

ATENÇÃO: VIVER É PREJUDICIAL À SAÚDE
Caution: living may be hazardous to your health

Maria José MACHADO (ISES – Instituto Superior
de Educação – Faculdade Sumaré)

Abstract

The purpose of this paper is to analyse the language strategies used by a multinational company in the tobacco business aiming at legitimating its product – the cigarette, which is stigmatised by society – and also at presenting a good image of itself to the general public. The object of analysis is an article published in the company's house organ, directed to its employees but with a larger circulation. The theoretical framework is that of the Discourse Analysis, as pursued by the French school, and deals with the concepts of intertextuality (Maingueneau, 1987) and the implicit¹ (Ducrot, 1984).

Key-words: *discourse analysis; house organ; language strategies; intertextuality.*

Resumo

Este artigo tem a finalidade de analisar as estratégias de linguagem usadas por uma empresa multinacional do ramo de tabaco com o objetivo de legitimar o seu produto – o cigarro, que é estigmatizado pela sociedade – e de apresentar uma boa imagem ao público em geral. O objeto de análise é um artigo publicado no seu jornal interno dirigido aos funcionários, mas com uma circulação bem mais ampla. A linha teórica é a da Análise do Discurso de linha francesa e as categorias de análise são a intertextualidade (Maingueneau, 1987) e o subentendido (Ducrot, 1984).

Palavras-chave: *análise do discurso; jornal interno; estratégias de linguagem; intertextualidade.*

¹ Em francês, *sous-entendu*.

1. Introdução

Este estudo, que se insere na área da análise do discurso de linha francesa, tem como objetivo levantar as estratégias de linguagem adotadas por uma empresa multinacional fabricante de cigarros para legitimar o seu produto que, por consenso geral, é nocivo à saúde.

A linha teórica que orienta nosso trabalho é a teoria da enunciação com enfoque específico em duas categorias de análise: a intertextualidade (Maingueneau, 1987) e o subentendido (Ducrot, 1984). O recorte que escolhemos foi o artigo *Atenção: viver é prejudicial à saúde*, publicado por uma empresa do ramo de cigarros, no seu jornal interno, de julho/agosto de 1994.

Esse jornal, que por sua natureza é dirigido diretamente aos funcionários, tem também outros públicos, pois é distribuído aos vendedores varejistas por meio do sistema de distribuição de cigarros. A empresa o considera uma publicação de grande alcance, como o confirmam as palavras do diretor de Comunicação Social em entrevista² à pesquisadora:

A empresa ... atua em todo o território nacional ...tem locais do Brasil onde o único documento escrito que chega a esses rincões são os nossos documentos internos, as nossas publicações, como o jornal interno ... é o papel que você escreve que tá na mão do nosso vendedor... então ele tá com aquele documento. Existem fatos que são interessantes do ponto de vista cultural... talvez aquele varejista seja a única pessoa capacitada a ler de uma forma um pouco mais abrangente, então ele recebe uma publicação nossa, ele chega naquele varejo, birosca, lá no interior não sei de onde, e ele senta e aqueles vizinhos sabem o dia que chega esse informativo e sentam em redor dele pra ele ler para os vizinhos as mensagens que estão ali. Então nossa responsabilidade quando você fala em linguagem empresarial, a nossa responsabilidade é cultural, a nossa responsabilidade

² O Anexo 2 traz dois segmentos da entrevista dada pelo diretor de Comunicação Social da empresa à pesquisadora.

jornalística, a nossa responsabilidade informativa é muito grande porque você está levando a pessoas um pouquinho de cultura, a pessoas que não têm acesso a nenhuma outra fonte de cultura. Pessoas que não têm acesso a rádio, a televisão, a jornal, a revista, a nada. Têm acesso a um papel que nós mandamos por escrito, onde, não importa, tem receita de bolo, tem notícia sobre futebol, é o único documento que eles recebem.

A empresa, subsidiária de uma *holding* inglesa, atua no Brasil há mais de 90 anos, tendo como principal atividade a fabricação e distribuição de cigarros. Com o acirramento das campanhas antitabagistas, a empresa tem desenvolvido esforços no sentido de legitimar tanto o seu produto quanto sua existência no Brasil, por meio da venda e da preservação de sua imagem.

2. A intertextualidade

A relação existente entre o discurso e o seu “exterior”, ou seja, a relação do Mesmo do discurso com o seu Outro, tem sido objeto de reflexão por parte de lingüistas que se preocupam com a identidade do discurso. O outro dessa relação não é somente o Outro, detectado por marcas explícitas no discurso, mas também aquele não apreendido por uma análise estritamente lingüística. Aqui, faz-se importante o estudo do contexto, numa abordagem sociolingüística, que explicita esse dialogismo constitutivo do discurso. Maingueneau (1984:11) afirma que “a unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos”. É o conhecimento do contexto empírico da enunciação que vai nos amparar na escolha desses discursos, desse Outro que, “convenientemente” escolhido, é coadjuvante na construção do significado.

Defrontamo-nos aqui com o que Maingueneau (1987:117) chama de espaços discursivos, ou seja “um subconjunto do campo discursivo, ligando pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantêm relações privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos considerados”. É esse espaço discursivo que iremos definir no decorrer de nossa análise.

Maingueneau (1996:52) faz ainda uma distinção entre intertextualidade e intertexto. Para ele, o intertexto é o conjunto de fragmentos presentes num determinado *corpus*, enquanto a intertextualidade é o sistema de regras implícitas que constituem os fundamentos desse intertexto, isto é, “os tipos de relações intertextuais que a competência discursiva define como legítimas” (1984:83).

3. O subentendido

Iniciamos essa segunda etapa com o conceito de Ducrot (1984) sobre enunciado e enunciação. O enunciado, um fragmento do discurso, é um objeto observável, a manifestação particular de uma frase. A enunciação é o acontecimento constituído pelo aparecimento de um enunciado, “um acontecimento histórico: é dada existência a alguma coisa que não existia antes de se falar e que não existirá mais depois” (1984:168).

Ducrot afirma que, para um enunciado com subentendidos, existe sempre um sentido “literal” ao qual esses subentendidos se opõem e do qual estão excluídos. O subentendido permite acrescentar alguma coisa sem dizê-la, ao mesmo tempo em que ela é dita. Um raciocínio – realizado sobre o ato da enunciação – pode ser considerado o responsável pelo subentendido, que está então ao nível do componente retórico, não estando inscrito na língua. Assim, o subentendido é um recurso argumentativo particularmente útil, pois o locutor pode proteger-se por trás do sentido literal do enunciado e deixar ao interlocutor a responsabilidade da interpretação que dele faz.

4. Análise

Segundo Nori e Valente (1990:21), “a comunicação é a melhor ferramenta para uma empresa se aproximar e se relacionar com os seus diferentes públicos... É difícil quantificar os ganhos obtidos a partir de uma política eficiente de comunicação, mas é certo que os benefícios

se mostram de forma indireta. Uma boa imagem provoca reflexos positivos sobre os negócios de uma empresa à medida que fortalece o marketing, melhora o relacionamento com os clientes, fornecedores, funcionários e autoridades”. Com o objetivo de passar uma boa imagem da empresa, ao se comunicar com seus funcionários, destinatário principal do jornal interno, e com os demais públicos que o jornal atinge, a empresa fala do seu produto e o defende contra os ataques dos antitabagistas.

A empresa enfrenta um problema que atinge seus negócios, ou seja, o acirramento das campanhas antitabagistas, que tendem a impedir ou afetar gravemente a consecução de um objetivo vital nas organizações: a obtenção de lucros. Assim, por meio de seu discurso, ela busca modificar crenças e valores que não cooperem para a realização de suas metas.

Procederemos à análise do texto em duas fases: (a) a intertextualidade; (b) o subentendido.

(a) A intertextualidade

Nesta fase, buscamos identificar no Mesmo do discurso o seu Outro, representado pelo intertexto, esse “conjunto de fragmentos presentes num determinado *corpus*”, levantando as marcas lingüísticas de sua ocorrência. Vimos que o Mesmo do discurso interage com o Outro, que é o discurso do “proibir” o hábito de fumar, que se opõe frontalmente ao “não-proibir/permitir” esse mesmo hábito.

O título do artigo, *Atenção: viver é prejudicial à saúde*, traz para o discurso do enunciador o discurso do Outro, no caso, o discurso do “proibir” presente na regulamentação governamental, a conhecida advertência obrigatória dos maços de cigarro: *Atenção: fumar é prejudicial à saúde*. Esse título pode causar no leitor um impacto inicial, motivando a leitura do texto, que prossegue trazendo outras marcas³:

³ O texto completo está no Anexo 1.

NÃO-PROIBIR/PERMITIR	PROIBIR
Até 1990.	Anos 90.
A exigência de liberdade de expressão.	O pedir que as instituições interfiram na liberdade.
Liberdade individual.	Restrição da liberdade individual.
Autenticidade.	Modelos impostos pelos EUA.
Países em desenvolvimento.	Estados Unidos.
Pessoas livres, adultos que podem decidir.	Crianças mimadas.
Íntimo e legítimo prazer.	Lista negra.
Coisas não perigosas.	Um grande perigo.
Respeito.	Desrespeito.

Quadro 1: Contraste entre o não-proibir/permitir e o proibir

Com o objetivo de mostrar que o hábito de fumar, que beneficia os interesses da empresa, é um hábito legítimo, o enunciador desqualifica o discurso do Outro, o discurso que “proíbe”, alinhando-o a um pólo negativo associado à restrição à liberdade de escolha, pólo este que se opõe a um outro que é positivo e que está associado à democracia, à liberdade de escolha.

Encontramos também, em nossa análise, um segundo tipo de manifestação do Outro presente na seqüência presente no P6⁴:

No entanto, há exemplos bem interessantes de como as pessoas estão misturando ‘alhos com bugalhos’, como a questão do consumo de bebidas alcoólicas. As campanhas cívicas, alertando para o perigo de dirigir alcoolizado, são de grande importância. Mas, para os ativistas anti-álcool, isso não basta: o banimento deve ser amplo, geral e irrestrito. O que inclui – pasmem – até o vinho usado na missa.

em que esse Outro se materializa na expressão coloquial “alhos com bugalhos”. Esse “fragmento” não está alinhado ao discurso do “proi-

⁴ P = parágrafo. Vide anexo I

bir” mas, num movimento inverso, vem em auxílio do enunciador, que quer mostrar que as pessoas estão confundindo “coisas perigosas” com coisas não perigosas e evoca uma questão diferente da questão “hábito de fumar”, que é o caso do consumo de bebida alcoólica. Afirmando que “as campanhas cívicas alertando para o perigo de dirigir alcoolizado são de grande importância”, o locutor mostra que considera o “dirigir alcoolizado” “uma coisa perigosa”. Discorda, no entanto, dos ativistas anti-álcool que pretendem banir “o vinho usado na missa”. Percebemos essa discordância não só pela direção argumentativa do texto, mas também pela invocação da cumplicidade do alocutário por meio do imperativo “pasmem”.

(b) O subentendido

Por meio do subentendido, o enunciador pode evitar a referência direta ao produto da empresa. Voltemo-nos, uma vez mais, para o título do artigo: *Atenção: viver é prejudicial à saúde*. Estabelecendo uma relação paradigmática entre “fumar” e “viver”, o locutor deixa a cargo do alocutário o seguinte raciocínio:

p1: Viver é prejudicial à saúde.⁵

p2: Fumar é prejudicial à saúde.

De onde se pode inferir o seguinte subentendido:

Sub: Fumar é tão perigoso quanto viver.

O leitor pode ser levado a concluir que fumar é um risco qualquer entre tantos outros riscos que o “viver” impõe aos seres humanos, risco este comparável ao que se corre ao “tomar um café” ou “um copo de vinho”.

Observemos a seguinte seqüência (P5), onde encontramos:

p: A liberdade individual não pode ter dois pesos e duas medidas. Ela vale tanto para a escolha de um presidente quanto para a decisão de comer ovos com bacon pela manhã.

⁵ Abreviaturas: p = posto; sub = subentendido.

Consideremos o contexto empírico desse enunciado: num Brasil que saiu recentemente do regime militar, a escolha de um presidente tem ainda maior importância política e social. De onde deduzimos três possíveis subentendidos:

Sub1: A opção individual entre fumar, ou não, é equiparável à escolha do cardápio do café matinal.

Sub2: A liberdade individual é tão importante para escolha de um presidente quanto para a escolha pessoal entre fumar e não fumar.

Sub3: Há tanta violência no interferir na escolha de um presidente quanto na escolha pessoal entre fumar e não fumar.

Esses subentendidos encontrariam um paralelo no interdito, que segundo Foucault (1971:9), é um “procedimento de exclusão”. O enunciador exclui do seu enunciado o paralelismo entre “fumo” e “câncer”, “fumar” e “perigo”, evitando, assim, a comparação direta entre o produto da empresa e os riscos que este impõe ao consumidor.

Assim, o não-dito, que está no subentendido, não é a única forma de evitar a referência direta ao produto. O enunciador a evita, também, utilizando-se de algumas expressões que podem levar o leitor a outras expressões que não foram ditas, mas que lhe são correlatas e cuja interpretação depende da orientação argumentativa do texto e da consideração deste em sua totalidade:

(a) A orientação argumentativa do texto

Parece natural percebermos que a empresa, tendo interesse em atingir seu objetivo de alcançar lucros, argumente em favor do consumo do seu produto, buscando legitimá-lo aos olhos não só do consumidor, mas da comunidade como um todo. Indo mais além, diríamos que há uma grande necessidade de defender o produto contra as investidas dos ativistas anti-fumo. Portanto, a orientação argumentativa do texto é no sentido de mostrar que o cigarro não é tão perigoso quanto os “ativistas de todo tipo” querem nos fazer crer.

(b) A consideração do texto em sua totalidade

A mensagem do locutor é subliminar: excetuando-se os subentendidos mencionados anteriormente em nossa análise, não encontramos no discurso situações isoladas de onde possamos depreender outros subentendidos. No entanto, há um não-dito que só emerge do discurso ao tomarmos esse discurso em sua totalidade. Ao argumentar em defesa da empresa, do produto e do direito de escolha que o consumidor tem entre fumar ou não fumar, o locutor não produz objetivamente um enunciado afirmando que o cigarro é menos nocivo do que as pessoas pensam, mas deixa-o implícito num jogo de raciocínio. Para tanto, utiliza-se de duas estratégias:

⇒ usa a palavra cigarro uma única vez, como se o seu objetivo principal não fosse a defesa desse produto, mas sim a defesa dos direitos dos cidadãos;

⇒ não mostra os responsáveis explícitos pelas ações. Eles são indicados pelas nominalizações, pelo uso da passiva, pelos sujeitos vagos ou generalizados, nos seguintes enunciados:

P1 “... as pessoas agora pedem que as instituições metam o nariz na liberdade de cada cidadão”.

P2 “... entraram na lista negra alguns dos mais íntimos e legítimos prazeres”.

P2 “A triste constatação é que, agora, é permitido proibir”.

P3 “Entretanto, essa mania vem se alastrando por vários países em desenvolvimento, numa tendência que podemos caracterizar como ‘o medo de viver’”.

P3 “... uma situação de policiamento em que tudo pode ser prejudicial à saúde.”

P4 “... em jogo nesses casos é a restrição da liberdade individual, fazendo com que as pessoas não tenham possibilidade de escolha”.

P5 “...esse pânico diante de tudo... é imposto por determinados grupos ou governos ...”

P8 “Não se pode exigir respeito desrespeitando a opção do próximo”.

P9 “... o policiamento em excesso ...”

P9 “Um mar de advertências, avisos e proibições...”

P10 “... vozes alarmistas...”

P10 “Tudo isso para... afirmar que a manteiga não era tão má assim e eleger a margarina...”

Perguntas tais como “quem põe os produtos na lista negra?”, “quem policia?”, “quem restringe a liberdade”, “quem desrespeita a opção do próximo?”, “quem adverte, avisa e proíbe?” não encontram respostas no texto.

Tomando o discurso em sua totalidade, bem como a orientação argumentativa do texto, as manifestações desse não-dito, por meio das expressões explícitas de que o enunciador se utiliza, podem ser detectadas no texto:

EXPRESSÕES DITAS	EXPRESSÕES NÃO DITAS
<i>Ativistas anti-álcool.</i>	<i>Ativistas anti-fumo.</i>
<i>O medo de viver.</i>	<i>O medo de fumar.</i>
<i>“Alhos com bugalhos”.</i>	<i>“Fumar e as coisas realmente perigosas”.</i>
<i>Uso de perfumes, loções de barba e águas de colônia em restaurantes e outros lugares públicos.</i>	<i>Proibição de fumar em restaurantes e lugares públicos</i>
<i>Estatísticas questionáveis.</i>	<i>Estatísticas sobre o câncer e o hábito de fumar.</i>
<i>Xícara de café é tão perigosa quanto a bomba atômica</i>	<i>O fumo é tão perigoso quanto a bomba atômica.</i>
<i>Não podem sair à rua para brincar (senão acabam se machucando).</i>	<i>Não podem fumar (pois podem contrair câncer).</i>
<i>Nem brincar em casa (porque o barulho pode incomodar alguém)</i>	<i>A fumaça do cigarro pode incomodar as outras pessoas.</i>

Quadro 2: Contraste entre as expressões ditas e as expressões não-ditas

Vemos que os perigos relacionados ao produto são equiparados a outros perigos da vida cotidiana, minimizando, assim, sua importância.

5. Considerações Finais

Afirma Maingueneau (1990:89) que “dizer nem sempre é dizer explicitamente, a atividade discursiva entrelaça constantemente o dito e o não-dito”. A multinacional, buscando preservar sua imagem no que tange à legitimação do seu produto:

- (a) introduz o Outro no seu discurso, para imediatamente desqualificá-lo, à medida que responsabiliza esse Outro pela desqualificação dos fumantes, chamados, por esse discurso do “proibir”, de “crianças mimadas” que “não podem sair à rua para brincar e nem brincar em casa”; pela interferência na liberdade individual; pelo desrespeito à democracia;
- (b) utiliza-se de subentendidos e, por meio do dito, passa ao leitor o não-dito, inserido no discurso do Outro.

Assim, a empresa, aliando-se à comunidade fumante e defendendo o direito de fumar do cidadão, não pode identificar o agente que a ameaça, já que esse agente está inserido nessa mesma comunidade com a qual compartilha interesses e valores e até mesmo uma religião. Fazendo um apelo à religiosidade do brasileiro, o locutor menciona o “vinho usado na missa”, elemento que se integra num ritual religioso secular. Comunidade e empresa são, então, ameaçadas por um mal externo, praticamente não identificado, que faz “a democracia sofrer em suas raízes”, que é contra a garantia dos “indivíduos adultos decidirem o que fazer de suas vidas”, que desrespeita “a opção do próximo” e que “pode provocar uma confusão absurda, dispersiva até o ponto em que as pessoas percam a atenção naquelas coisas realmente perigosas”.

O locutor desvia a atenção imediata do leitor do hábito de fumar para uma série de hábitos ou costumes que são “atacados” por agentes não identificados, ou, quando identificados, encontram-se longe da realidade brasileira, como é o caso da Rede de Saúde Ambiental, uma organização americana. A seguir, estabelece implicitamente uma comparação entre esses hábitos que a própria empresa julga “não perigosos” e o hábito de fumar, ao mesmo tempo em que busca o apoio dos segmentos da sociedade atingidos por essas “crenças”.

Com o propósito de minimizar os problemas de saúde causados pelo hábito de fumar, o enunciador equipara os efeitos nocivos do cigarro aos efeitos de outros agentes não tão perigosos, como é o caso de perfumes, loções, manteiga e margarina vegetal.

Percebemos que o texto está calcado em uma série de crenças ou até mesmo de “verdades científicas” vigentes em nossa sociedade. Como algumas vezes as descobertas científicas mudam seu paradigma, o enunciador deixa um grande subentendido que se pode depreender do texto como um todo e da orientação argumentativa:

É possível que os estudiosos ainda descubram que o cigarro não é tão prejudicial à saúde, como se descobriu que a manteiga de origem animal não é causa do colesterol.⁶

Enviado em: 05/2000. Aceito em: 10/2002.

Referências bibliográficas

- DUCROT, O. 1984 Pressupostos e subentendidos: a hipótese de uma semântica lingüística. IN: *O dizer e o dito*. Trad. de E. Guimarães. Pontes Editores, 1987.
- FOUCAULT, M. 1971 *A ordem do discurso*. Trad. de Laura F. A. Sampaio. Loyola, 1996.
- MAINGUENEAU, D. 1996 *Les termes clés de l'analyse du discours*. Seuil.
- _____. 1990 *Pragmatique pour le discours littéraire*. Bordas. Trad. de Marina Appenzeller. Martins Fontes, 1996.
- _____. 1987 *Novas tendências em análise do discurso*. Trad. de Freda Indurski. Pontes, 1989.
- _____. 1984 *Genèses du discours*. Mardaga.
- NORI, V. & VALENTE, C. 1990 *Portas abertas*. Best Seller.

⁶ Como foi o caso da polêmica sobre a manteiga de origem animal e a de origem vegetal.

Anexo 1

Atenção: viver é prejudicial à saúde
(Jornal interno de uma multinacional –1994)

ATENÇÃO: VIVER É PREJUDICIAL À SAÚDE

1. Entramos nesses anos 90 com uma situação estranha e perigosa. Depois de décadas exigindo dos governos a liberdade de expressão e o respeito à opção do indivíduo, o interesse geral parece estar mudando: as pessoas agora pedem que as instituições metam o nariz na liberdade de cada cidadão. Isso já é corriqueiro nos Estados Unidos e está se espalhando rapidamente na América Latina, que tradicionalmente copia muitos hábitos norte-americanos.
2. A pretexto de proteger as pessoas, entraram na “lista negra” alguns dos mais legítimos prazeres: de poder tomar um copo de vinho ou um café, de fumar um cigarro e até de usar perfume. Os americanos vêm considerando esses costumes seculares “um grande perigo” e ativistas de todo o tipo têm se mobilizado contra eles. A triste constatação é que, agora, é permitido proibir.
3. Você pode dizer que isso é coisa de americano, moda passageira. Pode ser. Entretanto, essa mania vem se alastrando por vários países em desenvolvimento, numa tendência que podemos caracterizar como “o medo de viver” – uma situação de policiamento em que tudo pode ser prejudicial à saúde.
4. O que está em jogo nesses casos é a restrição da liberdade individual, fazendo com que as pessoas não tenham possibilidade de escolha. Como se fôssemos um planeta de crianças mimadas, que não podem sair à rua para brincar (senão acabam se machucando) e nem brincar em casa (porque o barulho pode incomodar alguém).
5. No momento que esse pânico diante de tudo (sal, sol, gordura, colesterol etc.) é imposto por determinados grupos ou governos, a democracia sofre na sua raiz, que é a garantia dos indivíduos adultos decidirem o que fazer de suas vidas. A liberdade individual não pode ter dois pesos e duas medidas. Ela vale tanto para a escolha de um presidente quanto para a decisão de comer ovos com bacon pela manhã.
6. Sem dúvida existem coisas perigosas no mundo que merecem alertas. No entanto, há exemplos bem interessantes de como as pessoas estão misturando “alhos com bugalhos”, como a questão do consumo de bebidas alcoólicas. As campanhas cívicas, alertando para o perigo de dirigir alcoolizado, são de grande importância. Mas, para os ativistas

- anti-álcool, isso não basta: o banimento deve ser amplo, geral e irrestrito. O que inclui – pasmem – até o vinho usado na missa.
7. E existem situações mais assustadoras. Uma organização da Califórnia (estado norte-americano), chamada Rede de Saúde Ambiental, está promovendo uma campanha para proibir o uso de perfumes, loções de barba e águas de colônia em restaurantes e outros lugares públicos. Segundo os portadores da organização, a medida procura proteger as pessoas hipersensíveis contra a “imposição de odor”.
 8. De repente, um preceito básico da democracia, a convivência pacífica, parece ter sido esquecido. “Dramas” como o citado acima podem ser resolvidos com o simples exercício do diálogo, em vez de estabelecer proibições. Não se pode exigir respeito desrespeitando a opção do próximo.
 9. E pior: o policiamento em excesso nos desperta para um risco muito mais grave. Um mar de advertências, avisos e proibições pode provocar uma confusão absurda, dispersiva até o ponto em que as pessoas percam a atenção naquelas coisas realmente perigosas.
 10. Mas há sempre as vozes alarmistas, repletas de estatísticas questionáveis, anunciando que o uso de manteiga é equivalente ao fim do mundo. Tudo isso para, poucos meses depois, afirmar que a manteiga não era tão má assim e eleger a margarina vegetal como o próximo Cavaleiro do Apocalipse. No dia que a humanidade acreditar que uma xícara de café é tão perigosa quanto a bomba atômica, estaremos com um sério problema.

Anexo 2

Dois segmentos da entrevista concedida à pesquisadora por um dos diretores da empresa em julho de 1994

Segmento 1: ao governo, tudo isso. E tem uma outra implicação que é muito importante, que faz parte da imagem empresarial é que, principalmente numa empresa que é uma empresa que tem uma importância razoavelmente grande no país, do ponto de vista financeiro, do ponto de vista social, é o número de empregos que gera, é o número de impostos que paga, é o número de empregos indiretos, quer dizer, quando você pensa em 70 mil plantadores e suas famílias, você bota uma família de 5 pessoas e tem 350 mil pessoas, você olha o número de varejistas, são 270 mil varejistas espalhados pelo Brasil afora, se você vê o número de fornecedores, então o número de empregos, além do mais uma empresa como a nossa que ela atua em todo o território nacional então a abrangência disso é uma abrangência

muito grande.... que você tem é, você tem locais do Brasil onde o único documento escrito que chega a esses rincões, são os nossos documentos internos, as nossas publicações como o jornal interno da empresa. porque... porque é o papel que você escreve que tá na mão do nosso vendedor e esse vendedor – nós no Brasil hoje ainda cigarros sendo entregues de canoa, de lombo de burro, de bicicleta,

Segmento 2: então, ele tá com aquele documento. Existem fatos que são interessantes do ponto de vista cultural, de varejistas no interior do Brasil hoje, talvez aquele varejista seja a única pessoa capacitada a ler de uma forma um pouco mais abrangente, então ele recebe uma publicação nossa como o jornal interno, ele chega naquele varejo, na birosca, lá no interior não sei de onde, e ele senta e aqueles vizinhos sabem o dia que chega esse informativo e sentam em redor dele pra ele ler para os vizinhos as mensagens que estão ali. Então a nossa responsabilidade quando você fala em linguagem empresarial, a nossa responsabilidade é cultural, a nossa responsabilidade jornalística, a nossa responsabilidade informativa é muito grande porque você está levando a pessoas um pouquinho de cultura a pessoas que não têm acesso a nenhuma outra fonte de cultura. Pessoas que não têm acesso a rádio, a televisão, a jornal, a revista, a nada. Têm acesso a um papel que nós mandamos por escrito, onde, não importa, tem receita de bolo, tem notícia sobre futebol, é o único documento que eles recebem. Então, nós temos muita consciência disso, da nossa responsabilidade cultural num país como o nosso. Então o relatório faz parte ... desculpa eu estou falando.... linguagem empresarial

Maria José Machado holds a PhD in Applied Linguistics and Language Teaching from PUC-SP (Catholic University of São Paulo). In 1999, she concluded her doctoral thesis in the area of Discourse Analysis, about the genre annual reports. Nowadays, she teaches Portuguese and Technology and Society at Faculdade Sumaré in São Paulo. She also evaluates undergraduate Language Courses for INEP (National Institute of Educational Studies and Research).