento dos textos originais.

Em outras palavras, para que ocorra a apreensão mais ampla e profunda do sentido do texto que está sendo divulgado, o leitor precisa recorrer a conhecimentos anteriormente adquiridos. Nesse caso, a expressão *visão sistêmica* pode ser entendida como traduzindo uma necessidade do mercado de trabalho atual, que exige profissionais com o conhecimento do “todo” da empresa. Somente com tal perfil os profissionais possuirão o tipo de habilidade requerida, sendo capazes de

fazer análises mais abrangentes e interferir no modo de funcionamento das organizações em que trabalham, de forma consequente e eficaz.

Nesse campo semântico, portanto, algumas expressões podem ser consideradas como abertas a diversas interpretações, por apresentarem possibilidades de usos conotativos, metafóricos. Sua compreensão remete ao objetivo proposto pelo enunciado inicial que é o de propagar o curso de Ciências Contábeis da Feevale.

(M2) - gerar soluções - produzir informações. Gerar, nesse contexto, significa produzir algo não concreto, uma resposta para um problema, o que exige criatividade. Produzir informações, de sua parte, implica criar informação nova. No aspecto cognitivo, as expressões referidas remetem aos desafios ensejados pela *globalização*, sendo um deles o fato de o mercado de trabalho necessitar de profissionais criativos, inovadores. A linguagem utilizada no texto configura um uso argumentativo e o jornalista responsável a emprega, buscando fazer com que o destinatário (leitor) acredite que o curso oferecido pela Feevale atende a essa demanda do mercado. Assim, há uma propaganda implícita do curso, dentre as malhas de um texto noticioso.

(M3) – Dessa forma o curso vem estreitando os laços com diversas universidades. Em ***Dessa forma***, ou seja, da forma como foi feito, a expressão foi utilizada como vínculo coesivo para dar sequência ao parágrafo anterior. Ela dá destaque ao modo como o profissional da área contábil pode cumprir os requisitos já mencionados, anteriormente, divulgando a realização de diversas viagens para fora do país, tidas no discurso, como um importante complemento para a formação de novos contadores.

Quanto à palavra **laços**, pode-se entendê-la como sendo polissêmica. Um laço pode ser um nó feito através de uma volta atada à extremidade do fio, podendo ser fixa ou móvel. No entanto, o sentido contextual apresentado no texto publicado, remete a pacto, aliança, união mais profícua entre universidades o que equipara seu sentido ao de *laços políticos*, que também remete a esse sentido.

(M4) - A professora Maristela Bauer, por exemplo, esteve na Finlândia participando de vários encontros e ministrando o curso (...). “A viagem foi muito positiva, pois possibilitou a troca de conhecimento com uma instituição europeia. Lá eu ministrei aulas em inglês, tanto presenciais como a distância. Para os alunos, a experiência de um intercâmbio também é importante, pois agrega valor ao currículo e possibilita experiência e o contato com culturas diferentes”, explica a professora. Nesse campo semântico, podem ser localizadas formas de *heterogeneidade mostrada*. Apoiando-se na perspectiva de que a atividade jornalística é uma transmissora de enunciados alheios, o jornalista se apropria de falas de outros para construir o seu próprio discurso.

Para isso, utiliza as pessoas envolvidas na notícia que está sendo publicada, as chamadas fontes de informação. Isso não significa dizer que ele (jornalista) não produza seu texto, já que o jornal interpreta os discursos de origem, produzindo novos enunciados. Porém, ao interpretar, apaga as marcas da fala de sua fonte, para traçar a sua própria fala. Por exemplo, no campo semântico acima estabelecido em (M4), a inserção de uma outra voz no enunciado aparece de forma explícita, por meio do uso de *aspas*. A fonte, no caso a professora *Maristela Bauer*, é mencionada no texto como recurso para dar credibilidade ao conteúdo exposto.

O jornalista dá ênfase à voz inserida no enunciado para fazer com que a fala da entrevistada coincida com a ideia dele (jornalista). O verbo *dicendi* explicar também auxilia no processo, mostrando que é a outra voz e não a dele, jornalista, que está sendo posta em foco.

(M5) – Eu - Pois: Ainda com relação ao campo semântico estabelecido em (M4), registram-se, também, ocorrências do pronome pessoal eu e do articulador pois. No caso do pronome eu, embora ele, usualmente, preste-se designar o Locutor (1), nesse caso específico ocorre o contrário, aparece na fala da entrevistada, numa outra voz, ou seja, na do Locutor (2), isto é, no registro explícito da fala de alguém que é apresentado como seu emissor, como alguém a quem se pode responsabilizar pela produção do que foi dito. Esse **eu** não remete à situação, porque seu referente pode ser recuperado no próprio texto. Por outro lado, o

conector **pois**, nas duas ocorrências, tem a função de estabelecer uma relação de justificativa e de explicação, relacionada ao enunciado anterior.

Por exemplo, no primeiro argumento (1) consta que a **viagem foi muito positiva, porque** possibilitou a troca de conhecimento com uma instituição europeia, ou seja, foi esse o principal motivo para torná-la interessante. Já no segundo argumento (2), observa-se que **para os alunos, a experiência de um intercâmbio também é importante, porque** agrega valor ao currículo e possibilita novas experiências e o contato com culturas diferentes.

Depreende-se que, em ambas as citações, ocorre a inserção da fala da entrevistada com o objetivo de reiterar a ideia proposta na notícia, que é a de divulgar o curso de Ciências Contábeis e o seu programa de viagens, sem afirmá-lo, abertamente. Assim, para não fazer propaganda explícita, o trabalho do jornalista enunciadador consiste em se valer de mecanismos textuais para mesclar a notícia com a propaganda, buscando convencer o leitor de que se trata de um texto de cunho jornalístico informativo.

3.4 Tabela de metáforas conceituais identificadas

Expressão	Metáfora conceitual	Veículo	Domínio-alvo	Domínio-Fonte
<i>Contribuindo para o progresso da Ciência (...)</i>	Subjacente - quanto mais melhor	quantidade	valor	Quantidade é um valor
<i>A Unisc, comprometida com o desenvolvimento regional,</i>	Desenvolvimento	Desenvolvimento	Organismo vivo	Sociedade como organismo
<i>Coloca-se mais uma vez à frente das ações</i>	Subjacente - Tempo que passa	À frente	Movimento	Tempo que passa é movimento em uma superfície
<i>Contribuir para o avanço do conhecimento</i>	Progresso	Avanço	Progresso	Um caminho para a frente

<i>Feevale entra para a lista das 100 maiores organizações</i>	Subjacente-Contêiner	Lista	Recipiente	Dentro-fora
<i>A instituição integra o Ranking das Campeãs</i>	Subjacente - vida= competição	Ranking - Campeãs	Luta	A vida é competição, luta
<i>Viva Unisc atrai mais de 5 mil estudantes</i>	Subjacente-Contêiner	<i>Em+a</i> (evento ocorreu na Unisc)	Lugar	Indica um lugar, um recipiente
<i>Apenas 8% dos altos executivos brasileiros falam inglês (...)</i>	Subjacente – orientação para cima	Alto	Para cima	Para cima é bom e melhor
<i>Pensando nisso, a Feevale oferece</i>	Subjacente-Contêiner	Em+isso	Lugar	Preposição <i>em</i> indica lugar
<i>Atleta do Cestinha no Fluminense</i>	Subjacente-Contêiner	Em+o	Lugar	Lugar em que está atualmente o jogador
<i>O Cestinha já encaminhou atletas para clubes de (...)</i>	Subjacente-Contêiner	Cestinha-personificado como agente	Lugar	Lugar de onde são exportados os atletas
<i>Atletas Federados</i>	Subjacente-contêiner	Federados	Recipiente	Estão dentro da federação
<i>O intercâmbio_ (...) contribuindo para os três eixos do desenvolvimento</i>	Subjacente-Desenvolvimento	Desenvolvimento	Organismo	Intercâmbio como organismo
<i>Foi uma das poucas contempladas(...)</i>	Quantidade é valor	Pouco	Raridade	Pouco é considerado raridade
<i>Lutar por uma vida melhor</i>	Viver é Lutar	Lutar	Guerra	Vida é guerra
<i>Pesquisa tecnológica que contribui com o desenvolvimento</i>	Desenvolvimento	Tecnologia	Organismo	Tecnologia é um organismo
<i>A partir de agora, vamos dar um passo adiante</i>	Subjacente – Tempo/ espaço	Passo	Movimento	Tempo que passa é movimento em uma superfície
<i>Consolidar não só a inserção da Universidade no cenário científico nacional, (...)</i>	Subjacente-Contêiner	Inserção	Recipiente	Universidade dentro do cenário científico nacional
<i>Feevale, que é uma instituição inclusiva</i>	Subjacente-Contêiner	Inclusiva	Lugar	A escola de Aplicação é um lugar

3.5 Tabela de metáforas linguísticas identificadas

Expressão	Metáfora	Método utilizado	Sentido básico	Sentido contextual	Oposição de sentidos
<i>Este é o nono atleta a ser exportado pelo projeto</i>	Exportar	PIM	Palavra associada ao procedimento empresarial	Atletas profissionais têm valor de <i>pass</i> e para negociação	Sim
<i>Bolsa produtividade</i>	Bolsa	PIM	Referente a um pequeno saco, de couro, pano, seda etc.	Benefício econômico concedido ao pesquisador	Sim
<i>Balcão do consumidor</i>	Balcão	PIM	Móvel para colocar objetos, apoio/ espera	Relacionada a atendimento	Sim

COMENTÁRIOS FINAIS

Este trabalho procurou investigar como os jornais institucionais das universidades de Santa Cruz do Sul (Unisc) e de Novo Hamburgo (Feevale) se valem de metáforas conceituais e linguísticas e de vários recursos argumentativos para consolidar a imagem institucional. A proposta serviu para esclarecer como funciona esse tipo de atividade no campo jornalístico, analisando seu modo de produção. As conclusões indicam que, de fato, apesar do jornalismo institucional ter um papel definido que é o de propagar as ações positivas de suas instituições, a construção textual exige do jornalista responsável por sua produção conhecimento de diversas linguagens, na medida em que a divulgação exigida precisa ter o modo de apresentação e a construção textual (a superestrutura) próprios de uma notícia, para evitar que o público-leitor entenda o texto como uma propaganda explícita, deixando, assim, de ser um texto jornalístico.

Tendo em vista a impossibilidade de fazer uma pesquisa mais ampla, incluindo maior número de jornais institucionais, o presente estudo restringiu sua análise a dois periódicos. O estudo feito constituiu-se num estudo de caso dentro de um universo incalculável de possibilidades de estudo nessa área. O pressuposto é que esse tipo de pesquisa possa colaborar para que se compreenda melhor a atuação do jornalismo institucional, no sentido de se caracterizar o modo como são empregados os mecanismos textuais e o arranjo das palavras que, na verdade, organizam o discurso e podem falar bem mais do que aquilo que está explícito textualmente.

Os objetivos propostos no estudo foram alcançados, pois, a partir da leitura dos textos publicados pelas duas instituições, foi possível identificar as metáforas conceituais e linguísticas utilizadas, remetendo muitas delas ao uso linguístico comum no dia a dia. Por exemplo: em um dos textos do Jornal da Unisc houve a manifestação da metáfora conceitual – QUANTIDADE É VALOR – permitindo a associação entre POUÇOS e RARIDADE. No caso, uma professora da Instituição foi uma das ***poucas** contempladas com uma bolsa de produtividade*. Por meio dessa metáfora conceitual, o uso do termo POUCAS, nesse contexto, significa

EXCLUSIVIDADE, sinalizando algo muito especial, a partir do que se subentende que o feito da professora foi notável, daí o mérito dela e da instituição. No jornal da Feevale, de sua parte, o emprego da palavra *lista* foi associada à metáfora conceitual do CONTÊINER que subjaz à orientação espacial DENTRO-FORA. Estar na lista mencionada é estar dentro de algo. O pressuposto, adicional, é o de que antes disso a Instituição não fazia parte do grupo das melhores instituições de 3º Grau do Estado.

As metáforas conceituais e linguísticas identificadas no estudo foram localizadas a partir de leitura e análise atenta e minuciosa, pois, do contrário, passariam despercebidas pelo fato de fazerem parte do linguajar cotidiano. Tais metáforas estão de tal modo entrincheiradas que é difícil apreendê-las, de vez que as expressões são lidas no seu todo, e o leitor não interrompe a leitura para pensar na composicionalidade da expressão.

Após a identificação das metáforas, chegou-se ao segundo objetivo proposto que foi o de interpretar as intenções implícita ou explicitamente assumidas no discurso. Para isso, foram analisados os verbos e seus argumentos, os operadores argumentativos, os sinais da escrita, os implícitos textuais etc., a fim de identificar as vozes inseridas através dos discursos relatados - discurso direto e indireto - e interpretar o discurso. Em alguns casos, a voz do outro não aparecia com tanta clareza, assim, a interpretação dos complementos verbais foi o que possibilitou a sua apreensão, com base nas pistas textuais pressupostas ou sugeridas, de modo que o leitor mais avisado se desse conta do recurso linguístico mobilizado para embutir, implicitamente, certas informações no enunciado. No Jornal da Unisc, por exemplo, num texto sobre *pesquisadores que se destacaram em suas áreas de atuação*, a oração restritiva sublinhada esclarece que não foram todos os pesquisadores que se destacaram, sendo apenas aqueles que o conseguiram, a razão da notícia em pauta ser publicada. No Jornal da Feevale a expressão *Eles foram...* implicou ideia de movimento, deslocamento, pois foi esse o efeito de sentido criado pelo fato de a notícia relacionar-se a intercâmbio cultural e viagens. Quem vai, vai a algum lugar. Quem vai não está, nem fica. As reticências, por outro lado, reforçaram a ideia de ida a algum lugar, complemento verbal, indicando, ainda,

uma abertura às mais variadas cogitações de parte do leitor, que ficou livre para pensar no país que lhe aprouvesse.

Quanto à análise da forma como se dá a produção textual para transformar atividades acadêmicas em notícias de interesse geral, o objetivo também foi atingido, traduzindo-se por meio da análise do próprio fazer jornalístico realizado por um jornalista. Por exemplo, ficou evidente a estratégia de uso do chamado *gancho jornalístico* em uma notícia veiculada no Jornal da Feevale, em que o periódico aproveitou um dos temas do enredo da novela *Viver a Vida* da Rede Globo de Televisão, para divulgar as ações realizadas pela Escola de Aplicação da Instituição, deslocando o assunto e relacionando-o à realidade local. Neste aspecto, também no Jornal da Unisc, um texto sobre uma iniciativa da extensão, chamada **Balcão do Consumidor**, convidava o leitor a inferir que a palavra ***balcão***, usada *metaforicamente*, relacionava-se a atendimento, prestação de serviço, pois balcão é um móvel em que podem ser colocados objetos ou, então, um móvel em que pessoas podem se apoiar enquanto esperam para ser atendidas. De sua parte, o termo ***consumidor*** dava a entender que o serviço oferecido seria prestado a quem, tendo utilizado ou contratado um serviço com o qual não estivesse satisfeito, poderia reclamar. Que setor da sociedade se encarrega de dirimir conflitos de interesse? Assim, a relação analógica proposta através da expressão *balcão do consumidor* & Curso de Direito - prestação de serviços e necessidade de conhecer melhor a lei - foi estabelecida satisfatoriamente, aludindo a um serviço que envolve direitos do cliente ou consumidor e é rotineira, estando presente no dia a dia das pessoas. Com base nos exemplos citados fica fácil de entender, inclusive, que o jornal de uma organização, apesar de enfatizar as benfeitorias das instituições mantenedoras, também, assume o papel do jornalismo informativo, pois se abastece de fatos da atualidade.

As três hipóteses que nortearam a pesquisa também foram confirmadas. A que presumia que as expressões metafóricas e os recursos argumentativos funcionam como estratégias de construção de sentido para convencer e persuadir o público leitor foi comprovada através da análise do discurso do jornalismo institucional. Em alguns textos, para fazer com que o leitor considerasse as

instituições em foco como referência, ficou clara a orientação discursiva no sentido de que se alguém fizesse sua matrícula em uma delas, como estudante, então, com certeza, estaria ingressando em uma *Instituição modelar*, integrando-se e tendo os mesmos benefícios dos demais estudantes que ali estudam.

Quanto à segunda hipótese, que se referia à hibridização ou mescla textual, apareceram nos textos dos jornais institucionais analisados alguns recursos textuais argumentativos que, no caso específico do jornalismo institucional, aproximaram o texto informativo do texto-propaganda. Por exemplo, foi observada a utilização de algumas expressões com valores argumentativos indicando a direção apreciativa das ações institucionais, orientando o discurso para cima, para o bom padrão da instituição. O emprego de expressões linguísticas como ***Ranking - Campeãs*** (Jornal Feevale) e ***mais de 5 mil estudantes*** (Jornal da Unisc), foram interpretadas como mecanismos do discurso jornalístico para valorizar ainda mais a suposta eficiência da instituição analisada, em termos de resultados das ações por ela empreendidas.

Já a hipótese de que as metáforas conceituais e linguísticas e os recursos argumentativos funcionam como importantes mecanismos textuais para transformar atividades acadêmicas em notícias de interesse geral e para expressar a ideologia proposta pelas instituições foi evidenciada, dentre outros casos, por meio das expressões ***inclusiva*** (Jornal da Feevale) e ***desenvolvimento regional*** (Jornal da Unisc). No primeiro caso, a expressão serviu para caracterizar a Feevale como instituição preocupada em promover ações e abrir espaços para que portadores de necessidades especiais possam trabalhar. Essa expressão faz com que o leitor se reporte automaticamente a seus conhecimentos sobre as políticas públicas que reiteram a necessidade de inclusão social. Obviamente, sempre houve portadores de necessidades especiais, mas em outras épocas históricas essa não era uma preocupação de toda a população, assim o seu uso para caracterizar a instituição traduz exatamente isso. O momento histórico vivido e os valores e crenças de uma determinada comunidade é que validam ideologicamente a preocupação. No segundo caso, o da expressão ***desenvolvimento regional***, foi possível perceber, nas entrelinhas, a proposta ideológica da Instituição (Unisc) no sentido de estar presente e auxiliar no processo de crescimento da região na qual está inserida. Além

disso, essa expressão materializou a metáfora conceitual da sociedade como um organismo. Tais fenômenos refletem a ideologia, uma preocupação social dominante e o modo de ver o mundo de uma dada comunidade e de seus integrantes.

De modo que a meta do trabalho foi atingida, tendo-se averiguado mais de perto o jornalismo institucional com a finalidade de entender um pouco melhor o modo de funcionamento desse gênero híbrido do jornalismo, por um viés analítico ainda não estudado. Enquanto jornalista de Assessoria de Imprensa, foi possível situar-me em relação ao modo de produção - lócus operacional - e entender os critérios tantas vezes usados, os quais passam, porém, ao largo das preocupações e atividades diárias. O estudo fez-me tomar consciência linguística do peso das palavras no texto e de seu arranjo intencional para produzir efeitos de sentido bem determinados. O desafio mais sério da investigação foi distanciar-me da visão retórica de metáfora, enquanto mero arranjo substitutivo, usado para fins estéticos, e identificar as metáforas conceituais nos textos jornalísticos, porque o conceito que se tem de metáfora embasa-se na visão tradicional. Sendo assim, chegar a percebê-las nas entrelinhas e através do modo de pensar e agir com as palavras, ou seja, discursivamente, exigiu amadurecimento. Em conclusão, foi bastante proveitoso estudar e entender minha própria prática laboral com outros olhos, ressignificando minhas atividades diárias, enriquecendo-as e, sobretudo, voltando meu interesse para novos estudos no campo jornalístico.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Márcia. *Leituras do Brasil*. Porto Alegre: Mercado Aberto/ALB, 1995.
- ADAM, Jean. *A linguística textual - Introdução à análise textual dos discursos*. CORTEZ, 2008. 368p.
- AIRES, Leonel. *Solicitação do histórico do Jornal da Unisc*. Mensagem recebida por <leonel.aires@rbstv.com.br> em 17 dez. 2009.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. *Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. 257 p.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução de Michel Lahud e Yara Vieira. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, C.; MACHADO, M. (Org.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 107-122.
- BOUCHER, Jean-Dominique. *A reportagem escrita*. Portugal: Editorial Inquérito, 1998.
- CARDOSO, Darlete. Considerações sobre a linguagem como ciência em suas relações com o jornalismo. *Linguagem e Discurso*, vol. 1, n. 1, 2000. Disponível em: < <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0101/06.htm>>. Acesso em: 13 dez. 2009.
- CARNEIRO, Eraldo. Perfil novo e mutante. In: *Revista Comunicação empresarial*. n. 29, 1998. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/artigo>>. Acesso em 12 dez. 2009.
- COIMBRA, Rosa Lúcia - *Estudo Linguístico dos Títulos de Imprensa em Portugal: A Linguagem Metafórica*. 1999. 610 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Linguística Portuguesa - Doutorado) - Universidade de Aveiro, Portugal, 1999. Disponível em: < <http://sweet.ua.pt/~f711/tese.htm>>. Acesso em 23 ago. 2010.
- CHIAVEGATTO, Valéria Coelho. Construções e funções no discurso jornalístico: o processo cognitivo de mesclagem de vozes, In: _____. AZEREDO, José Carlos de. *Letras e Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1984.

_____. Esboço de uma teoria polifônica da enunciação. In: *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.

EICH, Miguel. *Solicitação do histórico do Jornal da Feevale*. Mensagem recebida por <imprensa@feevale.br> em 18 dez. 2009.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. 5. ed. São Paulo: Editora Ática, 1991.

FACCIN, Milton. *Solicitação do histórico do Jornal da Unisc*. Mensagem recebida por <miltonfaccin@yahoo.com.br> em 20 de dez. 2009.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001, 316 p.

FEEVALE. Desenvolvido pelo Centro de Educação Feevale. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em: <<http://www.feevale.br>>. Acesso em: 15 jun. 2010.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1981. 407 p.

_____. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

FRANCESCHINI, Felipe. Notícia e reportagem: sutis diferenças. In: *Comum*, Rio de Janeiro, vol. 9, n. 22, 2004.

GRUPO PRAGGLEJAZ. PIM: *Um método para identificar palavras usadas metaforicamente no discurso*. Tradução de Dalby Dienstbach Hubert. *Cadernos de Tradução*, Porto Alegre, n. 25, jul-dez, 2009, p.77-120.

JORNAL DA FEEVALE. Órgão informativo do Centro de Educação Feevale de Novo Hamburgo. Novo Hamburgo, ano. 6, n. 53, dez. 2009.

_____. Órgão informativo do Centro de Educação Feevale de Novo Hamburgo. Novo Hamburgo, ano. 7, n. 54, fev. 2010.

_____. Órgão informativo do Centro de Educação Feevale de Novo Hamburgo. Novo Hamburgo, ano. 7, n. 55, abr. 2010.

JORNAL DA UNISC. Órgão informativo da Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul, ano. 16, n. 98, dez. 2009.

_____. Órgão informativo da Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul, ano. 17, n. 99, mar. 2010.

____. Órgão informativo da Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul, ano. 17, n. 100, abr. 2010.

KIPPER, M.; RIZZATO, E. P.; VOGT, O. P. *UNISC: a construção de uma universidade comunitária*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

KOCH, I.; BENTES, A; CAVALCANTE, M. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. São Paulo: Cortez, 2007.

KOCH, I; TRAVAGLIA, L. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 1995. 94 p.

KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul*. São Paulo: EDUSP, 1997.

LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 1999, 78 p.

____. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

____. *Linguagem jornalística*. 5. ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metáforas da vida cotidiana*. São Paulo: Educ, 2002.

LEMO, Cláudia; GÁUDIO, Rozalia. *Publicações Jornalísticas Empresariais*. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2002.

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: Editora UnB, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1993. 198 p.

____. *Termos-Chave da análise do discurso*. Tradução de Márcio Venício Barbosa e Maria Emília Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

____. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.

MARTINS, Franklin. *Jornalismo político*. São Paulo: Contexto, 2005.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico. In: MOUILLAUD e PORTO (Orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora UnB, 2002, p. 305-319.

NASCIMENTO, L.; SILVA, E. *O banquete dos sentidos*. São Paulo: Bei, 1998. 235 p.

ORLANDI, Eni. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. Campinas: Pontes, 2003. 100 p.

_____. *A Linguagem e seu funcionamento: as formas de discurso*. Campinas: Pontes, 2001.

PEREIRA, Luciano. *Solicitação do histórico do Jornal da Unisc*. Mensagem recebida por <lpereira@unisc.br> em 17 dez. 2009.

PONTE, Cristina. *Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico*. Florianópolis: Insular, 2005.

ROCHA, Luiz Fernando. Processos cognitivos de mesclagem no discurso reportado: o caso do discurso direto em textos jornalísticos escritos. In: MIRANDA, N. S.; SALOMÃO, M. M. M. (Org.) *Construções do português do Brasil: da gramática ao discurso*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2009. p. 308-330.

SARDINHA, Tony Berber. *Metáfora*. São Paulo: Parábola, 2007. 167 p.

SEIXAS, Lia. *Redefinindo os gêneros jornalísticos*. Salvador: Labcom, 2009.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

SOUZA, Tânia. Discurso e imagem: perspectivas de análise do não verbal. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n. 1, 1998. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/tania1.htm>>. Acesso em: 11 dez. 2009.

SQUARISI, D.; SALVADOR, A. *A arte de escrever bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto*. São Paulo: Contexto, 2005.

TORQUATO, Gaudêncio. *Jornalismo empresarial: teoria e prática*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1987. 190 p.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001. 220 p.

_____. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005. 216 p.

UNISC. Desenvolvido pela Universidade de Santa Cruz do Sul. Apresenta informações gerais sobre a instituição. Disponível em: <<http://unisc.br>>. Acesso em: 15 jun. 2010.

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL. *Normas para apresentação de trabalhos acadêmicos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2005. 64 p.

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](#)