

O CONTEXTO DE PRODUÇÃO DOS TEXTOS¹

Kátia Lomba Bräkling²

Produzir um texto — por escrito ou oralmente — é uma atividade que não acontece no vazio. Ao contrário, orienta-se por todas as imagens construídas pelo produtor sobre o seu interlocutor, a finalidade colocada para o texto, o lugar social do qual falará, o gênero no qual o texto se organizará, o portador no qual o texto será publicado e o lugar no qual o texto, preferencialmente, circulará.

Todos esses elementos que constituem a situação na qual o texto é produzido influenciam, interferem, determinam as características do texto resultante do processo de produção.

Quer dizer, não falamos ou escrevemos para diferentes pessoas da mesma maneira, ainda que os assuntos sejam os mesmos; as posições que assumimos nos diferentes textos são decorrentes dos lugares de onde falamos ao produzir os textos; as finalidades dos textos que produzimos são decorrentes das necessidades derivadas dos papéis sociais que desempenhamos; os textos que escrevemos não serão os mesmos se pretendermos publicá-los em portadores diferentes; não escrevemos os mesmos textos em diferentes momentos da vida.

Quando alguém está produzindo um texto, ao escrever ou falar, de maneira consciente ou não, orienta a sua produção para a imagem que tem construída sobre o seu interlocutor. Quer dizer, selecionará o tipo de linguagem, o conteúdo, os aspectos do conteúdo mais relevantes, por exemplo, em função dos conhecimentos que acreditar que seu interlocutor possui sobre o assunto e sobre linguagem, em função da relação estabelecida entre ambos — de maior ou menor familiaridade, em função da finalidade que está colocada para o texto. Um especialista em política econômica, por exemplo, poderá fazer uma palestra sobre o mesmo assunto para operários de uma montadora de automóveis e para economistas. No entanto, o texto dessa palestra, certamente, não será o mesmo (pelo menos, não deveria): para os operários, a linguagem não deverá prever a presença

¹ In Oficina Cultura 4 – Momento 1; SEE/Fundação Vanzolini. PEC – Formação Universitária; 2001.

² **Kátia Lomba Bräkling.** Pedagoga e Mestre em Linguística Aplicada pela PUC de SP; Professora da Pós-Graduação ISE Vera Cruz (São Paulo – SP); Professora do MBA de Gestão Educacional da PUC de SP; Assessora de Instituições de Ensino na Área de Ensino da Linguagem Verbal.

marcante do jargão da economia (ao contrário da palestra para os economistas); os conceitos da área envolvidos na exposição serão mais bem explicitados para os operários do que para os economistas (que, em tese, os dominam); os aspectos selecionados serão os mais relacionados com as áreas de atuação de cada segmento; a exemplificação — que, certamente, será diferente no que se refere aos pontos selecionados merecedores de exemplos e detalhamento — também estará mais relacionada com o trabalho desenvolvido por cada um dos segmentos.

Da mesma forma, esse texto será decorrente do lugar social que ocupa cada um dos interlocutores: o especialista em política econômica, se estiver falando para seus filhos sobre a necessidade de racionamento de energia, certamente fará um discurso diferente daquele que faria para jornalistas, ainda que o tema seja o mesmo. Quer dizer, o lugar social que ocupa cada um dos interlocutores nessa situação comunicativa, também definirá os aspectos do tema sobre os quais se falará, o tipo de linguagem, se o texto será mais argumentativo ou expositivo. Para os filhos, ele poderá, por exemplo, apenas dar uma ordem sobre a utilização de aparelhos elétricos, ou justificar pelo aumento do valor da conta a ser paga no final do mês e a possibilidade de corte, caso seja ultrapassada a cota possível; no entanto, para os jornalistas, muitas explicações sobre a necessidade de racionamento precisarão ser oferecidas.

Dependendo do lugar onde o texto circulará (na academia, na mídia impressa, no meio literário, na mídia televisiva, na igreja, numa sala de aula de Ensino Médio...) e do portador onde será publicado (livro, revista acadêmica, revista popular, jornal (qual jornal e qual seção desse jornal), revista de economia, panfleto, folheto de divulgação, outdoor, folder, almanaque, página da internet...) ele também terá características diferenciadas. Um artigo sobre a questão do ataque, que aconteceu no último dia 11 de setembro, aos Estados Unidos, certamente terá uma abordagem diferenciada se for publicado na seção de política de um jornal, ou na seção de fatos diversos. Da mesma forma, um artigo, sobre o mesmo assunto, ao ser publicado na seção de economia do jornal A e do jornal B, terá que ter sua linguagem adaptada ao seu interlocutor. Ou ainda, em função das restrições de espaço — de quantas linhas/colunas/caracteres — o autor poderá dispor, quer dizer, em função do tamanho do artigo, os argumentos serão selecionados e/ou descartados.

Por outro lado, dependendo da finalidade que se tiver, um texto será organizado em um gênero ou em outro. Por exemplo: se se pretender convencer os leitores de que é necessário fazer o racionamento de energia, um texto que argumente poderá ser mais

eficiente do que um texto que apenas exponha o problema ou do que um texto ficcional, que conte uma história, quer dizer, um artigo de opinião ou um artigo assinado poderão ser muito mais adequados à finalidade do que uma notícia ou uma reportagem sobre o assunto ou do que um conto de fadas, considerando, evidentemente, os demais aspectos já enfocados (características possíveis do interlocutor, do portador, do lugar de circulação dos textos, papel social dos interlocutores).

Acrescente-se a todos os elementos já mencionados a época em que o texto será escrito. Falar sobre um ataque às torres do World Trade Center no caderno de economia, ou de política, ou mesmo na seção de notícias sobre o mundo, faz sentido hoje. Há um ano atrás, certamente, o lugar mais adequado seriam páginas de ficção. Falar de racionamento de energia elétrica no Brasil, por sua vez, há alguns anos foi considerado por alguns excesso de precaução, ou sensacionalismo exacerbado. Falar sobre diversidade social hoje, não é a mesma coisa que há 50 anos: muita reflexão e muito conhecimento já foi construído a respeito, possibilitando novas informações e novos argumentos para a discussão do assunto.

Em síntese, produzir um texto, oral ou escrito, supõe — ainda que não de maneira consciente — a articulação de diferentes imagens construídas sobre o contexto da situação comunicativa: sobre o **interlocutor** (ouvinte ou leitor), sobre o **lugar social** ocupado pelos interlocutores (pai, mãe, irmão, professor, tutor, aluno, presidente, vereador, jornalista, tio, avô, cantor, músico, ator...), sobre as **instituições sociais** nas quais o texto circulará (as econômicas e comerciais, como a FIESP, lojas, shoppings; as políticas e governamentais, como o Senado, a Presidência da República; a literária; a instituição acadêmico-científica, as instituições de saúde; de repressão; a instituição escolar e a familiar; as instituições midiáticas, como a imprensa escrita, o rádio, a televisão, a internet; as de lazer); sobre os **portadores** (livros, jornais, revistas, panfletos, folhetos de divulgação, por exemplo).

Estes fatores, articulados, ainda, às características do **momento histórico da produção**, aos **objetivos** colocados, quer dizer, aos efeitos que procura produzir nos interlocutores presumidos, ao **gênero** no qual o texto será escrito (notícia, reportagem, artigo expositivo, verbete, editorial, conto de aventura, policial, cordel, conto de fadas, conto popular, poema, letra de música, crônica, palestra, seminário, debate, classificados, entre outros), e às possibilidades de **conteúdos temáticos** a serem mobilizados, determinam as características do texto que será produzido: a escolha lexical, o tamanho e a complexidade das orações, a

forma de relacionarmos suas partes, a utilização ou não de pronomes pessoais de primeira ou segunda pessoa, o plano global do texto, a utilização dos tempos verbais, a própria seleção dos conteúdos temáticos, a maior ou menor correção gramatical, etc. Quer dizer: quando falamos ou escrevemos, sobretudo em situações mais institucionalizadas, não falamos apenas como indivíduos isolados, sem nenhuma restrição social ou, pelo menos, não deveríamos fazê-lo. Estamos, sempre, falando de algum lugar social e assumindo algum dos papéis sociais que desempenhamos. Estamos, inevitavelmente, ao organizar a nossa fala, oferecendo pistas para que o outro construa uma imagem a nosso respeito. Sempre orientamos nosso discurso por algum objetivo, qualquer que seja ele. Ao mesmo tempo, falamos para um interlocutor que também está ocupando um determinado lugar social, desempenhando um dos seus vários papéis sociais, que também ouve/lê (ou não) o nosso discurso orientado por determinada finalidade. E essa atividade verbal sempre acontece no interior de alguma atividade social para a qual normalmente existem gêneros apropriados, com características próprias. Uma conversa de bar, por exemplo, autoriza os falantes a utilizarem uma linguagem informal, menos racional; já escrever uma resenha crítica sobre um espetáculo teatral para um jornal bem conceituado, pressupõe a utilização de critérios racionais, aceitos pela crítica em geral e pelo grupo social ao qual se dirige.

Concluindo, podemos dizer que ao produzirmos um texto — oral ou escrito — este será mais ou menos eficiente, dependendo da clareza que tenhamos sobre as imagens que temos construídas sobre todos os elementos que constituem o contexto da situação comunicativa. Muitos dos problemas que podemos vir a ter quando produzimos textos, são decorrentes de imagens inadequadas ou não aceitas socialmente, e, ainda, de um desconhecimento das características dos gêneros que devemos utilizar. Se o conhecimento e as imagens sobre situações de comunicação e gêneros do cotidiano, não-formais, portanto, são construídas ao longo da vida, à medida que vamos participando dessas interações, o mesmo não acontece com relação tanto às situações de comunicação mais formais quanto no que se refere aos gêneros nelas utilizados. É na escola, com um ensino mais formal, que a construção desse conhecimento ocorre.