

# A dimensão discursiva da linguagem

## OBJETIVOS

Ao final do estudo deste capítulo, você deverá ser capaz de:

1. Reconhecer os diferentes elementos em que se baseia a **teoria da comunicação**.
2. Identificar as diferentes **funções da linguagem**.
3. Explicar qual o papel da **interlocução** nos usos da linguagem.
4. Reconhecer **marcas de autoria** em textos de diferentes gêneros discursivos.

## Os elementos da comunicação

- ▶ Leia atentamente a tira abaixo para responder às questões de 1 a 3.



ITURRUSGARAI, Adão. Aline. Folha de S.Paulo. São Paulo, 17 nov. 2000.

1. Que situação é representada nos quadrinhos?
2. A personagem masculina surpreende o leitor duas vezes. Por quê?
3. Muitos diálogos apresentados nas tiras poderiam perfeitamente ocorrer fora do universo da ficção. A conversa entre Aline e Adão também poderia ocorrer em um contexto não ficcional? Justifique sua resposta.

Como você deve ter percebido, essa tira representa um insólito diálogo entre Adão Iturrusgarai, o autor, e Aline, uma personagem criada por ele. Uma conversa como essa só pode acontecer no espaço da ficção, mas ajuda a compreender que a linguagem, além de ocorrer em diversos contextos comunicativos, permite representar diferentes situações de interlocução.

O estudo dessas situações levou o linguista russo Roman Jakobson a criar um modelo explicativo para a comunicação verbal a que deu o nome de **teoria da comunicação**. Sua intenção era demonstrar que a comunicação humana se estrutura a partir de alguns elementos, atendendo a finalidades específicas.

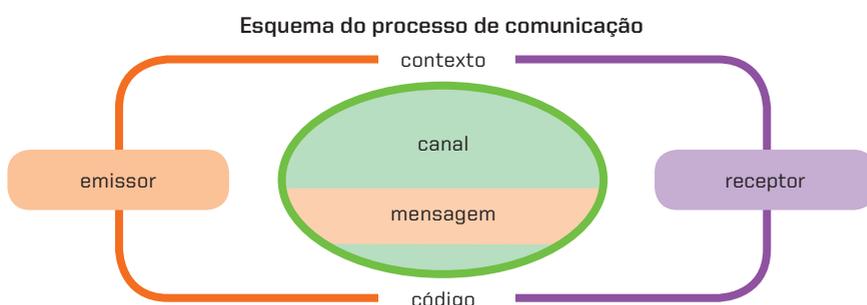
Hoje, os estudos da linguagem, embora reconheçam a importância da teoria da comunicação para dar início à análise das situações de interlocução, consideram essa teoria insuficiente para dar conta da complexidade envolvida no uso da linguagem pelos interlocutores. Conheceremos, a seguir, os princípios da teoria da comunicação. Na segunda parte deste capítulo, trataremos especificamente das suas limitações, apresentando uma perspectiva mais discursiva para tratar do uso que os interlocutores fazem da linguagem.

A base da teoria da comunicação está na identificação de seis elementos, presentes, segundo Jakobson, em todas as situações de interlocução.

São eles:

- Os participantes de um ato comunicativo: **emissor** (também chamado de locutor ou de remetente) e **receptor** (locutário ou destinatário).
- O **canal** em que se dá a comunicação. O canal é o meio físico por onde circula a mensagem entre o emissor e o receptor (ondas sonoras, papel, bytes, etc.). É também a conexão psicológica que se estabelece entre emissor e receptor para que possam se comunicar.
- A **mensagem** a ser transmitida. A mensagem é o conjunto de enunciados produzidos pela seleção e combinação de signos realizada por um determinado indivíduo.
- O **código** em que a mensagem é transmitida. Trata-se do sistema que é utilizado pelos falantes. Assim, o código deve ser entendido como um conjunto de signos convencionais e das regras que determinam sua organização.
- O **contexto** a que a mensagem se refere. O contexto é o conteúdo, o assunto da mensagem.

Nessa perspectiva, toda mensagem tem um objetivo predominante, que pode ser a transmissão de informação, o estabelecimento puro e simples de uma relação comunicativa, a expressão de emoções, e assim por diante.



### Tome nota

As **funções da linguagem** são o conjunto das finalidades comunicativas realizadas por meio dos enunciados da língua.

**Enunciado** é tudo aquilo que é dito ou escrito por meio de palavras, delimitadas por marcas formais: na fala, pela entoação; na escrita, pela pontuação. Está sempre associado ao contexto em que é produzido.

## As funções da linguagem

### • Função referencial ou denotativa (ênfase no contexto)

Quando o objetivo da mensagem é a transmissão de informação sobre a realidade ou sobre um elemento a ser designado, diz-se que a função predominante no texto é a **referencial** ou **denotativa**.

O trecho a seguir, com um conteúdo essencialmente informativo, exemplifica essa função.



**Conteúdo digital Moderna PLUS**

<http://www.modernaplus.com.br>  
Áudio: Galáxias.





📍 *Palácio de Cristal na Expo Shanghai 2010, China.*

## Semente do futuro

Essa construção, que lembra uma pelota felpuda, na realidade tem 20 metros de altura e é inteirinha coberta por varas de acrílico, que balançam ao sabor do vento. O curioso é que em cada uma delas estão guardadas algumas sementinhas — e são mais de 60 mil, vindas de plantas variadas. O cubo faz parte do pavilhão do Reino Unido na Shanghai World Expo, a Feira Universal que acontece na China até outubro. A ideia do evento, que ocorre desde 1851, é que países de todo o planeta compartilhem seus aspectos culturais, tecnológicos e econômicos. A edição de 2010 tem o tema “Uma cidade melhor, uma vida melhor”, e a construção, apelidada de “Seed Cathedral” (Catedral da Semente) representa a importância da diversidade da Terra. Durante o dia, cada vara de mais de 7 metros atua como fibra óptica, levando luz ao seu interior. À noite as fibras se iluminam criando uma atmosfera de respeito e devoção aos recursos do planeta. No fim da feira, os visitantes poderão plantar as sementes ali guardadas e todo o material usado na construção do cubo será reciclado e reutilizado.

*Vida simples. São Paulo: Abril, p. 12, jul. 2010.*

## • Função emotiva ou expressiva (ênfase no emissor)

Quando o objetivo da mensagem é a expressão das emoções, atitudes, estados de espírito do emissor com relação ao que fala, diz-se que a função da linguagem predominante no texto é a **emotiva**.

No trecho abaixo, um repórter narra o que sentiu ao visitar, pela primeira vez, o Museu Judaico de Berlim, inaugurado em 2001.



📍 *Vista da entrada do Museu Judaico de Berlim, na Alemanha, 2001.*

## Quando o passado é um pesadelo

[...]

Tomado pela costumeira pressa de repórter, eu tinha que fazer, a toque de caixa, imagens do museu para compor a minha matéria. [...]

Quando [...] chegamos ao primeiro corredor, o eixo da continuidade, tentei pedir algo a Bárbara, funcionária do museu que nos acompanhava. Não consegui falar. Tudo foi se desfazendo, todos os sentimentos e emoções, e também as racionalizações, reflexões ou desalentos mediados pelo intelecto. Tudo foi se desvanecendo dentro de mim — e um grande vazio, um vácuo que sugava a si próprio, se formou qual redemoinho em meu peito, até explodir num jorro de pranto, num colapso incontrolável.

Não tive condições de prosseguir com o cinegrafista Fernando Calixto. Procurei um lugar onde esgotar as lágrimas e tentava me explicar, repetindo, aos soluços: “Pela metade, não. Não vou conseguir fazer meia visita. Pela metade, não. Ou encaro todo o périplo ou vou embora”.

Não consegui nem uma coisa nem outra. Nem parei de chorar, nem me recompus; não me atrevi a percorrer todos os corredores, nem tampouco resisti a penetrar nos espaços desconcertantes do Museu Judaico de Berlim.

[...]

BIAL, Pedro. *Almanaque Fantástico*. São Paulo: Globo, n. 1, p. 61-62, nov. 2005. (Fragmento).

Descendente de judeus, o repórter sentiu uma emoção tão forte ao percorrer os corredores do Museu Judaico de Berlim, que foi incapaz de completar a visita. Todos os sentimentos que afloraram diante da recordação das atrocidades cometidas pelo governo nazista da Alemanha estão registrados no texto, fazendo com que nele predomine a função emotiva.

## • Função conativa ou apelativa (ênfase no receptor)

Quando o objetivo da mensagem é persuadir o destinatário, influenciando seu comportamento, diz-se que a função predominante no texto é a **conativa** ou **apelativa**.

A linguagem do texto publicitário é a expressão típica da função conativa. As expressões linguísticas com vocativos e formas verbais no imperativo também exemplificam essa função, como é o caso das preces.

Veja o texto seguinte, que faz uma adaptação da estrutura de uma prece para chamar a atenção para a angústia dos publicitários quando as campanhas que fazem são avaliadas por seus clientes.

### Lembre-se

É importante ressaltar que um mesmo texto pode ter diferentes funções.



### ORAÇÃO A NOSSA SENHORA DA APROVAÇÃO PARA SER INVOCADA NOS DIAS DE CAMPANHAS URGENTES

Minha Nossa Senhora da Aprovação das campanhas justas e urgentes, interceda por mim junto ao Nosso Senhor dos Clientes. Socorra-me nesta hora de aflição e desespero. Vós que sois a Santa Protetora das campanhas malcompreendidas, a Santa dos Aflitos que refazem a campanha 5 vezes, a Santa dos Sem-férias, dos Sem-fim de semana e dos Sem-feriados, proteja-me. Ajuda-me. Dê-me forças, coragem e a minha campanha aprovada no final do dia sem pré-teste. Atenda ao meu pedido. (Fazer o pedido.) Minha Nossa Senhora da Aprovação, ajuda-me a superar estas horas difíceis de reuniões, proteja-me de todos aqueles que possam me prejudicar, proteja os meus layouts dos logotipos gigantes, atenda ao meu pedido com urgência, ó Nossa Senhora da Aprovação. Devolva-me o roteiro do filme aprovado. Devolva-me a paz, a tranquilidade e as minhas poucas horas vagas para pegar um cineminha. (Rezar essa oração 9 vezes, bater na madeira e fazer o sinal da cruz.)

DM9 DDB

27ª Anuário de Criação. São Paulo: Clube de Criação de São Paulo, 2002. p. 315.

O texto, em primeira pessoa, dirige-se a uma suposta “Nossa Senhora da Aprovação”, pedindo que interceda junto ao “Nosso Senhor dos Clientes” em nome do autor dessa prece (um publicitário). Ao longo do texto, observamos a manutenção da interlocução marcada pelo uso frequente de vocativos (Minha Nossa Senhora da Aprovação), pronomes (Minha Nossa Senhora...; interceda por *mim*...; Socorra-me...; Vós que sois...; etc.) e verbos no imperativo (*interceda*, *socorra-me*, *proteja-me*, *ajude-me*, etc.).



O uso dos verbos explicita aquilo que o autor do texto deseja conseguir por meio dessa prece: ver suas campanhas publicitárias aprovadas pelos clientes.

### • Função fática (ênfase no canal)



LINIERS. *Macanudo*, n. 2. Campinas: Zarabatana Books, 2009. p. 30.

Quando o objetivo da mensagem é simplesmente o de estabelecer ou manter a comunicação, ou seja, o contato entre o emissor e o receptor, diz-se que a função predominante é a **fática**.

As fórmulas de abertura de diálogos, quase sempre frases feitas, são exemplos típicos da função fática da linguagem. Neste caso, sua finalidade é marcar o início e/ou o encerramento de um diálogo. Na tira, o efeito de humor é criado pela repetição de fórmulas (“Que bom te ver de novo!”, “Rapaz, há quanto tempo!”) sem que haja um diálogo efetivo entre as personagens que, após esse encontro efusivo, se dão conta de que não eram tão bons amigos como as falas iniciais, de função essencialmente fática, pareciam indicar.

### • Função metalinguística (ênfase no código)

Quando o objetivo da mensagem é falar sobre a própria linguagem, diz-se que predomina no texto a função **metalinguística**.

Um exemplo evidente da função metalinguística são as definições de verbetes encontradas nos dicionários.

.....  
**pronome** [...] palavra que representa um nome, um termo ou um substantivo, com a função de um nome, um adjetivo ou toda uma oração que a segue ou antecede. [...]

HOUAISS, Antônio e VILLAR, Mauro de Salles.  
*Dicionário Houaiss da língua portuguesa*.  
1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. p. 1.560.

### • Função poética (ênfase na mensagem)

Quando o objetivo da mensagem é chamar a atenção para a própria mensagem, sugerindo que ela é o resultado de um trabalho de elaboração feito sobre sua forma, diz-se que a função predominante é a **poética**.

A função poética é marcada por uma maior liberdade no uso das palavras, exploradas mais pelo seu potencial em evocar imagens e produzir efeitos sonoros. Nesses casos, há um trabalho com os próprios signos, cujo objetivo é provocar algum efeito de sentido no receptor.

#### A metalinguagem e os textos não verbais

Diferentes linguagens artísticas fazem uso da metalinguagem. Grandes artistas, como o norte-americano Norman Rockwell (1894-1978), produziram obras em que refletem sobre o próprio fazer artístico. Em *Triple self portrait* (*Autorretrato tripla*, 1960), a imagem de um pintor que pinta seu retrato a partir da visão de seu rosto refletido em um espelho é uma forma de metalinguagem.



ROCKWELL, N. *Autorretrato tripla*. 1960. Óleo sobre tela, 113 x 88,3 cm.

## Das utopias

Se as coisas são inatingíveis... ora!  
Não é motivo para não querê-las...  
Que tristes os caminhos, se não fora  
A mágica presença das estrelas!

QUINTANA, Mário. *Nova antologia poética*.  
7. ed. São Paulo: Globo, 1998. p. 108.

O poema revela o trabalho com a linguagem próprio da função poética. Além das rimas (*ora/fora, querê-las/estrelas*), que destacam os sons das palavras, o poeta constrói uma imagem (caminhos iluminados pelas estrelas) para defender o direito ao sonho, por mais difícil que seja realizá-lo.

A função poética também pode se manifestar nos jogos de linguagem, na propaganda e mesmo nos textos em prosa.



**Utopia:** fantasia, desejo irrealizável.



**Conteúdo digital Moderna PLUS**

<http://www.modernaplus.com.br>  
Áudio: Campanha contra o cigarro.

## ATIVIDADES

▶ Leia o anúncio abaixo e responda às questões de 1 a 3.

Por que viajar de outro jeito se você pode voar?

Gol. Aqui todo mundo pode voar. Dos 30 milhões de passageiros que já viajaram pela Gol, muitos nunca tinham voado antes. Para a Gol, essa é a realização de um sonho. Agora, voar não é mais privilégio de poucos. 0300 789 21 21 [www.voegol.com.br](http://www.voegol.com.br) Lentes aéreas inteligentes

Por que viajar de outro jeito se você pode voar?

Gol. Aqui todo mundo pode voar. Dos 30 milhões de passageiros que já viajaram pela Gol, muitos nunca tinham voado antes. Para a Gol, essa é a realização de um sonho. Agora voar não é mais um privilégio de poucos.

▶ AlmapBBDO (Cannes 2006). In: *Clube de Criação de São Paulo*. Disponível em: <[http://ccsp.com.br/novo/pop\\_pecas.php?id=13549](http://ccsp.com.br/novo/pop_pecas.php?id=13549)>. Acesso em: 14 jul. 2010.

**1.** O anúncio chama a atenção por apresentar uma cena inusitada. Que cena é essa?

- A imagem, o enunciado que aparece no canto superior direito e o logotipo de uma companhia aérea, no canto inferior esquerdo, sugerem o objetivo do anúncio. Identifique esse objetivo.
- Explique qual a relação estabelecida entre a imagem, o enunciado do canto superior e o objetivo do anúncio.



2. Para convencer seu público-alvo, os anúncios levam em consideração o perfil de seus interlocutores preferenciais. No caso desse anúncio, como se caracteriza seu público-alvo? Justifique.
  - ▶ Identifique, no texto apresentado na parte inferior do anúncio, os elementos que procuram convencer o leitor de que todos podem voar com essa companhia aérea.
3. No anúncio analisado, pode ser identificada uma função da linguagem predominante. Identifique-a
  - a) Transcreva as passagens do texto que permitem reconhecer essa função.
  - b) Por que é comum a manifestação dessa função da linguagem em anúncios?
4. Os trechos abaixo foram extraídos de um livro infantil chamado *Mania de explicação*. Leia-os atentamente e transcreva no caderno as funções da linguagem neles presentes, justificando sua resposta.

[...] Solidão é uma ilha com saudade de barco. [...]  
 Vontade é um desejo que cisma que você é a casa dele. [...]

FALCÃO, Adriana. *Mania de explicação*. São Paulo: Salamandra, 2001. p. 17, 27.

- ▶ Observe agora as seguintes definições e responda à questão 5.

**solidão** [...] estado de quem se acha ou se sente desacompanhado ou só; isolamento [...]  
**vontade** [...] faculdade que tem o ser humano de querer, de escolher, de livremente praticar ou deixar de praticar certos atos [...]

HOUAISS, Antônio e VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. p. 1.766, 1.959.

5. Qual é a função da linguagem predominante nessas definições? Por quê?
  - ▶ Compare as definições de *solidão* e *vontade* no livro e no dicionário e explique as diferenças entre elas com base nas funções da linguagem.

- ▶ Leia a tira abaixo e responda à questão 6.



HART, Johnny. A. C. *Jornal da Tarde*, 30 jun. 2002.

6. Há, na tira, o uso da função metalinguística? Explique.
  - a) Em geral, com que função é utilizada a pergunta “Como vai?”
  - b) Pela explicação dada no último quadrinho, pode-se concluir que o tio da personagem não se comporta da forma esperada ao responder a essa pergunta. Explique por quê.



**Material complementar Moderna PLUS**

<http://www.modernaplus.com.br>  
 Usos de: Funções da linguagem.

# O trabalho dos interlocutores com a linguagem

» Observe o cartum abaixo.

Angeli



» ANGELI. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 abr. 2001.

1. O cartum é um desenho que satiriza comportamentos humanos. Geralmente publicado em jornais e revistas, o cartum promove a reflexão crítica por meio do humor. Faça uma breve descrição dos elementos presentes nessa imagem.
2. O texto que aparece acima da imagem tem características típicas de um gênero discursivo muito conhecido. Que gênero é esse?
  - ▶ Que características desse gênero podem ser identificadas no texto do cartum?
3. A escolha do “nome” da árvore desenhada é muito importante. Por quê?
4. Como as imagens ajudam o leitor a compreender o sentido do nome escolhido pelo cartunista?
5. Observe, agora, o nome em latim (*Vegetale corruptus*) e a identificação da família a que pertence essa árvore (*Maracutaias*). O que teria levado o autor do cartum a escolher esses nomes?

O cartum de Angeli ajuda a compreender por que a língua não pode ser vista apenas como um “código”. Pense nas seis funções da linguagem propostas pela teoria da comunicação: alguma delas é capaz de caracterizar o trabalho com a linguagem realizado por Angeli? A resposta é negativa. Isso acontece porque não temos como “enquadrar” os efeitos de sentido desencadeados pelo cartum dentro da descrição das funções referencial, metalinguística, apelativa, fática, poética ou emotiva. Aliás, podemos reconhecer, no texto, finalidades associadas a várias dessas funções.

### Lembre-se

A linguagem é antes de tudo uma **atividade humana**, um lugar de interação entre os membros de uma sociedade, que podem usá-la tanto para sugerir como para esconder suas verdadeiras intenções.

Um exemplo como esse torna mais claras as limitações da teoria da comunicação para explicar o funcionamento da linguagem. Essa teoria adota uma visão mais “mecânica” da comunicação, atribuindo aos interlocutores papéis fixos e objetivos específicos, o que representa uma simplificação muito grande do funcionamento da linguagem.

Quando interagimos com outras pessoas, trocamos de papéis (ora ouvimos, ora falamos), mudamos de objetivo à medida que o diálogo acontece, levamos em consideração as situações extralinguísticas (tudo o que está “fora” da própria linguagem, como o contexto social, histórico, etc.), dizemos uma coisa quando queremos que seja entendida outra e assim por diante.

Tudo isso faz com que a linguagem tenha um caráter dinâmico, o que inviabiliza a descrição do seu funcionamento através de esquemas lineares conforme proposto pela teoria da comunicação.

## A indeterminação da linguagem

A linguagem pode ser vista como um “palco” no qual os atores (interlocutores) contracenam, confrontando diferentes intenções e expectativas opostas. Se os participantes dos diálogos tivessem sempre a disposição de colaborar uns com os outros, fornecendo as informações solicitadas e sendo claros, a linguagem não seria tão dinâmica e indeterminada.

No palco da linguagem, os falantes são os atores de um drama que se desenrola continuamente. Participando de diversas situações de interlocução, eles assumem diferentes **papéis** ou **lugares discursivos**.

### ✓ Tome nota

**Lugar discursivo** é a posição ocupada no discurso pelos interlocutores, que ora assumem o papel de falantes, ora o de ouvintes.

Espaço de ambiguidades, de duplos sentidos, de subentendidos, por vezes até de silêncios disfarçados de palavras, a linguagem é também fonte frequente de mal-entendidos. Você já não passou por situações em que seus interlocutores pareciam estar afirmando uma coisa, mas de fato queriam dizer outra? Pois é! Isso é muito mais frequente do que se imagina...

### • O papel do falante: ocultar ou revelar suas intenções

Em uma determinada situação de interlocução, caberá sempre ao falante escolher os enunciados que melhor se ajustem aos seus propósitos. Se desejar colaborar com o seu interlocutor, escolherá enunciados que não o confundam, que deixem claros seus pontos de vista, que respondam às perguntas feitas.

Caso a intenção do falante seja deixar subentendido o que pensa, ou seja, permitir a dupla interpretação de suas palavras, usará a linguagem para criar efeitos de sentido que levem o interlocutor a perceber essas ambiguidades, sem que ele tenha de explicitá-las.

No cartum de Angeli, é exatamente esse o trabalho com a linguagem. Para sugerir a presença da corrupção no meio político brasileiro, ele produziu um texto em que supostamente descrevia um novo espécime vegetal. Lido o texto, concluímos que sua intenção era denunciar a corrupção como uma prática negativa que, desde os tempos da colonização, marca o cenário político nacional.



Vejam agora um outro exemplo, no qual a indeterminação da linguagem é explorada intencionalmente para sugerir que a fala das mulheres pode ser incompreensível para quem não tem conhecimento de um contexto compartilhado apenas por elas.

### A vaguidão específica

*As mulheres têm uma maneira de falar que eu chamo de vagoespecífica.*

Richard Gehman



- Maria, ponha isso lá fora em qualquer parte.  
— Junto com as outras?  
— Não ponha junto com as outras, não. Senão pode vir alguém e querer fazer qualquer coisa com elas. Ponha no lugar do outro dia.  
— Sim senhora. Olha, o homem está aí.  
— Aquele de quando choveu?  
— Não, o que a senhora foi lá e falou com ele no domingo.  
— Que é que você disse a ele?  
— Eu disse pra ele continuar.  
— Ele já começou?  
— Acho que já. Eu disse que podia principiar por onde quisesse.  
— É bom?  
— Mais ou menos. O outro parece mais capaz.  
— Você trouxe tudo pra cima?  
— Não senhora, só trouxe as coisas. O resto não trouxe porque a senhora recomendou para deixar até a véspera.  
— Mas traga, traga. Na ocasião, nós descemos tudo de novo. É melhor, senão trava a entrada e ele reclama como na outra noite.  
— Está bem, vou ver como.

FERNANDES, Millôr. *Amostra bem-humorada*.

Rio de Janeiro: Ediouro, 1997. p. 14-15.

(Publicado originalmente em *O Pif-Paf / O Cruzeiro*, 1956).

A leitura do texto sugere que essas duas mulheres sabem muito bem sobre o que estão falando. O leitor, porém, não é capaz de identificar as referências que podem atribuir um sentido específico aos enunciados do diálogo. Isso acontece porque ele não tem conhecimento do contexto em que se produziu essa interlocução. O humor do texto nasce da impossibilidade de compreensão da conversa das duas mulheres.

Esse texto é um exemplo extremo da exploração de uma característica marcante da linguagem: ela é **indeterminada**. Isso significa que a responsabilidade por dizer ou não dizer algo, pelo grau de explicitação a que se quer chegar, pela escolha de enunciados ambíguos ou não ambíguos, é do falante, que tem sempre um trabalho a realizar a partir das possibilidades que a língua coloca à sua disposição.

## ATIVIDADES

- » Leia a tira abaixo para responder às questões de 1 a 3.

VIDA BOA

Fábio Zimbres

ZIMBRES, Fábio. *Vida boa*. Disponível em: <[http://grafar.blogspot.com/2010/02/vida-boa-fabio-zimbres\\_12.html](http://grafar.blogspot.com/2010/02/vida-boa-fabio-zimbres_12.html)>. Acesso em: 14 jul. 2010.



1. A tira apresenta um suposto diálogo entre um homem e uma mulher. Descreva brevemente o que ocorre na tira.
  2. As personagens da tira não agem da forma esperada em uma situação de interlocução. O que, no contexto, causa estranhamento no comportamento dos dois interlocutores?
  3. A tira é um exemplo claro de um diálogo que não funciona. Considerando o que você aprendeu, neste capítulo, sobre lugar discursivo, explique por que não existe diálogo entre as personagens da tira.
- » Leia os dois textos abaixo para responder às questões de 4 a 8.

### Texto 1

#### Procuração *ad judicium*

Através do presente instrumento particular de mandato, (**Nome do Outorgante**), (**Nacionalidade**), (**Profissão**), (**Estado Civil**), portador da Carteira de Identidade nº (xxx), inscrito no CPF sob o nº (xxx), residente e domiciliado à Rua (xxx), nº (xxx), Bairro (xxx), Cidade (xxx), Cep (xxx), no Estado de (xxx), nomeia e constitui como seu procurador (**Nome do Outorgado**), outorgando-lhe amplos poderes, inerentes ao bom e fiel cumprimento deste mandato, bem como para o foro em geral, conforme estabelecido no artigo 38 do Código de Processo Civil, e os especiais para transigir, fazer acordo, firmar compromisso, substabelecer, renunciar, desistir, reconhecer a procedência do pedido, receber intimações, receber e dar quitação, praticar todos os atos perante repartições públicas Federais, Estaduais e Municipais, e órgãos da administração pública direta e indireta, praticar quaisquer atos perante particulares ou empresas privadas, recorrer a quaisquer instâncias e tribunais, podendo atuar em conjunto ou separadamente, dando tudo por bom e valioso, com fim específico para (**descrever finalidade, tais como propor ação de (xxx) em face de (xxx)**).

(Local, data e ano).

(Assinatura do Outorgante)

Disponível em: <<http://www.boletimjuridico.com.br/pecas/peticao.asp?id=31>>. Acesso em: 19 nov. 2009. (Fragmento adaptado).

### Poderes

Através do presente instrumento particular de mandato, a **Outorgante** nomeia e constitui o **Outorgado** como seu procurador, concedendo-lhe plenos e gerais poderes, incluídos os da cláusula **ad judícia et extra**, ou qualquer outra que exista em latim, em português, inglês, italiano, francês, que é tão bonito, na língua do P, alemão ou esperanto, como eu ia dizendo, plenos e gerais poderes para procurá-la, encontrá-la e, em nome da **Outorgante**, fazer dela o que quiser, querer, requerer, beijar, abraçar, satisfazer todos os seus desejos, ou pelo menos a maioria deles, aliená-la, seduzi-la, enlouquecê-la loucamente, apaixonar-se perdidamente por ela, receber e dar quitação, casar, se estiver a fim, ou efetuar todo e qualquer tipo de contrato consensual que tenha a palavra amor em cada artigo, promover alterações, estranhamentos, risos, lágrimas, soluços, frios na barriga, arrepios ou furacões, declarar o seu amor diariamente, [...] representar a **Outorgante** perante quaisquer órgãos, apropriar-se do seu coração, firmar escrituras públicas ou particulares desta posse, gritar no meio da praça, publicar no jornal, mandar escrever no céu com fumaça de avião, fixar acordos, limites, valores, fotos em cortiças ou quadros nas paredes, fazer loucuras, graças, brincadeiras e besteiras em geral, estabelecer condições favoráveis a beijos, e variar de ações (se for o caso), intervir sempre que necessário em seu destino, interpor atos, braços, pernas, mãos, usar, enfim, qualquer recurso para que os dois fiquem sempre juntos, bem juntinhos, [...] podendo o **Outorgado** apresentar e retirar documentos, docemente, ou não, satisfazer exigências, pedidos e súplicas, ceder (quando puder ceder) ou transferir responsabilidades chatas, datas, encontros, aceitar ou rejeitar modificações, subversões e/ou restrições, replicar aos interpostos por terceiros e praticar, enfim, todos os atos previstos em lei, [...] agindo em conjunto ou separadamente, defendendo os interesses da **Outorgante** em Juízo ou fora dele, podendo ainda propor demandas judiciais, propor coisas demais, projetos, medidas, mudanças, absurdos, doidices, extravagâncias, sei lá, o que julgar conveniente para executar todos os atos necessários a fim de que nós dois sejamos felizes, no bom e fiel desempenho deste mandato.

**Ad judícia et extra:** expressão latina utilizada em documentos legais que significa *para fins judiciais e extrajudiciais*.

FALCÃO, Adriana. *Veja RJ*, 13 ago. 2003. Disponível em: <<http://veja.abril.uol.com.br/vejarj/130803/cronica.html>>. Acesso em: 19 nov. 2009.

- .....
4. O texto 1 pertence a um determinado gênero discursivo muito comum em cartórios e outros contextos legais. Qual é esse gênero?
  5. O que há de semelhante e de diferente entre os dois textos?
  6. Podemos afirmar que o texto 2 apresenta um trabalho com o gênero representado pelo texto 1 para promover a reflexão do leitor sobre uma questão de natureza pessoal. Explique.
  7. A partir de que recursos linguísticos Adriana Falcão “subverte” o gênero discursivo apresentado? Justifique.
  8. A subversão do gênero é intencional e revela um interessante trabalho da autora do texto com a linguagem. Qual pode ter sido a intenção de Adriana Falcão ao escrever uma crônica que apresenta características da estrutura e do estilo de um outro gênero?

Os verbetes são textos curtos, do gênero expositivo. Costumam ser utilizados em dicionários e enciclopédias para apresentar definições, explicar conceitos, etc.

No texto abaixo, de autoria de uma aluna do segundo ano do Ensino Médio, o gênero verbete foi utilizado de modo singular, revelando o trabalho consciente com a linguagem.



### As espécies animais que o Ibama não protege

***Pleubtonea piscica***: habita os mares quentes, tem preferência pela costa sudeste do Brasil. Alimento: essa espécie se alimenta principalmente de frango, farofa e farofeiros, que entram no mar após terem comido dois pratos de feijoada. Em alguns pontos, essa espécie tem aumentado assustadoramente sua população, como na Baixada Santista e em Manguinhos, por exemplo.

GNERRE, M. L. A. 1991.

No texto, a estrutura expositiva é utilizada para produzir um efeito irônico. Claramente inspirado na classificação biológica das espécies, esse verbete recorre ao latim (*Pleubtonea piscica*) para nomear o “animal” marinho que se alimenta de “farofeiros”.

O termo “farofeiro” referia-se inicialmente, de modo pejorativo, a pessoas que levavam o tradicional frango com farofa para comerem na praia. Hoje, o sentido foi ampliado para denominar, ainda pejorativamente, as famílias que levam todo tipo de comida para um piquenique na praia.

A expressão “latina” usada para designar a espécie, inventada pela autora do texto, faz uma referência irônica à condição social dos farofeiros (*Pleubtonea* é uma palavra criada a partir do substantivo *plebe*). Os seres dessa espécie se alimentam tanto de frango e farofa, como dos próprios “farofeiros”. O fato de o verbete afirmar que a espécie está “aumentando assustadoramente” na Baixada Santista e em Manguinhos (praia do litoral norte do Espírito Santo) é um modo irônico de sugerir que a concentração de farofeiros nessas praias é muito grande.

Um texto como esse exemplifica bem de que modo o sujeito pode realizar um trabalho com a linguagem para produzir efeitos de sentido inesperados.

### Pratique

Tanto o cartum de Angeli (p. 49) quanto o verbete acima mostram que alguns gêneros textuais podem ser utilizados em diferentes contextos, a depender da intenção de seus autores.

Com base na análise apresentada e no que aprendeu sobre o trabalho dos interlocutores com a linguagem, crie um verbete em que você apresente as características de um determinado tipo de adolescente: o estudioso, o esportista, o tímido, o conquistador, o roqueiro, etc.



Conteúdo digital  
Moderna PLUS

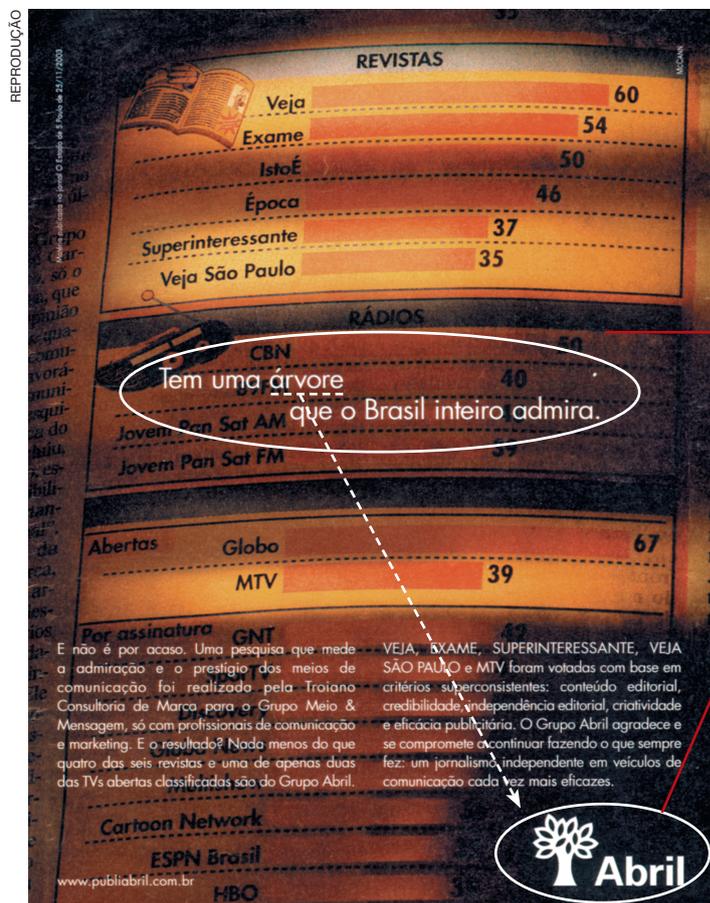
<http://www.modernaplus.com.br>  
Animação: Elementos da  
comunicação e funções da  
linguagem.

USOS DE...

Usos da linguagem

É frequente observarmos, na elaboração de textos, o uso simultâneo das linguagens verbal e não verbal (gráficos, mapas, infogramas, etc.) para alcançar determinados efeitos de sentido.

O texto publicitário é um dos contextos privilegiados para observarmos como a exploração de diferentes linguagens contribui para promover o efeito desejado: “vender” uma ideia para o interlocutor. Observe como isso acontece no exemplo a seguir.



Superinteressante, São Paulo: Abril, n. 196, jan. 2004.

Na abertura da imagem, o publicitário reproduziu um gráfico de barras. Esse gráfico apresenta os resultados de uma pesquisa que mede a admiração e o prestígio dos meios de comunicação.

Observe como o jogo de luz e sombras garante destaque para algumas revistas e um canal de televisão. São “iluminados” apenas aqueles pertencentes ao grupo cujo resultado se quer valorizar.

O título do texto fala de uma árvore que seria admirada pelos brasileiros.

O interlocutor pode não saber, ainda, de que árvore o texto está falando, mas vê, no pé da página, o logotipo do grupo que se pretende divulgar.

Para compreender a alusão a uma árvore, o leitor precisa perceber que o símbolo do grupo Abril é uma árvore.

O texto escrito procura explicar ao leitor dessa propaganda qual é o motivo da grande admiração por esse grupo de comunicação.

Note que são feitas referências aos resultados da pesquisa e que, nesse texto publicitário, aparecem sob a forma de gráfico.

A reprodução do gráfico funciona, aqui, como a confirmação de um argumento que o publicitário oferece ao leitor para “vender” a ideia de que todos os produtos (revistas, canais de televisão) associados a esse grupo têm como características positivas seu conteúdo editorial, sua credibilidade, sua independência, sua criatividade e eficácia publicitária. Em resumo: sempre que encontrar a marca da “árvore” admirada por todo o Brasil, o leitor pode confiar no produto ao qual ela está associada.

Na publicidade, o resultado da combinação entre texto, gráfico de barras e imagens é a sensação de que aquilo que se afirma no texto é verdadeiro e merece credibilidade. O uso do gráfico “empresta” autoridade ao texto, porque a linguagem gráfica costuma ser associada a pesquisas feitas com seriedade e critérios consistentes.

Além disso, o destaque dado ao título do texto (no qual se deixa indefinida a identificação da “árvore que o Brasil inteiro admira”) remete imediatamente ao logotipo apresentado no canto direito inferior e faz com que o leitor “reconheça” a árvore como sendo o símbolo do grupo conhecido por tantos profissionais de comunicação e marketing. Esse resultado é alcançado pela combinação das diferentes linguagens: o leitor conclui que pode, ele também, confiar nos produtos associados a essa marca/empresa.

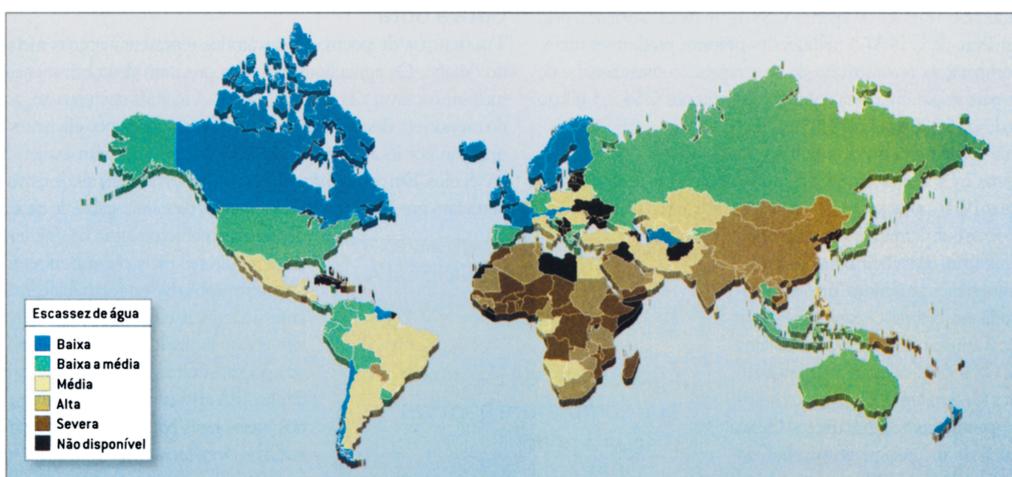
Pratique

Leia e veja com atenção o conjunto de informações apresentadas a seguir. Analise o mapa (a distribuição das cores nos países, com a respectiva legenda), o texto informativo lateral, o gráfico (“Quem são os famintos?”) e a foto.

Pobreza hídrica

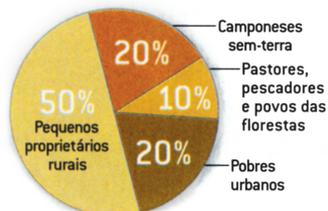
Como a água é essencial para a agricultura, a ausência dela é hoje uma das mais importantes causas da pobreza no mundo em desenvolvimento. Pesquisadores do Centro para Ecologia e Hidrologia de Wallingford, na Grã-Bretanha, desenvolveram um índice que mostra as consequências da escassez de água, combinando dados sobre a disponibilidade e o acesso a ela com informações sobre seu uso e qualidade. A maioria dos países de grande pobreza hídrica está na África Subsaariana, mas o problema também é grave na China, na Índia e em Bangladesh.

REPRODUÇÃO



A ESCASSEZ DE ÁGUA prejudica mais os pequenos agricultores, muitos dos quais têm de arrancar seu sustento de áreas semiáridas distantes de poços ou represas. Cerca de metade dos famintos do mundo é composta de proprietários rurais humildes que cultivam acanhados lotes de terra; outros 20% são trabalhadores rurais sem-terra

QUEM SÃO OS FAMINTOS?



Scientific American Brasil, São Paulo: Duetto, n. 41, p. 79, out. 2005.

No texto, as linguagens verbal e não verbal (mapa, gráfico e foto) foram utilizadas para mostrar a relação entre a escassez de água e a situação de pobreza do pequeno agricultor em diferentes países do mundo.

Sua tarefa será redigir um artigo, a ser publicado no jornal da escola, em que você explique qual é a relação entre a presença (ou falta) de água e o grau de pobreza de alguns países (no mapa, os países mais pobres estão representados pelas diversas tonalidades de marrom).

Procure, na conclusão de seu texto, explicar uma informação aparentemente contraditória sobre o Brasil: apesar de estar representado no mapa como um país onde há escassez média de água, sabemos existir aqui uma das maiores reservas de água doce do mundo.

Sugestão: antes de escrever o texto, pesquise em mapas as maiores extensões de água doce do planeta, presentes na superfície e em lençóis freáticos, mais ou menos próximos da superfície. Consulte também gráficos, tabelas e fotos sobre essa questão. Incorpore ao seu artigo alguns desses elementos não verbais, para facilitar a compreensão dos leitores. Lembre-se, ainda, de que o uso desses recursos pode dar um maior poder argumentativo ao seu texto.

O objetivo desta atividade é permitir que os alunos, após observarem o uso de diferentes linguagens na criação de um texto, enfrentem o desafio de realizar uma tarefa semelhante. Desse modo, o texto passa a ser o ponto de partida e chegada desta seção que privilegia a reflexão sobre diferentes aspectos da sua estrutura.

No momento de avaliar o resultado da produção escrita dos alunos, é importante observar se eles foram capazes de integrar as diferentes linguagens utilizadas de modo a explorar o potencial argumentativo de cada uma delas. Deve-se também observar se os dados utilizados foram lidos e interpretados corretamente e se permitem demonstrar aquilo que é sugerido no texto “Pobreza hídrica”: água abundante é condição necessária para a “riqueza” de um país.

USOS DE...

Usos das funções da linguagem

A publicidade tem o objetivo de persuadir. Para alcançar esse objetivo, o texto publicitário explora algumas funções da linguagem de modo claramente intencional. Observe a seguinte campanha realizada pelo Greenpeace contra o desmatamento ilegal da Amazônia.



Disponível em: <<http://www.greenpeace.org.br/participe/midia.php>>. Acesso em: 3 abr. 2004.

**Título do anúncio:** estabelece um diálogo com o leitor, dando início ao processo persuasivo. Trazido para “dentro” do texto, o leitor passa a sentir que tudo aquilo está sendo dito para ele. Trata-se de um uso apelativo da linguagem.

Muita gente já ouviu falar que o desmatamento na Amazônia pode acabar com espécies da fauna e da flora e alterar o clima. Mas o que poucos sabem é que a exploração ilegal e predatória de madeira financia uma série de crimes contra os habitantes da região. Os madeireiros ilegais invadem terras públicas e áreas indígenas e muitas vezes recorrem à violência para garantir seus altos lucros. Em regiões remotas da Amazônia, eles fazem a sua própria lei. O Greenpeace trabalha há anos nessas áreas para acabar com esses crimes. Filie-se. E ajude a proteger a floresta e seus habitantes.

Acesse o nosso site [www.greenpeace.org.br](http://www.greenpeace.org.br) ou ligue 0300 789 2510

Para persuadir, o texto publicitário precisa, em primeiro lugar, despertar o interesse do leitor. No caso da campanha do Greenpeace, isso é feito a partir do título (“Reclamar com a polícia? Cadê a polícia? Reclamar com Deus? Faça bem baixinho, porque senão você vai reclamar pessoalmente.”). Certamente a primeira reação do leitor será de choque. Além de marcar a interlocução por meio do uso do imperativo (*faça*) e do pronome pessoal (*você*), o título faz uma advertência só decifrada a partir da compreensão de algo que não foi dito, mas fica claramente subentendido: denunciar publicamente o desmatamento ilegal da Amazônia é muito perigoso (corre-se risco de vida).

A função de um título tão forte é **apelar** para a consciência do leitor e **influenciar** o seu comportamento. Está aberto o caminho para a persuasão. Antes, porém, de pedir uma contribuição para a entidade que combate o desmatamento ilegal, é preciso apresentar alguns argumentos.

O texto passa, então, a ter uma **função referencial**. São apresentadas várias informações que, nesse contexto, funcionam como argumentos para reforçar a necessidade da participação de todos no combate à extração ilegal de madeira e aos crimes a ela associados. Destaca-se, como argumento, o fato de os madeireiros invadirem terras públicas e áreas indígenas, além de recorrerem à violência para silenciar quem se manifesta contra sua atuação.

Após a apresentação dos argumentos, o texto retoma sua função apelativa, pedindo a contribuição do leitor para a organização que, há anos, combate crimes como esse: “*Filie-se. E ajude a proteger a floresta e seus habitantes*”.

Fica clara, assim, a função da advertência feita no título. Já que é arriscado fazer uma denúncia individual, a solução é contribuir para uma organização não governamental que possa assumir esse risco. Fecha-se, desse modo, o trabalho persuasivo do texto para convencer o leitor a contribuir para o Greenpeace.