



Acta Scientiarum. Human and Social Sciences

ISSN: 1679-7361

eduem@uem.br

Universidade Estadual de Maringá

Brasil

Rodrigues, Paulo Cezar; Menegassi, Renilson José

O leitor frente ao texto Privê

Acta Scientiarum. Human and Social Sciences, vol. 27, núm. 2, 2005, pp. 125-130

Universidade Estadual de Maringá

Maringá, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307324855001>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

O leitor frente ao texto *Privê*

Paulo Cezar Rodrigues e Renilson José Menegassi*

Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Av. Colombo, 5790, 87020-900, Maringá, Paraná, Brasil. *Autor para correspondência. e-mail: renilson@wnet.com.br

RESUMO. Este artigo analisa o papel do leitor competente frente a textos de anúncios classificados *Privê*, que são textos de circulação social atual, cuja veiculação ocorre pelos jornais impressos. O *corpus* da pesquisa é constituído pelos classificados de jornais de circulação local (Maringá, Estado do Paraná), regional e nacional, entre abril e setembro de 2004. A partir das análises, definiram-se as características requeridas a um leitor competente, suas habilidades e estratégias, e o manejo diante de um texto de gênero específico. Os resultados demonstraram que leitor competente é aquele que consegue utilizar-se de diferentes estratégias de leitura, fazendo uso, de forma adequada, de seus conhecimentos lingüísticos, textuais e de mundo, a fim de atender de maneira satisfatória às suas necessidades de leitura.

Palavras-chave: leitura, leitor competente, classificados *privê*, texto social.

ABSTRACT. The reader and the *Personal* advertisement text. Current article analyzes the competent reader's role in *Personal* advertisement texts, whose social circulation is due to publications in newspapers. The research corpus comprises advertisements in local (Maringá, PR, Brazil), regional and national newspapers, between April and September 2004. The analyses specified characteristics of a competent reader, such as skills, strategies and management required in this particular type of text. Results show that a competent reader deploys different reading strategies and makes appropriate use of linguistic and textual knowledge, coupled to previous life experience, in a way that his/her reading needs are satisfactorily attended to.

Key words: reading, reader's competence, *Personals* advertisement, social text.

Considerações iniciais

A mídia nacional tem dado especial destaque para o incentivo à leitura. Atores, atletas e até algumas autoridades brasileiras têm participado de campanhas, promovendo o hábito da leitura, evidenciando-se, com isso, o reconhecimento por parte do governo e, principalmente, da sociedade, sobre a importância de o Brasil ser uma nação constituída por cidadãos que saibam, gostem e cultivem a prática da leitura. Quanto à relevância da leitura, no contexto social, Solé (1998, p. 18) declara: "Poder ler, isto é, compreender e interpretar textos escritos de diversos tipos com diferentes intenções e objetivos contribui de forma decisiva para a autonomia das pessoas, na medida em que a leitura é um instrumento necessário para que nos manejemos com certas garantias em uma sociedade letrada". Desse modo, tão importante quanto ter o hábito da leitura é ler de modo competente, podendo compreender e interpretar o que se está lendo. Um leitor que não possua essa habilidade poderá não encontrar sentidos em suas leituras, o que poderia desestimulá-lo dessa prática. Sobre a necessidade de se realizar uma leitura com significado, Goulemot (1996, p. 107) comenta que "a leitura é sempre produção de sentido", em qualquer

situação social, em qualquer texto social, incluindo aí os textos escolares, que têm função certa de escolarização da leitura.

A leitura, então, seria não somente lugar de produção de sentido, mas também de construção de significados, a partir da relação estabelecida entre leitor e texto, sendo este verbal ou não-verbal (Dell'isola, 1996, p. 69), considerando-se a situação sócio-histórica-ideológica do leitor, do texto, das condições de leitura, do ambiente etc.

Muito se tem falado ultimamente sobre leitor competente. Mas, afinal, quais seriam os atributos de um leitor competente? Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (Brasil, 1997, p. 53, 54), "Um leitor competente é alguém que, por iniciativa própria, é capaz de selecionar, dentre os trechos que circulam socialmente, aqueles que podem atender a uma necessidade sua". Em conformidade com essa linha de pensamento, um leitor competente, entre outras coisas, sabe que as experiências do leitor são fundamentais e indispensáveis para a reconstrução do sentido do texto, que não existem leituras únicas, autorizadas, mas apenas reconstruções de significados, que podem ser mais ou menos coerentes, dependendo dos objetivos e das intenções do leitor (Kleiman, 1999, p. 23).

Assim, com o objetivo de analisar as características do leitor competente frente a um texto social de alta frequência, atual e comum, foram escolhidos os anúncios de Classificados *Privê* de jornais de circulação na cidade de Maringá, Estado do Paraná e região, assim como um jornal de âmbito nacional para confrontos analíticos, com o intuito de levantar as características que um leitor competente precisa atentar para a realização desse tipo de leitura, verificando como alguns aspectos relacionados à leitura podem incidir nesse processo, tais como: os conhecimentos prévio, lingüístico e textual.

A leitura, o leitor e suas características

Além do atributo de saber selecionar o que vai ler, é preciso que o leitor tenha interesse pela leitura, tendo-a como uma habilidade que auxilia constantemente na conduta como cidadão. De acordo com Leffa (1996, p. 17), “o leitor precisa possuir, além das competências fundamentais para o ato da leitura, a intenção de ler”, demonstrando que “essa intencionalidade é característica do ser humano”. Acredita-se, então, que não exista leitura “desinteressada”, mesmo que seja para passar o tempo, por curiosidade ou por necessidade, sempre há uma intencionalidade, um objetivo por trás de cada leitura, mesmo que esse objetivo seja artificialmente construído, como no caso de situações de ensino.

Nesse sentido, acredita-se que o leitor nunca vá sozinho ao encontro do texto. Ele sempre leva consigo experiências e conhecimentos obtidos durante a sua existência, das mais diversas maneiras. Conhecimentos esses essenciais no processo de compreensão de um texto. Sobre isso, Kleiman (1989, p. 13) afirma:

“A compreensão de um texto é um processo que se caracteriza pela utilização do conhecimento prévio: o leitor utiliza na leitura o que ele já sabe, o conhecimento adquirido ao longo de sua vida. É mediante a interação de diversos níveis de conhecimento, como o conhecimento lingüístico, o textual, o conhecimento de mundo, que o leitor consegue construir o sentido do texto”.

Aliados ao conhecimento prévio, outros dois conhecimentos são de extrema importância para a compreensão de um texto: o conhecimento lingüístico e o textual. Não basta, portanto, saber se o texto está escrito em língua portuguesa ou não. Se o leitor não tiver algum conhecimento sobre o assunto do texto ou se não conhecer os termos ou a linguagem empregada, pode ter a sua compreensão comprometida. Sobre isso, Kleiman (1989, p. 14) declara: “às vezes, não conhecer o nome de objetos concretos ou de conceitos simples pode também trazer problemas de ordem lingüística à compreensão do texto”. O que é complementado a seguir: “O

conhecimento lingüístico, então, é um componente do chamado conhecimento prévio, sem o qual a compreensão não é possível”. Quanto ao conhecimento textual, é fundamental que o leitor conheça e reconheça os mais diversos tipos de textos que circulam socialmente (jornalísticos, didáticos, poéticos, literários etc.), assim como as mais diversas categorias do discurso. Quanto à importância do domínio do conhecimento textual, Kleiman (1989, p. 20) observa: “quanto mais conhecimento textual o leitor tiver, quanto maior a sua exposição a todo o tipo de texto, mais fácil será a sua compreensão [...]”, o que leva à constatação exposta na literatura em Lingüística Aplicada, apregoada pelos Parâmetros Curriculares Nacionais de que o leitor deve entrar em contato, desde cedo, com o maior número de gêneros textuais possíveis, para a formação de um conhecimento prévio textual mais heterogêneo e eclético.

Considera-se, então, que não somente a intencionalidade, como também os conhecimentos lingüísticos, textuais e os prévios, ou seja, todo o seu conhecimento de mundo, precisa ser acionado simultaneamente pelo leitor competente, para que consiga realizar uma leitura, obtendo plena significação do conteúdo lido. Kleiman (1989, p. 26) resume: “O conhecimento lingüístico, o conhecimento textual, o conhecimento de mundo devem ser ativados durante a leitura para poder chegar ao momento da compreensão”.

É importante ressaltar que, anterior ao processo de compreensão, está o processo de decodificação do texto, quando o leitor se vê frente a frente com o texto para efetivação da leitura. Neste momento, o nível de linguagem, ou seu grau de complexidade, determinará o tipo de leitura que será realizada, podendo ser uma leitura rápida, lenta ou minuciosa. Sobre isso, Kato (1990, p. 39-40) assevera: “Os estudiosos dessas áreas referem-se a dois tipos básicos de processamento de informação: top-down = descendente e bottom-up = ascendente”, e “[...] esses dois tipos de processamento podem servir de base para descrever tipos de leitores”. No primeiro, com a leitura descendente, o leitor lê rapidamente, faz adivinhações, utiliza seus conhecimentos prévios, levanta as idéias gerais e principais (não as secundárias), não confirma hipóteses, realizando uma leitura não linear, da macro para a microestrutura do texto. No segundo, com a leitura ascendente, o leitor prende-se a detalhes, não distinguindo o que é mais importante do redundante, faz pouca leitura nas entrelinhas, é vagaroso, realizando uma leitura linear, partindo do particular para o geral. Entretanto, existe um terceiro tipo de leitor, o leitor competente, que usa de forma adequada e no momento apropriado, conforme as suas necessidades, os dois processos complementarmente, tendo plena consciência na

escolha das estratégias metacognitivas que devem ser utilizadas (Kato, 1990, p. 40-41).

Os classificados *Privê*

Pelo fato de o *corpus* tratar-se de um texto de circulação social, e de ser publicado em jornais (Classificados *Privê*), dentre os vários veículos de comunicação escrita que circulam no país, decidiu-se pela escolha de cinco desses veículos: três, de alcance local e regional e outro de alcance nacional: “O Diário do Norte do Paraná”, “Hoje”, “Jornal do Povo”, “Folha de Londrina” e “O Estado de São Paulo”.

Com essa seleção, pretende-se levar em conta alguns aspectos relacionados aos conhecimentos prévios; ou seja, aquilo que o leitor já conhece sobre o conteúdo lingüístico destes anúncios, que tem a ver com o nível de linguagem utilizada nestes textos (culto ou coloquial) e, também, os conhecimentos textuais, com os quais se pode verificar a familiaridade do leitor não somente com o periódico de sua preferência, mas, principalmente, com o gênero do texto produzido, especificamente, para os classificados eleitos.

Acredita-se, ainda, que outros fatores possam exercer influência direta sobre o leitor, e as possíveis interpretações dos textos contidos nos classificados *Privê*. Seriam eles: a identificação do perfil do público-alvo de cada jornal, a abrangência/alcance dos jornais em questão, a frequência dessas publicações (*Privê*), o formato do texto do classificado, o uso de estrangeirismos e a linguagem empregada.

A nomenclatura dada a esses anúncios varia de acordo com o periódico em que são publicados: Relax/Acompanhantes, em “O Estado de São Paulo”; Classi-*Privê*, no jornal “Folha de Londrina”; *Privê*, em “O Diário do Norte do Paraná”; Acompanhantes, em “Hoje”; e, sem identificação, no “Jornal do Povo”. Embora os nomes utilizados em cada um destes veículos variem, os serviços neles oferecidos são basicamente os mesmos: acompanhantes femininos e masculinos, mensagens eróticas, entre outros.

No que se refere à estrutura do texto, os anúncios pesquisados parecem seguir um mesmo padrão de formato. Entretanto, no caso dos anúncios veiculados em “O Diário”, percebeu-se que um deles “Number One”, contendo dezoito linhas, portanto, o mais extenso, aparece sempre em primeiro lugar, ocupando o mesmo espaço na seção dos classificados *privê*, seguido de outros que se alternam, nas posições seguintes, como “Abata”, “As gatas do dia”, “Bruna e Lorena”, “Angélica sansei”, entre outras (período de 1 a 26/9/04); pelas descrições, os critérios do jornal para o posicionamento dos anúncios classificados na seção são: quantidade de linhas ou caracteres e ordem

alfabética.

Acredita-se que o custo para divulgação desses anúncios exerça influência direta sobre os espaços que eles ocupam nos cadernos de classificados, fazendo com que sejam compostos, em média, por título e, no máximo, cinco linhas, nos jornais regionais (“O Diário”, “Hoje”, “Jornal do Povo” e “Folha de Londrina”), e título e até três linhas em “O Estado de São Paulo”. No caso dos jornais regionais “Hoje” e “O Diário”, apurou-se que o valor médio cobrado por publicação diária em anúncios de até cinco linhas é de R\$ 4,00 e R\$ 21,60, respectivamente. Para os textos de até dez linhas ou mais, o custo é de R\$ 15,00 e R\$ 27,00, respectivamente, podendo chegar ao valor de R\$ 54,00, caso o anunciante não seja assinante do veículo de comunicação escolhido, elevando o custo dos mesmos e faz com que os textos tenham, muitas vezes, um excessivo número de abreviações, sendo uma característica desse gênero textual, assim como é um ponto a salientar na leitura. Se o leitor não tiver competência para compreender essas abreviações, certamente não processa o texto com habilidade.

YURE JAPONESA LEGIT Bonita espec. em podol. Completa c/ acess. E muito boa! Taxa \$100, L/H/M (11) (11)3384.5756/8152.1033
CLARA LOIRA SEDUT. Inic. 23 a., Sec. Exec., 1,75, Seios Fartos. C. Fina, 102 q. + japa ninf. E muitas novatas, 11 –3813-5952.
MAIARA NISSEI NINF. Rainha do Or. P/ cam.+ 2miss. Bumbum, mulherões 1.75 vararias [sic] novat. 1/h/m (11)3801-1691/1691/2043

Figura 1. Fonte: O Estado de São Paulo, 24/5/2004.

Textos como os exibidos na Figura 1, geralmente, são lidos utilizando-se o processamento ascendente (bottom-up), no qual a leitura ocorre mais lentamente, buscando-se, inicialmente, a decodificação e a compreensão das palavras abreviadas para, num segundo momento, chegar-se à compreensão e interpretação do texto (Kato, 1990, p. 40).

Durante a coleta de dados para a pesquisa, constatou-se, também, a existência de legislações próprias (Lei Estadual nº 13.044/01 e Lei Municipal de Maringá, Estado do Paraná, nº 6.965/97), para esses anúncios, ou seja, há leis específicas que regulamentam a elaboração e veiculação dos anúncios *privês*, determinando algumas normas que devem ser obedecidas pela imprensa, mais detidamente, sobre os anúncios de classificados de emprego e *privê*. Segundo essas leis, esses anúncios só podem ser efetuados pessoalmente, no balcão dos jornais, mediante confecção de cadastro do anunciante, com a apresentação de documentação pessoal, juntamente com comprovante de residência. Também não é permitida a utilização de termos ou expressões que

remetam à prostituição ou que possam caracterizar qualquer tipo de discriminação, seja ela racial ou profissional. Assim, não estão autorizadas, segundo as Leis vigentes (em jornais do Paraná e de Maringá, Estado do Paraná), expressões como: sigilo absoluto, discreto e seguro, massagens com fulana ou beltrana (nomes vulgares), momentos de prazer, acompanhantes para executivos, recepcionista para executivos, universitárias, faço de tudo, sensuais massagistas, atendimento a motéis ou hotéis, porém não é o que efetivamente se encontra nos periódicos investigados.

Assim, não obstante a normatização existente quanto ao conteúdo dos classificados, em alguns casos, esses textos são compostos por abreviações, metáforas e estrangeirismos (Figura 2), como uma estratégia de burlar a lei e persuadir o leitor.

A TOP LINE Tudo o que há de melhor em top de linha.CMC 137.4003-6 Tel.(43)3025-2539
(A)
NUMBER ONE As mais lindas gatas loiras, morenas, mulatas, mestiças, dispomos também de garotos e um casal realmente casados do mais alto nível. Atendimento Vip 24 horas, delírio total para eles, elas e casais. Descrição (sic) e sigilo absoluto (sic), incomparável, confira! F. (44)9116-4861/9964-3451
(B)
FOR MAN MASSAGEM RELAX TOTAL Tel. (43)3324-5889/9992-2665 CMC. 116.744-8
(C)

Figura 2. (A) Folha de Londrina 1º/6/2004; (B) O Diário do Norte do Paraná 23/5/2004; Folha de Londrina 4/6/2004.

Outros classificados empregam como estratégia de persuasão uma linguagem popular, coloquial (Figura 3).

TRAVESTIS Fuja do mico! Só aqui você encontra travestis femininas e sensuais dispostas a realizar suas fantasias. F:9103-6060.
ADRIA E CRIS Loira e Mulata, duas <u>mulherão de arrasar</u> , sedutoras e <u>sem frescura!</u> At. Local. Tel. (11)5042-1554
ALICE E VALÉRIA Mulatas Sósias TV., Beijo Gostoso <u>Poltrancas Gulosas</u> . Realizo suas fantasias. 1/h/m 11-5585-3095
PAULA MULHERÃO Inic. Linda, 1,70 cint. Fina + Bruna <u>Afrodita</u> 6cm + 4loiras seios firmes e fartos.F.(11)3032-6744

Figura 3. O Estado de São Paulo, 24/5/2004 (*grifos nossos*).

Pode-se afirmar, então, que é pelo nível de linguagem empregado no texto, por exemplo, que o anunciante seleciona seu público alvo, conseqüentemente, manifesta-se aí um jogo de linguagem que seduz o leitor, exigindo-lhe competência lingüística e textual para compreender o anúncio. Alguns anúncios especificam a qual pessoa de destinam, ora apresentando a categoria

profissional do interlocutor: executivos, profissionais liberais, entre outros, ora por meio do nível de linguagem do texto, como pode ser observado na Figura 4.

RODRIGO Somente para mulheres. Altíssimo nível, universitário, belíssimo corpo e rosto. Tel. 8801-5535
(A)
SANDY TRAVESTI***** Pornô Internacional. Charme, Classe, e Discrção. Beleza Única(Dotadíssima).Ideal para Executivos. Apto. Jardins. F (11) 8105-5590
(B)
A BALADA MASSAGEM COM LUCIANA MASSAGEM Atendimento em apto. central, ambiente aconchegante e seguro. É o lugar ideal para homens de bom gosto que queiram ter momentos agradáveis fazendo vários tipos de massagens compl. Atend Vip. 24 h. tel. (43)9994-4562 – cmc133023-3
(C)

Figura 4. (A) O Diário do Norte do Paraná, 25/4/2004; (B) O Estado de São Paulo, 20/5/2004; (C) Folha de Londrina, 1º/6/2004.

É importante ressaltar que, conforme se verificou na pesquisa, um bom número desses classificados precisam ser submetidos a uma revisão textual por parte do redator do jornal, antes de serem publicados, por não se enquadrarem no padrão lingüístico exigido por lei, (nomes vulgares, discriminatórios etc.), pois, segundo a legislação, o teor desses anúncios, também, é de responsabilidade do jornal em que são publicados. É possível constatar, também, a presença de um grande número de anúncios em que não há preocupação com o uso do padrão culto-formal da língua portuguesa. No caso dos textos constantes da Figura 4, percebe-se que a linguagem utilizada neles é de fácil entendimento, não exigindo do leitor um esforço extra para compreensão e interpretação da mensagem. Nesse caso, pode-se dizer que o processamento utilizado pelo leitor para decodificação do texto é o descendente (top-down). Nesse processo, a leitura ocorre com maior rapidez, o leitor utiliza seus conhecimentos prévios, lê rapidamente, partindo da macro para a micro estrutura do texto, ou seja, do geral para o específico.

Assim, acredita-se que, se de um lado o anunciante pode “selecionar” o seu interlocutor, optando pelo uso de uma linguagem mais culta e formal; de outro, o leitor também pode selecionar a sua leitura quando não souber o significado de alguma palavra contida no texto. Ele pode deixar de ler o anúncio em questão ou tentar compensar essa falta de conhecimento, ativando outros mecanismos, como a busca da interpretação de alguma palavra mais elaborada pelo contexto em que foi empregada. De acordo com Kleiman (1989, p. 16), “[...] quando o leitor é incapaz de chegar à compreensão através de um nível de informação, ele ativa outros tipos de conhecimento para compensar as falhas momentâneas”. Um exemplo ocorre, na Figura 3, com o uso de vocábulos e expressões como: Fuja do

mico!, mulherão de arrasar, sem frescura, Poltrancas gulosas, Afrodita, que exigem do leitor, além de conhecimento lingüístico, conhecimento de mundo específico para saber que são atributos aos serviços colocados à disposição do leitor. Assim, mesmo não conhecendo as expressões, o leitor competente é capaz de compreendê-las a partir da leitura e análise do texto publicado.

Quanto aos conhecimentos prévios do leitor, ou seja, seus conhecimentos de mundo, acredita-se que eles sejam fundamentais para o êxito no processo de leitura com compreensão do texto. Sobre o exercício do conhecimento prévio no processo de compreensão de leitura, Kleiman (1989, p. 25) declara: “A ativação do conhecimento prévio é essencial à compreensão [...]”. É a partir daquilo que o leitor já sabe, já viu ou experimentou, que ele estabelece relação com o que é apresentado ou apenas sugerido no texto. No tocante a isso, Goodman (1987, p. 15) diz: “Toda leitura é interpretação, e o que o leitor é capaz de compreender e de aprender através da leitura depende fortemente daquilo que o leitor conhece e acredita a priori, ou seja, antes da leitura”. Nesse sentido, é a partir dos implícitos sugeridos pelos vocábulos e expressões destacadas que o leitor constituirá sentidos, marcando sua posição frente à leitura.

Nos textos de anúncios classificados aqui analisados, a descrição dos profissionais, bem como dos serviços ou objetos neles oferecidos, como em Yure Japonesa Legit. (Figura 1), é de fundamental importância para quem está anunciando. Entretanto, outros recursos são freqüentemente utilizados por esses textos, como no caso dos estrangeirismos, expressões que não são da língua portuguesa, e que, acredita-se, podem conferir maior credibilidade ao produto ou serviço oferecido, como direcionar e selecionar o anúncio a um determinado público-alvo. Nos classificados observados, verificou-se a preferência pelas palavras oriundas do idioma inglês: (Figura 2), “A top line”, “Number one” e “For man”, mostram representativas do que se encontra. Aqui, delinea-se outra característica do leitor competente: o conhecimento lingüístico da língua inglesa. Por essa estratégia, o anunciante já pretende selecionar seu leitor.

Um outro recurso é o uso do implícito, daquilo que não está dito diretamente, mas que permite ao leitor mais atento, competente, fazer uma leitura que extrapole o sentido denotativo das palavras empregadas, como em: (Figura 5), “Dá-me leite”, “Saradão”, “Mulher perfeita”, “Macho completo”, que pedem uma leitura apelativa para além das palavras. Para Goodman (1987, p. 17), “Os leitores utilizam estratégias de inferência para inferir o que não está explícito no texto”. Desse modo, o significado e a compreensão de determinadas expressões só são possíveis de ser alcançados se o

interlocutor tiver um conhecimento de mundo à altura do desejado pelo anunciador da mensagem.

FONESEX MALÍCIA 24H Dá-me leite. (11) 3237.0840,0841
WELLINGTON MULATO Animal Trainer 24! (11) 9522-5842x)
GUILHERME GAUCHO 20 anos, 1,85 Alt. 90Kg. Saradão, Macho completo <u>adoro bombar!!</u> Fone: (11)3875-1207
DANI HERMAFRODITA “Mulher perfeita” c/ 1 segredo. Ninguém sabe mas tenho um membro bem desenvolvido. Ativa jacto prazer. F: (11) 8105-5590

Figura 5. O Estado de São Paulo, 24/5 e 3/6/2004 (*grifo nosso*).

Assim, as expressões destacadas carregam em si um significado que é apreendido pelo leitor, que constitui um sentido desejado, em função do objetivo de leitura que se apresenta no momento em que lê o anúncio. Esse sentido, como estabelece Goulemot (1996), extrapola o texto, buscando, inclusive, relações com o fora-do-texto, com o mundo a que se refere. Na expressão Dá-me leite, por exemplo, o leitor pode constituir sentidos diversos: a) é uma anunciante com pouca idade e inexperiente; b) é uma gatinha, mulher nova, com no máximo 18 a 19 anos; c) é uma mulher à espera de prazeres carnavais com um homem; entre muitos outros que não caberiam aqui ser elencados. O mesmo acontece com as outras expressões destacadas: Animal Trainer, Saradão, adoro bombar, que fica à critério do leitor produzir os sentidos permitidos.

Para a análise da periodicidade dessas publicações, a pesquisa deteve-se somente nos jornais: “O Diário do Norte do Paraná”, “Hoje” e “Jornal do Povo”, visto que a publicação de anúncios dessa natureza, nos periódicos locais, é considerada recente, iniciando-se no ano de 1998, aproximadamente, conforme informações do setor de Classificados de “O Diário”, ao contrário do que acontece nos grandes centros, onde essas publicações ocorrem há mais tempo. Dentre os três jornais locais, o que possui maior número de anunciantes *privê* é o “O Diário do Norte do Paraná”, com uma média de 18 anúncios diários, entre 4ª feira e domingo, para uma tiragem de 17.500 exemplares semanais e 21.500 aos domingos. O jornal “Hoje”, que tem uma tiragem de 6.000 exemplares semanais e 8.000 aos domingos, possui apenas três anunciantes, os quais anunciam na 5ª feira e no domingo. Esse periódico, segundo seu setor de Classificados, começou a aceitar anúncios *privê* no início deste ano. O “Jornal do Povo”, com tiragem de 5.000 exemplares semanais e 7.000 aos domingos, possui apenas um anunciante, que prefere a 5ª feira e o domingo para veiculação do seu anúncio.

Supõe-se, ainda, que a aquisição de um desses

periódicos pelo leitor seja influenciada não somente pelo seu nível intelectual ou simples preferência devido à quantidade de anúncios, como pelo seu poder aquisitivo, visto que os preços destes jornais variam entre R\$1,00 (Folha de Londrina e Jornal do Povo), R\$1,25 (O Diário e Hoje) a R\$2,20 (O Estado de São Paulo), durante a semana, e aos domingos, R\$2,50 (O Diário, Hoje e Folha de Londrina) e R\$ 3,50 (O Estado de São Paulo).

Considerações finais

Embora o estudo do *corpus* tenha ocorrido de modo estanque, analisando separadamente cada um dos elementos considerados essenciais ao processo de leitura, acredita-se que os três conhecimentos prévios devam ser utilizados, concomitantemente, a fim de que a leitura ocorra com a aquisição plena da compreensão do texto.

É possível, assim, deduzir que, quanto mais amplos e profundos forem os conhecimentos do leitor sobre toda a sorte de informações, mais facilmente poderá compreender os textos que porventura leia. Do mesmo modo, quanto mais restritos, limitados e superficiais forem esses conhecimentos, maior será a dificuldade do leitor em compreender aquilo que ler.

Nas análises realizadas, constataram-se algumas características necessárias ao leitor do gênero investigado:

- domínio de leitura de um gênero específico e de recente publicação, se comparado com outros que circulam nos mesmos periódicos;
- identificação com as informações veiculadas no anúncio;
- objetivo certo para leitura, selecionando o que lê e para que lê;
- compreensão de abreviaturas – marca de conhecimento prévio lingüístico;
- aceitação do jogo de linguagem sedutora proposto pelo texto;
- compreensão de palavras e expressões típicas do mundo a que se refere o anúncio;
- identificação e entendimento dos implícitos que estão nas palavras e expressões próprias do gênero lido;
- conhecimento de língua estrangeira, pelo menos seus rudimentos;
- capacidade de produzir sentidos diversos ao mesmo texto, às palavras e expressões, ou seja, leitura conotativa;
- utilização concomitante e recursiva de conhecimentos prévios lingüísticos, textuais e de mundo.

Desse modo, acredita-se que um leitor competente seja aquele que consiga utilizar-se de diferentes

estratégias de leitura, servindo-se, adequada e convenientemente, de seus conhecimentos lingüísticos, prévios e textuais, na abordagem de um texto, seja qual for o seu gênero ou natureza, levantando e checando hipóteses, extraindo significado e atribuindo sentido aos textos, enfim, atuando como sujeito ativo no processo de leitura, a fim de atender às suas necessidades como leitor. Competência essa que só pode ser alcançada – não somente pelo leitor dos anúncios *privês* dos classificados, mas por todos os outros leitores – por meio do exercício da prática constante da leitura dos mais diversos textos, os quais circulam socialmente.

Referências

- BRASIL, Secretaria da Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais: língua portuguesa*. Brasília: Secretaria de Educação Fundamental, 1997.
- CLASSIDIÁRIO, *O Diário do Norte do Paraná*, Maringá-PR, 18 abr.- 26 set., 2004. Caderno Classificados.
- CLASSIEXPRESSO, *Jornal do Povo*, Maringá-PR, 07 jul – 24 set. 2004, Caderno Classificados.
- CLASSIFICADOS, *Hoje*, Maringá-PR, 23 a 26 set. 2004, Caderno Classificados.
- CLASSIFICADOS-GERAL, *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 maio – 03 jun. 2004, Caderno Classificados.
- DELL'ISOLA, R.L.P. A interação sujeito-linguagem em leitura. In: MAGALHÃES, I. (Org.). *As múltiplas faces da linguagem*. Brasília: UNB, 1996, p. 68-75.
- FOLHA CLASSIFICADOS. *Folha de Londrina*. Londrina-PR, 01, 02 e 04 jun., 2004, Caderno Classificados.
- GOODMAN, K.S. O processo de leitura: considerações a respeito das línguas e do desenvolvimento. In: FERREIRO, E.; PALACIO, M.G. (Org.). *Os processos de leitura e escrita: novas perspectivas*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1987, p. 15-17.
- GOULEMOT, J.M. Da leitura como produção de sentidos. In: CHARTIER, R. (Org.). *Práticas de leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996, p. 107-116.
- KATO, M.A. *O aprendizado da leitura*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- KLEIMAN, A. *Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura*. Campinas: Pontes, 1989.
- KLEIMAN, A. *Oficina de Leitura: teoria e prática*. Campinas: Pontes. Ed. Unicamp, 1999.
- LEFFA, V.J. *Aspectos da leitura: uma perspectiva psicolingüística*. Porto Alegre: Sagra & Luzzatto, 1996.
- SOLÉ, I. *Estratégias de leituras*. 6. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

Received on August 09, 2005.

Accepted on December 09, 2005.