

LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS

UNITAU
digital

ANDRÉIA ALDA DE OLIVEIRA FERREIRA VALÉRIO
ISABEL ROSÂNGELA DOS SANTOS AMARAL
JOÃO DE OLIVEIRA





**Andréia Alda de Oliveira Ferreira Valério
Isabel Rosângela dos Santos Amaral
João de Oliveira**

**Língua Portuguesa: Leitura
e Produção de Textos**

Taubaté 2022



Reitora Profa. Dra. Nara Lucia Perondi Fortes
Vice-reitor Prof. Dr. Jean Soldi Esteves
Pró-reitor de Administração Prof. Dr. Jean Soldi Esteves
Pró-reitor de Economia e Finanças Prof. Dr. Francisco José Grandinetti
Pró-reitora Estudantil Profa. Dra. Máyra Cecilia Dells
Pró-reitor de Extensão e Relações Comunitárias Profa. Dra. Leticia Maria P. da Costa
Pró-reitora de Graduação Profa. Ma. Angela Popovici Berbare
Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação Prof. Dra. Sheila Cavalca Cortelli
Comissão de Gestão Compartilhada EaD Unitau Esp. Helen Francis Silva
Me. José Maria da Silva Junior
Dra. Márcia Regina de Oliveira

Revisão ortográfica-textual Prof. Me. João de Oliveira
Profa. Ma. Isabel Rosângela dos Santos Amaral
Designer Instrucional Jaqueline de Carvalho
Direção de arte Unitau Digital
Projeto Gráfico/ Diagramação Tiago Ferreira Vieira

Autor Andréia Alda de Oliveira Ferreira Valério
Isabel Rosângela dos Santos Amaral
João de Oliveira

Unitau-Reitoria Rua Quatro de Março, 432, Centro
Taubaté – São Paulo. CEP: 12.020-270
Central de Atendimento: 0800557255

Polo Taubaté – Sede Rua Conselheiro Moreira de Barros, 203 - Centro
Taubaté – São Paulo. CEP: 12.010-080
Telefones: Coordenação Geral: (12) 3621-1530
Secretaria: (12) 3622-6050



EXPEDIENTE EDITORA

edUNITAU

| Diretora-Presidente: Profa. Dra. Nara Lúcia Perondi Fortes

Conselho Editorial

| Pró-reitora de Extensão: Profa. Dra. Leticia Maria Pinto da Costa

| Assessor de Difusão Cultural: Prof. Me. Luzimar Goulart Gouvêa

| Coordenadora do Sistema Integrado de Bibliotecas: Shirlei de Moura Righeti

| Representante da Pró-reitoria de Graduação: Profa. Ma. Silvia Regina Ferreira Pompeo de Araújo

| Representante da Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação: Profa Dra. Cristiane A. de Assis Claro

| Área de Biociências: Profa. Dra. Milene Sanches Galhardo

| Área de Exatas: Prof. Dra. Érica Josiane Coelho Gouvêa

| Área de Humanas: Prof. Dr. Mauro Castilho Gonçalves

| Consultora Ad hoc: Profa. Dra. Adriana Leônidas de Oliveira

Equipe Técnica

| NDG – Núcleo de Design Gráfico da Universidade de Taubaté

| Coordenação: Alessandro Squarcini

Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBi/ UNITAU Grupo Especial de Tratamento da Informação – GETI

V164I	Valério, Andréia Alda de Oliveira Ferreira Língua portuguesa: leitura e produção de textos [recurso eletrônico] / Andréia Alda de Oliveira Ferreira Valério... [et al.]. – Dados eletrônicos. -- Taubaté : EdUnitau, 2022.
	Formato: PDF Requisitos do sistema: Adobe Modo de acesso: world wide web
	ISBN: 978-65-86914-50-4 (on-line)
	1. Escrita. 2. Gênero. 3. Interpretação. 4. Leitura. 5. Morfologia. I. Amaral, Isabel Rosângela dos Santos. II. Oliveira, João de. III. Título.
	CDD – 808.066

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Ana Beatriz Ramos – CRB-8/6318

Índice para Catálogo sistemático

Escrita – 808.066

Gênero – 469.07

Interpretação – 808

Leitura – 372.4

Morfologia – 469.5

Copyright © by Editora da UNITAU, 2022

Nenhuma parte desta publicação pode ser gravada, armazenada em sistema eletrônico, fotocopiada, reproduzida por meios mecânicos ou outros quaisquer sem autorização prévia do editor.

Sumário

Recursos de Imersão.....	7
Unidade I: Linguagem Língua e códigos: o homem é um ser que se comunica.....	9
Introdução	10
1.1 Línguas e linguagens: nossos jeitos de construir sentidos	11
1.1.1 Variações linguísticas: uma língua nunca é uma língua só	14
1.2 Escrita e oralidade: duas modalidades de uso da língua	17
1.2.1 Graus de formalidade na oralidade e na escrita	19
1.2.2 Linguagem verbal e não verbal	21
1.3 A teoria dos sistemas de comunicação	22
1.4 Síntese da Unidade	24
1.5 Para Saber Mais	26
Unidade II: Fonética, fonologia e morfologia: a língua em foco.....	28
2.1 Fonética: explorando os sons da fala	29
2.1.1 A produção dos sons na fala: como é que falamos, afinal?	30
2.2 Fonologia: o estudo das unidades sonoras da língua	32
2.2.1 Classificação dos fonemas	34
2.2.2 Notação lexicais: vai um acento aí?	35
2.3 Morfologia: quem se lembra das classes gramaticais?	37
2.3.1 E quando surgem novas palavras?	53
2.4 Síntese da Unidade	56
2.5 Para Saber Mais	57
Unidade III: Práticas de Leitura e Interpretação Textual	59
Introdução	60
3.1 Leitura Geral	64
3.2 Leitura Específica e Detalhada	66
3.3 Gêneros textuais	69
3.4 Síntese da Unidade	71
3.4 Síntese da Unidade	71
Unidade IV: Gêneros textuais e estruturas linguístico-discursivas	73
Introdução	74
4.1 Estruturas Linguístico-Discursivas em Textos Argumentativos	75
4.1.1 Algumas possibilidades de argumento	76
4.1.2 Desenvolvimento ou apresentação de argumentos	78
4.2 O Gênero Textual Argumentativo Resenha	83
4.2.1 Principais Características	83
4.2.2 Produzindo uma Resenha	84
4.2.3 Alguns Tipos de Resenha	85
4.2.4 Diferença entre Resenha e Resumo	86

4.3 O Gênero Textual Argumentativo Relatório	87
4.3.1 Alguns Tipos de Relatório	88
4.3.2 Produzindo um relatório	88
4.4 Síntese da Unidade	90
4.5 Eu indico	90
Unidade V: Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda	93
Introdução	94
5.1 Gênero Anúncio Publicitário (ou Publicidade)	94
5.1.1 Técnicas Utilizadas pelo Anúncio Publicitário (ou Publicidade)	97
5.1.2 Exemplos de Anúncio Publicitário (ou Publicidade)	98
5.2 Gênero Anúncio de Propaganda (ou Propaganda)	101
5.2.1 Tipos de Propaganda	103
5.3 As Diferenças entre os gêneros textuais Publicidade e Propaganda	104
5.4 Coesão e Coerência Textuais	105
5.4.1 Coesão Textual	106
5.4.2 Coerência Textual	108
5.4.3 Considerações finais	112
5.5 Síntese da Unidade	113
5.6 Eu indico	113
Unidade VI: Práticas de Leitura e de Produção Escrita.....	116
Introdução	117
6.1 Sobre Leitura	118
6.2 Sobre a Produção Escrita	119
6.2.1 Rascunhos	121
6.3 O Processo de Correção de Textos	121
6.3.1 Afinal, o que é preciso corrigir?	123
6.4 Síntese da Unidade	129
6.5 Eu indico	129

Recursos de Imersão:



Explorando ideias



Eu indico



Pensando juntos



Pímulas de conhecimento



Podcast



QRCode



Língua Portuguesa: Leitura e Produção de Textos





Unidade I

Linguagem Língua e códigos: o homem é um ser que se comunica

Nesta Unidade, vamos nos aprofundar um pouco nos estudos sobre linguagem, enfatizando alguns tópicos essenciais que, esperamos, possam ajudar você a compreender o papel dos estudos da linguagem e da língua em um curso como o seu. Para tanto, estudaremos sobre: a) conceitos de língua e de linguagem; b) variações linguísticas; c) modalidades de uso da língua (oral e escrita); d) níveis de formalidade no uso da língua. Vamos lá!



Introdução

```
32 it("should merge a fixed array field", function() {
33   f.addPair({name: "a[]", value: "V"});
34   assert.deepEqual(f.serialize(), {a: ["V"]});
35 });
36
37 it("should merge multiple fixed fields", function() {
38   f.addPair({name: "a[]", value: "V"});
39   f.addPair({name: "a[]", value: "V"});
40   assert.deepEqual(f.serialize(), {a: ["V", "V"]});
41 });
42
43 it("should merge mixed field types; nested", function() {
44   f.addPair({name: "a[b][]", value: "V"});
45   f.addPair({name: "a[b][]", value: "V"});
46   assert.deepEqual(f.serialize(), {a: {b: ["V", "V"]}});
47 });
48
49 it("should punish user for adding pointer array as field",
```

Já parou para pensar em quantas oportunidades de comunicação temos todos os dias?

Seja com pessoas da família, do trabalho, amigos, ou mesmo com desconhecidos, nós falamos, nós fazemos comunicação, nós interagimos e construímos sentidos por meio da linguagem.

Há quem diga que o que faz do ser humano um ser “realmente humano” é a capacidade de produzir linguagem. E, quando falamos em linguagem, não estamos nos referindo apenas à capacidade de falar/ouvir (que já são coisas extraordinárias, mas não explicam tudo o que compreende o conceito de linguagem).

Estudar linguagens significa tratar das formas de produzir sentido. Temos, por exemplo, uma forma de produzir sentido, de produzir linguagem, com pessoas surdas. Para isso, emprega-se a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS). Temos, como vocês bem sabem, uma forma de produzir sentidos a partir de algoritmos, ou seja, é possível falar em uma linguagem de programação, que é utilizada por profissionais da área das tecnologias

digitais para construir sentidos por meio das máquinas. Assim, estudar linguagem é estudar a capacidade humana de construir sentidos.

1.1 Línguas e linguagens: nossos jeitos de construir sentidos



Todo povo, toda nação tem uma língua. Certo? Errado!

Para essa afirmação estar correta, deveria dizer algo do tipo: todo povo tem **uma ou mais** línguas, mas toda nação tem uma língua oficial (um idioma) e pode ter outras línguas coexistindo com seu idioma oficial.

Parece confuso? Só parece, porque, na verdade, é simples. Vejamos do que se trata: quando uma língua é formalmente registrada (em alfabetos, gramáticas, dicionários, regulamentos), ela é institucionalizada e pode ser considerada o idioma oficial de determinado país. No entanto, mesmo adotando um idioma oficial, os povos, geralmente, convivem com mais línguas. No Brasil, por exemplo, o idioma oficial é a Língua Portuguesa, mas **ela não é a única existente no país**, pois temos a presença, por exemplo, de línguas indígenas¹.

¹ Há uma discussão teórica bastante avançada em relação a considerar ou não línguas como as indígenas como dialetos ou como línguas. Não entraremos nessa discussão neste material, pois não cabe no escopo do nosso curso, mas, se você tiver interesse no assunto, pode acessar um material muito interessante pelo link: https://www.researchgate.net/profile/Via-Litterae/publication/346395620_As_concepcoes_de_lingua_e_dialecto_e_o_preconceito_sociolinguistico_Concepts_of_language_and_dialect_and_sociolinguistic_prejudice/links/5fbf90a5299bf104cf7a9504/As-concepcoes-de-lingua-e-dialecto-e-o-preconceito-sociolinguistico-Concepts-of-language-and-dialect-and-sociolinguistic-prejudice.pdf.



Quantas línguas temos no Brasil?

“Fora o português – o único idioma oficial – há aproximadamente 180 outras línguas no Brasil. E olha que esse número não considera as comunidades de imigrantes nem as pessoas que aprendem uma língua estrangeira”.

Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/quantas-linguas-sao-faladas-no-brasil/>. Acesso em jan. 2021

Assim, o primeiro conceito que estudaremos nesta Unidade é o conceito de Língua. De acordo com Petter (2005, p. 14), baseando-se nos estudos de Ferdinand de Saussure, pesquisador considerado o pai da Linguística moderna, a língua é um sistema de signos. Nas palavras da autora,

A língua é, para Saussure, um sistema de signos, um conjunto de unidades que se relacionam organizadamente dentro de um todo. É a parte social da linguagem, exterior ao indivíduo; não pode ser modificada individualmente pelo falante e obedece às leis do contrato social estabelecido pelos membros da comunidade de falantes.

A língua, portanto, é a parte “material” da linguagem, é o meio pelo qual os indivíduos realizam a comunicação e a interação. Tomando novamente a Língua Brasileira de Sinais como exemplo, podemos dizer que essa é uma língua que permite a comunicação com/de pessoas surdas. Essa comunicação é um tipo de linguagem e, assim como qualquer outra

linguagem, permite a seus usuários que comuniquem sentidos, ideias e sentimentos valendo-se dos recursos da língua de referência.

Por muito tempo, os estudos da linguagem consideraram as línguas como códigos. Nessa acepção, as línguas seriam códigos verbais/linguísticos. Hoje, a compreensão mais aceita é a de que as línguas são como sistemas, porque carregam mais complexidades do que a biunivocidade dos códigos. De toda forma, a ideia de que a língua é um conjunto de recursos que temos à disposição para realizar a comunicação ainda é válida.

Uma das complexidades percebidas nas línguas em uso é que elas não são imutáveis, ou seja, não são sistemas fechados e intangíveis (CEGALLA, 2009). Elas nascem e vão se moldando a partir da inquestionável necessidade humana de comunicação. As línguas, portanto, são fenômenos dinâmicos e sujeitos à ação do tempo e do espaço geográfico (já reparou que a mesma língua é falada de diferentes formas dependendo da região de seus falantes?).

Compreender que as línguas mudam é importante, pois ser um(a) usuário proficiente da língua requer compreender que não há uma única forma de dizer e de comunicar e, por vezes, **o que é considerado “errado” hoje pode ser considerado “certo” em outro momento.**

Por isso, é importante trocar a preocupação com *certo e errado* pela preocupação com o *adequado e o inadequado* quando pensamos em usos adequados da língua.



A “frecha” de Camões

Você sabia que a palavra “flecha”, hoje escrita formalmente com “l”, era registrada com a forma “frecha”, inclusive sendo registrada dessa forma em um dos poemas mais famosos da literatura portuguesa? Pois é! A língua muda.



Para compreender a necessidade de mudar o enfoque do *erro* para o da *inadequação*, é importante que estudemos um pouco sobre as variações linguísticas, ou seja, as possibilidades de que a mesma língua seja utilizada de formas diferentes por seus falantes, considerando-se situações específicas, geolocalização e categorização social dos falantes da língua.

Vejam os que tratam as variações linguísticas.

1.1.1 Variações linguísticas: uma língua nunca é uma língua só



Hypertext Transfer Protocol

Como vimos, as línguas não são uniformes, ou seja, não são faladas e/ou escritas sempre da mesma maneira por todos e em qualquer situação. Elas têm formas variáveis, porque as sociedades são divididas em grupos, e cada grupo tem suas especificidades, seus costumes, suas necessidades e seus modos de comunicação. Essas especificidades todas emergem no uso da língua. Veja o que nos diz o estudioso Ronald Beline (2005, p. 121) sobre a questão da variabilidade das línguas:

[...] podemos nos lembrar de um fato linguístico com que sempre convivemos, mas ao qual talvez nunca tenhamos dado tanta importância em termos científicos: o fato de que detectamos diferenças entre o português que falamos em São Paulo, em termos genéricos, e o português que se fala na cidade do Rio de Janeiro, ou nas cidades de Salvador e Porto Alegre. É claro também que essas diferenças não



impedem que nos comuniquemos entre nós. Quando ouvimos um carioca típico, podemos entender o que ele fala. É verdade que pode haver problemas quando estamos conversando com pessoas de regiões de cultura muito diferente da nossa [...]. É, contudo, inegável que, ainda que haja diferenças lexicais nas diversas regiões do país, falamos a mesma língua.

O que o autor está nos dizendo, portanto, é que as línguas variam!

É possível categorizar os principais tipos de variações registradas na língua. Vejamos quais são.

Varição geográfica ou regional: o local em que pessoa mora determina sua pronúncia e seu vocabulário. Podemos notar na pronúncia de toda a região nordestina a abertura das vogais *e/o*, como em *dézembro* e *cólina*, que são pronunciadas fechadas em outras regiões. Ainda nessa esfera de variação, temos o chamado regionalismo, que explica nomes diferentes para os mesmos objetos: *aipim/mandioca*, *guri/menino*, *jabá/charque/carne-seca* etc.

Varição histórica: acontece no plano temporal. As palavras e expressões que deixaram de ser usadas constituem o que denominamos arcaísmos. Um exemplo dessa variante é encontrado na crônica *Antigamente*, de Carlos Drummond de Andrade. Vejamos um trechinho:

Antigamente as moças chamavam-se *mademoiselles* e eram todas mimosas e muito prendadas. Não faziam anos: completavam primaveras, em geral dezoito. Os janotas, mesmo não sendo rapagões, faziam-lhes *pés-de-alferes*, arrastando as asas, mas ficavam longos meses debaixo do balaio. E se levavam *tábua*, o remédio era tirar o cavalo da chuva e ir pregar em outra freguesia. As pessoas, quando corriam, antigamente, era para tirar o pai da força, e não caíam de cavalo magro (ANDRADE, 1966, p. 38).

Varição social: depende do ambiente familiar e da classe social do usuário da língua. São também fatores de diversidade linguística social o grau de educação, a idade e o sexo. A gíria é um tipo de linguagem especial, quase sempre criada por um grupo social, como o dos fãs de rock, o dos internautas, o dos fãs de K-Pop. O linguajar técnico das diferentes esferas de trabalho também constitui um tipo de variação social (os jargões médicos, jurídicos, educacionais etc.). Sobre as gírias, vejamos algumas, adaptadas de Cereja (2003, p. 18):

Dos rappers: atrás da muralha = presidiário/bisteca = mulher bonita/ dar uma ripa = trabalhar/goma = casa.

Dos bikers: carniça = bicicleta ruim/ prego = ciclista sem preparo físico/ socador = ciclista veloz/ atacar = pedalar mais rápido.

Dos internautas: add = adicionar/ pedir biscoito = querer elogios/ shippar = torcer para o relacionamento amoroso de alguém.

Varição situacional: a situação de comunicação da fala e da escrita determina a escolha pelo nível: formal, com o emprego da língua culta, que obedece à gramática padrão; informal ou coloquial, em que é utilizada a língua do cotidiano, sem muitas preocupações com as normas.

De todas essas variações, essa última nos interessa mais neste momento, pois adequar o uso da linguagem, seja falada ou escrita, à situação social de uso da língua é uma das habilidades mais esperadas de um sujeito considerado proficiente no uso da língua.

Isso porque não podemos usar a língua do mesmo modo em situações diferentes, ou corremos o risco de ser inadequados. Pensemos: o grau de formalidade e de cuidado com a escrita não é o mesmo quando precisamos escrever uma mensagem pedindo para a mãe comprar pão e quando precisamos enviar um e-mail solicitando alguma informação ao chefe, não é mesmo? O modo de falar, o vocabulário, o nível de detalhamento da informação, tudo isso muda considerando-se a situação social de uso da língua, que inclui o nosso interlocutor, ou seja, quem está recebendo nossa comunicação, interagindo conosco. E isso vale para a oralidade e para a escrita.

Por isso, é importante pensarmos com um pouco mais de profundidade sobre os níveis de formalidade tanto na fala quanto na escrita.

Antes de finalizar, um adendo: sabemos que a variação da língua está ligada ao que chamamos de **preconceito linguístico**. Esse tipo de preconceito surge quando algum modo de falar, um sotaque, uma escolha de vocabulário etc., é ridicularizado ou diminuído em situações de interação social. Esse tipo de coisa acontece, porque há um modo de falar que tem mais prestígio social do que outros (é o modo mais próximo da gramática normativa). Não vamos nos aprofundar nessa discussão neste material, mas é importante que você saiba que ela existe e que há muitos estudos tentando entender a relação entre desigualdade social e formas mais prestigiadas de falar.

Consulte o livro que indicamos na seção “Para saber mais”. Vale a pena dar uma pesquisada nesse assunto.

1.2 Escrita e oralidade: duas modalidades de uso da língua

A língua oral é a base da nossa comunicação. É o jeito primordial pelo qual aprendemos a expor nossos pensamentos e nossas ideias em casa, no trabalho, com os amigos etc. Caracteriza-se por ser uma forma de comunicação, uma modalidade de uso da língua possível de ser aprendida sem a necessidade de uma sistematização institucional, porque aprendemos a falar... falando.

Já a escrita é uma modalidade de uso da língua que requer um ensino sistematizado que, muitas vezes, acontece em escolas. Obviamente, a escola também ensina sobre oralidade e sobre formas mais adequadas de falar em cada situação, mas, de fato, não aprendemos a falar na escola.

Por conta disso, por muito tempo, acreditou-se que a escrita era caracterizada pela formalidade, pelo emprego mais controlado do uso da língua, enquanto a oralidade seria o lugar do caos, do espontaneísmo, do improvisado. Hoje, essa visão está superada, pois já entendemos que fala e escrita são duas modalidades de uso da língua, cada qual com seus recursos e suas peculiaridades.



A escrita, portanto, não é mera transcrição da escrita, e tanto uma como a outra podem ser realizadas de modo muito formal e controlado ou de modo muito espontâneo e mais desatrelado a regras da gramática normativa, **o que vai determinar esse grau de controle é a situação social de uso da língua.**

Pensemos, por exemplo, numa mensagem escrita enviada pelo celular a um amigo. Trata-se de escrita, não é mesmo? Mas pode ser uma escrita espontânea e com pouco controle em relação a regras da gramática normativa, produzida com abreviações, gírias, *emojis*, ou seja, o espontaneísmo pode caracterizar essa escrita – e está tudo bem que seja assim nessa situação.

O mesmo acontece com a fala, que foi considerada o lugar da informalidade e do espontaneísmo por muito tempo. Pensemos na apresentação de uma palestra acadêmica. Mesmo que seja realizada na modalidade oral da língua, trata-se de um uso planejado, controlado e com um grau de formalidade maior, ou seja, não é porque se trata de oralidade que, automaticamente, configurará um uso informal da língua.

Assim, o nível de formalidade no uso da língua não está atrelado ao fato de usarmos escrita ou oralidade. O que determina que grau de formalidade devemos usar, seja na fala ou na escrita, é a situação social de uso da língua (com quem estamos falando? Com quais objetivos? Qual minha função social nessa fala? Qual o conteúdo quero comunicar etc.).

Pensar sobre isso ganha ainda mais relevância, pois a chegada da internet trouxe questões prementes para a questão dos usos formais ou informais da língua. No início, quando a internet ainda era pouco usada, o senso comum foi consolidando a ideia de que na internet tudo podia. Surgiu até um nome para o tipo de linguagem usada na internet, o *internetês*, altamente marcado por gírias e abreviações.

Acontece que a internet evoluiu e, hoje, realizamos muitas tarefas on-line, o que quer dizer que falamos com as mais diferentes pessoas pela rede, sejam pessoas do trabalho ou da família, e não podemos usar o *internetês* em todas essas situações. De novo, o que determina o nível de formalidade não é o meio de uso da língua (oral, escrita, na internet ou ao vivo), mas sim a situação social de uso, o contexto.

Vejam os um pouco mais sobre a questão da formalidade e da informalidade no uso da língua.

1.2.1 Graus de formalidade na oralidade e na escrita

Como mencionamos, o uso da língua deve considerar critérios sociais, pois interagir é uma ação, uma prática social. Dependendo de nossos interlocutores, ou seja, aqueles com quem falamos, e dependendo da situação social, vamos usar uma linguagem mais formal ou menos informal. Isso serve para a escrita e para a oralidade.

Um uso mais formal vai considerar alguns aspectos, como: a eliminação/diminuição de hesitações, o cuidado com as repetições de termos, a introdução de marcadores conversacionais previstos na gramática normativa e, se for uma produção escrita, a introdução da pontuação, da paragrafação.

Podemos ainda apontar que situações formais exigem uma introdução ao tema, reformulações que expliquem algum tópico apresentado, o cuidado com concordâncias etc., ou seja, há uma dimensão de planejamento e preparo, diferentemente do que acontece em situações de comunicação mais informais.



Fique atento

Observe, abaixo, um registro humorístico em que vemos o emprego de uma variedade linguística mais espontânea e menos controlada em relação à gramática normativa.



Disponível em: <http://viictoriab.blogspot.com/2011/04/essa-estrada-q-vai-pra-sao-paulo.html>

Acesso em 28/11/2020.

Agora, observe um registro escrito e, mesmo assim, também construído com menos controle em relação à gramática normativa.



Disponível em: <https://www.bol.uol.com.br/listas/23-dicas-de-boas-maneiras-e-etiqueta-para-o-uso-do-whatsapp.htm>. Acesso em jan. 2021.

Percebe que a escrita também pode ser mais espontânea e informal?

Isso ilustra o que já vimos no início desta Unidade: o uso proficiente da língua está em saber adequar o grau de formalidade à situação social de comunicação. Vamos pensar: quem seria o interlocutor de uma mensagem assim? Esse é o tipo de escrita que se espera em relações formais, com pessoas com quem não convivemos no dia a dia da vida privada? Não, pois o exemplo apresenta uma escrita espontânea demais para ser usada com interlocutores com os quais não temos intimidade.

Assim, pensar sobre níveis de formalidade pressupõe pensar em como usar a língua de maneira adequada à situação social de uso.

1.2.2 Linguagem verbal e não verbal

Antes de prosseguirmos, vale tratar de dois conceitos importantes para a construção de sentidos. São eles os conceitos de linguagem verbal e de linguagem não verbal.

Já sabemos que a linguagem é a materialização da comunicação. “Fazemos” linguagem quando usamos algum tipo de código/sistema (a língua, por exemplo) para construir sentidos. Esses códigos podem se mesclar, de modo que uma mesma mensagem utilize palavras faladas ou escritas (linguagem verbal) associadas a outras linguagens, como o desenho ou a fotografia (linguagem não verbal). Vejamos um exemplo em que a mensagem foi construída com o uso dessa associação entre linguagem verbal e linguagem não verbal:



Disponível em: <https://leituraprivada.wordpress.com/2009/06/25/lei-seca/>. Acesso em jan. 2021.

Como podemos observar, a construção do sentido dessa propaganda só é possível se observarmos o texto verbal (as palavras) juntamente das imagens. Quando há a junção de recursos verbais e de recursos não verbais dizemos que se trata de um texto multimodal,

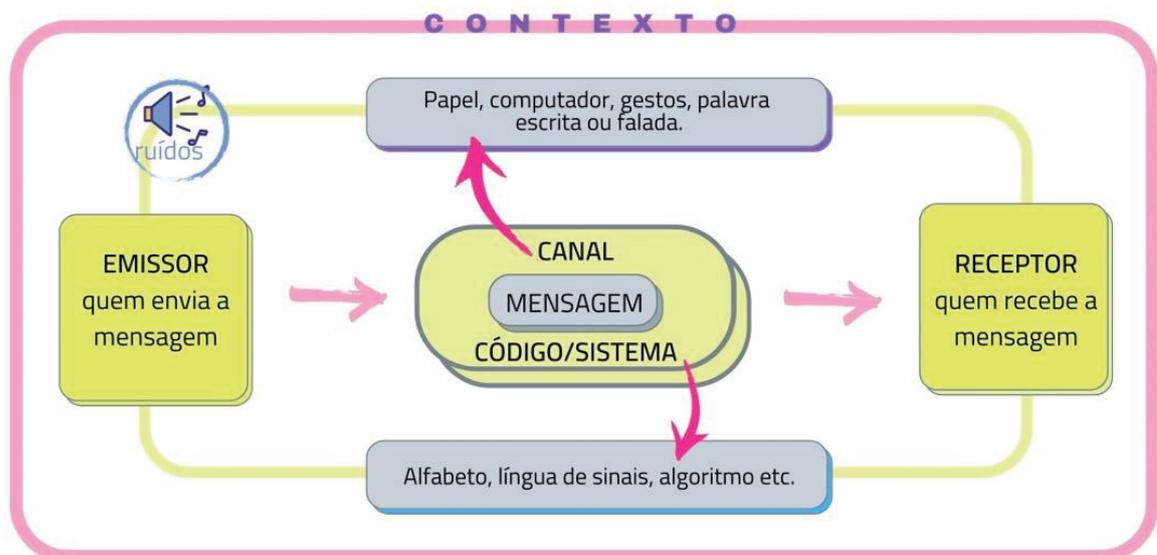
ou seja, que constrói sentido de “muitos modos”. Na era da internet, da linguagem que associa texto e emoji (como as mensagens de celular), imagem e textos curtos (como os memes), é imprescindível compreender que a construção de sentidos se dá de muitas formas, com associação de vários códigos e de diversos sistemas concomitantemente.

1.3 A teoria dos sistemas de comunicação

Como vimos até aqui, as línguas e as linguagens são centrais para a interação humana. Por isso, o interesse em pesquisar e investigar a linguagem é uma constante na produção de Filosofia e de Ciência.

Uma das teorias mais conhecidas em torno dos modos de produção da comunicação foi proposta por Roman Jakobson (1896–1982), linguista russo que propôs uma análise estrutural das formas de produção da comunicação, dando início a um movimento chamado estruturalismo linguístico.

Sua teoria, a Teoria dos Sistemas de Comunicação, é estudada ainda hoje, inclusive você já deve ter estudado sobre os pensamentos dele no Ensino Médio, quando, geralmente, é apresentado aos alunos conteúdos advindos dos estudos deste linguista, como o esquema da teoria da comunicação, bem como os tópicos sobre as funções da linguagem.



Esquema baseado na Teoria dos Sistemas de Comunicação, de Roman Jakobson, 1970.

Elaboramos um esquema inspirado na teoria jakobsoniana para você retomar/se apropriar dessa discussão. Vejamos:

Para Jakobson, todo ato de comunicação é composto de seis fatores:



Fonte: Unitau Digital

Além desses fatores, há a possibilidade de haver **ruídos** na comunicação, ou seja, a presença de elementos que prejudicam a construção de sentidos entre emissores e receptores (uma ironia mal construída, por exemplo, pode se configurar como um ruído). O falante proficiente consegue identificar possibilidades de ruídos, de modo a obter sucesso em suas práticas sociais de uso da língua.



Para nossos estudos, importa retomar o esquema de Jakobson para continuar nossas reflexões sobre as (in)adequações de uso da língua em sociedade. Veja que o esquema ilustra bem o que vimos até agora, ou seja, dependendo do contexto, isto é, da situação social de uso da língua, e dependendo do nosso receptor, há sempre um canal e um código mais adequados para levar nossa mensagem. Aliás, até mesmo o conteúdo da mensagem está atrelado ao contexto, porque não falamos sobre todos os assuntos com todo mundo que conhecemos, não é mesmo?

Viu só como é importante pensar nos elementos da teoria da comunicação para evitar os ruídos e se fazer entender?

Nas próximas Unidades, vamos nos aprofundar no estudo da nossa Língua Portuguesa, sobre as formas mais adequadas de produzir sentidos, sobretudo em âmbito acadêmico e profissional.

1.4 Síntese da Unidade

Chegamos ao fim de nossa primeira unidade e vamos retomar os tópicos essenciais estudados até aqui.

Nossa missão era estudar sobre os seguintes assuntos: a) conceitos de língua e de linguagem. b) variações linguísticas; c) modalidades de uso da língua (oral e escrita), d) níveis de formalidade no uso da língua.

E aí? O que acha? Contemplamos tudo?

Vamos retomar o que falamos sobre língua e linguagem.

- Língua: um conjunto de signos, de símbolos e de recursos que servem de base para a linguagem. A língua é uma construção social. É usada pelos sujeitos para fazer comunicação e muda ao longo da história, pois sempre responde a necessidades de seus usuários (novas palavras surgem e outras caem em desuso, por exemplo).
- Linguagem: é o fenômeno de construir sentidos por meio do uso de uma língua.



Ao estudar sobre diferentes modos de usar a língua para realizar a linguagem, conversamos sobre as variações linguísticas, que são fenômenos de linguagem importantes de serem considerados.

Em relação a este tópico, é importante estar claro:

- Todas as variações estão presentes tanto na língua falada quanto na língua escrita.
- Podemos encontrar (e utilizar) as variações linguísticas em diferentes contextos de produção escrita ou falada.
- É importante compreender as variações linguísticas para usar a língua em diferentes situações, de modo adequado.
- Utilizar a língua como meio de expressão, informação e comunicação exige o domínio dos diferentes contextos de aplicação da língua.
- A presença de variantes linguísticas faz com que seja perceptível o que chamamos de preconceito linguístico.
- Aprender a usar a língua padrão é importante para se comunicar no meio em que ela é empregada.

Em relação às modalidades oral e escrita da língua, vimos que uma não pode ser vista como mera transcrição da outra, pois as duas são modalidades específicas de uso da língua. Também vimos que a formalidade não é uma característica apenas da escrita, visto que tanto mensagens escritas quanto faladas podem ser mais ou menos formais, mais ou menos espontâneas. O que determinará nossas escolhas em relação à formalidade é a situação social de uso da língua, ou seja, o contexto em que estamos inseridos.

Complementando esse tópico, tratamos brevemente sobre a teoria da comunicação proposta pelo linguista Roman Jakobson, observando como o esquema de comunicação proposto por esse estudioso nos ajuda a compreender que o contexto deve ser sempre levado em consideração para evitarmos ruídos na comunicação.

Nas próximas Unidades, vamos nos aprofundar em outras questões ligadas à Língua Portuguesa e à Linguagem.

Não deixe de consultar os materiais indicados na seção “Para saber mais”, pois todas as indicações visam ao aprofundamento dos temas apresentados nesta Unidade. É muito importante para a sua formação o acesso a esses materiais.

1.5 Para saber mais

Vídeos

- **Amplifica por Emicida (vídeo de canal no YouTube)**

<https://www.youtube.com/watch?v=QlhsiMWT-eQ>

Vídeo curto em que o cantor e compositor Emicida fala sobre o preconceito linguístico percebido no dia a dia dos falantes brasileiros.

- **Língua – vidas em português (documentário)**

<https://www.youtube.com/watch?v=JBmLzbjmhg>

Um documentário co-produzido por Brasil e Portugal e filmado em seis países (Brasil, Moçambique, Índia, Portugal, França e Japão). Dirigido por Victor Lopes, o longa-metragem aborda muitas histórias da Língua Portuguesa e ajuda a pensar sobre como nosso idioma foi formado ao longo do tempo.

- **Português, a língua do Brasil (documentário)**

<https://www.youtube.com/watch?v=-bbT7QmdNSE>

O documentário apresenta depoimentos de 16 Acadêmicos, membros da Academia Brasileira de Letras, sobre o atual estado da Língua Portuguesa. O diretor escolheu como cenário a Casa de Machado de Assis que, simbolicamente, representa a Casa da Língua Portuguesa.

- **Roman Jakobson: contribuições para o estudo da Linguística**

https://www.youtube.com/watch?v=yz43g3P6c_s

Um documentário que apresenta o estudioso e pontos principais de sua produção intelectual.



Livros

BAGNO, Marcos. **Preconceito linguístico: o que é e como se faz?** 51. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

Neste pequeno livro, um clássico dos estudos sobre preconceito linguístico, o linguista Marcos Bagno, precursor dos estudos sobre esse tema, explica, com linguagem clara e acessível, como é produzido o preconceito linguístico e quais os impactos e as relações desse tipo de fenômeno para a organização da vida em sociedade.

Sites

<https://pausaparaumcafe.com.br/10-sites-que-te-ajudam-a-escrever-mais-e-melhor/>

Neste site, você encontra conteúdos e dicas sobre como escrever mais e melhor. O link disponibilizado leva você diretamente para a página em que há um compilado de outros sites que ajudam a melhorar a produção da comunicação na modalidade escrita.



Unidade II

Fonética, fonologia e morfologia: a língua em foco

Nesta Unidade, vamos explorar elementos da língua. Trabalharemos com conceitos de fonética, de fonologia e de morfologia, que são áreas que estudam a estrutura desse conjunto de signos que chamamos Língua Portuguesa. Essa retomada é importante, pois esse conjunto de saberes institucionalizados é indispensável para o emprego da norma padrão da língua, em situações de linguagem nas quais é exigido do sujeito o domínio das formas mais prestigiadas de falar e de escrever (como é o caso das práticas acadêmicas e do mundo do trabalho).

A fim de aproximar a reflexão sobre os conceitos apresentados e a área de TI, trouxemos, ao longo do texto, exemplos do mundo da tecnologia, propondo uma reflexão sobre os sons e as estruturas das palavras como fontes de criação linguística, e não de mera memorização de regras.



2.1 Fonética: explorando os sons da fala



Fonte: Stockphotos

Você já ouviu falar em fonética? Provavelmente sim, porque é uma das áreas da gramática normativa que aprendemos na Educação Básica. Em todo caso, vamos relembrar.

A **fonética** estuda a produção dos sons da língua sob o aspecto material, físico, acústico (por exemplo, a palavra *tia* pode ser pronunciada como *tia*, *tchia*, *tjia*). Portanto, a fonética estuda as palavras sob o aspecto sonoro e trata:

- dos fonemas: como se produzem, classificam e agrupam;
- da pronúncia correta das palavras, ou seja, da correta emissão e articulação dos fonemas (ortoépia);
- da exata acentuação tônica das palavras (prosódia);
- da figuração gráfica dos fonemas ou da escrita correta das palavras (ortografia).

2.1.1 A produção dos sons na fala: como é que falamos, afinal?



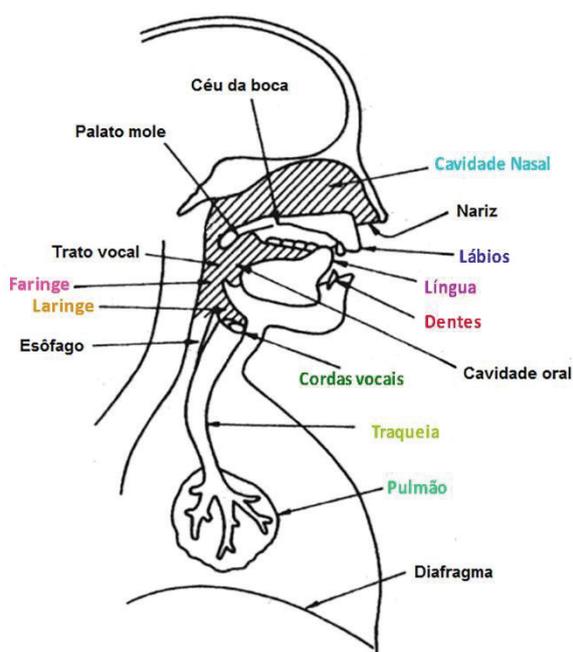
Fonte: Stockphotos

E, falando em som, em pronúncia, já parou para pensar em tudo o que o seu corpo precisa mobilizar para que você consiga falar? Pois bem, para falar, precisamos acionar pulmões, traqueia, laringe, epiglote, pregas vocais, glote, faringe, véu palatino, palato duro, língua, dentes, lábios, mandíbula e cavidade nasal. Muita coisa, não é mesmo?

E como é que colocamos tudo isso para funcionar?

Bom, são necessárias três condições: 1. corrente de ar; 2. obstáculo à corrente de ar; 3. caixa de ressonância.

Funciona mais ou menos assim (acompanhe o percurso na imagem ao lado¹): ao expirar (soltar o ar), os **pulmões** liberam ar, que passa pelos brônquios para entrar na **traqueia** e chegar à **laringe**. Na laringe, o ar encontra o seu primeiro obstáculo: a **glote**, mais conhecida como **cordas vocais**. Elas podem estar fechadas ou abertas: se estiverem abertas, o ar passa sem real obstáculo, dando origem a um



¹ Imagem disponível em: https://www.gta.ufrj.br/grad/09_1/versao-final/impvocal/propdosinal.html. Acesso em jan. 2021.

som surdo; se estiverem fechadas, o ar força a passagem fazendo as pregas musculares vibrarem, o que dá origem a um som sonoro.

Para perceber melhor a diferença, experimente-se dizer "k" e "g" mantendo os dedos no pomo-de-adão. No primeiro caso, não haverá vibração, mas, com o "g", você perceberá uma ligeira vibração.

Depois de sair da **laringe**, o ar entra na **faringe** onde encontra uma encruzilhada: primeiro a entrada para a **boca** e depois a entrada para as **fossas nasais**. No meio, está o **véu palatino** que permite que o ar passe livremente pelas duas cavidades, originando um **som nasal**; ou que impede a passagem pela **cavidade nasal**, obrigando o ar a passar apenas pela cavidade bucal, resultando num **som oral**. A diferença é óbvia: compare o primeiro "a" em "Ana" com o de "manta". A primeira vogal é oral e a segunda é nasal.

Por fim, o ar está na cavidade bucal que funciona como uma caixa de ressonância onde, usando os **maxilares**, as **bochechas** e, especialmente, a **língua**, os **lábios** e **os dentes**, podem modular-se uma infinidade de sons utilizando o palato, o véu palatino e a úvula.



Que viagem o ar faz dentro de nós até virar palavra, não é?

Uma das coisas mais interessantes do campo da fonética é estudar como os sons da fala se comportam para formar novas palavras. No campo da tecnologia, por exemplo, há palavras que sofreram aportuguesamento, já que vieram “emprestadas” do inglês. Esse aportuguesamento acaba por mudar o modo de pronunciar os sons. Vejamos alguns exemplos:

Rushar: vem do verbo *rush*, em inglês, e a pronúncia em Língua Portuguesa sofreu variações (confira mais sobre esse assunto na videoaula referentes a essa Unidade).

Mouse: essa palavra também veio emprestada do inglês. A pronúncia em Língua Portuguesa ficou “mausi”.

Há, ainda, uma infinidade de outros exemplos, mas o interessante aqui é compreender que por mais que o aparelho fonador de um brasileiro e de um estadunidense seja idêntico, as formas de produzir sons variam de acordo com o idioma, de acordo com a língua, uma vez que cada língua tem seu conjunto de sons relativamente estáveis para a produção de sons da fala.



Fique atento

Interessante, você não acha? Voltaremos a esse assunto no tópico sobre formação de palavras, na seção sobre morfologia.

2.2 Fonologia: o estudo das unidades sonoras da língua



Fonte: Stockphotos

A fonologia é o estudo dos fonemas, que são as menores unidades sonoras das línguas, ou seja, são os sons elementares e distintos que, uma vez articulados e combinados, formam as sílabas, os vocábulos e a teia da frase na comunicação oral (CEGALLA, 2009).

O principal motivo prático para estudar fonologia é aprender a lidar com as inconsistências do sistema de representação escrita da Língua Portuguesa. Os fonemas

são representados por símbolos colocados entre barras inclinadas: /e/, /a/, /p/, por exemplo. A fonologia também ajuda a resolver problemas de ortografia e de acentuação.

No sistema fonético do português do Brasil, há aproximadamente 33 fonemas e 26 letras, o que significa que uma letra pode representar mais de um fonema. O conjunto de letras é chamado de alfabeto.

Quando falamos uma palavra, emitimos os fonemas agrupados em sílabas, porque a Língua Portuguesa tem uma estrutura silábica. Assim, mesmo que queiramos pronunciar, por exemplo, o fonema correspondente à letra B isoladamente, sempre acaba “saindo” uma vogal de apoio (tente pronunciar apenas o som da letra B para você conferir). É importante dizer que, em Língua Portuguesa, pode haver um ou mais fonemas na mesma sílaba. Veja os exemplos:

- a) **um** (uma sílaba, portanto monossílaba, e dois fonemas).
- b) **gru-pos** (duas sílabas, portanto dissílaba, e seis fonemas).
- c) **pa-la-vra** (três sílabas, portanto trissílaba, e sete fonemas).
- d) **fo-né-ti-ca** (quatro sílabas, portanto polissílaba, e 8 fonemas).
- e) **ex-ter-ma-men-te** (cinco sílabas, portanto polissílaba, e 12 fonemas).

Para a área de tecnologia digital da informação e da comunicação, o estudo das estruturas fonéticas e silábicas sempre está presente no desenvolvimento de softwares de tradução ou de leitura automatizada, por exemplo.



Aliás, na década de 1970, uma grande experiência envolvendo linguagem e TI foi realizada na tentativa de criar um mecanismo de análise automática do discurso. Se você se interessa pelo tema, dê uma pesquisada nos escritos de Michel Pêcheux, especialmente o livro *Análise automática do discurso*.

2.2.1 Classificação dos fonemas

Os fonemas se classificam em vogais, semivogais e consoantes. Você sabia que todas as sílabas em Língua Portuguesa precisam ter pelo menos uma vogal? Isso porque as vogais são o núcleo das sílabas na nossa Língua. Lembra-se de quais são elas? Vamos relembrar, são: A, E, I, O, U.

As **vogais** podem ser orais: quando o ar sai apenas pela boca, e aí o som é “seco”; ou podem ser nasais, quando saem pela boca e pelas fossas nasais, como nas palavras *fã, canto, dente, mim, tombo*, e aí o som é mais anasalado.

Quando são produzidas com *menor* intensidade na sílaba, dizemos que são vogais átonas, como em “até”, “bola”. Mas, se forem pronunciadas com maior intensidade, dizemos que são tônicas, como em “atÉ”, “bolA”.

Quanto ao **timbre**, as vogais podem ser **abertas** (pé, lata, pó), **fechadas** (mês, luta, amor), ou **reduzidas**, aparecendo, quase sempre, no final das palavras: dedo, ave, gente

Os fonemas /i/ e /u/, algumas vezes, não funcionam como vogais, porque aparecem apoiados em uma vogal “mais forte”, formando com ela uma só emissão de voz (uma sílaba). A diferença fundamental entre vogais e semivogais está no fato de que as últimas não desempenham o papel de núcleo silábico.

Por exemplo, na palavra saudade, na primeira sílaba (sau-), o fonema vocálico que se destaca é o **a**. Ele é a *vogal*. O **u** não é tão forte na pronúncia, por isso chamamos de *semivogal*. Veja outros exemplos: **v**aidade, **h**istória, **s**érie.

Para a produção das **consoantes**, a corrente de ar que sai dos pulmões encontra obstáculos ao passar pela boca. Isso faz com que as consoantes sejam verdadeiros “ruídos”, incapazes de atuar como núcleos silábicos. Seu nome provém justamente desse fato, pois, em português, sempre consoam (soam com) as vogais.

2.2.2 Notação lexicais: vai um acento aí?

As 26 letras do nosso alfabeto não são sempre suficientes para representar todos os fonemas que somos capazes de produzir.

Para dar conta do que as letras não conseguem representar, temos as notações léxicas ou notações lexicais, que são certos sinais ortográficos que se juntam às letras, geralmente para dar a elas um valor fonético especial e permitir a correta pronúncia das palavras (CEGALLA, 2009). Vejamos do que se trata.



Acento agudo (´): usado para indicar a pronúncia aberta de uma vogal e para indicar a tonicidade da sílaba.

Ex.: café [ka'fé] = /é/ vogal anterior tônica aberta oral; /fé/ sílaba tônica



Acento circunflexo (^) – usado para indicar que a vogal deve ser pronunciada de maneira mais fechada e também para indicar a tonicidade da sílaba.

Ex.: tônica [tônika] = /õ/ vogal posterior tônica fechada nasal; /tõ/ sílaba tônica.



Acento grave (`): o acento grave na nossa língua recai sempre sobre a vogal 'a' e indica a ocorrência de crase.

Ex.: Fui à fábrica de chocolates assim que soube que ganhei o concurso de confeitaria. (fui a + a fábrica; a + a = aa = à)



Til (~): aparece apenas sobre a vogal /a/ e sobre a vogal /o/; indicando que essas vogais devem ser pronunciadas com um som nasal.

Ex.: pão [ˈpãw] = /ã/ vogal posterior tônica NASAL

Obs.: a sílaba que tiver uma vogal **o** ou **a** nasalizada sob um til sempre será a tônica, menos em duas situações:



Fique atento

- quando houver outro acento na palavra (´) (^), pois esses prevalecem sempre e anulam a possível tonicidade do til: ímã – órfão.
- quando a palavra que tiver a sílaba nasalizada estiver num grau alterado (quando estiver no diminutivo, por exemplo, em coraçãozinho – caminhãozinho).



Cedilha (,): usa o “cê” cedilhado quando o grafema C vem antes de /a/ /o/ e /u/ e tem som de “s” /s/.

Ex.: Avançou o sinal dançando e comendo paçoca e açúcar.



Apóstrofo ('): esse indica a supressão de um fonema, geralmente uma vogal. O uso do apóstrofo é recomendado para combinações e aglutinações de vocábulos distintos: d'Os Lusíadas, d'Os Sertões, n'Os Lusíadas, n'Os Sertões, pel'Os Lusíadas; em contração e aglutinação com formas pronominais para dar realce: d'Ele, n'Ele, d'Aquele, n'Aquela, d'o, n'a, n'o, Pel'o, m'o, Tu'a; em ligações com as palavras santo e santa: Rua de Sant'Ana, Culto de Sant'ago, Ordem de Sant'ago; para eliminar o e da preposição de, em combinações com substantivos: Estrela-d'alva, copo-d'água, pau-d'alho, pau-d'óleo



Hífen (-): une palavras, prefixos, etc. Ex. arco-íris, micro-ondas, hiper-requintado.

Como vimos, o estudo dos aspectos sonoros, bem como dos aspectos estruturais da sílaba pode ser relevante tanto para resolver questões de ordem prática (como questões ortográficas, por exemplo) quanto para pensar no desenvolvimento tecnológico voltado para a área da linguagem.

2.3 Morfologia: quem se lembra das classes gramaticais?



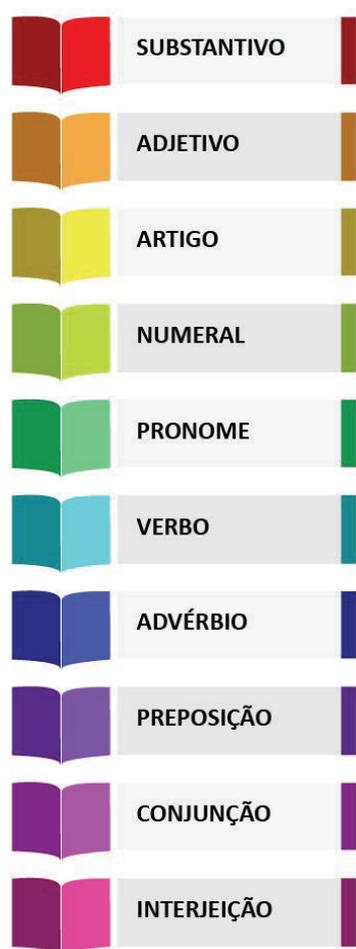
Fonte: Unitau Digital

Você, possivelmente, está se perguntando por que precisa estudar morfologia no ensino superior, ainda mais em um curso da área de TI.

Por isso, começaremos essa Unidade abordando uma questão fundamental sobre a morfologia, que se resume ao ditado popular “pra quem não sabe o que é adjetivo, até numeral é elogio”, ou seja, conhecer/relembrar as classes gramaticais é sempre relevante quando o tipo de linguagem exigido de nós é o mais próximo da norma culta/padrão, como é o caso das expectativas em relação a estudantes, sobretudo do ensino superior.

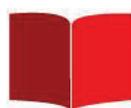
Bom, para começar, vamos relembrar do que trata a morfologia.

É essa área da gramática que estuda as classes de palavras. A peculiaridade da morfologia é estudar as palavras isoladamente, sem que estejam participando de uma frase ou período, uma vez que este é o papel da sintaxe. As dez classes de palavras, também chamadas classes gramaticais, que constituem o universo de estudo da morfologia são:



Essas classes se dividem em dois grandes grupos: o grupo das variáveis e o grupo das invariáveis. O grupo das variáveis é composto por aquelas palavras que variam, ou seja, que podem ter flexões de gênero, número, etc. Esse grupo inclui os substantivos, adjetivos, artigos, numerais, pronomes e verbos. O grupo das invariáveis é composto, como o nome diz, pelas palavras que não variam, ou seja, não aceitam mudanças na sua forma. São os advérbios, as interjeições, as preposições e as conjunções.

Vamos estudar um pouco mais sobre cada uma das classes gramaticais.



SUBSTANTIVO

Substantivo é a palavra que usamos para dar nome aos seres, visíveis ou não, animados ou não, e também que usamos para dar nome a estados de ânimo, desejos, sentimentos, qualidades, ações e **ideias** dos seres.

Em relação à **formação dos substantivos**, eles podem ser:

Simple: quando formados por uma só palavra: boneca, couve, pé, roupa.

Composto: quando é formado por duas ou mais palavras: guarda-noturno, guarda-roupa, pé-de-moleque.

Primitivo: a partir dele se formam outros substantivos: lua (lunar), pedra (pedreiro), terra (terreiro).

Derivado: é aquele que se forma a partir de outro substantivo (veja sobre os primitivos logo aqui em cima): lunar (lua), pedreiro (pedra), terreiro (terra).

Comum: é aquele que indica um nome comum a todos os seres da mesma espécie: cidade, criança, amigo.

Próprio: designa nome de pessoas, animais, cidades, países, etc.: Taubaté, Ana, Terra.

Concreto: indica seres reais ou imaginários, cuja existência é própria, independentemente de outros: mar, Deus, saci, mulher, casa, caneta, fada, nuvem.

Abstrato: indica seres de natureza dependente, ou seja, sua existência está ligada à nossa consciência, à nossa abstração, apenas: amor, verdade, ódio, saudade, sensatez, mentira.

Coletivo: indica um conjunto de seres da mesma espécie, embora estando no singular: boiada (conjunto de bois), cardume (conjunto de peixes), enxame (conjunto de abelhas), quadrilha (conjunto de bandidos), bando (grupo de pessoas ou animais).

Em relação ao **gênero**, os **substantivos variam**, pois podem pertencer ao gênero **masculino** ou ao gênero **feminino**, dividindo-se em:

Biformes: quando têm uma forma para cada gênero. Ex.: cão/cadela, gato/gata, conde/condessa, leão/leoa, homem/mulher.

Uniformes: quando têm a mesma forma no masculino e no feminino, podendo ainda ser subdivididos em:

Comuns de dois gêneros: aqueles que se referem a pessoas. Nesses casos, a distinção de gênero é dada pelas palavras que os acompanham. Ex.: um dentista/uma dentista; aquele jovem/aquela jovem; o estudante/a estudante; o presidente/a presidente.

Epícenos: aqueles que se referem a animais de ambos os sexos. Para especificar o sexo do animal, geralmente juntamos a esses substantivos as palavras macho e fêmea. Ex.: jacaré macho/jacaré fêmea.

Sobrecomuns: aqueles que apresentam somente um gênero para designar pessoas de ambos os sexos. Ex.: a criança (menino ou menina), a testemunha (homem ou mulher), o cônjuge (marido ou esposa).

Em relação ao **número**, os substantivos também variam, pois podem estar no singular ou no plural. Há, porém, alguns que só se usam no singular ou só no plural, como por exemplo: fé, caridade, parabéns, pêsames, óculos.

O **plural dos substantivos simples**, como regra geral, é feito pelo acréscimo do *s* à forma singular. Ex.: aluno / alunos, ou quando:

1 Terminados em al, el, ol e ul fazem o plural trocando o l por is. Ex.: jornal / jornais.

2 Terminados em il
a) Quando são oxítonos, trocam o l por s. Ex.: funil / funis.
b) Quando são paroxítonos, trocam o il por eis. Ex.: fóssil / fósseis.

3 Terminados em r e z fazem o plural pelo acréscimo de es. Ex.: doutor / doutores; juiz/juízes.

4 Terminados em n fazem o plural pelo acréscimo de s ou es. Ex.: hífen / hifens (hífenes).

5 Oxítonos terminados em s fazem o plural pelo acréscimo de es. Ex.: país / países.

6 Monossilábicos terminados em s fazem o plural pelo acréscimo de es. Ex.: mês/meses.

7 Terminados em x não mudam de forma no plural. Ex.: o tórax/os tórax.

8 Terminados em ão podem formar o plural de três maneiras:
a) Pelo acréscimo de s. Ex.: irmão / irmãos.
b) Pela transformação do ão em ães. Ex.: alemão / alemães.
c) Pela transformação do ão em ões. Ex.: leão / leões.

O plural dos substantivos compostos se faz normalmente pelo acréscimo do s quando os elementos de um substantivo composto não são separados por hífen. Ex.: passatempo / passatempos.

Quando os elementos de um substantivo composto são ligados por hífen, podem ocorrer os seguintes casos:

1 Variam todos os elementos se eles forem substantivos, adjetivos ou numerais.
Ex.: cartão-postal / cartões-postais; quarta-feira / quartas-feiras; guarda-no-
turno / guardas-noturnos.

2 Varia apenas o primeiro elemento, quando ele for ligado ao segundo por preposição.
Ex.: pé-de-moleque / pés-de-moleque.

3 Varia apenas o segundo elemento quando:

- a) O primeiro é um verbo ou palavra invariável. Ex.: arranha-céu/arranha-céus.
- b) O substantivo é composto de palavras repetidas ou onomatopaicas. Ex.: reco-reco/reco-recos; bem-te-vi/bem-te-vis.
- c) O primeiro elemento é a palavra grão ou grã (grande). Ex.: grão-mestre / grão-mestre

4 Os dois elementos ficam invariáveis quando o substantivo é composto de verbos de sentidos opostos ou de palavras que não admitem flexão. Ex.: o leva-e-traz / os leva-e-traz.

E, ainda, **os** substantivos podem apresentar-se no **grau** aumentativo ou grau diminutivo.
Ex.: nariz – narigão – narizinho.

Muitas vezes, o uso de sufixos aumentativos ou diminutivos dá ao substantivo um sentido afetivo, carinhoso ou pejorativo. Ex.: Fábio é meu *amigão*! Mas que *sujeitinho* covarde!

Principais sufixos aumentativos		
aça=barcaça	arrão=gatarrão	orra=cabeçorra
aço=ricaço	az=lobaz	zão=pezão
alhão=vagalhão	ázio=copázio	zarrão=homenzarrão
anzil=corpanzil	eirão=vozeirão	udo=barrigudo
ão=paredão	ona=mulherona	
Principais sufixos diminutivos		
acho=riacho	eto=poemeto	ola=rapazola

culo=versículo	ico=burrico	ota=ilhota
ejo=lugarejo	ilha=tropilha	ote=saiote
elho=rapazelho	im=flautim	únculo=homúnculo
ela=ruela	inho=livrinho	zinho=cãozinho
eta=saleta	ito=rapazito	zito=pezito



Adjetivo é a palavra que expressa a qualidade ou a característica dos seres, modificando o substantivo. Muitas vezes, só podemos perceber se uma palavra é adjetivo ou substantivo quando analisamos o contexto em que ela está sendo usada.

Os adjetivos que designam a nacionalidade, o lugar de origem de alguém ou de alguma coisa, são os adjetivos pátrios. Ex.: Guatemala – *guatemateco*; Buenos Aires – *portenho*; Grécia – *grego*, *helênico*. Eles podem se apresentar sob a forma composta. Ex.: Ítalo-brasileiro (Itália e Brasil). Neste caso somente o segundo elemento aceita a variação para o feminino. Ex.: acordo luso-brasileiro, festa luso-brasileira.

Quanto à flexão do adjetivo em relação ao gênero, o adjetivo pode ser:

Uniforme: quando possui a mesma forma no masculino e no feminino Ex.: menino gentil / menina gentil.

Biforme: quando possui uma forma para o masculino e no feminino. Ex.: menino educado / menina educada.



ARTIGO

Artigo é a palavra que se usa antes de um substantivo para dar um sentido definido ou indefinido.

São definidos: o, a, os, as. Ex.: *Os* estudantes vão viajar.

São indefinidos: um, uma, uns, umas. Ex.: *Uns* estudantes vão viajar.



NUMERAL

Numeral exprime número, ordem numérica, múltiplo ou fração. Pode ser: cardinal, ordinal, multiplicativo e fracionário.

Cardinal: indica uma quantidade determinada de seres. Ex.: Choveu durante **cinco** semanas.

Ordinal: indica a ordem (posição) que o ser ocupa numa série. Ex.: O **sétimo** aluno da fileira era o mais alto.

Multiplicativo: expressa a ideia de multiplicação, indicando quantas vezes a quantidade foi aumentada. Ex.: O estagiário pediu o **dobro** do tempo.

Fracionário: expressa a ideia de divisão, indicando em quantas partes a quantidade foi dividida. Ex.: Vendeu somente **meio** lote do terreno, e **um terço** da fazenda.



PRONOME

Pronome é a palavra que substitui ou acompanha um substantivo relacionando-o a uma das três pessoas do discurso. As pessoas do discurso são:

1ª PESSOA	Indica a pessoa ou as pessoas que falam: eu (singular), nós (plural).
2ª PESSOA	Indica a pessoa ou as pessoas com quem se fala: tu (singular), vós (plural).
3ª PESSOA	Indica a(s) pessoa(s) de quem se fala: ele, ela (singular); eles, elas (plural).

Os pronomes se classificam em: **pessoais, possessivos, demonstrativos, indefinidos, interrogativos e relativos.**

Os **pronomes pessoais** indicam as pessoas gramaticais. Podem ser **retos** ou **oblíquos**. São **retos** quando desempenham a função de sujeito. Ex.: **Meu namorado** chega na semana que vem. **Ele** vai ficar aqui por uns dez dias. São **oblíquos** quando desempenham a função de complemento verbal. Ex.: Alguém **me** enganou. / Não **nos** convidaram para a festa. / Eu **o** encontrarei no cinema. São também pronomes pessoais os **pronomes de tratamento**, nome dado às palavras e expressões com que dirigimos a alguém. Esses pronomes servem para indicar o grau de formalidade existente em determinadas situações e levam o verbo sempre para a 3ª pessoa. Ex.: **Você** quer falar comigo? / O **senhor** precisa de ajuda?

Os **pronomes possessivos** são aqueles que expressam ideia de posse relacionadas às três pessoas do discurso.

SINGULAR	1ª pessoa	meu	minha	meus	minhas
	2ª pessoa	teu	tua	teus	tuas
	3ª pessoa	seu	sua	seus	suas
PLURAL	1ª pessoa	nosso	nossa	nossos	nossas
	2ª pessoa	vosso	vossa	vossos	vossas
	3ª pessoa	seu	sua	seus	suas

Os **pronomes demonstrativos** são aqueles que indicam a posição dos seres no tempo ou no espaço, relacionando-os com as três pessoas do discurso.

1ª PESSOA	<i>este, esta, estes, estas, isto</i> Referem-se ao ser ou seres que estão perto da pessoa que fala.
2ª PESSOA	<i>esse, essa, esses, essas, isso</i> Referem-se ao ser ou seres que estão perto da pessoa a quem se fala.
3ª PESSOA	<i>aquele, aquela, aqueles, aquelas, aquilo</i> Referem-se ao ser ou seres que estão longe da pessoa que se fala e da pessoa a quem se fala.

Ex.: Estes livros e essas apostilas devem ser guardadas naquela estante.

Estes – perto de quem fala

essas – perto de quem ouve

naquela – distante de ambos

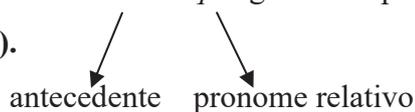
Os **pronomes indefinidos** são aqueles que se referem à 3ª pessoa do discurso, de modo indeterminado. Ex.: Alguém bateu à porta. / Muitos alunos faltaram hoje.

Variáveis	Algum, nenhum, certo, muito, outro, pouco, tanto, todo, um, vários, qualquer, quanto.
Invariáveis	Algo, alguém, ninguém, demais, mais, menos, cada, nada, outrem, tudo, quem.

Os **pronomes interrogativos** são usados em frases interrogativas. Como os pronomes indefinidos, referem-se de modo vago ou impreciso à 3ª pessoa do discurso. São eles: *que, quem, qual, quais, quanto*. Ex.: *Quantos* anos você tem? / *Quem* lhe disse isso? / *Que* aconteceu?

Os **pronomes relativos** são as palavras que substituem termos expressos anteriormente, evitando, assim, a sua repetição. O termo anterior é chamado antecedente.

Ex.: Esse é o **aluno** *que* ganhou o prêmio. (o pronome **que** está substituindo a palavra **aluno**).



Pronomes relativos	
Invariáveis	que, quem, onde
Variáveis	qual, cujo, quanto



Verbo, palavra variável que costuma indicar uma ação, um estado ou fenômeno da natureza.

Paulo **corre**.
↓
ação

Maria **está** feliz.
↓
estado

Anoiteceu.
↓
fenômeno da natureza

O verbo varia em número, singular ou plural (*partiu, partiram; fui, fomos*); em pessoa, 1ª, 2ª ou 3ª (*dormi, dormiste, dormiu*); em tempo – presente, pretérito, futuro; no modo (indicativo, subjuntivo, imperativo); na voz – ativa, passiva e reflexiva (*Cortei meu dedo com a faca. Meu dedo foi cortado. Cortei-me com a faca*).

O **tempo verbal** identifica o momento da ocorrência do fato expresso pelo verbo: se está no **presente** (simultaneamente ao ato da fala), no **passado** ou **pretérito** (anteriormente ao ato da fala) ou no **futuro** (posteriormente ao ato da fala). Ex.: Ela é a coordenadora do curso. (presente). Ela **foi** a coordenadora do curso. (passado ou pretérito). Ela **será** a coordenadora do curso. (futuro).

São tempos verbais do modo **indicativo**: presente; pretérito perfeito, pretérito imperfeito, pretérito mais-que-perfeito; futuro do presente e futuro do pretérito; do modo **subjuntivo**: presente, pretérito imperfeito e futuro; do modo **imperativo**: afirmativo e negativo.

O modo verbal demonstra a atitude do falante, em relação à ideia expressa pelo verbo.

- a) indicativo: atitude de certeza. Ex.: Ele *ficou* em casa. Ela *trabalha* nesta loja. Ele *acabará* o serviço.
- b) subjuntivo: atitude de hipótese. Espero que *seja* feliz. Talvez ele *chegue* mais cedo.
- c) imperativo: atitude de ordem, pedido, conselho. Não *saia* desta sala! *Termine* o trabalho! / *Venha* cá, por favor.

Formas nominais: os verbos se apresentam em três formas.

- a) **infinitivo**, exprime a significação do verbo de maneira vaga; terminação em **-r**: viver é lutar.
- b) **gerúndio** exprime uma ação em curso; terminação em **-ndo**: *falando, vendendo, partindo*.
- c) **particípio** expressa o resultado da ação; terminação em **-ado/-ido**: *falado, vendido, partido*.

Conjugação verbal: os verbos são distribuídos em três diferentes grupos.

- a) 1ª conjugação: verbos terminados em **-ar**.
- b) 2ª conjugação: verbos terminados em **-er**.

c) 3ª conjugação: verbos terminados em **-ir**.

Obs.: os verbos terminados em **-or** (ex.: *compor, supor, pôr, dispor*, etc.), pelo fato de terem origem no antigo verbo **poer**, são considerados de 2ª conjugação. A vogal **e**, mesmo tendo desaparecido do infinitivo, aparece em algumas formas do verbo, exemplo: *põe, pões, põem*, etc.

Obs.: o imperativo não conta com a 1ª pessoa do singular, pois não se prevê a ordem, o pedido ou o conselho a si mesmo.

Os verbos são classificados em **regulares, irregulares, defectivos, abundantes e anômalos**.

Os verbos regulares são aqueles com desinências normais de sua conjugação e não apresentam alterações no radical. Ex.: *cantar: canto, cantava, cantei, cantará, cantasse etc.*

Os verbos irregulares são aqueles que apresentam alterações no radical ou nas desinências. Ex.: *fazer: faço, fazia, fiz, farei, fizesse etc.*

Os verbos defectivos são aqueles que não apresentam conjugação completa, como *polir* e *falir*, por exemplo, e os verbos que indicam fenômenos da natureza, como *chover, nevar, garoar, anoitecer, trovejar etc.*

Os verbos abundantes são aqueles que têm mais de uma forma com o mesmo valor. Geralmente, essa característica ocorre no particípio. Ex.: *matar: matado, morto; enxugar: enxugado, enxuto.*

Os verbos anômalos são aqueles que incluem mais de um radical em sua conjugação. Ex.: *ir: vou, fui, irei; ser: sou, era, fomos.*



Advérbio, palavra que modifica um verbo, um adjetivo ou mesmo outro advérbio, acrescentando-lhes diferentes circunstâncias. Ex.: Ele saiu tarde. (saiu = verbo / tarde = advérbio).

Quando modifica um verbo, o advérbio pode acrescentar diferentes ideias (modo, tempo, lugar, intensidade, negação etc.) Ex.: Ele saiu *tarde*. (tempo); Ele veio *aqui*. (lugar); *Não* entre na sala. (negação); Ela canta *bem*. (modo).

Quando modifica um adjetivo, o advérbio sempre acrescenta a ideia de intensidade. Ex.: Esse projeto é *muito* interessante.

Às vezes, um advérbio pode modificar o sentido de uma oração toda e não especificamente o sentido de uma palavra. Ex.: *Infelizmente*, não entregamos o trabalho de conclusão de curso no prazo.

Os advérbios são classificados de acordo com as circunstâncias ou ideias que expressam.

Os advérbios podem indicar a ideia de:

- Afirmação: sim, realmente, certamente, deveras etc.
- Dúvida: talvez, porventura, acaso, quiçá etc.
- Negação: não, absolutamente.
- Intensidade: bastante, bem, demais, mais, menos, meio, muito, assaz, quase, tão etc.
- Lugar: abaixo, acima, adiante, além, ali, aqui, cá, atrás, dentro, fora, lá, perto, longe etc.
- Modo: assim, bem, devagar, depressa, mal, pior, melhor, facilmente, rapidamente (e todos os que terminam em *-mente* indicando circunstância de modo).
- Tempo: agora, ainda, amanhã, cedo, tarde, nunca, jamais, depois, já, logo, outrora, sempre, antes, ontem, etc.
- Instrumento: a lápis, à mão, à máquina, à tinta, etc.



PREPOSIÇÃO

Preposição, palavra invariável que **liga termos de uma oração** subordinando o primeiro ao segundo e estabelecendo uma relação de sentido entre eles. Ex.: casa **de** madeira (ideia de matéria) / fogão **a** gás (ideia de meio) / óculos **de** sol (ideia de finalidade). Uma mesma preposição pode estabelecer diferentes relações de sentido entre palavras. Ex.: papel **de** presente (ideia de finalidade) / vim **de** Barretos (ideia de lugar) / boneco **de** plástico (ideia de matéria).

Principais preposições				
a	com	em	para	Sem
ante	contra	entre	per	Sob
após	de		perante	Sobre
até	desde		por	Trás

Quando as preposições **a**, **de** e **em** juntam-se a outras palavras, pode ocorrer a **combinação**, ou a **contração**. Ocorre a **contração** quando a preposição perde algum fonema. Ex.:

- Preposição **de** + artigo definido **o** = **do**
- Preposição **em** + artigo definido **o** = **no**
- Preposição **de** + artigo definido **a** = **da**
- Preposição **em** + artigo definido **as** = **nas**

A **crase** é também um exemplo de contração.

Vou **à** Bahia.



a + a/ a (preposição) + a (artigo definido)



Observe: Vou a Taubaté. Vou a São Paulo. Vou a São José dos Campos.

Nestas construções, não houve crase, porque as palavras Taubaté, São Paulo e São José dos Campos não são acompanhadas de artigo definido.



CONJUNÇÃO

Conjunção é a palavra invariável usada para **unir orações** ou **termos semelhantes** de uma oração:



As conjunções dividem-se em **coordenativas**, quando ligam orações independentes, e **subordinativas**, quando ligam orações dependentes (oração principal + orações subordinadas).

Ex.: *Não me escreve **nem** me visita.* (duas orações independentes, ligadas por conjunção coordenativa); *Vamos começar a festa **quando** ele chegar.* (duas orações dependentes; oração principal: vamos começar a festa, oração subordinada: quando ele chegar).



INTERJEIÇÃO

Interjeição, palavra invariável usada para **expressar emoções e sentimentos**. O sentido da interjeição depende basicamente do contexto em que é usada e da entonação com que é pronunciada. Assim, pode ocorrer que uma mesma interjeição tenha mais de um sentido.

Ex.: Credo! Que surpresa desagradável! (exprime contrariedade) / Oh! Que bom te encontrar! (exprime alegria).

As interjeições e as locuções interjetivas são classificadas de acordo com o sentido que expressam. Veja alguns exemplos:

- Alegria, satisfação: Oh! Ah! Oba! Viva! Que bom!
- Advertência: Cuidado! Devagar! Calma! Atenção! Alerta! Olha só!
- Afugentamento: Fora! Xô!
- Animação, estímulo: Coragem! Ânimo! Firme! Vamos! Força!
- Aplauso, aprovação: Bravo! Apoiado! Boa! Muito Bem! Parabéns!
- Repulsa, desaprovação: Credo! Ih! Abaixo! Chega! Basta! Ora, francamente!
- Alívio: Ufa! Arre!
- Desculpa: Perdão!
- Desejo: Oxalá! Tomara!
- Dor, tristeza, desapontamento: Ai! Ui! Oh!
- Espanto, admiração: Puxa! Oh!, Ah! Caramba! Quê! Nossa! Vixe! Meu Deus!
- Impaciência, contrariedade: Puxa! Raios!
- Medo: Cruzes! Ui! Ah! Credo!
- Pedido de auxílio: Socorro!
- Saudação, chamamento: Olá! Oi! Alô! Ei! Salve! Ó de casa!
- Pedido de silêncio: Psiu! Silêncio! Chega! Psiu!
- Piedade ou lamento: Ai! Pobre de mim! Coitado! Que pena!
- Terror, medo: Credo! Cruzes!

2.3.1 E quando surgem novas palavras?

Esse assunto é mesmo com a morfologia, pois é esse campo que estuda a criação de novas palavras e suas flexibilizações.

Novas palavras podem surgir de diversas formas, seja derivando de alguma palavra já existente, seja sendo criada pela criatividade e pela necessidade de uso de seus usuários.

Estudamos os processos de formação de palavras olhando para dois grandes processos de formação de palavras: o processo de derivação e o processo de composição. Eles se desdobram em processos específicos, como veremos a seguir.



A derivação de palavras se dá pela utilização de um prefixo e/ou de um sufixo junto ao radical da palavra. Vejamos.

- Prefixação: utilização do prefixo junto ao radical, **hipó**+tese, **re**+ter.
- Sufixação: aplicação de um sufixo ao radical, pedr+**eiro**e, acid+**ez**.
- Derivação parassintética: uso tanto do prefixo quanto do sufixo, **en**+tarde+**cer**, **es**+farel+**ar**.
 - Derivação regressiva: exclusão de uma parte da palavra derivante, mas que continua com o mesmo sentido e, costumeiramente, assume um estilo mais informal: São Paulo vira Sampa, empregada doméstica transforma-se em doméstica.
- Derivação imprópria: não há alteração da palavra primitiva. O que há é uma mudança de classe gramatical, ou seja, no uso, o que deveria ser usado como verbo, vira substantivo: jantar (é um verbo, mas aparece sendo usado como substantivo: “O jantar está na mesa”).

A composição, segundo grande processo de formação de palavras, compreende os seguintes microprocessos:

Justaposição: os elementos constituintes da nova palavra mantêm sua independência. Cada radical tem seu acento tônico: segunda-feira, pontapé e madreperola.

Aglutinação: os elementos constituintes se misturam e, mesmo que haja perda de sons, ainda pode haver apenas um acento tônico: aguardente (água ardente), pernalta (perna alta) e embora (em+boa+hora).

Abreviação: é utilizada apenas parte da palavra, de modo que essa parte passa a ser vista como palavra integral (foto/fotografia, pneu/pneumático, Unitaú/Universidade de Taubaté).

Reduplicação: quando há repetição de vogais ou de consoantes na formação do que chamamos palavra imitativa (bombom, zumzum etc.).

Combinação: uma ou mais palavras fazem parte da composição de uma nova unidade lexical, ou seja, uma nova palavra (burocracia/aborrecente etc.)

Fora esses dois grandes processos, há, ainda, os estrangeirismos que podem tanto significar a chegada de uma nova palavra por simples empréstimo (como é o caso de “mouse”, que, mesmo que apresente mudanças na pronúncia do idioma de origem, mantém a mesma grafia), mas também podem indicar alterações no vocábulo, tais como os que vimos nos processos de composição e de derivação (disk, que se transformou em discar).

No universo da comunicação digital, o jogo com os sons das palavras se faz muito presente também. A criatividade para elaborar títulos para blogs, sites e mesmo para títulos de textos corriqueiros, além da criação de posts nas redes sociais, muitas vezes,

faz-se com a “brincadeira” com os sons dos fonemas, ou seja, lançando mão de saberes advindos da fonética, da fonologia e da morfologia.

Veja alguns exemplos²:



Fique atento

a) Dropar: soltar algo.

- Eu dropei o cajado que você me pediu, pegue.
- Eu coloquei no chão o cajado que você me pediu, pegue.

b) Hushar: se movimentar de forma rápida em direção a algo.

- Gente, vamos rushar a base B, aparentemente não tem ninguém lá.
- Gente, vamos investir de forma rápida e agitada na base B, aparentemente não tem ninguém lá.

c) Craftar: montar/construir algo.

- Depois de tanto enfrentar inimigos para conseguir minérios de bronze, consegui craftar a minha nova lança!
- Depois de tanto enfrentar inimigos parra conseguir minérios de bronze, consegui confeccionar a minha nova lança!

2.4 Síntese da Unidade

Nesta Unidade, trabalhamos tópicos essenciais das áreas da fonética, da fonologia e da morfologia para entender melhor as dinâmicas de estruturação e de funcionamento da Língua.

Vimos que a Língua é dinâmica e sofre mudanças sonoras e estruturais.

Estudamos sobre as classes de palavras e vimos quais processos linguísticos podem originar novas palavras.

Em TI, os neologismos, ou seja, o surgimento de novas palavras, parecem estar sempre presentes, porque há um intenso emprego de termos advindos, sobretudo, da Língua Inglesa, que vão sendo aportuguesados para servir às necessidades da comunidade de usuários da Língua Portuguesa.

² Exemplos retirados da pesquisa realizada por Sandra Margareth Rodrigues de Assis Santos (2020), intitulada “Reflexão linguística a partir de neologismos construídos em jogos”.

Obviamente, os conceitos aqui apresentados representam uma pequena parte de tudo o que os estudos dessas áreas já produziram ao longo do tempo.

Por isso, reforçamos, mais uma vez, a importância de consultar os materiais da seção “Para saber mais”, de modo que seus saberes possam ser aprofundados com a solidez que cada momento de estudo exige.

2.5 Para saber mais

Filmes, séries, vídeos

Ai que vida (filme de 2007)³

A história se passa em 1999, na fictícia cidade de Poço Fundo, interior do Nordeste. Cidade que vive um caos na administração pública. O Prefeito Zé Leitão (Feliciano Popô) é um administrador corrupto. Há quatro anos no poder, pouco fez pela cidade. Revoltada com a situação, a microempresária Cleonice da Cruz Piedade (Toinha Catingueiro) decide concorrer ao cargo de prefeita e lutar por melhorias na cidade. Idealista e de bom coração, Cleonice vai iniciar uma divertida batalha pela atenção do eleitor. “Ai que vida” tem um enredo recheado de divertidas histórias que farão o espectador rir, chorar, se emocionar e também refletir sobre os valores morais das personagens. Muitos outros temas são abordados nessa proposta inovadora de fazer arte no Maranhão e no Piauí. A filantropia, o caráter e a ética do ser humano, o amor, o respeito ao próximo e os valores familiares são aspectos trabalhados no filme, porém, a mais importante vertente é a “politicagem” no interior do Brasil, contribuindo, de maneira crítica, embora não panfletária e partidária, para a valorização da cidadania.

Ficha técnica

Título: AI QUE VIDA

Direção: Cícero Filho

Atores: Rômulo Augusto, Feliciano Popo, Virgílio Queiroz, Eli Sibita, Danilo Costa, Toinha Catingueiro e Irisceli Queiroz.

Roteiro: Cícero Filho

³ A sinopse aqui apresentada foi adaptada da sinopse apresentada em <https://www.youtube.com/watch?v=hg7BSqRZ5M4>. Acesso em jan. 2021.

Ano: 2007

Duração: 100min

Gênero: Comédia

Classificação: livre

Livros/artigos/textos complementares

COSTA, I. S. R. *et al.* Processos fonético-fonológicos no filme piauiense “Ai que vida”.

Disponível em: <http://www.gelne.com.br/arquivos/anais/gelne-2014/anexos/293.pdf>.

Acesso em jan. 2021.

O artigo analisa o filme indicado no tópico anterior (Ai que vida), no sentido de investigar os processos fonético-fonológicos que acabam por gerar novas palavras para o uso daquela comunidade de falantes.

MAIA, E. M. **No reino da fala**. 4.ed. São Paulo: Ática, 1999.

Neste livro, a autora discute os princípios da fonética, de maneira clara e didática.

SILVA, T.C. **Fonética e Fonologia do português** – roteiro de estudos e guia de exercícios. São Paulo: Contexto, 1999.

A autora discute os aspectos fonéticos e fonológicos do português brasileiro, trazendo também exercícios ao final de cada capítulo.

Sites

<http://www.fonologia.org/>

O site é fruto de um projeto desenvolvido por pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais. Além de disponibilizar materiais de referência para a compreensão da fonologia, ainda conta com um acervo de áudios que ajudam a compreender com mais profundidade conceitos teóricos estudados por esse campo.



Unidade III

Práticas de Leitura e Interpretação Textual

Nesta Unidade, trataremos da Leitura como prática social presente no nosso dia a dia e extremamente importante para nossa vida em sociedade, enfatizando as estratégias de leitura com vistas à proficiência leitora e à interpretação de textos. Também abordaremos as diferenças entre o bom e o mau leitor e faremos algumas reflexões sobre a leitura de alguns exemplos de textos verbais, não verbais e mistos de gêneros textuais variados.



INTRODUÇÃO

Em que se baseia a leitura?

No desejo. [...]

Ler é identificar-se com o apaixonado ou com o místico. É ser um pouco clandestino, é abolir o mundo exterior, deportar-se para uma ficção, abrir o parêntese do imaginário. Ler é muitas vezes trancar-se. [...] Ler é também sair transformado de uma experiência de vida, é esperar alguma coisa. É um sinal de vida, um apelo, uma ocasião de amar sem a certeza de que se vai somar. Pouco a pouco o desejo desaparece sob o prazer.

(BELLENGER apud KLEIMAN, 1997, p. 15)

A leitura tem função social, pois, ao decifrar um texto, o leitor estabelece elos com manifestações culturais que lhe são distantes no tempo e no espaço. Ademais,

a ampliação do conhecimento que daí decorre permite-lhe compreender melhor o presente e seu papel como sujeito histórico. O acesso aos mais variados textos, informativos e literários, proporciona, assim, a tessitura de um universo de informações sobre a humanidade e o mundo que gera vínculos entre o leitor e os outros homens... No diálogo que então se estabelece o sujeito obriga-se a descobrir sentidos e tomar posições, o que o abre para o outro (BORDINI e AGUIAR, 1993, p. 10).

Antunes (2003, p.70) explica que “a leitura é uma atividade de acesso ao conhecimento produzido, ao prazer estético e, ainda, uma atividade de acesso às especificidades da escrita”. É pela leitura que se aprende o vocabulário específico de certos gêneros textuais, de áreas específicas do conhecimento e da experiência. É também pela leitura que se aprendem os padrões gramaticais e linguísticos peculiares à escrita, e também as formas de organização e de apresentação dos diversos gêneros textuais que circulam na sociedade.

Muitas pessoas ainda veem a leitura como um processo único que toma como entrada os códigos e tem como produto o chamado significado. Outros entendem que a leitura se divide em duas partes: uma que é automática e mecânica (a decodificação) e uma que é pensada e dependente de outros conhecimentos (a interpretação). Entretanto, as atuais teorias interacionistas distinguem na leitura toda uma gama de processos, cada qual com suas características: ler é muito mais do que simplesmente decodificar palavras; ler é estabelecer uma interação com o texto que depende de um processo de construção da compreensão leitora.

Dentro da perspectiva interativa, Solé (1998, p. 22) entende que “a leitura é um processo de interação entre leitor e texto”, em que a construção de significados é realizada, pelo leitor, por meio da relação: textos – conhecimentos prévios – objetivos. Portanto, afirma a autora,



para “ler é necessário dominar as habilidades de decodificação e aprender as estratégias que levam à compreensão e aprendizagem” (SOLÉ, 1998, p. 22), esclarecendo também que, para a formação de leitores autônomos, o conhecimento dessas estratégias é muito importante, uma vez que os torna “capazes de enfrentar de forma inteligente, textos de índole muito diversa...” (SOLÉ, 1998, p. 72).

A boa leitura implica ser capaz de apreender os significados inscritos no interior de um texto, de correlacionar tais significados com o conhecimento de mundo que circula no meio social em que o texto é produzido e de perceber a relação dialógica entre as muitas produções nas mais diversas linguagens. Ou seja: o leitor proficiente é aquele que consegue estabelecer uma relação com o texto, considerando o que ele traz em sua superfície e o que se encontra subjacente e precisa ser considerado, inferido, lido nas entrelinhas, e que, ainda, consegue perceber as relações que aquele texto possa estabelecer com outros.

Para ler com proficiência são basicamente necessários:

- a decodificação da escrita;
- a observação atenta do texto não verbal;
- o processo ativo e constante de elaboração de previsões, as quais vão sendo confirmadas ou não com o decorrer da leitura;
- a ativação dos conhecimentos prévios do leitor.

A habilidade de leitura é sempre adquirida e ampliada durante toda a vida, na medida em que se vai conhecendo novos tipos de textos.

Salomon (2001, p. 52-53, apud Roteiro GELP 2020) elaborou um quadro com as características do bom e do mau leitor, que aqui apresentamos de forma resumida:

BOM LEITOR

- 1 Lê com objetivo determinado.
- 2 Lê unidades de pensamento.
- 3 Tem vários padrões de comportamento.
- 4 Avalia o que lê.
- 5 Possui bom vocabulário.
- 6 Tem habilidades para conhecer o valor do livro.
- 7 Sabe quando deve ler um livro.
- 8 Discute frequentemente o que lê com os colegas.
- 9 Adquire livros com frequência e cuida de ter biblioteca particular.
- 10 Lê assuntos variados.
- 11 Lê muito e gosta de ler.
- 12 O BOM LEITOR é aquele que não só lê, mas o que sabe ler.

MAL LEITOR

- 1 Lê sem finalidade
- 2 Lê palavra por palavra.
- 3 Só tem um ritmo de leitura.
- 4 Acredita em tudo o que lê.
- 5 Possui vocabulário limitado.
- 6 Não possui nenhum critério técnico para conhecer o valor do
- 7 Não sabe decidir se é conveniente ou não interromper a leitura.
- 8 Raramente discute com colegas o que lê.
- 9 Não possui biblioteca particular.
- 10 Está condicionado a ler sempre a mesma espécie de assunto.
- 11 Lê pouco e não gosta de ler.
- 12 O MAU LEITOR é aquele que resiste ao hábito de leitura.

Se nos perguntarmos por que lemos, teremos possivelmente as seguintes respostas: para obter uma informação geral; para obter uma informação precisa; para seguir instruções; para aprender; para revisar um texto próprio ou de outrem; para comunicar algo a alguém; para fruir do texto, por prazer.

Assim, são diversas as razões que nos levam à leitura, o que minimamente justifica a importância de conhecermos mais sobre as **estratégias de leitura** que podemos empregar em busca da tal leitura proficiente, sobre a qual temos falado neste e-book.

Existem muitas propostas de estratégias de leitura; aqui, para nosso estudo, vamos considerar a leitura geral e a leitura específica, detalhada. Vamos a elas?

3.1 Leitura Geral

O contato preliminar, seja com um livro de muitas páginas ou um pequeno texto, é importante. Procurar conhecer o livro, o autor e a editora; folhear, observar o número de páginas, o tipo de papel, o título geral e os títulos dos capítulos no índice, entre outras, são atitudes fundamentais, que nos preparam para iniciar a leitura, pois ativam nosso conhecimento prévio.

O contato material inicial prepara como deverá ser a leitura, gerando expectativas em relação ao conteúdo, ao vocabulário, à forma de construção do texto, conduzindo o leitor para uma boa leitura. Essa forma de agir diante do texto, bastante valorizada dentro da perspectiva interacionista de leitura, permite ao leitor uma maior interação com o texto já que o leva a formular hipóteses e a organizar o pensamento.

A linguagem em diversos tipos de texto pode ser verbal, não verbal e mista (associa o verbal e o não verbal), como nos cartazes de publicidade, nas histórias em quadrinhos, nas charges e nos cartuns. Isso significa que, da mesma forma, a leitura de outros tipos de texto também demanda essa capacidade de observação do todo, antes de nos atermos à observação das partes. Então, diante de qualquer tipo de texto, pergunte-se:

- Quem produziu o texto? Onde ele foi publicado? Quando?

- Do que esse texto poderia tratar? Qual seria o assunto?
- Por que eu leria esse texto?
- Que informações espero encontrar?

Aplice a estratégia de **leitura geral** nos textos abaixo, dois exemplos de propaganda institucional:

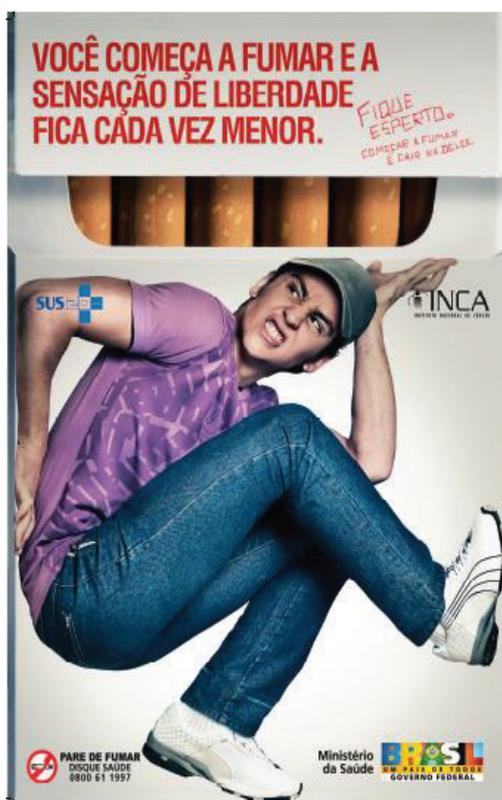


Figura 3.1 Cartaz de publicidade: Linguagem verbal e não verbal associadas.

Fonte: http://portal.saude.gov.br/saude/campanha/cartaz_homem.jp



Figura 3.2 Cartaz de publicidade: Linguagem verbal e não verbal associadas.

Fonte: <http://pluralinguagem.autonomia.g12.br/?p=71>

E então? O que achou de ler estes textos fazendo-se as perguntas que propusemos?

Agora vamos passar a um outro nível de leitura, a específica e detalhada, que busca as pistas linguísticas e não linguísticas do texto.

3.2 Leitura Específica e Detalhada

A leitura específica e detalhada visa ao desenvolvimento da capacidade de percepção leitora, de análise das pistas linguísticas e não linguísticas, bem como de fazer inferências sobre a intenção do autor ao elaborar aquele texto.

É durante a leitura específica, detalhada, que o leitor proficiente consegue perceber, por exemplo, a intertextualidade, o diálogo entre textos, que pode aparecer de forma explícita, com o texto referenciado entre aspas, ou não; ou de forma implícita. Os estudiosos da Dialogismo, como Mikhail Bakhtin, afirmam que nenhum texto vem do nada; nenhum texto é produzido (no sentido de criador primeiro) pelo emissor. Este apenas faz uso de um texto já existente e acrescenta seu desejo para que se realize a comunicação. Dialogismo é o processo de interação entre textos, que entende que tanto na escrita como

na leitura o texto não é visto isoladamente, mas sim correlacionado com outros *discursos* similares e/ou próximos.

A paródia, um exemplo de texto dialógico, é a criação de um texto a partir de um bastante conhecido, ou seja: com base em um texto consagrado, alguém utiliza sua forma e rima para criar um novo texto cômico, irônico, humorístico, zombeteiro ou contestador e crítico, dando um novo sentido ao texto. Essa intertextualidade também pode ocorrer em pinturas, no jornalismo e nas publicidades.

Observe os exemplos:

a) Minha terra tem palmeiras/Onde canta o sabiá/As aves que aqui gorjeiam/Não gorjeiam como lá. (Canção do Exílio, Gonçalves Dias)

Minha terra tem favelas/Onde pipocam tiros/As balas que aqui pipocam/ Não pipocam com lá. (autor desconhecido, a Canção do Exílio é uma referência explícita)

b) João amava Teresa que amava Raimundo/que amava Maria que amava Joaquim que amava Lili/que não amava ninguém. /João foi para os Estados Unidos, Teresa para o convento/Raimundo morreu de desastre, Maria ficou para tia,/Joaquim suicidou-se e Lili casou com J. Pinto Fernandes/que não tinha entrado na história. (Quadrilha, Drummond)

Carlos amava Dora que amava Lia que amava Léa que amava Paulo/ Que amava Juca que amava Dora que amava Carlos/ que amava Dora/Que amava Rita que amava Dito que amava Rita que amava Dito que amava Rita que amava/Carlos amava Dora que amava/ Pedro que amava tanto que amava/a filha que amava Carlos que amava Dora que amava toda a quadrilha. (Flor da idade. Chico Buarque, a referência ao poema de Drummond é explícita).

Vejam agora um caso de intertextualidade implícita. Ao falar do como se faz um herói, o poeta usa elementos de uma receita de cozinha.

Receita de herói

Tome-se um homem feito de nada

Como nós em tamanho natural



Embeba-se-lhe a carne
Lentamente
De uma certeza aguda, irracional
Intensa como o ódio ou como a fome.
Depois perto do fim
Agite-se um pendão
E toque-se um clarim
Serve-se morto.

(Reinaldo Ferreira em "Portos de Passagem")

Agora, a título de exercitação, vamos ler o poema Enchente, de Cecília Meireles, e aplicar nele as estratégias de leitura detalhada, específica.

Enchente

Chama o Alexandre!
Chama!
Olha a chuva que chega!
É a enchente.
Olha o chão que foge com a chuva.
Olha a chuva que encharca a gente.
Põe a chave na fechadura.
Fecha a porta por causa da chuva,
Olha a rua como se enche!
Enquanto chove, bota a chaleira no fogo:
Olha a chama! Olha a chispa!
Olha a chuva nos feixes de lenha!
Vamos tomar chá, pois a chuva
É tanta que nem de galocha
Se pode andar na rua cheia!
Chama o Alexandre!



Chama!

Na leitura geral, temos de considerar como importantes o fato de que o texto é um poema (pois sabemos que um poema se constrói em versos, que podem ou não ter rima), cuja autora é Cecília Meireles. Seria interessante fazer uma breve pesquisa sobre a poetisa, da terceira fase do Modernismo, a fim de conhecer mais sobre sua obra.

Em seguida, você poderia, já na leitura detalhada:

- Formular hipóteses sobre o eu-lírico do poema: quem seria? Por que estaria tão preocupado em chamar o Alexandre? Quem poderia ser o Alexandre?
- Explorar a beleza da repetição dos sons, que têm uma força onomatopeica neste poema, lembrando os sons da chuva;
- Refletir sobre as escolhas lexicais da autora (nada é por acaso; perguntar-se: por que isso e não aquilo?);
- Refletir sobre a pontuação empregada no poema, sua adequação e pertinência;
- Observar a forma do poema, sua distribuição no papel. Conteúdo e forma constituem importantes elementos na literatura. Veja como os versos vão crescendo em extensão e depois diminuem outra vez; isso lembra o volume de água da enchente que vai aumentando e novamente diminui, à medida que a água escoar;
- Explorar no poema os recursos semânticos, pragmáticos e estilísticos empregados pela autora, percebendo a musicalidade do poema.

3.3 Gêneros textuais



Gêneros textuais são formações interativas, multimodalizadas e flexíveis de organização social e de produção de sentidos (MARCUSCHI, 2005, p. 19). Brito (2004, p. 49) afirma que o gêneros textuais compreendem “ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo”.

Irão determinar o conteúdo e a forma de cada gênero textual as particularidades comunicativas como:

- o assunto;
- a intenção do autor;
- a estrutura do texto;
- o público-alvo;
- o veículo de circulação;
- o papel social.

Os gêneros textuais são inúmeros e pertencem a várias esferas segundo o papel social que desempenham. Por exemplo, uma reportagem, uma notícia, o artigo de opinião e a carta do leitor são gêneros de texto que pertencem à esfera jornalística. Já os anúncios classificados e as propagandas são exemplos de gêneros da esfera publicitária. O romance, o conto, a crônica, o poema, entre outros, pertencem à esfera literária.

De acordo com Kleiman (1997), as habilidades do leitor para compreender um texto pertencente a qualquer um dos inúmeros gêneros textuais compreendem:

- a) perceber a estrutura do texto: depreender o tema; construir relações lógicas e temporais;
- b) perceber as características do texto que o fazem pertencer a um determinado gênero textual;
- c) perceber a relação entre as informações do texto, por exemplo, as ideias principais e as secundárias;
- d) ser capaz de responder perguntas sobre o texto, recontá-lo total ou parcialmente com outras palavras, resumi-lo;
- e) considerar as pistas linguísticas para formular e reformular suas hipóteses quando ao texto; analisar palavras e frases; fazer inferências, ativando seu conhecimento de mundo.

Para Solé (1998), as estratégias de leitura mais importantes em qualquer gênero discursivo são:

- a ativação do conhecimento prévio, antes da leitura do texto;
- a elaboração de hipóteses e previsões;
- a observação dos aspectos formais do texto;
- a interpretação progressiva do texto para a determinação das ideias principais e a elaboração de um resumo.

Concordamos com Solé (1998), quando ela esclarece que pode parecer um pouco artificial o estabelecimento de estratégias, como na forma aqui organizada e apresentada, já que elas ocorrem de maneira integrada e quase simultânea no decorrer do processo da leitura. Por essa razão, ressaltamos que a ativação dos conhecimentos prévios, acontece durante toda a leitura de um texto, não ficando restrita aos momentos que precedem tal leitura. Da mesma forma, as estratégias de leitura, especialmente depois que o leitor se torna maduro e proficiente, acontecem quase simultaneamente, não ficando o leitor restrito à necessidade de seguir um passo a passo.

3.4 Síntese da Unidade

Nesta Unidade, sobre Leitura, trouxemos importantes colocações teóricas a respeito dessa atividade como prática em nossa vida em sociedade. Apresentamos as estratégias de leitura com vistas à proficiência leitora e à interpretação de textos, bem as diferenças entre o bom e o mau leitor. Conhecemos os conceitos de gênero textual e aplicamos a alguns deles as estratégias de leitura estudadas.

Referências:

ANTUNES, Irlandé. Aula de Português: encontro e interação. São Paulo: Parábola, 2003.



BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **Estética da Criação Verbal**. Tradução Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BRITO, Eliana V. Diferentes leituras do discurso publicitário no contexto escolar. In: _____. (Org.) **Escola e Mídia impressa: diferentes leituras**. Taubaté, SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004.

GELP. **Roteiro de Leitura e Produção de Textos**. Taubaté: Editora da Universidade de Taubaté, 2020.

KLEIMAN, A. A concepção escolar da leitura. In: _____. **Oficina de leitura**. Campinas, SP: Pontes, 1997.

KLEIMAN, Ângela. A concepção escolar da leitura. In: _____. **Oficina de leitura**. Campinas, SP: Pontes, 1997. p. 15-30.

_____. **Leitura: ensino e pesquisa**. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura**. Porto Alegre: Artmed, 1998.



Unidade IV

Gêneros textuais e estruturas linguístico-discursivas

Nesta Unidade, revisaremos Gêneros Textuais e versaremos sobre os gêneros textuais argumentativos Resenha e Relatório, especificamente quanto aos conceitos e às estruturas linguístico-discursivas. Abordaremos também a argumentação textual, quanto aos conceitos, tipos e operadores argumentativos.



Introdução

Quanto à expressão “gêneros textuais”, para melhor conceituá-la, é importante que façamos uma rápida revisão de conteúdo. Logo, a pergunta que se faz oportuna é a seguinte: o que são gêneros textuais? Como resposta, temos que gêneros textuais são classificações usadas frequentemente para determinar os diversos textos que fazem parte do nosso cotidiano, ou seja, das nossas atividades comunicativas diárias, ajudando-nos a ordená-las e estabilizá-las. São entidades sociodiscursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa (MARCUSCHI, 2003, p.19).

No entanto, devemos ter em mente que os gêneros textuais são flexíveis, dinâmicos e práticos. Um exemplo que pode muito bem ilustrar essa flexibilidade, essa dinâmica e essa praticidade corresponde ao gênero textual “carta”, que com o passar dos anos modificou-se, tornando-se, por aproximação de função, “e-mail”. Entendemos, então, que, com o avanço tecnológico, novos meios de comunicação tornam-se necessários, enquanto outros caem em desuso. Isto comprova que os gêneros textuais se adaptam conforme as necessidades humanas.

Você sabia que cada gênero textual pode ser identificado a partir das próprias bases, ou seja, do próprio objetivo, da própria função e do próprio contexto? Acredite nesta informação, pois isto é fato! São as características de um texto que determinam a qual gênero ele pertence, variando de acordo com a intenção comunicativa e as particularidades apresentadas em relação à linguagem, à estrutura e ao conteúdo.

Embora os gêneros textuais não se caracterizem nem se definam por aspectos formais, sejam estruturais ou linguísticos, mas por aspectos sociocomunicativos e funcionais, isto não quer dizer que estejamos desprezando a forma. É “evidente, como se verá, que em muitos casos são as formas que determinam o gênero e, em outros tantos serão as funções”. Entretanto, haverá casos em que será o próprio suporte ou ambiente em que os textos aparecem que determinará o gênero presente (MARCUSCHI, 2003, p. 22).

Em todo o processo de comunicação, os gêneros textuais desempenham uma função social, porque eles estão intensamente ligados à história da comunicação e à história da



linguagem. Assim, cada um dos diversos gêneros textuais apresenta especificidades que permitem identificar a própria classificação, ou seja, eles possuem estruturas e características próprias. No entanto, eles não perdem a flexibilidade, porque não possuem uma estrutura fixa. Deste modo, para identificar o gênero de um texto, é preciso observar qual é a linguagem predominante no texto.

Nesse caso, fica evidente que “o que se tem denominado de ‘gênero de texto’ abarca outros elementos além do linguístico, pois abrange normas e convenções que são determinadas pelas práticas sociais que regem a troca efetivada pela linguagem”. Conhecer os diferentes gêneros que circulam oralmente ou por escrito faz parte de nosso conhecimento de mundo, ou seja, de nosso acervo cultural (ANTUNES, 2009, p. 54).

Sendo assim, quanto melhor dominamos os gêneros, tanto mais livremente os empregamos, e plena e nitidamente descobrimos neles a nossa individualidade, refletindo de modo mais flexível e sutil a situação singular da comunicação. Em síntese, realizamos de modo mais acabado o nosso livre projeto de discurso (BAKHHTIN, 2003, p. 285).

Nesta Unidade, versaremos sobre os gêneros textuais argumentativos Resenha e Relatório, enfatizando a caracterização das suas próprias estruturas linguístico-discursivas. Antes, porém, apresentaremos alguns pressupostos teóricos referentes à argumentação, visando ao melhor entendimento da escrita técnica e da escrita acadêmica, e à produção textual.

4.1 Estruturas Linguístico-Discursivas em Textos Argumentativos

Desde a nossa infância, a argumentação se faz presente em nossa vida, basicamente quando precisamos resolver conflitos de ideias que surgem em nossa caminhada, assim como para conseguirmos algo que tanto almejamos. No entanto, a ocorrência do “contraditório” pode acontecer, visto que a argumentação também nos serve para contestarmos pontos de vista contrários aos nossos.

A nossa atividade argumentativa acontece, essencialmente, na oralidade. No entanto, quando somos inseridos no processo da escrita, entendemos que precisamos nos apoiar em técnicas específicas, visando ao discurso mais aprimorado, ou seja, bem escrito,

fazendo uso de linguagem adequada. E tudo de forma objetiva, precisa e concisa, e também coesa e coerente.

Dentre os diversos textos que transitam em nosso dia a dia, temos os argumentativos, que expressam um ponto de vista, uma hipótese, uma opinião, uma teoria de um determinado autor. É importante salientar que, para produzirmos textos argumentativos, precisamos de argumentos que sustentem o que estamos defendendo como conhecimento próprio.

O objetivo de um texto argumentativo é convencer o leitor (ou o ouvinte) sobre uma “verdade textual”, ou seja, sobre aquilo que o autor pensa quanto a um assunto ou a um tema determinado, ou a um objeto. O raciocínio textual deve ser lógico, em uma apresentação coesa e coerente de uma ideia que se faça persuasiva, isto é, uma ideia convincente. A produção ocorre em prosa, ou seja, textos produzidos a partir de frases (frase nominal/sem verbo; frase verbal/com verbo ou locução verbal), orações (frases verbais) e períodos (uma oração/período simples; duas ou mais orações/período composto), que devem resultar em parágrafos bem elaborados.

4.1.1 Algumas possibilidades de argumento

Sobre toda e qualquer produção textual, guarde bem esta informação: todo texto expressa algum propósito comunicativo. E por ser assim, quando pensamos em produzir um determinado texto, devemos também pensar na estrutura (ou na forma) e na função desse texto. Será a relação entre a estrutura (ou a forma) e a função que ligará o autor do texto ao objeto desejado, seja ele solicitado, por exemplo, a um determinado órgão ou a uma determinada pessoa ou instituição.

Quando tratamos da produção de um texto argumentativo, estamos também tratando de uma complexa relação existente entre vários elementos contextuais que rodeiam o autor do texto, ou seja, da circunstância em que o texto é gerado, assim como do conhecimento de mundo do autor que gera esse texto, além das questões lexicais (o acervo de palavras pertencentes a determinada língua) e semânticas (a significação e as relações que cada palavra pode estabelecer) da língua em que foi escrita o texto.

Isso garantirá ao texto a ideia do gênero ao qual ele pertence. “Caracteriza-se, portanto, como uma atividade eminentemente funcional, no sentido de que a ele (ao texto) recorreremos com uma finalidade, com um objetivo específico [...].” (ANTUNES, 2010, p. 30-31).

Dentre os argumentos utilizados ao longo de um texto argumentativo, temos:

Quadro 01 — Tipos de Argumento.

Argumento de consenso: é um enunciado que não exige demonstração nem provas, porque o “conteúdo de verdade” é aceito como válido, por acordo, em um determinado espaço sociocultural. Assim, quando afirmamos que o investimento em educação é necessário para o desenvolvimento de um país, trata-se de um consenso. Todos podemos pensar da mesma forma. Não precisa de pleno embasamento teórico, uma vez que se trata de um consenso global.

Argumento de provas concretas: é a comprovação feita pela experiência ou pela observação, por meio da documentação de dados que confirmem a validade. Os textos jornalísticos, por exemplo, são os que mais utilizam esse argumento.

Argumento lógico: é aquele que se baseia em operações de raciocínio lógico, tais como as implicações de causa e consequência, analogia ou condição (hipótese). Se estamos, por exemplo, escrevendo um texto sobre o aumento da violência nos centros urbanos, podemos apontar como causa desse acontecimento a pobreza e, como consequência, a sensação de insegurança da população.

Argumento de competência linguística: é aquele que demonstra, em sentido amplo, que as competências de linguagem do enunciador sejam adequadas ao interlocutor. Nos textos acadêmicos, por exemplo, é importante o domínio da língua padrão.

Fonte: elaborado pelos autores/adaptado de o GLOBO EDUCAÇÃO, 2021.

Nesse sentido, é possível afirmar que uma argumentação eficaz é aquela que “consegue incrementar a intensidade de adesão, de modo a desencadear entre os ouvintes a ação visada (ação positiva ou abstenção) ou de modo a pelo menos criar, entre eles, uma disposição para a ação, que se manifeste no momento oportuno.” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1958, p. 59, *apud* PLANTIN, 2008, p. 46).

4.1.2 Desenvolvimento ou apresentação de argumentos

Se o objetivo efetivo de um texto argumentativo é persuadir, entendemos que a organização dos argumentos apresenta-se como ação essencial. Logo, um cuidado eficaz é conduzir o raciocínio sem perder de vista o contexto, visando à conclusão do raciocínio lógico argumentado. A argumentação nos leva à conclusão, porque não existe “discurso neutro”. Quem escreve ou fala sobre um determinado assunto/tema (o locutor) almeja imprimir no “outro” (o interlocutor) uma ideologia própria, que é a conclusão orientada pela argumentatividade.

A argumentação é, portanto, o resultado textual de uma combinação entre diferentes componentes, “que exige do sujeito que argumenta construir, de um ponto de vista racional, uma explicação, recorrendo a experiências individuais e sociais, num quadro espacial e temporal de uma situação com finalidade persuasiva.” (KOCH; ELIAS, 2017, p. 24).

Quanto às possibilidades de desenvolvimento da argumentação textual, é possível enumerar (definir, conceituar, classificar, detalhar, expor dados), exemplificar e comparar, contrastar (valores, estatísticas, fatos), definir (palavras, conceitos), fazer alusão histórica (comparar presente e passado, por exemplo), indicar causas e consequências, citar testemunhos.

Para tanto, devemos fazer uso dos “operadores argumentativos”, que orientam os enunciados para a conclusão que desejamos. Todos os “operadores argumentativos” são elementos gramaticais já presentes na língua, isto é, já existem para essa função. Enquanto usuários da língua, devemos nos apropriar desses elementos e usá-los adequadamente, tanto para defender um ponto de vista sobre determinado tema, como para contestar opiniões contrárias às nossas.

Apresentamos, a seguir, os tipos de operadores argumentativos, conforme Koch e Elias (2017, p. 64-75):

Quadro 02 — Tipologia de operadores argumentativos.

TIPOS DE OPERADORES	OPERADORES	EXEMPLOS
1- Operadores que somam argumentos a favor de uma mesma conclusão.	e, também, ainda, nem (e não), não só...mas também, tanto...como, além de, além disso etc.	Mais do que nunca o país precisa de superação. E vai depender, mais uma vez, muito de seus jovens, honestos, desinibidos, sonhadores, preparados, inteligentes e competentes. (Fonte: STEINBRUCH, Benjamin. “Leca Meleca”. Folha de S. Paulo. Mercado, 14 jul. 2015, A20).
2- (a) Operadores que indicam o argumento mais forte de uma escala a favor de uma determinada conclusão.	até, até mesmo, inclusive	Para enfrentar a crise, procure uma grande agência. Pode inclusive ser a nossa. (Fonte: Folha de S. Paulo. Poder, 13 jul. 2015, A9).
(b) Quando a escala é orientada para a negação.	nem, nem mesmo	Um aluno nunca esquece um grande professor. Nem o que ele ensina. (Fonte: Veja São Paulo, n. 2435, jul. 2015).
(c) Operador que acrescenta um argumento de maneira sub-reptícia para dar o golpe final, coroando todos os demais argumentos.	aliás	“O estranhamento continuou ao constatar que nossos amigos, uma vez em casa, não se precipitaram para telefonar para o 190. Aliás, descobri na ocasião que ninguém sabia qual era

		o número certo: 190? 192? 193? Por que memorizar um número de emergência no qual ninguém confia?” (Fonte: CALLIGARIS, Contardo. “Fim de semana no Rio”. Folha de S. Paulo. Ilustrada, 27 ago. 2015, C10, <i>apud</i> KOCH e ELIAS, 2017, p. 67).
3- Operadores que deixam subentendida a existência de uma escala com outros argumentos mais fortes	ao menos, pelo menos, no mínimo	O jeitinho brasileiro foi promovido de vergonha nacional a centro da cultura estratégica brasileira. E com ensinamentos a serem divulgados mundo afora. Pelo menos ao levar em conta que o modo de agir peculiar foi tema de palestra a empresários ligados à Câmara de Comércio França-Brasil (CCFB), na segunda-feira (17), em São Paulo. (Fonte: OLIVEIRA, FILIPE. “Jeitinho brasileiro é promovido a estratégia no mundo dos negócios”. Folha de S. Paulo. Mercado, 20 ago. 2015, A16).

<p>4- Operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias.</p>	<p>mas, porém, contudo, todavia, no entanto, entretanto, embora, ainda que, posto que, apesar de (que)</p>	<p>Não existe dia ruim para comprar um BMW. Mas existe dia melhor.</p>
<p>5- Operadores que introduzem uma conclusão com relação a argumentos apresentados em enunciados anteriores.</p>	<p>logo, portanto, pois, por isso, por conseguinte, em decorrência etc.</p>	<p>Dias de calor intenso podem causar danos à saúde se não forem tomados os cuidados adequados. O organismo perde líquidos naturalmente ao longo do dia. Por isso hidrate-se neste carnaval! Corpo saudável, mente sã. (Fonte: Anúncio Abyara BrasilBrokers. Folha de S. Paulo. Mercado, 15 fev. 2015, A20).</p>
<p>6- Operadores que introduzem uma justificativa ou explicação relativamente ao enunciado anterior.</p>	<p>porque, porquanto, já que, pois, que, visto que, como etc.</p>	<p>Por que viajar para a Áustria? Porque é um país que combina, de forma impressionante, os opostos: rica herança imperial com uma espetacular arquitetura moderna, cidades românticas com aventuras incríveis, natureza com cultura erudita. (Fonte: “Por que viajar para a Áustria?”. Chegar: o jornal de férias da Áustria).</p>

<p>7- Operadores que estabelecem relações de comparação entre elementos, visando a uma determinada conclusão.</p>	<p>mais... (do) que, menos... (do) que, tão... quanto</p>	<p>Em 15 anos, capital paulista terá mais velhos do que jovens; atual geração de idosos é mais ativa do que anteriores. (Fonte: FAGUNDEZ, Ingrid. “Em 15 anos, SP terá mais idosos do que jovens, mas ainda está despreparada”. Revista São Paulo. São Paulo: Folha de S. Paulo, 16 a 22 ago. 2015).</p>
<p>8- Operadores que introduzem argumentos alternativos que levem a conclusões diferentes ou opostas.</p>	<p>ou... ou, quer... quer, seja... seja</p>	<p>Seja porque a vida de gente grande é uma pedreira, seja pela neotenia – o apego à forma jovem, a característica mais bela de nossa espécie -, o fato é que há homens que nunca deixam de ser meninos pela vida afora (assim como há aqueles que parecem nunca tê-lo sido). (Fonte: DAUDT, Francisco. “O menino no armário”. Folha de S. Paulo. Cotidiano, 19 ago. 2015, B2).</p>
<p>9- Operadores que introduzem no enunciado conteúdos pressupostos.</p>	<p>já, ainda, agora etc.</p>	<p>Sua vida já é digital. Está na hora de a sua conta também ser. (Fonte: Campanha da Vivo “Usar bem pega bem”. Veja. São</p>

		Paulo, n. 2.438, 12 ago. 2015).
10 (a) Operadores que funcionam numa escala orientada para a afirmação da totalidade.	um pouco, quase	João estudou um pouco: tem possibilidade de passar no concurso.
(b) Operadores que funcionam numa escala orientada para a negação da totalidade.	pouco, apenas	João estudou pouco: provavelmente não passará no concurso.

Fonte: KOCH; ELIAS, 2017, p. 64-75.

Ao produzir um texto argumentativo, lembre-se de que o emprego de um “operador argumentativo” (Quadro 02) ajudará você a direcionar os argumentos textuais. O uso dos “operadores” não só visa atingir o objetivo do autor, como também orientar para uma conclusão coesa e coerente.

4.2 O Gênero Textual Argumentativo Resenha

A resenha avalia (qualificando ou desqualificando) uma produção intelectual ou artística, e até mesmo um evento (*show*, exposição, partida esportiva). É um gênero textual que tem a função de demonstrar a análise de um objeto ou de um tema, para apresentar algumas relações entre as propriedades e as características mais importantes. O objeto a ser resenhado pode ser um livro, um artigo científico, um filme, um manual técnico de instrução, uma obra artística, assim como um evento e até um jogo de videogame.

4.2.1 Principais Características

A obra resenhada deve ser apresentada com fidelidade e objetividade (precisão e concisão), visando despertar no leitor o interesse de leitura ou a apreciação da obra completa. A impessoalidade textual é uma das principais características desse gênero textual (o autor explica..., o autor comenta...; o texto informa..., o artigo apresenta...), sempre apoiado em linguagem esportiva, isto é, formal.

Outra característica da resenha corresponde ao “endosso”, ou seja, ao ato de elogiar o texto/a obra e/ou o autor (é interessante a forma abordada pelo autor...; a obra é muito relevante, visto que ...; o autor informa precisamente...). Logo, “endosso” denota respaldo, indicação, sugestão. Porém, não corresponde a uma ação textual obrigatória.

O ato de comparar a obra resenhada com outras obras, de outros autores, também é uma característica presente em algumas resenhas, destacando aspectos positivos e negativos da obra ou do objeto resenhado. Contudo, ao estabelecer esses aspectos, um cuidado a ser tomado pelo resenhista é o de não se posicionar no campo do “achismo”, que caracteriza o senso comum. O resenhista deve, assim, apresentar segurança em suas próprias críticas.

Para tanto, é interessante que o elemento crítico tenha embasamento em autoridades da área correspondente à obra ou ao objeto resenhado, ou seja, autores, críticos, pesquisadores, estudiosos. Em síntese, podemos afirmar que a resenha se pauta na impessoalidade e na imparcialidade; é, por característica, um texto objetivo, preciso e conciso, com postura científica.

4.2.2 Produzindo uma Resenha

Na mesma linha de outros trabalhos acadêmicos, a resenha deve seguir algumas normas de formatação. Deve ser um texto objetivo (preciso e conciso), apresentando, em duas laudas, aproximadamente, de 6 a 10 parágrafos.

Quadro 03 — Estrutura Textual da Resenha.

Contextualização/Autor da resenha (descrição bibliográfica): nome, curso, Instituição de Ensino, título, data do lançamento.

Contextualização/Autor da obra/Objeto (descrição bibliográfica): dados bibliográficos como autor, título, ano; apresentar a obra de forma sucinta e mencionar a divisão do objeto estudado (capítulos, sessões e outros); sobrenome do autor, em letra maiúscula, seguido por vírgula, nome e ponto; título em itálico (ou negrito) e ponto; subtítulo é opcional (quando for colocado, primeiro vem o título seguido de dois pontos e, depois, o subtítulo, que não deve ser em itálico); tradução (quando houver); edição

(a partir da segunda), ponto; local de publicação, dois pontos, editora, vírgula, ano da publicação, ponto final.

Resumo/Descrição do conteúdo/Estrutura: breve apresentação da estrutura organizacional da obra, apresentando suas partes, seus capítulos, itens e subitens, assim como um breve resumo da obra a ser resenhada (ideias centrais, forma de organização do texto/obra); ideia principal do texto, finalidade da produção e método utilizado; o objetivo e o método de uma obra podem ser encontrados no prefácio, na introdução.

Análise e Crítica: parte principal, apresentação crítica da obra, destacando coerência interna, originalidade, contribuição científica, clareza na exposição da ideia central e nos argumentos, êxito no objetivo proposto, avaliação da disposição de sua estrutura (capítulos), do método, da linguagem e do estilo utilizados; não se trata de dizer “gostei” ou “não gostei”, mas de fazer uso de liberdade crítica para manifestar uma reflexão sobre a obra analisada e não somente manifestar compreensão textual.

Considerações finais: recomendação (ou não) do texto ou da obra, característica especial que o objeto apresenta; momento de concordância com o autor ou recomendações da obra na sua proposta de análise.

Fonte: elaborado pelos autores.

A resenha deve ser digitalizada, levando em consideração as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), e apresentada ao solicitante. O bom resultado de uma resenha depende do comprometimento do resenhista.

4.2.3 Alguns Tipos de Resenha

Quadro 04— Tipos de Resenha.

Resenha Crítica: padronizada no caráter científico. Apresenta argumentos sob um posicionamento crítico do objeto ponderado. Vale ressaltar que argumentos não são opiniões. São embasamentos que devem ser sempre justificados.

Resenha Descritiva: não é necessária a exposição de argumentos críticos, é exclusivamente descritiva.

Resenha Temática: aborda várias obras do mesmo tema, de elaboração mais simplificada, visando ao argumento sobre as obras analisadas.

Resenha Literária: é semelhante à resenha crítica, porém com exclusividade para obras literárias.

Fonte: elaborado pelos autores.

4.2.4 Diferença entre Resenha e Resumo

O gênero textual resumo corresponde à compilação dos principais pontos de um objeto (livro, capítulo de um livro, artigo, filme), sem a expressão objetiva da ideia, visto que é repassado ao leitor apenas o que foi dito pelo autor, ou seja, o que está presente no objeto original, sem novos conteúdos ou desdobramentos. Por sua vez, a resenha apresenta pontos de vista (imparciais e impessoais) sobre o conteúdo de determinada obra, de acordo com as instruções do tipo de resenha a ser produzido. A resenha acadêmica apresenta as versões de resenha crítica, descritiva e temática (MEDEIROS, 2006).

Podemos considerar a resenha como uma proposta de produção textual sintética, que agrega uma visão geral, reportando-se a um procedimento ou a uma técnica de fichamento ou catalogação de obras. É um gênero textual refinado, com uma visão contextual do autor, da obra e do conteúdo específico, no qual são demonstradas as ideias principais e fundamentais, bem como os limites, o alcance, as lacunas, as falhas, os pontos fortes e os avanços que uma determinada obra propicia, e tudo sob a visão particular daquele que resenha, o resenhista (MEDEIROS, 2006).

A resenha exige capacidade de análise crítica, enquanto o resumo, por possuir a finalidade de difundir as principais ideias do autor de uma determinada obra, demanda apenas apresentação concisa de conteúdo (MEDEIROS, 2006).

Quadro 05 — Quadro Comparativo.

Síntese: resumo que contempla as principais ideias de um texto, menor e mais objetivo que o resumo.

Resumo: texto que compila as partes mais importantes de outro texto/objeto; pode ser utilizado como uma proposta de trabalho independente ou estar presente em outros trabalhos.

Resenha: texto que demonstra uma análise de um objeto (livro, capítulo de livro, artigo, *show*, partida de futebol, espetáculo teatral), apresentando relações entre as propriedades e as características mais importantes.

Fonte: elaborado pelos autores.

4.3 O Gênero Textual Argumentativo Relatório

Antes de conversarmos sobre o conceito do gênero textual relatório e dos vários tipos de relatório produzidos nos mais diversos ambientes estudantis e profissionais, é importante nos atermos ao significado a ele atribuído.

Uma relatório é a comunicação escrita, na qual se expõe a ocorrência de fatos verificados mediante pesquisas ou se narra a execução de serviços ou de experiências. As informações devem apenas contar e explicar os fatos e não convencer. É este o objetivo do relatório, um gênero textual discursivo que pode tanto circular na esfera escolar-acadêmica quanto na esfera pública comercial e industrial. A apresentação de um relatório dependerá do assunto solicitado (DUARTE, 2021).

Nesse sentido, é importante salientar que o gênero textual relatório deve ser produzido quando ao autor (aluno ou profissional) for solicitada uma narração escrita de um assunto/tema específico, o qual precisa ser aprofundado, visando a uma prova de conhecimento e/ou domínio sobre o tema proposto (para alunos de um determinado curso) ou a uma proposta de solução empresarial (para profissionais de uma determinada empresa). Em síntese, o desenvolvimento de um tema proposto origina um relatório, que, por sua vez, se trata de uma redação técnica, a qual deve obedecer a algumas normas de produção.

4.3.1 Alguns Tipos de Relatório

Há vários tipos de relatório, no entanto devemos estar atentos ao objetivo desejado por nós ou por quem solicitou a produção do relatório, para que possamos decidir o tipo a ser produzido. Lembre-se de que cada tipo de relatório está vinculado a um contexto de solicitação.

Quadro 06 — Tipos de Relatório.

Técnico-Científico (com base em estudos científicos);
Administrativo (pode ser diário, semanal ou anual);
Crítico (com opinião do autor);
De Viagem (relato das ocorrências; o motivo, o que aconteceu e as despesas);
De Estágio (ações realizadas e experiências adquiridas);
De Visita (descrição minuciosa daquilo que foi presenciado pelo visitante);
Para Fins Especiais (para um determinado fim; orçamento de pesquisa, por exemplo).

Fonte: elaborado pelos autores.

4.3.2 Produzindo um relatório

Quanto à estrutura, o relatório deve conter: capa, introdução, desenvolvimento, conclusão/considerações finais e referências.

Quadro 07— Estrutura do Relatório.

1. Capa: também chamada de página de rosto, segue as orientações de cada instituição. De maneira geral, deve conter: título do trabalho, nome da instituição, departamento/setor, curso, nome do autor/equipe. Título: deve estar de acordo com o tema do trabalho. No entanto, há casos de relatório acadêmicos em que o título será somente “Relatório de Final de Estágio” ou “Relatório de Estágio Supervisionado”. Se esse não for o caso, o título deve estar de acordo com o que foi desenvolvido Exemplos: Relatório Mensal de Contas, Relatório de Visita ao Museu da Liberdade, Relatório de Avaliação da Atividade Corporal.



2. Introdução: é necessário apresentar um resumo claro dos objetivos da pesquisa e da metodologia que foi utilizada. Exemplo: “O presente Relatório de Estágio Supervisionado do curso de Gestão Escolar do Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran) tem como objetivo esclarecer sobre a supervisão pedagógica nas escolas estaduais da cidade, onde foi realizada a pesquisa. Para tanto, a metodologia utilizada foi a aplicação de questionários nos centros educativos, de modo a fazer a coleta de dados.”. Note que há casos mais simples, em que não será necessário apresentar objetivos e metodologia, como o relatório de visita a um museu. Exemplo: “O presente relatório tem como objetivo relatar a visita ao Museu da Liberdade, que ocorreu no dia 3 de março de 2020, no âmbito da disciplina de Museologia, da Universidade Federal Fluminense (UFF), sob a supervisão do Prof. Dr. Gilmar Mendes Coutinho.”.

3. Desenvolvimento: é a parte mais longa do relatório, na qual estão as pesquisas realizadas e os dados obtidos no percurso. Dependendo do foco do relatório, são pertinentes entrevistas, depoimentos, gráficos e tabelas. Esses recursos ajudam a organizar melhor a pesquisa e dar mais consistência ao trabalho. Uma dica importante é organizar muito bem o que se vai apresentar, podendo ser feito em tópicos, por exemplo: 1. Objetivos; 1.1. Objetivo geral; 1.2. Objetivos específicos; 2. Metodologia; 2.1. Entrevistados; 2.2. Questionários aplicados; 2.3. Análise dos questionários.

4. Conclusão/Considerações Finais: ainda que alguns relatórios tenham um teor crítico, geralmente esses textos não possuem esse objetivo. Ou seja, nos relatórios, a ideia principal é relatar algo e, portanto, na conclusão, o autor deve fazer um fechamento das principais ideias desenvolvidas durante o percurso. Exemplo: “Por meio do estágio supervisionado realizado nas escolas estaduais da cidade de Dourados (MS), foi possível conhecer melhor a realidade desses centros de ensino, bem como entender os desafios enfrentados pelos profissionais da gestão escolar.”.

5. Bibliografia: deve conter, numa folha separada, tudo o que foi consultado durante o percurso da pesquisa, seguindo as normas da ABNT. A bibliografia a ser citada segue, geralmente, o padrão: autor(es), título, edição, local, editora e data. Exemplo: LÜCK, Heloísa. **Gestão educacional:** uma questão paradigmática. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2008. Hoje em dia, além da bibliografia, é comum incluir a webgrafia, ou seja, os sites consultados. Nela, é indicado o dia em que a página foi acessada e a inclusão das expressões: “disponível em” e “acesso em”. Exemplo: Disponível em:/Acesso em: 22 mar. 2020.

Fonte: elaborado pelos autores/ adaptado do site <https://www.todamateria.com.br/como-fazer-um-relatorio/> 2021.

De modo geral, os relatórios não devem apresentar jargões. Devem se compor de textos curtos e exatos, com linguagem clara e objetiva (precisa e concisa), evitando o uso do vício de linguagem “gerundismo”, que é fazer uso do gerúndio no tempo futuro (vou estar trabalhando). Lembre-se de que o gerúndio somente deve usado no tempo passado (estava trabalhando) ou no tempo presente (estou trabalhando). Jamais no futuro!

4.4 Síntese da Unidade

Nesta Unidade, revisamos Gêneros Textuais e versamos sobre os gêneros textuais argumentativos Resenha e Relatório, especificamente quanto aos conceitos e às estruturas linguístico-discursivas. Abordamos também a argumentação textual, quanto aos conceitos, tipos e operadores argumentativos.

4.5 Eu indico (filmes, livros, artigos, Biblioteca Pearson)

Modelo de Resenha

<http://periodicos.processus.com.br/index.php/multi/article/view/225/323>

Livros

Metodologia Científica - Artigo e Relatório Técnico-Científico

PINTO, S.C.M.; ARANHA, A.F.; SANTOS, C.C.R.

São Paulo: ALL Print Editora; 1ª edição; 64 páginas (1 janeiro 2014).

Redação Científica/ à prática de fichamentos, resenhas e resumos

MEDEIROS, João Bosco.

São Paulo: Atlas; 8ª edição; 2006.

Referências

ANTUNES, Irandé. **Língua, texto e ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

ANTUNES, Irandé. **Análise de textos: fundamentos e práticas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DIANA, Daniela. **Toda Matéria**. Como fazer um relatório. Disponível em:
<https://www.todamateria.com.br/como-fazer-um-relatorio/>. Acesso em: 16 fev. 2021.

DUARTE, V. M.N. **Mundo Educação**. O Relatório. Disponível em:
<https://mundoeducacao.uol.com.br/redacao/o-relatorio.htm>. Acesso em: 10 fev. 2021.

GLOBO EDUCAÇÃO. **Recursos Argumentativos**. Disponível em:
<http://educacao.globo.com/portugues/assunto/texto-argumentativo/recursosargumentativos.html#:~:text=Argumento%20de%20consenso,tra ta%2Dse%20de%20um%20consenso>. Acesso em: 06 jan. 2021.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Escrever e argumentar**. São Paulo: Contexto, 2017.



MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. *In*: **Gêneros textuais e ensino**. 2. ed. Ângela Paiva Dionísio, Ana Rachel Machado, Maria Auxiliadora Bezerra (Org). São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica**/ à pratica de fichamentos, resenhas e resumos. 8. ed. São Paulo: Atlas 2006.

PLANTIN, Christian. **A argumentação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.



Unidade V

Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda

Nesta Unidade, dando prosseguimento aos estudos dos gêneros textuais, versaremos sobre o Anúncio Publicitário e o Anúncio de Propaganda. Apresentaremos também alguns pressupostos teóricos indicativos à coesão e à coerência textuais, com os respectivos exemplos práticos, visando oferecer a você a possibilidade de entender e compreender melhor a escrita técnica normativa que, seguramente, resultará em adequadas produções textuais acadêmicas e profissionais.



A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso, que vai se diferenciando e se ampliando à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. Cumpre salientar de um modo especial a heterogeneidade dos gêneros do discurso (orais e escritos) [...] (BAKHTIN, 1997 [1979], p.279).

Introdução

Gêneros textuais são classificações usadas frequentemente para determinar os diversos textos que fazem parte das nossas atividades comunicativas diárias, ajudando-nos a ordená-las e estabilizá-las. Cada gênero textual pode ser identificado a partir das próprias bases, que correspondem ao objetivo (o que se desejou/deseja com o texto), à função (para que serviu/serve o texto) e ao contexto (em qual situação foi produzido/está sendo produzido o texto). Sendo assim, é possível entender que são as características de um texto que determinam a qual gênero ele pertence, visto que todo texto se modifica de acordo com a intenção comunicativa e as particularidades apresentadas em relação à linguagem, à estrutura e ao conteúdo.

Nesta Unidade V, dando prosseguimento aos estudos dos gêneros textuais, versaremos sobre o Anúncio Publicitário e o Anúncio de Propaganda. Após, apresentaremos alguns pressupostos teóricos indicativos à coesão e à coerência textuais, com os respectivos exemplos práticos, visando oferecer a você a possibilidade de entender e compreender melhor a escrita técnico-normativa que, seguramente, resultará em adequadas produções textuais acadêmicas e profissionais.

5.1 Gênero Anúncio Publicitário (ou Publicidade)

Segundo Trindade (2012), “publicidade” é um termo originário do latim *publicius*, que significa o ato de realizar uma comunicação dada ao público. Quanto ao sentido, este é estabelecido pela noção de “publicização” de um fato, ou seja, de oferecer a um



consumidor uma informação sedutora e persuasiva sobre produtos, serviços e marcas existentes no mundo do consumo.

Nas palavras de Fairclough (2003), publicidade é um gênero que corresponde ao “relativamente estável”, porque não só possui características composicionais potencialmente definidas, como também ocorrência diária em diversas práticas sociais. Isto quer dizer que o anúncio publicitário está presente em diversos lugares, sendo consumido pelos mais variados públicos.

A publicidade surgiu no final do século XIX, período em que despontou a produção de mercadorias em massa. O correspondente a essa produção diz respeito ao grande interesse da população daquela época por produtos industrializados. O contexto apresentado fez surgir a indústria publicitária, que nasceu com um discurso invasivo e até mesmo ousado. O objetivo desse “tipo de discurso” era (e ainda é) persuadir o público-alvo a consumir cada vez mais produtos, serviços e marcas.

Autores como Vestergaard e Schoroder (2004), e Ramalho (2010) comentam que os propósitos dessa atividade discursiva eram (e ainda são) constantemente repetitivos, tais como: chamar a atenção, estimular desejos, despertar interesses, conduzir a uma ação de compra (ou não compra em concorrentes), dentre outros. Afinal, todo comércio praticava (e ainda pratica) uma atividade mercantil, cada um em sua própria medida, sempre envolvidos em um processo consumista que conjuga fatores de produção, mão de obra, insumos, capital e, no decorrer do tempo, novas tecnologias.

É fato que os anúncios publicitários, cada vez mais, continuam influenciando o modo de ser das pessoas. Ao comprarem uma determinada mercadoria, por exemplo, o anúncio propõe que as pessoas serão “novas pessoas” e que terão “nova vida”, em um constante incitar do perfil consumista dessas pessoas. Logo, um destaque há de ser dado para o formato e para o propósito comunicativo desse gênero.

Quanto ao formato, apresentam as imagens ligeiramente acima do centro óptico do anúncio, para chamar mais a atenção dos consumidores, fazendo uso de cores para auxiliar a ação e embelezar a peça publicitária. Quanto ao propósito comunicativo, ele é constantemente concebido pela linguagem persuasiva, que a todo custo tenta convencer



o consumidor à compra de algum produto ou serviço, ou de alguma marca. Além disso, espera-se que o anúncio publicitário estimule desejos e crie necessidades, convencendo o consumidor de que o produto anunciado irá satisfazê-lo (TRINDADE, 2012).

A linguagem visual (cores, texturas, contrastes, luz) e a linguagem sonora podem ser exploradas de modo significativo. Já a linguagem verbal, embora tenha sua relevância no gênero anúncio publicitário, apresenta diferenças de uso mais comum, pois passa a ter um valor mais conotativo (sentido mais subjetivo e figurado), de modo que todas as palavras, bem como a estrutura na qual elas estão organizadas, passam a ser mais simbólicas e expressivas, além de estarem à disposição do conteúdo que se deseja expressar (MATOS, 2021).

Quanto ao contexto de produção, a publicidade é, geralmente, produzida por uma pessoa ou por uma empresa que tem o objetivo de vender um determinado produto. O produtor, ininterruptamente, intenciona criar o desejo de consumo na mente dos indivíduos, com o objetivo de vender e, conseqüentemente, o de obter lucro sobre as vendas.

Nas palavras de Matos (2021), é importante considerar que a publicidade se dirige a um “público de massa”. E por ser assim, criadores e produtores devem estar atentos aos preconceitos linguísticos, estéticos e outros, que podem prejudicar a mensagem proposta, ao excluir parte importante dos consumidores-alvo. Entretanto, podem explorar os ideais desejados pelos consumidores, apontando para a eficácia dos produtos e serviços, e das marcas.

Sempre haverá estratégias no mercado consumidor que poderão ser repetidas, recriadas ou tão somente inspiradas, caracterizadas como novas estratégias de venda. E todas deverão estar calcadas na medida dos resultados almejados. A lição apreendida é que há que se criar “novos textos” ou adaptar “velhos textos”, sem perder de vista os “novos contextos” e o “despertar de carências” no público-alvo do momento. A cada novo texto-imagem publicitário (imagem em movimento ou não) ocorre um ato conjunto de compra e venda, sempre de modo criativo e instigante.

Por fim, temos que todo anúncio publicitário é uma comunicação utilizada para anunciar produtos, serviços e ou marcas, com o objetivo de atrair compradores (consumidores). Na

atualidade, dizemos que essa técnica está posicionada nos “4Ps do marketing”, ou seja, vinculada ao famoso conceito que resume os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de *marketing*: produto, preço, praça e promoção.

5.1.1 Técnicas Utilizadas pelo Anúncio Publicitário (ou Publicidade)

Os anúncios publicitários, sem exceção, fazem uso de técnicas multimídias, visando promover os mais variados produtos e serviços, e as mais variadas marcas, sendo formatados para persuadir um determinado público-alvo, quanto ao desejo deste em obter esses determinados produtos ou serviços, e essas determinadas marcas. Nesses anúncios, são incluídas diferentes atividades e técnicas publicitárias, com o objetivo de expandir o conhecimento sobre aquilo que é desejado pelo consumidor, e promover a desejada venda.

Quadro 01 — Atividades e Técnicas Publicitárias.

- *Spots* ou anúncios de TV;
- Publicidade em rádio;
- Anúncios impressos em jornais;
- Publicidade *on-line*;
- Publicidade externa (*outdoors*, cartazes em transporte público);
- Colocação dos produtos em programas de rádio, TV e *Internet*, filmes e telenovelas;
- Publicidade no próprio ponto de venda;
- Amostragem ou amostras de produtos;
- Atividades de *marketing* de guerrilha, como distribuição de panfletos e *telemarketing*.

Fonte: adaptado do site <https://www.diferenca.com/publicidade-e-propaganda/2021>.

É importante salientar que qualquer texto é passível de estratégias argumentativas, as quais se apresentam em maior ou menor grau. Também que um anúncio publicitário publicado hoje poderá superar outro anúncio publicitário publicado ontem, assim como aquele poderá ser superado por outro que será publicado amanhã. E tudo porque essas

publicações fazem parte de uma corrente contínua, a qual se vincula, sucessivamente, à atual circunstância do consumidor. Em suma, todo novo texto resulta de um novo contexto.

5.1.2 Exemplos de Anúncio Publicitário (ou Publicidade)

Exemplo 01—Seguro Itaú Vida. Um recorte analítico extraído e adaptado da Dissertação “Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica”, desenvolvida por Caroline Costa Silva e apresentada à PROFLETRAS-UFU em agosto de 2015.

No exemplo a seguir, os argumentos apresentados pelo autor têm como objetivo persuadir o sujeito-alvo a adquirir o produto que está sendo anunciado. No caso específico, temos um “seguro de vida”. Além da forte argumentação verbal, há todo um espaço camuflado para a relação de compra e venda. Em síntese, temos: um leitor, um consumidor e um noivo (ou uma pessoa compromissada com alguém). E tudo em um só sujeito-alvo!

Figura 1 – Seguro Itaú Vida

Você não pode prometer que nunca irá magoá-la. Você não pode prometer que todos os jantares serão à luz de velas. Você não pode prometer que vai reparar toda vez que ela cortar o cabelo. Você não pode prometer que sempre irá acertar no presente. Você não pode prometer que vai lembrar de todas aquelas datas importantes. Você não pode prometer que vai viver ao lado dela até o último segundo. **Mas você pode garantir que ela passe por tudo isso com mais segurança.**

Faça um Seguro Itaú Vida. Tranquilidade para você, mais segurança para sua família. Fale com seu gerente.

Itaú. Feito para você.

CLUBE ONLINE

Fonte: Revista Veja. Edição 2185, de 06 de outubro de 2010.

O objetivo da peça publicitária é convencer o sujeito-alvo de que ele deve adquirir um seguro de vida, pois assim ficará tranquilo, porque a família dele estará segura e protegida. Perceba o verbo inicial “Faça”, propositalmente alocado no Modo Imperativo: “Faça um seguro de vida. Tranquilidade para você, mais segurança para a sua família”. Perceba também o “jogo de palavras”: “tranquilidade” e “segurança” para a família.

Nesse “jogo de palavras”, que é um “jogo de convencimento”, o sujeito-alvo não será levado apenas a querer fazer o seguro de vida, mas também a fazê-lo como modo eficaz de manter a família dele segura. Resgatando o comentário do parágrafo anterior, sobre o uso de verbos no Modo Imperativo, vale o complemento de que esses verbos, usualmente, indicam “pedido” ou “ordem”.

Podemos interpretar o texto da referida peça publicitária da seguinte forma:

Quadro 02 — Recorte adaptado da análise sintético-crítica da peça publicitária Seguro de Vida Itaú.

O noivo (ou a pessoa compromissada) encontra-se em uma relação de “compromisso” com alguém. Na cenografia, a noiva se apresenta como a futura esposa (ou companheira). Devido a essa relação, ela nutre certas expectativas, na esperança de que seu comprometido corresponda: “nunca irá magoá-la”, “todos os jantares à luz de velas”, “reparar sempre que ela cortar o cabelo”, “acertar sempre no presente”, “lembrar de todas as datas importantes”, “viver a seu lado até o último segundo”.

Contudo, o noivo não terá condições de ser esse sujeito devoto, de corresponder sempre com todas as expectativas da mulher, gerando nessa mulher uma “frustração”. Como forma de compensar essa frustração, o futuro marido (ou companheiro) poderá garantir que ela passe pelas prováveis decepções e frustrações do casamento com mais “segurança”. E será a seguradora Itaú Seguros aquela capaz de tornar possível essa “realização”.

Fonte: adaptado pelos autores de SILVA, Caroline Costa. Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica. Dissertação. Programa de Pós-Graduação. Mestrado Profissional em Letras-PROFLETRAS, Universidade Federal de Uberlândia (UFU) - MG, 2015.

Você percebeu o “jogo de convencimento”, a partir de um “jogo muito bem colocado de palavras”, todo ele somado ao global da imagem? Se percebeu isso, perceba também que até o olhar da modelo, na peça publicitária, solicita a “tal segurança”. Em uma peça publicitária, todos os elementos são somados e resultam em um ato coletivo.

E falando em “ato coletivo da peça publicitária”, remetemo-nos a um comentário de Carvalho (2000, p.15), para quem um anúncio publicitário constitui um canal de publicidade por excelência, porque estabelece uma ligação direta entre oferta e procura. Além disso, em termos de mensagem publicitária, um anúncio (em jornal, revista, *outdoor*, tabloides e em tantos outros veículos) ocupa lugar de destaque por se valer da linguagem verbal, orientando o sentido da própria imagem não verbal.

Exemplo 02 — Moto Dafra. Performance com o nadador César Augusto Cielo.

Disponível em: <https://youtu.be/G74jDqeSvbI>

Quadro 03 — Adaptação da análise sintético-crítica da peça publicitária Moto Drafa.

Sinopse: em uma piscina, durante uma prova de natação, uma moto Dafra, modelo Apache, compete com o nadador César Augusto Cielo e se consagra vencedora.

Alguns elementos positivos da análise: ótima aceleração, componentes antiferrugem, campeã.

Um elemento negativo de análise: já que o nome da moto é “Apache”, a competição poderia ser entre a moto e uma flecha (e não um nadador), que é o principal instrumento “competitivo” dos índios. Afinal, a competição entre uma máquina e um ser humano rebaixa o desempenho da máquina, mesmo que ela saia vencedora, pois sempre enxergaremos a máquina em vantagem, visto que ela automatiza a tarefa (a menos que esteja com defeito).

Fonte: resumo analítico-crítico adaptado pelos autores do original extraído da Agência de Marketing Top Asiote. Disponível em: <https://www.top-asiote.com.br/mensagem/processo-criativo-de-comerciais/>

Após a exposição dos exemplos, tenha em mente que aos criadores e produtores de peças publicitárias é possível escolher um desenho, uma cena ou uma animação. Também que, após essa escolha, é necessário considerar a simbologia das cores, palavras e iluminação, e dos ambientes, diálogos e sons, assim como de qualquer outro aspecto que ajude a fortalecer o impacto do anúncio e a gerar a sensação desejada nos consumidores (MATOS, 2021).

E por ser assim, como resultado de aprendizagem, são possíveis o entendimento e a compreensão de que a publicidade faz uso de estratégias diversas, visando a uma



identificação do público com os mais diversos produtos anunciados. Também é possível compreender que o objetivo principal de uma peça publicitária é estabelecer uma relação familiar (quase íntima, se necessário for) com os consumidores. Isto porque a “arma” a ser usada pelas agências criadoras do gênero é a sedução, visto não poderem ordenar a compra e o uso de determinado produto ou serviço, ou determinada marca. Assim, manipulam, seduzem, convencem e vendem, usualmente fazendo uso de verbos no Modo Imperativo.

5.2 Gênero Anúncio de Propaganda (ou Propaganda)

Nas palavras de Monteiro (2015, p.32), a propaganda, tal qual é concebida atualmente, é um fenômeno recente, não possuindo precedentes em épocas anteriores, seja na escala pela qual é realizada ou na importância a ela concedida. Alguns estudiosos utilizam o termo “propaganda” para caracterizar atitudes e discursos políticos (sejam eles verbalizados ou não), independentemente do momento em que ocorrem, assim como também aplicam este mesmo termo para classificar outras ações que não possuem um conteúdo político definido ou explícito. Entretanto, não podemos negar as características particulares e únicas da contemporaneidade, em comparação com aquelas pertencentes aos demais períodos.

O elemento que talvez melhor forneça a explicação para o surgimento da propaganda contemporânea foi o envolvimento político da população, principalmente a urbana, e a procura dos governos de se legitimar e fundamentar as suas ações não para determinados setores sociais compostos de elites religiosas ou militares, mas para a população como um todo, em sua grande diversidade social (MONTEIRO, 2015, p.34).

Já para Ellul (1977), a propaganda se apresenta como uma necessidade que transcende o objetivo político, sendo imprescindível para a sociedade. Isto porque a propaganda fornece informações dessa sociedade, tanto quanto ao contexto geral no qual ela se encontra como quanto aos acontecimentos que a envolvem. Dessa forma, contribui para a construção de metanarrativas explicativas (aquelas contidas dentro ou além das próprias narrativas), dando sentido e coesão para fatos que pareceriam, inicialmente, como desordenados ou caóticos.



Segundo Welch (2002, p.50), um ponto crucial a ser discutido, quanto à propaganda, diz respeito à “verdade” e à “mentira” nela possivelmente presentes. Nessa discussão, é importante ressaltar que o processo de divulgação de informações pode ocorrer de várias formas, interferindo em maior ou menor grau no resultado obtido. Entretanto, não é necessário mentir sobre um determinado acontecimento, para que se possa obter novas interpretações, assim como também esconder parte da verdade ou retirá-la de seu contexto original. O ideal e justo é que se mantenha a veracidade da informação, ainda que essa veracidade seja adaptada à necessidade da propaganda.

No entanto, não há como negar que “mentiras” acontecem em muitos discursos, sejam eles políticos, religiosos, jornalísticos, sociais, profissionais diversos. Em outras palavras, a manipulação de informações pode ocorrer a qualquer tempo e em qualquer lugar, de forma que é possível contar uma “verdade” por formas diversas, gerando, conseqüentemente, interpretações também diferenciadas sobre uma mesma notícia.

Por mais que a propaganda tenha efeito emotivo e seja recebida com maior aceitação nos momentos em que grupos sociais se encontram reunidos, a experiência não terá o mesmo efeito posteriormente, quando os indivíduos se encontrariam isolados ou reflexivos. Ignorar as necessidades particulares, os anseios e os problemas tanto das pessoas quanto os dos grupos sociais menores, tratando as “massas” como homogêneas em ações e pensamento, é uma ação que não se legitimará com eficácia por não corresponder com a realidade do contexto. Grupos podem ter interesses gerais, compartilhando objetivos em comum, mas, ainda assim, é necessário verificar não somente como a propaganda atinge o grupo, mas sim o indivíduo dentro do grupo (ELLUL, 1977, p.6 *apud* MONTEIRO, 2015, p. 43).

No plano geral, a propaganda abrange as ações que visam atrair seguidores ou influenciar a atitude das pessoas. Ela busca convencer o público-alvo a adotar uma determinada atitude ou a aderir a um grupo ou a uma crença particular. Ela não está ligada ao comércio de produtos, serviços e marcas (ainda que alguns emissores comercializem em seus anúncios, tanto nos religiosos como nos políticos e em outros), mas principalmente a questões políticas (campanhas para voto, recrutamento de membros e apoio), ideológicas (ONGs e associações), religiosas (atração para seguidores de religiões, doutrinas e seitas) (BORGES, 2021).

Apoiados nas palavras de Borges (2021), temos que propaganda, portanto, não é somente uma proposta emotiva, embora busque às vezes atingir as emoções. Ela também não se

constitui somente de “redução das verdades” ou até “mentiras”, mas pode alterar a verdade de diferentes formas. Propagandas são direcionadas a grupos específicos, com objetivos claros. Por mais que ela procure atingir a maior quantidade possível de pessoas, ainda não consegue estabelecer pontos de convergência de interesses entre os diversos grupos sociais existentes.

5.2.1 Tipos de Propaganda

A propaganda, ao longo de sua própria evolução, assumiu diversas formas em diversos suportes. Ela já se fez presente em discursos, obras de arte, filmes, vídeos, música. O objetivo sempre estará vinculado ao contexto no qual ela está inserida. As análises são livres, nas quais incluímos questões morais e éticas. Às vezes são ou se tornam polêmicas. Às vezes, geram solturas; outras, prisões.

Quadro 04 — Alguns Tipos de Propaganda.

Institucional — Alerta as pessoas sobre a implementação de regras e normas de prevenção. Utiliza linguagem marcada por combinações e recursos estilísticos, como figuras de linguagem e detalhes ortográficos voltados para a sensibilização do público. Em termos visuais, utiliza uma estrutura que faz o público-alvo prestar mais atenção a ela e a ler (ouvir e/ou ver) o texto completo.

Exemplos: propagandas veiculadas em época de carnaval, alertando a população sobre o uso da “camisinha”, a fim de evitar a AIDS; campanhas para evitar as bebidas alcoólicas ou o uso de celular, exclusivamente para motoristas em trânsito; campanhas de vacinação, entre outras.

Campanha Política e Partidária — Voltada para atrair filiados e votos, assim como criar uma imagem forte de um partido ou de um político, com ideologia definida. A finalidade é apresentar ideais, propostas e programas de governo. No interior da propaganda partidária está a intrapartidária, quando se refere a um único candidato, caracterizando-se como “propaganda eleitoral”.

Exemplos: a disputa entre esquerda e direita no Brasil; a disputa entre democratas e republicanos nos Estados Unidos; a recuperação da imagem pública de um partido político; a exposição político-partidária de um determinado político. Um dos maiores exemplos políticos diz respeito à propaganda nazista, que ajudou Hitler a chegar no poder e a se manter nele durante anos.

Propaganda Religiosa — Tem por objetivo trazer fiéis para determinada religião, doutrina ou seita, além de propagar a “mensagem desejada” para o maior número possível de pessoas. Na atualidade, conta com recursos diversos, tais como filmes, música, telenovelas, programas de televisão, palestras, jornais específicos, entre outros.

Exemplo: discurso que fez crescer o número de fiéis evangélicos no Brasil e em outros lugares do mundo, que antes eram “dominados” pela religião católica, com

advertências específicas quanto ao pecado; às possessões espirituais; às finanças pessoais; às curas física, psicológica e espiritual.

Propaganda Testemunho — É uma técnica poderosa que cria um senso de simpatia, afinidade e confiança, por causa da pessoa que dá um testemunho. Atualmente, diversas marcas de produtos e serviços têm focado em “youtubers famosos”, em razão da credibilidade transmitidas por eles.

Exemplo: as palestras de Bill Clyton sobre o aquecimento global; os depoimentos de atletas e tantos outros profissionais das diversas áreas, artistas diversos e religiosos, todos eles focando suas próprias lutas, dificuldades humanas, determinações e conquistas nos planos pessoais, coletivos, sociais e até espirituais.

Fonte: adaptado do site <https://novonegocio.com.br/publicidade/exemplos-de-propaganda/#:~:text=Um%20exemplo%20desse%20modelo%20de,alco%C3%B3lica%20para%20quem%20vai%20dirigir,2021>.

O que se conclui é que a propaganda é uma estratégia que pode aparecer em qualquer área profissional, sempre com o objetivo de influenciar e persuadir o público-alvo sobre determinado assunto ou para apoiar uma pessoa, uma instituição ou uma causa em particular.

5.3 As Diferenças entre os gêneros textuais Publicidade e Propaganda

Ao tratarmos dos gêneros textuais Anúncio Publicitário (ou Publicidade) e Anúncio de Propaganda (ou Propaganda), é importante que tenhamos em mente que ambos são considerados “ferramentas promocionais”. A diferença, no entanto, corresponde às finalidades de cada um deles. O primeiro gênero corresponde à comunicação utilizada para anunciar um produto ou serviço de uma determinada empresa, sempre para fins comerciais. O segundo, para divulgar ideias (ou opiniões), pensamentos (ou pareceres) e causas (ou motivos).

Consideramos, então, que o Anúncio Publicitário é um gênero, enquanto que o Anúncio de Propaganda é outro gênero. As diferenças, na essência, dizem respeito a seus próprios propósitos. O primeiro tem uma finalidade comercial, em levar o indivíduo a consumir alguma coisa. Já o segundo tem a finalidade de promover uma ideia, uma ação sem o objetivo de lucro.

Ao mesmo tempo em que se utiliza de uma linguagem homogeneizante, tanto a publicidade como a propaganda abordam o leitor de maneira individual, para que este se

sinta especial. Assim, o anunciante torna o apelo do produto abrangente, e também único e pessoal (VESTERGAARD; SCHRODER, 2004).

Quadro 05 — Diferenças entre Publicidade e Propaganda.

	PUBLICIDADE	PROPAGANDA
Conceito	É a comunicação realizada por uma empresa ou organização, para promover produtos, serviços e ideias, de modo a persuadir um público a desejar e a comprar seus produtos.	É a comunicação utilizada por organizações ou pessoas, para disseminar pensamentos e doutrinas, geralmente religiosas, ideológicas ou políticas.
Etimologia	Do latim <i>publicus</i> , de tornar algo público.	Do latim <i>propagare</i> , que significa propagar.
Objetivo	Atrair o consumidor, com a esperança de venda ou contrato de bens e serviços.	Buscar adesão a uma ideologia ou mudança de atitude.
Esfera	Plenamente comercial.	Política, ideológica e religiosa.
Exemplo	Anúncios de venda de casas, roupas, carros, produtos de beleza.	Campanhas eleitorais ou de alistamento militar.

Fonte: adaptado do site <https://www.diferenca.com/publicidade-e-propaganda/2021>.

Sendo assim, toda publicidade é uma espécie de propaganda, no sentido de propagar, de difundir os valores da sociedade de consumo, mas nem toda propaganda é uma publicidade, pois esta não deve estar a serviço da propagação dos valores da sociedade de consumo (TRINDADE, 2012).

5.4 Coesão e Coerência Textuais

Nas palavras do mestre Evanildo Bechara (2009), o enunciado não se constrói com um amontoado de palavras e orações. As orações se organizam segundo princípios gerais de dependência e independência sintática e semântica, os quais são recobertos por unidades melódicas e rítmicas que sedimentam esses princípios. Assim, para que um texto seja eficaz na transmissão da mensagem, é essencial que ele faça sentido para o leitor.

Além disso, esse texto deve ser harmonioso, de forma que a mensagem flua segura, natural e agradavelmente aos ouvidos. E por ser assim, quando você produzir seus

próprios textos, lembre-se de que eles precisam ser coesos, ou seja, possuírem coesão. E também coerentes, ou seja, possuírem coerência. Coesão e coerência são mecanismos linguísticos utilizados para a produção textual, sejam textos literários, acadêmicos ou técnico-profissionais.

Talvez, neste momento, você esteja se questionando: “Mas o que é Coesão Textual?” , “O que é Coerência Textual?”.

Coesão e coerência, eis a nossa questão!

Coesão e coerência são objetos diferentes, todavia eles têm em comum o fato de estarem relacionados com as regras essenciais para uma boa produção textual. A coesão textual tem como foco a articulação interna do texto, ou seja, as questões gramaticais. Já a coerência textual trata da articulação externa e mais profunda da mensagem. Por esta razão, vamos ao estudo individualizado desses objetos!

5.4.1 Coesão Textual

A coesão é o mecanismo linguístico relacionado com elementos que (1) asseguram a ligação entre as palavras e as frases, (2) interligam as diferentes partes de um texto e (3) promovem a conexão de ideias. Quando você for construir um texto, seja ele curto ou longo, lembre-se de ligar muito bem as palavras e as frases, e de verificar se as partes básicas do texto (introdução, desenvolvimento e conclusão) estão interligadas. Textos devem possuir sequência lógica estrutural e de sentido.

Quadro 06 — Principais elementos de coesão.

SUBSTITUIÇÃO

A substituição ocorre quando um termo é substituído por outro, como forma de evitar repetições.

Falha de coesão — A atividade física é importante para manter uma vida saudável. A boa alimentação também é importante para manter uma vida saudável.

Coesão adequada — A boa atividade física é importante para manter uma vida saudável. A boa alimentação também.

Explicação: a palavra "também" substitui o que seria uma repetição. Veja: " é importante para manter uma vida saudável".

USO DE CONECTORES (ou conetores)

Conectores criam relações de dependência entre os termos e, geralmente, ligam palavras e orações. Os conectores (ou conetores, como você preferir falar) são representados por preposições, conjunções, advérbios, pronomes relativos e, às vezes, alguns advérbios.

Falha de coesão — Eu gosto de ler bons livros. Eu gosto de ouvir boas músicas.

Coesão adequada — Eu gosto de ler bons livros e de ouvir boas músicas.

Explicação: sem o conetivo "e", teríamos uma sequência repetitiva. Esse “e” é uma conjunção aditiva (um conector ou conetor). Observe que ele “soma” o que eu gosto de fazer, que são duas coisas: ler bons livros e ouvir boas músicas.

REFERÊNCIAS E REITERAÇÕES

Nesse tipo de coesão, um termo é usado para se referir a outro, para reiterar algo dito anteriormente ou quando uma palavra é substituída por outra, com ligação de significados.

Falha de coesão — Hoje é aniversário da minha mãe. Minha mãe está fazendo 75 anos.

Coesão adequada — Hoje é aniversário da minha mãe. Ela está fazendo 75 anos.

Explicação: observe que o pronome "ela" faz referência à “minha mãe”. Não foi preciso repetir “minha mãe”, “minha mãe”.

CORRELAÇÃO VERBAL

Correlação verbal é a utilização dos verbos nos tempos verbais corretos. Este tipo de coesão garante que o texto tenha uma sequência lógica de acontecimentos.

Falha de coesão — Se eu soubesse eu te comunicarei.

Coesão adequada — Se eu soubesse eu te comunicaria.

Explicação: note que "soubesse" é uma flexão do verbo "saber", no pretérito imperfeito do subjuntivo, e isto indica uma situação condicional, que poderia dar origem a outra ação. Perceba que, para a frase fazer sentido, o verbo "comunicar" tem de estar conjugado no futuro do pretérito, para indicar um fato que poderia ter acontecido, se uma ação, no passado, tivesse se concretizado.

Fonte: adaptado do site Mundo Educação <https://mundoeducacao.uol.com.br/redacao/coesao-coerencia.htm>

Coesão é resultado da disposição e da correta utilização das palavras que propiciam a ligação entre frases, orações e períodos, nos parágrafos de um texto. Ela colabora com a organização textual e ocorre por meio de palavras chamadas conectivos (ou conetivos), que são as preposições, as conjunções, os pronomes relativos e, às vezes, alguns advérbios. Ela cria relações entre as partes de um texto, de modo a guiar o leitor a uma sequência de fatos. Logo, uma mensagem coesa apresenta harmonia entre as partes do texto.

5.4.2 Coerência Textual

A pergunta da vez é: “O que é Coerência Textual?”.

A coerência textual é um mecanismo linguístico relacionado com o significado e a interpretação de um texto. A mensagem de um texto só é coerente quando ela faz sentido e for comunicada harmoniosamente, de forma que haja uma “relação lógica entre as ideias apresentadas”. Isto é, quando uma ideia complementar a outra. E todas se complementarem ao mesmo tempo.

Você deve estar se perguntando: “Mas, como eu posso garantir a coerência de um texto?”.

Para garantir a coerência de um texto, alguns conceitos básicos são necessários. E é sobre esses “conceitos básicos” que desejamos falar a partir de agora. Assim sendo, vamos aos principais conceitos de coerência textual!

Quadro 07 — Principais conceitos de coerência textual.

PRINCÍPIO DA NÃO CONTRADIÇÃO

Quando produzimos um texto, falado ou escrito, ele não deve apresentar contradições de ideias entre as diferentes partes.

Observe!

Falha de coerência — Aquela senhora toma leite de vaca, porque é intolerante à lactose.

Toma leite de vaca, porque é intolerante a lactose?

Coerência adequada —Aquela senhora toma leite de soja, porque é intolerante à lactose.

Agora, sim!

Explicação: quem é intolerante à lactose não pode consumir leite de vaca. Por este motivo, a construção (Aquela senhora toma leite de vaca...) constitui um erro de coerência; não faz sentido. Portanto, tome muito cuidado na hora de falar e na hora de escrever um texto, para não “cair em contradição”.

PRINCÍPIO DA NÃO TAUTOLOGIA

Quando o assunto é linguagem, entenda o seguinte: a tautologia corresponde ao ato de repetir uma mesma informação, com palavras diferentes. É um vício de linguagem, que consiste em repetir o mesmo pensamento com palavras sinônimas.

Se o uso dessa repetição ocorrer no dia a dia da fala, chamaremos de “Vício de Linguagem”, ou seja, um “Pleonasma Vicioso”, que é uma repetição desnecessária.

Na Literatura em geral, nas letras de música, nos textos teatrais, por exemplo, encontramos muitos pleonasmos. No entanto, eles não são chamados de viciosos. São apenas pleonasmos.

Um exemplo literário:

*E ali dançaram tanta dança...
E foi tanta felicidade
E foram tantos beijos...*

Dançaram tanta dança?

Os autores desse trecho desejaram dar ênfase às palavras. A repetição não ocorreu em vão. Esse trecho foi extraído de “Valsinha”, de Chico Buarque e Vinícius de Moraes.

Sim, na literatura, é uma repetição considerada “normal”, visando à ênfase literária e à poética textual.

Os autores, poetas, compositores, todos eles têm liberdade na escrita. Assim, quando desejam, fazem uso do “pleonasma”, que é uma figura de linguagem. Porém, se a repetição das palavras ocorrer na linguagem do dia a dia, repetidas vezes, chamaremos essa repetição de “pleonasma vicioso”.

Observe:

*Sobe aqui em cima, menino!
Já disse que não estou podendo descer aí em baixo.
E outra, você está me atrapalhando.
Chegou bem na hora d’eu comer minha comida e beber minha bebida.
É que os meninos tiveram hemorragia de sangue, senhor!
Ambos os dois?
Ambos os dois, senhor!
Deixe pra lá, quando amanhecer o dia, a gente vai ver eles!*

*Aliás, quero ver o tio deles me encarar de frente e retornar de novo!
Quer saber minha opinião pessoal, senhor?
Pode falar, afinal é você que convive junto com eles...
A grande maioria não pensa com esse pensamento, que o senhor pensa!*

Texto criado a partir de fragmentos verbais falados e escritos, por João D'Olyveira.

Quantas repetições desnecessárias!

SUBIR PARA CIMA
DESCER PARA BAIXO
COMER COMIDA
BEBER BEBIDA
HEMORRAGIA DE SANGUE
AMBOS OS DOIS
AMANHECER O DIA
ENCARAR DE FRENTE
RETORNAR DE NOVO
OPINIÃO PESSOAL
CONVIVER JUNTO
JUNTO COM
GRANDE MAIORIA
PENSAR COM ESSE PENSAMENTO QUE O SENHOR PENSA.

VÍCIOS, um poema visual concreto, por João D'Olyveira.

PRINCÍPIO DA RELEVÂNCIA

As ideias devem estar relacionadas entre si, ou seja, não devem ser fragmentadas. Elas devem ser necessárias ao sentido da mensagem. O ordenamento das ideias deve ser adequado, para que a compreensão do texto, como um todo, não fique comprometida.

Observe!

Falha de coerência — O homem estava faminto, porém não tinha dinheiro no bolso. Então, foi a um restaurante almoçar e, em seguida, foi ao banco. No banco, ele sacou uma determinada quantia, para utilizar caso precisasse.

Coerência adequada — O homem estava faminto, porém não tinha dinheiro no bolso. Então, foi ao banco e sacou uma determinada quantia para utilizar. Em seguida, foi a um restaurante e almoçou.

Explicação: observe que, embora as frases façam sentido isoladamente, a ordem de apresentação da informação torna a mensagem confusa. Se o homem não tinha dinheiro, não faz sentido que, primeiramente, ele tenha ido ao restaurante e só depois tenha ido sacar dinheiro.

Percebeu a ordem na construção?

Vamos lá! Mais um conceito de coerência...

CONTINUIDADE TEMÁTICA

Esse conceito garante que um determinado texto tenha continuação sobre um mesmo assunto. Quando acontece uma falha na CONTINUIDADE TEMÁTICA, o ouvinte ou o leitor fica com a sensação de que o assunto foi mudado repentinamente.

Imagine uma situação em que uma pessoa pergunte para outra: Você teve dificuldades para decidir qual curso fazer?

E, receba como resposta o seguinte: Tive muita dificuldade até acertar o curso que queria fazer. Estava confuso. Primeiramente, fui fazer um curso de informática. Depois, troquei para um curso de desenho. Por fim, acabei me matriculando neste curso de redação. Quando eu me matriculei neste curso de redação, eu procurei me informar sobre a metodologia, o tipo de recursos usados, além de outras informações. Aí, acabei decidindo por este curso!

Na resposta acima, temos caracterizada uma **Falha de coerência**.

Explicação: note que o segundo interlocutor (aquele que responde à pergunta) acaba por não responder exatamente ao que foi perguntado. O primeiro interlocutor pergunta se ele teve dificuldades de decidir que tipo de curso a fazer, e a resposta (do segundo) foi sobre as características que ele levou em conta, ao optar pelo curso de redação, no qual se matriculou. Apesar de ter falado do curso, houve uma alteração de assunto.

Coerência adequada — Na verdade, foi fácil, pois eu já havia decidido há algum tempo que, assim que tivesse a oportunidade de pagar um curso, faria um de redação.

Vamos para mais um conceito de coerência!

PROGRESSÃO SEMÂNTICA

Progressão semântica é a garantia da inserção (ou inclusão) de novas informações no texto, para dar seguimento a um todo. Quando isso não ocorre, o leitor fica com a sensação de que o texto é muito longo e que não chega ao objetivo final da mensagem. Popularmente, chamamos a isso de “encher linguiça”.

Falha de coerência — As crianças caminhavam e, quando se depararam com aquele sujeito estranho, continuaram caminhando mais um pouco. Passaram por várias avenidas e ruelas, e mais avenidas e ruelas, e seguiram sempre em frente. Sempre em frente, seguindo.... Ao notarem que estavam sendo perseguidas, que havia uma perseguição, continuaram caminhando em direção ao destino, sempre ao destino, e percorreram um longo caminho...

Coerência adequada — As crianças caminhavam e, quando se depararam com aquele sujeito estranho, apertaram o passo. Ao notarem que estavam sendo perseguidas, começaram a correr.

Explicação: note que, na construção em que há coerência adequada, há uma sequência de novas informações, que direcionam o ouvinte ou o leitor à conclusão do desfecho.

No exemplo anterior, a construção se prolongou demais, e o receptor da mensagem (ouvinte ou leitor) ficou sem saber, afinal, o que os meninos fizeram quando estavam sendo perseguidos.

HÁ COM H

Falha de coerência — Visitei Portugal há cinco anos atrás

Coerência adequada — Visitei Portugal há cinco anos.

Explicação: "há" (com h) já indica que a ação ocorreu no passado. O uso da palavra "atrás" também indica que a ação ocorreu no passado, mas não acrescenta nenhum valor e torna a frase redundante.

Moro aqui há cinco anos.
Estudei naquela escola há três anos.
Conheço você há vinte anos.

Nesses casos, ignore a palavra “atrás”. Combinado?

Fonte: adaptado do site Mundo Educação <https://mundoeducacao.uol.com.br/redacao/coesao-coerencia.htm>

Lembre-se sempre de que seu pensamento deve progredir no texto, mas jamais enganar o ouvinte ou o leitor, repetindo a partir de termos diferentes. Em um texto didático ou em uma aula, por exemplo, a ação é justificada. Neste caso, a repetição está presente, na tentativa de buscar um entendimento coletivo, ou seja, falar de uma maneira servirá para determinado aluno, já falar de outra maneira (a mesma coisa) servirá para outro aluno. No entanto, nos textos acadêmicos e nos documentos oficiais, nunca faça uso de repetições desnecessárias.

5.4.3 Considerações finais

Apesar de os dois conceitos (coesão e coerência) estarem relacionados, eles são independentes, ou seja, um não depende do outro para existir. É possível, por exemplo, uma mensagem ser coesa e incoerente ou ser coerente e não apresentar coesão.

Exemplo de mensagem coesa e incoerente:

Aberto todos os dias, exceto aos sábados.

A mensagem tem uma ligação harmoniosa entre as frases, porém não faz sentido: se existe uma exceção, então o estabelecimento não está aberto todos os dias.

Exemplo de mensagem coerente que não apresenta coesão:

Pare de mexer nessa tinta. Vá já para o banheiro! Não toque em nada. Lave bem as
mãos.

Vá para o seu quarto. Disse a mãe ao filho.

A mensagem é compreensível, entretanto não existe uma ligação harmoniosa entre as ideias. Faltam as ligações entre as frases, para que a mensagem soe (vibre) natural. O contexto nos ajuda a entender, mas a construção é solta.

5.5 Síntese da Unidade

Nesta Unidade, dando prosseguimento ao estudo dos gêneros textuais, versamos sobre o Anúncio Publicitário (ou Publicidade) e o Anúncio de Propaganda (ou Propaganda). Apresentamos também alguns pressupostos teóricos indicativos à coesão e à coerência textuais, com os devidos exemplos práticos, visando oferecer a você a possibilidade de entender e compreender melhor a escrita técnico-normativa que, seguramente, resultará em adequadas produções textuais acadêmicas e profissionais.

5.6 Eu indico (filmes, livros, artigos, Biblioteca Pearson)

Leitura/Artigo:

“Propaganda: a análise de um conceito”, de Gustavo Feital Monteiro (2015).

Disponível em:

<http://unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/11505/2850.pdf>

Leitura/Dissertação:

“Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica”, de Caroline Costa Silva.

Disponível em:

<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/16753/1/GenerosAnuncioPublicitario.pdf>

Leitura/Livro:

“Coesão e Coerência Textuais”, de Leonor Lopes Favero.

Editora Ática. Col.Princípios. Ano: 2002.

Referências

BAKHTIN, Mikail. **Estética da Criação Verbal**. Trad. M. E. Galvão, 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997 [1979].

BECHARA, E. **Moderna Gramática Portuguesa**. 37. ed. ed. rev., ampl. e atual. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2009.

BORGES, Jessica. **Publicidade e Propaganda**. Disponível em:

<https://www.diferenca.com/publicidade-e-propaganda/>. Acesso em: 28 fev. 2021.

BORGES, Jessica. **Atividades e Técnicas Publicitárias**. Disponível em:

<https://www.diferenca.com/publicidade-e-propaganda/2021>. Acesso em: 12 fev. 2021.

BORGES, Jessica. **Diferenças entre Publicidade e Propaganda**. Disponível em:

<https://www.diferenca.com/publicidade-e-propaganda> . Acesso em: 22 fev. 2021.

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3.ed. São Paulo: Ática, 2000.

ELLUL, Jacques. **Propaganda: the formation of men's attitudes**. Vintage, 1973.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. London: Routledge, 2003.

MATOS, Talliandre. Anúncio publicitário. **Brasil Escola**. Disponível em:

<https://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

MONTEIRO, Gustavo Feital. Propaganda: a análise de um conceito. X Congresso Internacional de Humanidades. Palavra e Cultura na América Latina: heranças e desafios. Tema: O poder da comunicação em contextos latino-americanos. **Revista Intercâmbio dos Congressos Internacionais de Humanidades**, Universidade de Brasília–UnB, 2015. ISSN: 1982.

MOTO DRAFA - **Performance com o nadador César Augusto Cielo**. Disponível em:

<https://youtu.be/G74jDqeSvBI>. Acesso em: 28 fev. 2021.

NOVO NEGÓCIO. **Alguns tipos de propaganda**. Disponível em:

<https://novonegocio.com.br/publicidade/exemplos->

[depropaganda/#:~:text=Um%20exemplo%20desse%20modelo%20de,alco%C3%B3lica%20para%20quem%20vai%20dirigir](#). Acesso em: 27 fev. 2021.

RAMALHO, V. **Análise do discurso crítico da publicidade:** um estudo sobre a promoção de medicamentos no Brasil. Portugal/Covilhã: Labcom, 2010. Disponível em: www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/ramalho-analise-2010.pdf. Acesso em: 17 fev. 2021.

SEGURO ITAÚ VIDA. **Revista Veja**. Edição 2185, de 06 de outubro de 2010.

SILVA, Caroline Costa. Os Gêneros Anúncio Publicitário e Anúncio de Propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica. **Dissertação**. Programa de Pós-Graduação. Mestrado Profissional em Letras-PROFLETRAS, Universidade Federal de Uberlândia (UFU)-MG, 2015.

TEODORO, Thelma Maria Figueira; PINTO, Renata Carolina e Silva Rocha. Anúncios de hambúrguer: uma análise comparativa dos recursos verbo-visuais. **Revista Linguagem**, São Carlos, v.30, n.1, p. 117-132, jan./jun. 2019. ISSN: 1983-6988.

TOP ASIOLE. **Análise sintético-crítica da peça publicitária Moto Drafa**. Agência de Marketing Top Asiole. Disponível em: <https://www.top-asiole.com.br/mensagem/processo-criativo-de-comerciais/>. Acesso em: 18 fev. 2021.

TRINDADE, E. **Propaganda, identidade e discurso:** brasilidades midiáticas. Porto Alegre: Sulina, 2012.

VESTERGAARD, T.; SCHORODER, K. **A Linguagem da Propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WELCH, David. **The Third Reich:** politics and propaganda. Routledge, 2002.



Unidade VI

Práticas de Leitura e de Produção Escrita

Nesta última Unidade de nosso estudo, cuja principal proposta foi a de refletirmos sobre a Língua Portuguesa, revisitaremos alguns conceitos sobre Leitura - como prática social presente no nosso dia a dia e extremamente importante para nossa vida em sociedade – e sobre Produção Escrita, com ênfase na importância da elaboração do Plano de Escrita, dos esboços e rascunhos, bem como das atividades de revisão (inclusive a colaborativa) e da autocorreção, na produção dos textos dos mais variados gêneros textuais. Por fim, trataremos também dos elementos que devem ser objeto de atenção no decorrer do processo de revisão de textos, com vistas à qualificação de suas produções textuais acadêmicas e profissionais



Introdução

O acesso democrático à leitura e à escrita é das conquistas mais poderosas a que se pode almejar; apropriar-se da arte de escrever e ler é garantia de autonomia e cidadania. Ser um leitor proficiente e um redator eficiente é fundamental nos dias atuais. Pensando nisso, nesta última Unidade de nosso estudo, trataremos da **Leitura** - como prática social presente no nosso dia a dia e extremamente importante para nossa vida em sociedade – e da **Produção Escrita**, com ênfase na importância da elaboração do Plano de Escrita, bem como nas atividades de revisão, com vistas à qualificação do texto produzido.

O gênero textual será novamente por nós empregado como meio de articulação entre as práticas sociais de leitura e de produção de textos, conforme recomendam Dolz e Schneuwly (2004). Concordamos com Marcuschi (2008, p. 154), quando o linguista afirma que “[...] é impossível não se comunicar verbalmente por algum gênero [...]. Quando dominamos um gênero textual, não dominamos uma forma lingüística e sim uma forma de realizar lingüisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares”. Da mesma forma, nos afinamos às colocações de Brito (2004, p. 49), quando nos explica que os gêneros textuais compreendem “ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo”. Ou seja, por meio dos gêneros textuais as pessoas participam da vida em comunidade: leem e constroem sentido por meio da leitura; por outro lado, também escrevem e têm seus textos lidos por outras pessoas. Vimos que certas particularidades comunicativas – como o assunto, a intenção do autor, a estrutura do texto, o público-alvo, o veículo de circulação e o papel social do texto – é que irão determinar o conteúdo e a forma de cada gênero textual.

Matêncio (2003) entende que o contato com gêneros textuais em situações reais de uso leva o sujeito a formar uma representação do tal gênero – representação essa que é social, mas é também individual e única. Sabemos que certos gêneros são trazidos para a sala de aula apenas para a leitura, sem que haja a preocupação ou a necessidade imediata de que a representação que o aluno forma seja acompanhada de uma produção escrita. Outros, por sua significação para os estudantes e por sua aplicabilidade na vida cotidiana, podem ser objeto tanto de leitura como de produção escrita. Nesse sentido, foi nossa preocupação em todas as Unidades desse curso nos ater à leitura e produção escrita de gêneros textuais que pudessem ser interessantes para você, em sua vida acadêmica e futura vida profissional.

6.1 Sobre Leitura

O ato de ler, o processo da leitura, como já estudamos, é sempre uma habilidade adquirida e ampliada durante toda a vida, na medida em que se vai conhecendo novos tipos de textos, e que para ler com proficiência são necessários basicamente: a decodificação da escrita; a observação atenta do texto não verbal; o processo ativo e constante de elaboração de previsões, as quais vão sendo confirmadas ou não com o decorrer da leitura; e a ativação dos conhecimentos prévios do leitor.

Antunes (2003, p.70) explica que “a leitura é uma atividade de acesso ao conhecimento produzido, ao prazer estético e, ainda, uma atividade de acesso às especificidades da escrita”. É pela leitura que se aprende o vocabulário específico de certos gêneros discursivos, de áreas específicas do conhecimento e da experiência. É também pela leitura que se aprendem os padrões gramaticais e linguísticos peculiares à escrita, e também as formas de organização e de apresentação dos diversos gêneros textuais que circulam na sociedade.

Vimos ao longo de nossos estudos nesta disciplina que há diversos motivos que nos levam a ler; entre eles, destacamos ler para obter uma informação precisa e ler para poder depois comunicar algo a alguém. Então, essa tem sido a nossa perspectiva ao longo das Unidades que estudamos até aqui: aplicar as estratégias de leitura que aprendemos, para ler com proficiência; elaborar textos, de diversos gêneros textuais, com qualidade e eficiência.

Por falar em **estratégias de leitura**, você se lembra delas? Antes de darmos continuidade, vamos revisar os conceitos, rapidamente?

- **Leitura Geral:** é o contato preliminar, seja com um livro de muitas páginas ou um pequeno texto, para conhecer o livro, o autor e a editora; folhear, observar o número de páginas, o tipo de papel, o título geral e os títulos dos capítulos no índice, a fim de ativar nosso conhecimento prévio, gerando expectativas em relação ao conteúdo, ao vocabulário, à forma de construção do texto, conduzindo o leitor para uma boa leitura. Essa forma de agir diante do texto, bastante valorizada dentro da perspectiva interacionista de leitura, permite ao leitor uma maior interação com o texto já que o leva a formular hipóteses e a organizar o pensamento.

- **Leitura Específica e Detalhada:** visa ao desenvolvimento da capacidade de percepção leitora, à análise das pistas linguísticas e não linguísticas, e às inferências sobre a intenção do autor ao elaborar aquele texto.

6.2 Sobre a Produção Escrita

Sargentim (1980) explica que escrever é um ato individual e solitário e que a atividade de escrita é antes de tudo uma ação educadora do pensamento e da interioridade. Vale lembrar que um texto jamais nasce pronto. Ao contrário, ele é construído, dentro de um complexo processo que envolve escrever, ler, revisar, corrigir, reescrever... até que possa ser considerado pronto.

Assim, a respeito das atividades de escrita, você precisa saber que bons escritores:

- PENSAM antes de começar a escrever;
- PLANEJAM os textos que irão produzir;
- PRODUZEM muitos rascunhos e esboços de suas produções;
- REVISAM suas produções;
- REFAZEM seus textos tantas vezes quantas forem necessárias, até que atinjam a excelência.

O primeiro passo para a produção textual consiste na elaboração do **Plano de Escrita** – atividade que precisa tornar-se um procedimento habitual na vida de todos nós, pois na vida acadêmica e profissional somos chamados a produzir textos dos mais variados gêneros textuais.

O Plano de escrita se compõe das seguintes partes:

- 1) Estabelecimento de metas: tema, delimitação do tema, objetivo, público-alvo, gênero textual adequado.
- 2) Geração de ideias: tempestade cerebral, sempre interrogando o tema.
- 3) Seleção e organização das ideias, agora expressas em palavras.

Finalizada esta etapa, o próximo passo é a Redação do texto, seguida da Revisão e da Redação final.

Vejamos um exemplo de elaboração do Plano de Escrita: um grupo de estudantes universitários fez uma visita técnica a uma determinada empresa e deverá elaborar uma resenha acadêmica sobre o evento, para ser publicada no jornal da faculdade. O Plano de escrita poderia ficar assim:

1- Estabelecimento de metas	Identificando o assunto	<i>Visita técnica realizada por estudantes universitários.</i>
	Delimitando o assunto	<i>Visita técnica realizada por estudantes universitários à empresa X, localizada na cidade Y.</i>
	Estabelecendo o objetivo (convencer, mostrar, enumerar, informar, contrastar, etc.)	<i>Informar, mostrar, convencer...</i>
	Definindo o público-alvo	<i>Leitores do jornal da faculdade.</i>
	Definindo o gênero discursivo	<i>Resenha acadêmica.</i>
2- Geração de ideias	<i>Preparativos para a visita, roteiro da visita, curiosidade, transporte dos alunos, alimentação, cidade onde fica a empresa, o entorno, recepção aos alunos, instalações da empresa, equipamentos, organização, funcionários, despedidas, retorno, novidades, considerações, etc.</i>	
3- Seleção e organização das ideias	Organizar as ideias geradas de acordo com a estrutura básica da resenha: <ul style="list-style-type: none"> - contextualização do evento - resumo dos fatos - opinião do resenhista - considerações finais 	

4- Redação	Elaboração do texto, agora já com as ideias organizadas. Atenção à organização dos parágrafos, à estrutura do gênero discursivo em questão (resenha), aos elementos de textualidade e à norma padrão da língua.
5- Revisão	Fundamental que os textos sejam revisados primeiramente por seu autor, depois pelo professor. Pode-se fazer também a revisão colaborativa entre colegas, um produtivo procedimento de troca de textos que estimula e aprimora o senso crítico dos alunos.
6- Redação final	Momento de escrever a versão final, respeitando sempre os aspectos formais do gênero do texto em produção.

6.2.1 Rascunhos

Acima de tudo, quando se pensa em correção de textos, é preciso enfatizar a importância da elaboração dos rascunhos. Tanto nas produções escolares, quanto em outras situações de escrita, a grande preocupação dos professores e dos alunos é com a apresentação visual dos textos, das redações: letra boa, legível, parágrafos fisicamente bem determinados, obediência às linhas da página, linhas reais ou imaginárias e ausência de borrões ou rasuras.

Parece que há um entendimento coletivo de que o texto feito para a escola ou para o trabalho tem de ser concebido e elaborado de modo irrepreensível e livre de qualquer sinal de correção. Entretanto, esse é um paradigma que precisa ser quebrado, pois privilegiar os rascunhos, perceber o que realmente significam, é privilegiar o processo de produção escrita. Uma sequência de esboços de textos, mostrando as modificações e alterações que a escrita sofre, consegue explicar melhor que qualquer tratado teórico sobre a evolução do processo de produção textual. Sendo assim, é fundamental que você entenda o valor de seus próprios rascunhos e, por conseguinte, que rascunhos não devem ser rasgados, amassados e jogados no lixo. Ao contrário, devem ser tomados como partes do processo de escrita.

6.3 O Processo de Correção de Textos

Uma boa correção começa numa proposta de redação bem elaborada – com clareza quanto aos objetivos do texto, público-alvo, situação de uso social, gênero textual, entre outros

detalhes – que lhe permita elaborar o Plano de escrita com segurança e produzir seu texto atento àquilo que foi para ele estabelecido.

Além do trabalho de revisão de seu texto por você e por seu professor, um movimento bastante interessante é a **revisão colaborativa** (feita entre os colegas de sala, ou de trabalho, por exemplo). Observe que a presença do erro no processo de aprendizagem e da escrita não só é inevitável, como também cumpre um papel importante; da mesma forma, o êxito também é motor de avanço.

Enfim, entre erros e acertos vamos construindo nossos textos, dentro de um processo de produção bastante consciente e efetivo. Da revisão bem conduzida, realizada por você, por seu professor e até por seus colegas, deriva a importância e a pertinência da **refacção** (reescrita) dos textos, pela qual será elaborada uma nova versão do texto, agora já considerando o que precisou ser corrigido, modificado ou passado por adequação.

A avaliação de uma redação não deve restringir-se somente ao aspecto gramatical do texto. Na atividade de produção de textos, percebemos que, muitas vezes, os problemas mais graves estão na insuficiente estruturação das orações, dos períodos e dos parágrafos; na incoerência das ideias apresentadas; na inadequação do uso dos elementos coesivos; no desrespeito aos elementos da textualidade de um modo geral; na ausência de unidade e encadeamento lógico dos argumentos, etc. Cabem aqui as palavras de Garcia (1973), quando afirma que uma composição textual pode estar absolutamente correta do ponto de vista gramatical e revelar-se totalmente inaproveitável do ponto de vista discursivo; por outro lado, se o autor consegue concatenar as ideias e estabelecer entre elas uma relação de dependência, expondo seu pensamento de modo claro, coerente e objetivo, a forma gramatical aparece com um mínimo de erros que não chegam a invalidar a redação. Tais erros serão facilmente sanados mediante uma revisão bem conduzida.

Autocorreção é a introdução de mudanças no texto, pelo seu autor, visando à melhoria da produção escrita. Tais mudanças podem ser de palavras, frases ou parágrafos, e ocorrem por supressões, acréscimos ou deslocamentos. O aluno, ao ser orientado para a autocorreção de seus textos, compreende a importância de aprender a vencer a dificuldade de detectar os problemas do próprio texto e a natural resistência passiva em modificar o que já foi escrito.

6.3.1 Afinal, o que é preciso corrigir?

A correção, como já vimos, faz parte do processo de produção textual.

Entre outros fatores, no processo de correção é importante observar no texto, por exemplo:

- 1) A adequação ao gênero textual;
- 2) A atenção ao Plano de Escrita estabelecido;
- 3) O aspecto estético:
 - a) legibilidade e tipo de letra;
 - b) paragrafação;
 - c) margens regulares;
 - d) leiaute da página.
- 4) Emprego adequado dos recursos de textualidade, especialmente os elementos de coesão e a coerência;
- 5) O aspecto gramatical:
 - a) ortografia;
 - b) acentuação;
 - c) concordância;
 - d) pontuação;
 - e) colocação pronominal;
 - f) regência verbal e nominal.
- 6) O aspecto estilístico:
 - a) repetição de palavras;

- 
- b) frases longas demais;
 - c) emprego de palavras desnecessárias;
 - d) uso inadequado do pronome “onde”;
 - e) presença de elementos (conectivos) da língua falada;
 - f) Emprego repetitivo das palavras “que”, “porque” e “mas”;
 - g) Prolixidade.

Ao revisar o seu texto ou o de alguém, além de atentar para os elementos já citados, é preciso observar a presença de certos defeitos no texto como:

- **Ambiguidade ou anfibologia:** uma oração é ambígua quando dá margem a mais de uma interpretação; por comprometer a clareza do texto, é preciso evitar qualquer ocorrência de ambiguidade. Às vezes, essa ambiguidade é parcial, e o leitor, à custa de um exame mais detalhado do contexto, pode discernir qual era o significado que o autor tinha em mente. Noutras, porém, é impossível fazê-lo, e a oração está perdida. Veja alguns exemplos de frase ambíguas:

1) Fui visitar o menino da prancha de surf que amassei com o carro.

(amassei o menino ou a prancha?)

2) Ele enterrou os ossos que encontrou no porão.

(enterrou ou encontrou os ossos no porão?)

3) Lá vai a moça do carro que chegou.

(“que chegou” refere-se à moça ou ao carro?)

4) Descendo a serra vimos vários animais.

(“descendo a serra”: os animais ou nós?)

5) Marcelo deu a seu irmão um exemplar de seu livro favorito.

(favorito de quem: de Marcelo ou do irmão?)

6) O chefe do meu pai disse que ele seria nomeado diretor em breve.

(quem seria nomeado: o chefe ou meu pai?)

- **Ilegibilidade:** um texto sem legibilidade tem conteúdo incoerente ou não interessante. Muitas vezes, é preciso refazer o texto para aumentar a sua legibilidade. Exemplos:

1) Chegaram instruções repletas de recomendações para que os participantes do congresso, que, por sinal, acabou não acontecendo por causa das fortes chuvas, que inundaram a cidade e paralisaram todos os meios de comunicação.

2) As pessoas caminhavam pelas ruas, calmamente, porque havia muitos perigos, que os policiais, folgadoamente, continuavam tomando o seu café no bar.

- **Aliteração:** repetição do mesmo fonema. Ex.: Na certeza de que seria bem sucedido, o sucessor fez a seguinte asserção. (aliteração do fonema **s**).
- **Cacofonia:** encontro de sílabas em que a malícia descobre um novo termo com sentido torpe ou ridículo. Ex.: *Dê-me já* aquela garrafa. Darei um real *por cada* resposta certa. *Fábrica gaúcha* espera crescer 40%. *Eva e Adão* habitavam o paraíso. *Ela trina* muito bem. Uma *prima minha* chegou.
- **Anacoluto:** repetição desnecessária do sujeito. Ex.: O diretor da escola, que estava viajando durante o período em que estivemos fazendo o planejamento, **ele** chegou hoje.
- **Hipérbole:** exagero da grandeza das coisas. Exs.: Já mandei *centenas* de mensagens e não obtive resposta. *Milhões* de alunos estão reclamando aqui na escola hoje!
- **Rima:** Exemplos:

1) O diretor chamou, com muita dor, o assessor, dizendo-lhe que, embora reconhecendo ser o mesmo trabalhador, não lhe poderia fazer esse favor.

2) Não permita que seu texto acabe por rimar, porque senão ninguém irá aguentar, já que é insuportável o mesmo final escutar, o tempo todo sem parar.

- **Repetição excessiva de palavras:** Ex.: O presidente da nossa empresa é primo do presidente daquela transportadora, sendo um presidente muito ativo.
- **Excesso de que:** Ex.: Solicitei-lhe que me remetesse o parecer que me prometera a fim de que eu pudesse concluir a análise que me fora solicitada.
- **Dupla negação.** Ex.: Mesmo que não se use o carro, com a nova lei não é possível não renovar a licença. Não é possível não deixar de não gastar energia em determinadas situações.
- **Inclusão do “outro” no texto.** Ex.: Escrever é algo muito motivador, você tem que imaginar um leitor para o seu texto...
- **Chavão:** é lugar comum, clichê. É o que se faz, se diz ou se escreve por costume (a cada dia que passa, a olhos vistos, abrir com chave de ouro, acertar os ponteiros, ao apagar das luzes, com certeza, etc.). De tanto ser repetido, o chavão perde a força original, envelhece o texto. Recorrer a eles poderá denotar falta de imaginação, preguiça ou pobreza vocabular. Por isso, deve-se procurar evitá-los. Exs.: A tarde parece ter durado dois séculos. O mundo é um vale de lágrimas.
- **Palavras amplas e vagas.** Exs.: Os empresários têm encontrado *certos problemas* para contratar mão de obra especializada. Como *todos* sabemos, escrever exige muita reflexão. É sabido *por todos* que as crianças são inocentes e os velhos, sábios.
- **Pleonasma:** redundância de expressão, repetição de uma mesma ideia, mediante palavras diferentes, para reforçar uma posição. Exs.: A *mim me* parece que ele é um bom rapaz. *Vi* com *meus próprios olhos*.
- **Tautologia:** trata-se do pleonasma vicioso, que consiste em repetir desnecessariamente uma ideia com palavras diferentes, tal como subir pra cima, entrar pra dentro, sair pra fora, descer pra baixo. E mais: **elo de ligação:** elo foi feito para ligar; **certeza absoluta:** não pode haver certeza relativa, do contrário não será certeza; **em duas metades iguais:** metade já quer dizer a meia parte exata de uma coisa; **há anos atrás:** há, neste caso, já indica

passado; **relações bilaterais entre dois países**: o prefixo bi já quer dizer dois; **detalhes minuciosos**: detalhes e minúcias querem dizer a mesma coisa; **de sua livre escolha**: se houve escolha, é porque houve liberdade na seleção entre algumas coisas; **fato real**: se é fato, é real, senão seria ficção ou fantasia; **amanhecer o dia**: parece óbvio que só o dia amanhece; **surpresa inesperada**: se fosse esperada, não seria surpresa; **projetos para o futuro**: projetos são feitos para o futuro; ninguém faz planos para o passado; **criar novos empregos**: o correto seria criar empregos, apenas, porque ninguém pode criar algo velho; **habitat natural**; todo habitat é natural; **conviver junto**: não é possível conviver separadamente.

- **Frases intercaladas muito longas**: Ex.: Quando eu tinha quatro anos de idade e morava com uma tia viúva e já idosa que passava a maior parte do dia acariciando um gatarrão peludo, sentada numa velha e rangente cadeira de balanço, na sala de jantar de nossa casa, que ficava nos subúrbios, próxima ao Hospital São Sebastião, já era louco por futebol.
- **Uso indevido do sujeito como complemento**: sujeito é o ser de quem se fala ou que executa a ação enunciada na oração. Ele pode ter complemento, mas não ser complemento. Devem ser evitadas, portanto, construções como:

1) É tempo dos alunos voltarem para a escola. O correto é: É tempo de os alunos voltarem para a escola.

2) Apesar da moça ser minha amiga, não me apoiou. O correto é: Apesar de a moça ser minha amiga, não me apoiou.

- **Uso inadequado dos sinais de pontuação**:

1) a vírgula nunca pode separar o sujeito do predicado.

O aluno, entregou o relatório fora do prazo.

Errado. O correto é: O aluno entregou o relatório fora do prazo.

2) o ponto final não pode fragmentar a oração.

a) Li o livro. Mas não o entendi.

Errado. O correto é: Li o livro, mas não o entendi.

b) Iolanda começou a aula. Distribuindo os exercícios.

Errado. O correto é: Iolanda começou a aula distribuindo os exercícios.

- **Falta de paralelismo:** uma das convenções estabelecidas na língua escrita consiste em apresentar ideias similares numa forma gramatical idêntica, o que se chama de **paralelismo**. Assim, incorre-se em erro ao conferir forma não paralela a elementos paralelos. Exemplos.

1) É necessário chegares a tempo e que tragas a encomenda.

O correto seria: É necessário que chegues a tempo e que tragas a encomenda;

Ou É necessário chegares a tempo e trazes a encomenda.

2) Ela passa todo o seu tempo estudando ou nas compras.

O correto seria: Ela passa todo o seu tempo estudando ou comprando.

Ou: Ela passa o seu tempo nos estudos ou nas compras.

3) No almoço, Melinho comeu macarrão, arroz e vinho.

O correto é: No almoço, Melinho comeu macarrão e arroz, e tomou vinho.

- **Gerundismo:** uso exagerado e abusivo do gerúndio na comunicação falada e escrita. Ex.: Este texto foi feito especialmente para que você possa estar recortando e possa estar deixando discretamente sobre a mesa de alguém que não consiga estar falando sem estar espalhando essa praga terrível da comunicação moderna, o gerundismo. Você pode também estar passando por fax, estar mandando pelo correio ou estar enviando pela Internet.
- **Erro de comparação:** a omissão de certos termos ao se fazer uma comparação deve ser evitada ao redigir, pois compromete a clareza do texto: nem sempre é possível identificar, pelo contexto, qual o termo omitido. A ausência indevida de um termo pode impossibilitar o entendimento do sentido que se quer dar a uma frase. Por exemplo: O salário de um professor é mais baixo do que um médico. O correto seria: O salário de um professor é mais

baixo do que o salário de um médico. Ou: O salário de um professor é mais baixo do que o de um médico.

6.4 Síntese da Unidade

Nesta derradeira Unidade de nossas reflexões acerca da Língua Portuguesa, revisitamos alguns conceitos sobre proficiência leitura e estratégias de leitura. Estudamos a respeito do processo de produção escrita, enfatizando a importância da elaboração do plano de escrita, dos esboços e rascunhos, bem como da revisão atenta dos textos produzidos. Nesse sentido, ressaltamos a pertinência da refação, da revisão colaborativa e da autocorreção na produção dos textos dos mais variados gêneros textuais. Por fim, tratamos também dos elementos que devem ser objeto de atenção no decorrer do processo de revisão de textos dos mais variados gêneros textuais.

Esperamos que você tenha aproveitado bem esse curso, que empregue as estratégias de leitura nos textos com os quais irá trabalhar, tanto na vida acadêmica, quando na vida cotidiana, e que o processo de revisão (realizado por você isoladamente, por seu professor, ou por seus colegas) possa ser momento de grande aprendizado e de desenvoltura na produção escrita.

6.5 Eu indico (filmes, livros, artigos, Biblioteca Pearson)

Aprimore seus estudos sobre a gramática normativa da língua padrão e sobre os elementos importantes na correção acessando os seguintes sítios:

Academia Brasileira de Letras <http://www.academia.org.br/>

Há informações preciosas sobre literatura e sobre o vocabulário ortográfico da língua portuguesa.

Manual de Redação e Estilo <http://www.estado.estadao.com.br/redac/manual.html>

Nesta página do sítio do jornal O Estado de S. Paulo está publicado o Manual de Redação e Estilo do jornal, com regras práticas de redação preparadas pelo jornalista Eduardo Martins.

Professor Ney Mourão <http://www.neymourao.com.br/redacao/dicas/dicas.htm>

Sítio pessoal do professor Ney Mourão, com informações concisas, muito úteis.

Nossa Língua Portuguesa <http://www.uol.com.br/linguaportuguesa/home.ht>

Dicas preciosas e interessantes do professor Pasquale sobre a língua portuguesa.

Busque também as seguintes obras:

Português moderno, de Gílio Giacomozzi, Editora FTD, 1966. O autor, professor da Universidade de Taubaté, é muito conhecido pelas suas obras didáticas a respeito do ensino da gramática da língua portuguesa.

Comunicação em prosa moderna, de Othon M. Garcia, Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1977. O autor apresenta análise aprofundada sobre alguns aspectos de gramática, ortografia e estilo, com estudos de textos de primeira grandeza.

Aulas de redação, de Elisabeth Brait Rodrigues Oliveira, Atual Editora. Livro bastante didático sobre técnicas de redação, com orientações claras e abrangentes de questões gramaticais e ortográficas.

Referências

ANTUNES, I. **Aula de Português: encontro & interação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

BRITO, Eliana V. Diferentes leituras do discurso publicitário no contexto escolar. In: _____. (Org.) **Escola e Mídia impressa: diferentes leituras**. Taubaté, SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004.

CEGALLA, D. P. **Novíssima gramática da língua portuguesa**. 48. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

CEREJA, W. R.; MAGALHÃES, T. C. **Gramática – texto, reflexão e uso**. 3.ed. São Paulo: Atual, 2010.

FERREIRA, I. R. dos S. **Enfoques metodológicos: a criança, linguagem e comunicação**. Ensino a Distância. Universidade de Taubaté, 2011.

GARCIA, O. M. **Comunicação em prosa moderna**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1973.



GELP. **Roteiro de Leitura e Produção de Textos**. Taubaté: Editora da Universidade de Taubaté, 2020.

KLEIMAN, A. A concepção escolar da leitura. In: _____. **Oficina de leitura**. Campinas, SP: Pontes, 1997.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. 2. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MATÊNCIO, M. L. Atividade de (re)textualização em práticas acadêmicas: um estudo sobre o gênero resumo. **Scripta**, Belo Horizonte, n. 11, 2003.

RUIZ, E. **Como corrigir redações na escola**. São Paulo: Contexto, 2010.

SARGENTIM, H. **Metodologia do ensino de redação**. São Paulo: Ibep, 1980.

SCHNEUWLY, B.; DOLZ, J. **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

UNITAU

digital

ISBN: 978-65-86914-50-4

CD



9 786586 914504