

# Linguagem e variação linguística

## OBJETIVOS

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

1. Definir **língua** e **linguagem** e explicar como esses conceitos se relacionam.
2. Definir **signo linguístico**.
3. Explicar o que são **variedades linguísticas**.
4. Descrever como se caracterizam **variedades linguísticas regionais e sociais**.
5. Identificar manifestações de **preconceito linguístico**.
6. Reconhecer contextos de uso da língua (oral e escrita) associados a diferentes **graus de formalidade**.
7. Utilizar as estruturas linguísticas adequadas a contextos específicos.

## Linguagem e língua

1. Observe atentamente o texto publicitário a seguir.



33ª Anuário de Criação. São Paulo: Clube de Criação de São Paulo, 2008. p. 146.

Na natureza nada se cria.  
TUDO SE ARQUIVA.

A burocracia mata a natureza.  
Exija que a Lei da Mata Atlântica não fique só no papel.  
[www.sosma.org.br](http://www.sosma.org.br)

- ▶ A imagem acima combina dois elementos aparentemente incompatíveis. Identifique tais elementos e explique por que sua combinação provoca estranhamento.
2. O texto apresentado no canto inferior direito da imagem sugere uma explicação possível para a estranha combinação de elementos. Qual é ela?
3. A peça publicitária dialoga com um interlocutor de perfil específico.

### Tome nota

O termo **interlocutor** designa cada um dos participantes de um diálogo. Como todo texto se dirige a um leitor em quem o autor pensa no momento de escrever, dizemos que os leitores a quem um texto se dirige são os **interlocutores** desse texto.

- a) Que elemento do texto marca o diálogo com esse leitor?
- b) Qual é a imagem de leitor feita pelo anúncio?
4. De que informações um leitor deve dispor para ser capaz de ler esse anúncio e chegar à conclusão de que a burocracia é inimiga da preservação da Mata Atlântica?

Como você deve ter percebido, o anúncio pressupõe um leitor com uma imagem específica. Esse leitor tem interesse em lutar pelas causas ambientais. Além disso, ele sabe como é difícil a tramitação de projetos de lei no Brasil, por isso, entenderia o argumento de que a burocracia é um inimigo importante a ser combatido e estaria disposto a participar de uma campanha contra ela (“Exija que a Lei da Mata Atlântica não fique só no papel”).

Todas essas informações, como você viu na análise, estão representadas nos elementos que constroem o anúncio. São esses elementos que constituem a linguagem desse texto.

### ▼ Tome nota

A **linguagem** é uma atividade humana e é sempre utilizada em situações de interlocução. Pressupõe, portanto, a existência de interlocutores. Por meio da linguagem elaboramos representações acerca do mundo em que vivemos, organizamos e damos forma às nossas experiências. Nas representações que constrói, a linguagem traz marcas de aspectos históricos, sociais e ideológicos de uma determinada cultura.

São exemplos de diferentes linguagens utilizadas pelo ser humano as línguas naturais (português, alemão, italiano, holandês, guarani, etc.), a pintura, a música, a dança, os logotipos, os quadrinhos, os sistemas gestuais, entre outros exemplos.

### ▼ Tome nota

**Língua** é um sistema de representação socialmente construído, constituído por signos linguísticos.

## Signo linguístico

As linguagens utilizadas pelos seres humanos pressupõem conhecimento, por parte de seus usuários, do valor simbólico dos seus signos. A cor verde nos sinais de trânsito, por exemplo, tem um valor simbólico que os habitantes das cidades devem conhecer: significa autorização para prosseguir. Se não houvesse acordo com relação a esse valor, ou seja, se não fosse possível aos usuários de uma mesma linguagem identificar aquilo a que determinado signo faz referência, qualquer interação por meio da atividade da linguagem ficaria prejudicada, pois não haveria comunicação possível.

### ▼ Tome nota

O signo linguístico é uma unidade de significação que possui dupla face:  
 1) o **significante** (o suporte para uma ideia, isto é, a sequência de sons que se combinam para formar palavras);  
 2) o **significado** (a própria ideia ou conteúdo intelectual).

Observe:

### A dupla face do signo linguístico

#### SIGNIFICANTE

Cão (português)

Dog (inglês)

Chien (francês)

Cane (italiano)

#### SIGNIFICADO



🏠 Cachorro Beagle

### A “linguagem” dos animais

O que se costuma designar como “linguagem” animal não passa de um sistema de comunicação entre os membros de uma espécie. Embora sofisticado, tal sistema não chega a constituir linguagem no sentido aqui definido.



🏠 A comunicação entre as formigas ocorre frequentemente para direcionar os membros de uma mesma comunidade a uma fonte de alimento.

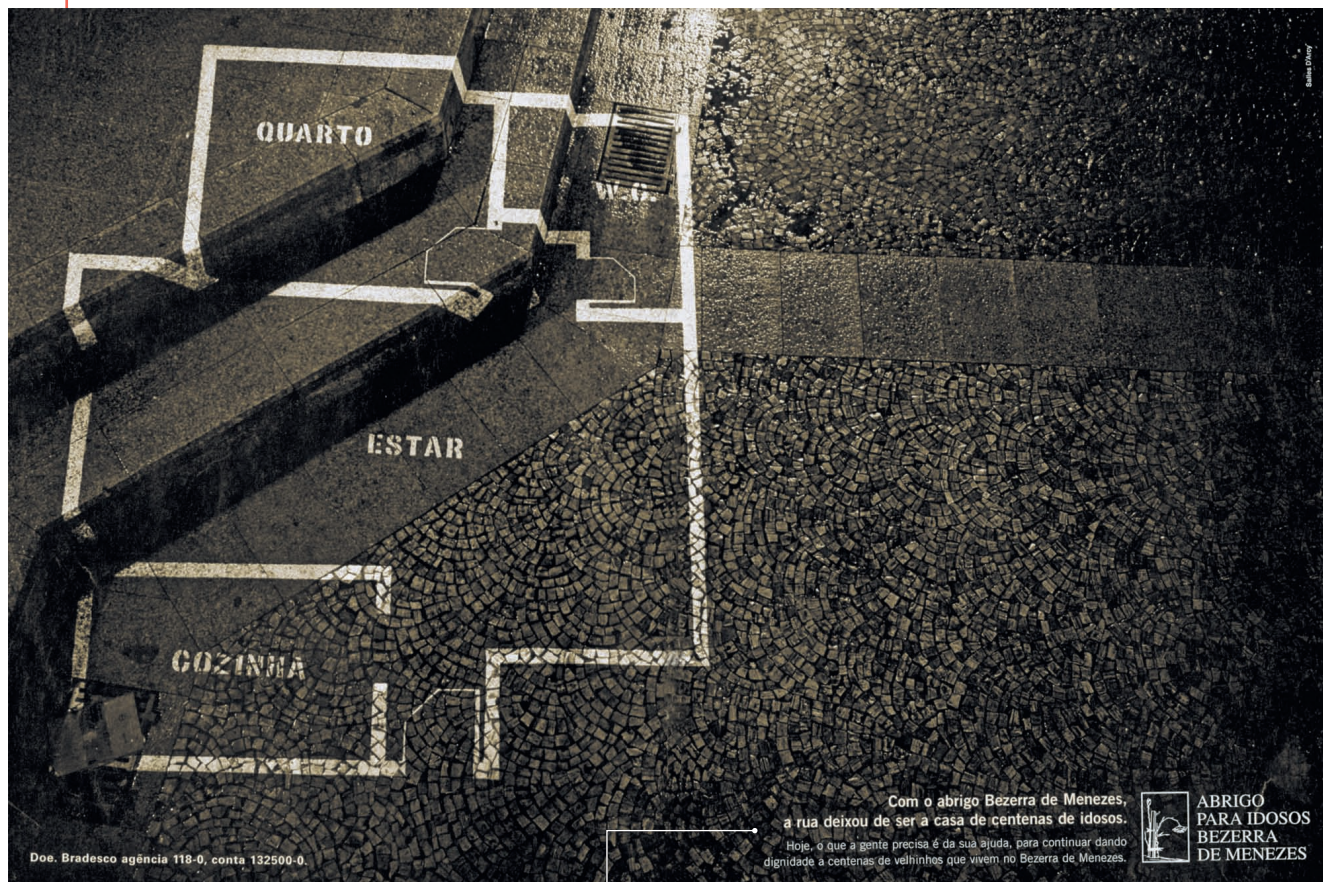
#### Signo linguístico

Significante — Suporte

Significado — Conceito

## ATIVIDADES

- As questões de 1 a 4 referem-se ao anúncio abaixo.



Com o abrigo Bezerra de Menezes, a rua deixou de ser a casa de centenas de idosos. Hoje, o que a gente precisa é da sua ajuda, para continuar dando dignidade a centenas de velhinhos que vivem no Bezerra de Menezes.

ABRIGO PARA IDOSOS BEZERRA DE MENEZES

Doe. Bradesco agência 118-0, conta 132500-0.

Época. São Paulo: Globo, n. 254, 31 mar. 2003.

Com o abrigo Bezerra de Menezes, a rua deixou de ser a casa de centenas de idosos. Hoje, o que a gente precisa é da sua ajuda, para continuar dando dignidade a centenas de velhinhos que vivem no Bezerra de Menezes.

► Época. São Paulo: Globo, n. 254, 31 mar. 2003.

1. O que está representado no lado esquerdo da imagem?
2. Esse anúncio procura produzir um efeito de estranhamento no leitor. Explique como se dá esse efeito.
  - Com que objetivo se procura produzir esse efeito?
3. O texto verbal apresentado abaixo da imagem é fundamental para fazer o leitor relacionar a imagem com o objetivo do texto publicitário. De que modo se estabelece a relação entre o texto verbal, a imagem e o objetivo do anúncio?
4. O anúncio constrói um diálogo com um certo interlocutor. Que elementos do texto marcam o diálogo?
  - a) Qual é o objetivo desse diálogo?
  - b) Que pressuposições o anúncio faz sobre o interlocutor?

### Lembre-se

**Pressuposto** é algo que se supõe antecipadamente. No caso, a imagem de leitor com que os redatores do texto publicitário trabalharam.

- Observe atentamente as imagens a seguir para responder às questões de 5 a 7.



► 33ª Anuária de Criação. São Paulo: Clube de Criação de São Paulo, 2008. p. 227.

5. As imagens apresentadas referem-se a uma campanha publicitária de conscientização para evitar a disseminação do vírus da aids e de outras doenças sexualmente transmissíveis. Descreva brevemente os elementos apresentados na sequência de fotos.
6. Com base na identificação dos elementos presentes na sequência de fotos, é possível perceber que o *outdoor* colocado na rua vale-se de uma interessante estratégia para conscientizar a população na luta contra a doença. Que estratégia é essa?
7. A análise da sequência de fotos e a estratégia utilizada permitem concluir, ainda, o objetivo da campanha publicitária. Qual é ele?
  - De que maneira as imagens apresentadas sugerem a relação entre a estratégia utilizada e o objetivo da campanha publicitária?



**Material complementar  
Moderna PLUS**

<http://www.modernaplus.com.br>  
Usos de: Linguagem.



# Variação e norma

» Leia atentamente a tira abaixo.

NÍQUEL NÁUSEA

Fernando Gonsales



► GONSALES, Fernando. *Níquel Náusea: com mil demônios!!* São Paulo: Devir, 2002. p. 32.

1. O que leva a mulher a observar que o papagaio “fala tudo errado”?
2. A que conclusão se espera que o leitor chegue, ao ler o segundo quadrinho, sobre o motivo que leva o papagaio a falar como fala?
3. O que a observação da mulher sugere a respeito da maneira como as pessoas costumam avaliar diferentes maneiras de falar?

Como falante do português, você já deve ter percebido situações em que a língua é usada de forma bastante diferente daquela que você se habituou a ouvir nos meios de comunicação ou em outros espaços de convivência. Essa diferença pode manifestar-se no vocabulário utilizado, na pronúncia, na estrutura de palavras e de frases.

A variação linguística é natural e decorre do fato de que as línguas são sistemas dinâmicos e extremamente sensíveis a fatores como a região geográfica, o sexo, a idade, a classe social dos falantes e o grau de formalidade do contexto.

## Variedades linguísticas

Normas urbanas de prestígio

Variedades regionais

Variedades sociais

## ▼ Tome nota

**Variedade linguística** é cada um dos sistemas em que uma língua se diversifica, em função das possibilidades de variação de seus elementos (vocabulário, pronúncia, morfologia, sintaxe).

**Normas urbanas de prestígio** são as variedades que, em um país com a diversidade linguística do Brasil, gozam de maior prestígio político, social e cultural. São utilizadas em contextos formais de fala e escrita.

Embora essa variação seja natural, os falantes de uma comunidade linguística têm, em geral, a expectativa de que todas as pessoas falem de uma mesma maneira. Essa expectativa, socialmente definida e difundida, pressupõe uma forma “correta” de uso da língua, o que implica a existência de formas “erradas”. Esta é a base do preconceito linguístico.

## ▼ Tome nota

**Preconceito linguístico** é o julgamento negativo que é feito dos falantes em função da variedade linguística que utilizam.

Todas as variedades constituem sistemas linguísticos adequados para a expressão das necessidades comunicativas e cognitivas dos falantes. Nenhuma variedade linguística sobreviveria se não fosse adequada a um determinado contexto e a uma determinada cultura.

Considerar as variedades urbanas de prestígio como únicas "corretas" e estigmatizar as demais é, antes de tudo, emitir um juízo de valor sobre os falantes dessas outras variedades. Esse juízo é, por vezes, usado como um pretexto para discriminar socialmente as pessoas.

## Variedades regionais e sociais

Um dos aspectos mais conhecidos da variação linguística é a diferenciação que caracteriza as chamadas **variedades regionais**. As variedades faladas nos estados do Nordeste são diferentes daquelas faladas nos estados do Sul; no interior dessas regiões geográficas, podem também ser observadas diferenças entre os estados e mesmo entre regiões e cidades dos estados.

Os falantes percebem algumas diferenças de vocabulário e pronúncia e muitas vezes usam seu conhecimento dessas diferenças para produzir efeitos de humor em diferentes situações.

Observe o texto a seguir.

.....

Sapassado taveu na cozinha tomando uma picumel e cozinhando um kidicarne com mastumate pra fazê uma macarronada com galinhassada. Quascaí de susto, quando ouvi um barui de dendoferno, pareceno um tidiguerra.

A receita mandopô midipipoca dentro da galinha prassá. U forno isquentô, u mistorô e o fiofô da galinha ispludiu!! Nossinhora! fiquei branco quinein um lidileite. Foi um trem doidimais! Quascaí dendapia! Fiquei sensabê doncovinha, proncoía, oncotava. Óprocevê quelucura! Grazeus ninguém simaxucô!

Disponível em: <<http://papodehomem.com.br/guia-para-mineirs-da-revista-papo-de-homem/>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

.....

O texto acima, que circula na internet, pretende que o leitor reconheça uma representação estereotipada da variedade linguística falada pelos mineiros. Como a intenção do autor do texto é fazer rir, ele cria contextos para provocar a eliminação frequente de sílabas e vogais finais de palavras (ex: *midipipoca* = milho de pipoca, *lidileite* = litro de leite, *quascaí* = quase caí, etc.), para que o leitor imediatamente associe essa imagem à do mineiro que "come" partes de palavras.

As **variedades sociais** costumam apresentar diferenças significativas em termos fonológicos ("bicicreta" por *bicicleta*, "mió" por *melhor*, etc.) e morfossintáticos ("a gente fumo" por *nós fomos*, "as laranja" por *as laranjas*, etc.). São essas, na verdade, as diferenças linguísticas que costumam entrar em conflito com a norma de prestígio, tanto na fala quanto na escrita.

## Variedades estilísticas

Os enunciados linguísticos podem também variar dependendo dos diferentes graus de formalidade determinados pelos contextos de uso da língua. O maior ou menor conhecimento e proximidade entre os falantes faz com que se usem variedades mais ou menos formais. **Variações de estilo** ou **registros linguísticos** são as denominações comumente dadas a esse tipo de variação.

A linguagem é usada de modo informal em situações familiares, conversas entre amigos. Nesses casos, diz-se que o falante está fazendo uso da **linguagem coloquial**.

Nas situações formais de uso da linguagem (por exemplo, uma palestra em um congresso científico), o falante procura fazer uso de uma **linguagem** também mais **formal**.

### Cuidado com o preconceito

A caracterização de uma variedade regional por meio de clichês e exageros costuma vir associada a um tipo de preconceito linguístico que costumamos a reconhecer.

Quando alguém se refere à fala dos cariocas como semelhante a um "rádio fora de sintonia" ou representa a fala de um mineiro pela supressão de sílabas, reforça uma imagem que, embora sirva de base para piadas aparentemente inocentes, revela uma visão preconceituosa (consciente ou não) da diferença entre as variedades regionais.



### Conteúdo digital Moderna PLUS

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

### Variedades estilísticas

Linguagem coloquial

Linguagem formal



### Conteúdo digital Moderna PLUS

<http://www.modernaplus.com.br>  
Áudio: variedades linguísticas.

## • Gíria

A gíria, ao mesmo tempo que contribui para definir a identidade do grupo que a utiliza, funciona como um meio de exclusão dos indivíduos externos a esse grupo, uma vez que costuma resultar em uma linguagem incompreensível.

### ▼ Tome nota

A **gíria** ou **jargão** é uma forma de linguagem baseada em um vocabulário especialmente criado por um determinado grupo social com o objetivo de servir de emblema para os seus membros, distinguindo-os dos demais falantes da língua.

**Gíria** costuma designar o jargão utilizado por grupos de jovens (*skatistas*, *surfistas*, *clubbers*, etc.).

O termo **jargão**, por sua vez, quase sempre identifica um uso específico da linguagem associado a um grupo profissional (economistas, profissionais da informática, etc.).

Observe o texto abaixo, extraído de um *site* especializado em tecnologia da informação (TI).

◀ ▶ IDG Now! \_ □ ×

### Aprenda a identificar um *phishing* e não caia mais neste golpe

Um *e-mail* que surge repentinamente na caixa de entrada, de um remetente desconhecido, com um endereço eletrônico sem sentido e uma mensagem duvidosa. Esta é a descrição de um *phishing*. [...]

Diferente de outros golpes, os *phishings* não trazem anexos. Do *e-mail*, o usuário é levado a clicar em um *link*. O objetivo do *cracker* é um só: roubar informações pessoais do usuário e utilizá-las ilegalmente.

**História de pescador.** Inspirado no inglês *fish*, que significa pescar, na prática ilegal compete aos *crackers* a mesma função dos pescadores, que jogam a isca para conseguir o máximo de peixes.

A forma original de “hackear” informações, o *phreaking*, foi criada por John Draper em 1970, com o Blue Box, dispositivo que “hackeava” sistemas de telefonia. A prática ficou conhecida como Phone Phreaking.

Transferida para a internet, a modalidade de golpe recebeu o batismo de *phish* em 1996, por um grupo de *hackers*, o alt.2600. A inspiração veio do roubo de contas e *scams* de senhas de usuários da America Online. As contas com informações roubadas foram apelidadas de *phish*. [...]

**Estatísticas revelam apelo financeiro.** Diariamente, são enviadas 904 mensagens diferentes de *phishings*, segundo o Internet Threat Report (ITR), da Symantec, compilado em março de 2007. A Symantec bloqueou, no segundo semestre de 2006, um total de 1,5 bilhão de mensagens de *phishing*, aumento de 19% em relação ao primeiro semestre do mesmo ano.

LUCA, Lygia de. IDG Now! Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/seguranca/2007/06/15/idgnoticia.2007-06-15.6294691157/paginador/pagina\\_2](http://idgnow.uol.com.br/seguranca/2007/06/15/idgnoticia.2007-06-15.6294691157/paginador/pagina_2)>. Acesso em: 18 nov. 2009. (Fragmento adaptado).

O texto exemplifica claramente o funcionamento do jargão. Por recorrer a um vocabulário específico, quase sempre constituído por palavras formadas a partir de radicais da língua inglesa, ele é compreendido apenas pelas pessoas da área. Um leitor comum provavelmente tropeçará em termos como *phishing*, *crackers*, “hackear” ou *phreaking*. É por esse motivo que, ao mesmo tempo que garante identidade a um grupo, o uso do jargão também apresenta um efeito isolador. Todas as pessoas que não compreendem os termos utilizados ficam automaticamente excluídas do grupo que o utiliza.

## Mudança linguística

A variação linguística está relacionada ao fenômeno da **mudança** das línguas ao longo do tempo. Não existe língua na qual não se percebam diferenças, quando se comparam duas épocas. Em princípio, as diferenças serão maiores quanto mais distantes no tempo estiverem.

Formas que em uma época são consideradas “erradas” e/ou “feias” podem vir a ser consideradas “corretas” e “elegantes” com o passar dos anos. Esse fato linguístico ocorre com certa frequência em todas as línguas.

A mudança linguística manifesta-se também no nível da organização textual. Assim, em diferentes gêneros discursivos, podem ser observadas mudanças tanto do ponto de vista das escolhas temáticas quanto do ponto de vista da escolha de palavras e da organização e apresentação das ideias no texto.

### Tome nota

**Gêneros discursivos** correspondem a certos padrões de composição de texto consagrados pelo uso. Esses padrões são determinados pelo contexto em que um texto foi produzido, pelo público a que ele se destina, por sua finalidade, por seu modo de circulação, etc. São exemplos de gêneros discursivos a carta, o bilhete, o cartaz, a receita, o anúncio, a notícia, o ensaio, o editorial, entre outros.

Tradicionalmente, costuma-se fazer uma abordagem especial dos **gêneros literários** (épico, lírico e dramático), mas eles também são gêneros discursivos e podem assim ser chamados.

### Gêneros discursivos

Editorial

Carta

Bilhete

Cartaz

Receita

Anúncio

Notícia

Ensaio

E-mail

Etc.

## ATIVIDADES

### Observe a tira e responda à questão 1.

NÍQUEL NÁUSEA



Fernando Gonsales



GONSALES, Fernando. *Botando os bofes para fora*. São Paulo: Devir, 2002. p. 7.

### 1. Por que, no primeiro quadrinho, o dono reage de forma indignada à fala de seu papagaio? O que essa reação provoca?

- ▶ A graça da tira está no contraste da linguagem utilizada pelo papagaio nos dois quadrinhos. Explique essa afirmação.

### Observe o anúncio e responda às questões 2 e 3.

Celular por \$70 PILA

- fale muito mais
- parcele em até 12x

Aproveite!

Celular em 10 vezes de R\$ 9 e uns quebrados

- Promoção imperdível
- 500 minutos grátis

Não perca!

ANUNCIE NO JORNAL QUE FALA DIRETO COM A CLASSE C.

O Aqui é o jornal que mais cresce no Distrito Federal:

- 2ª lugar em circulação paga na região (IVC)
- maior índice de afinidade com a classe C no D.F.
- mais de 146 mil leitores (Marcpian)

▶ 32ª Anuário de Criação. São Paulo: Clube de Criação de São Paulo, 2008. p. 311.



2. O anúncio tem por objetivo explorar uma determinada qualidade do jornal anunciado. Que qualidade é essa?
- Para atingir esse objetivo, o anúncio se vale de um recurso específico. Qual é ele?
  - É possível afirmar que o recurso utilizado se baseia em uma representação do que supos-

tamente seria o modo de falar das pessoas da classe C. Explique.

3. A maneira como o anúncio informa os preços dos aparelhos celulares permite identificar uma imagem associada à variedade linguística que seria, supostamente, utilizada pelo público-alvo do jornal. Que imagem é essa?

▶ Leia, agora, o texto a seguir para responder às questões de 4 a 10.

### Língua brasileira

[...] O Brasil tem dessas coisas, é um país maravilhoso, com o português como língua oficial, mas cheio de dialetos diferentes.

No Rio de Janeiro é “*e aí merrmão! CB, sangue bom!*” Até eu entender que merrmão era “meu irmão” levou um tempo. Para conseguir se comunicar, além de arranhar a garganta com o erre, você precisa aprender a chiar que nem chaleira velha: “*vai rolá umasch parasch ischperrtasch*”.

Na cidade de São Paulo eles botam um “i” a mais na frente do “n”: “*ôrra meu! Tô por dentro, mas não tô inteindeindo o que eu tô veindo*”. E no interiorrrr falam um erre todo enrolado: “*a Ferrnanda marrcô a porrrteira*”. Dá um nó na língua. A vantagem é que a pronúncia deles no inglês é ótima.

Em *Mins*, quer dizer, em Minas, eles engolem letras e falam *Belzonte*, *Nossenhora*, *Doide mais da conta*, *sô!* Qualquer objeto é chamado de *trem*. Lembrei daquela história do mineirinho na plataforma da estação. Quando ouviu um apito, falou apontando as malas: “*Muié, pega os trem que o bicho tá vindo*”.

No Nordeste é tudo *meu rei, bichinho, ó xente*. Pai é *painho*, mãe é *mainha*, vó é *voinha*. E pra você conseguir falar com o acento típico da região, é só cantar a primeira sílaba de qualquer palavra numa nota mais aguda que as seguintes. As frases são sempre em escala descendente, ao contrário do sotaque gaúcho.

Mas o lugar mais interessante de todos é Florianópolis, um paraíso sobre a terra, abençoado por Nossa Senhora do Desterro. Os nativos tradicionais, conhecidos como Manezinhos da Ilha, têm o linguajar mais simpático da nossa língua brasileira. Chamam lagartixa de *crocodilinho de parede*. Helicóptero é *avião de rosca* (que deve ser lido *rôschca*). Carne moída é *boi ralado*. Se você quiser um pastel de carne precisa pedir um *envelope de boi ralado*. Telefone público, o popular *orelhão*, é conhecido como *poste de prosa* e a ficha de telefone é *pastilha de prosa*. Ovo eles chamam de *semente de galinha* e motel é *lugar de instantinho*. [...]

RAMIL, Kledir. *Tipo assim*. Porto Alegre: RBS Publicações, 2003. p. 75-76. (Fragmento).  
© by Kledir Ramil.

4. Em seu texto, Kledir Ramil “brinca” com os chamados dialetos ou variedades regionais. Em que tipo de fato linguístico ele se baseia para representar cada uma das variedades?
5. O autor se vale do seu conhecimento sobre essas diferenças para produzir efeitos de humor ao caracterizar a variedade utilizada no Rio de Janeiro. Explique como isso é feito, justificando sua resposta com elementos do texto.
6. As singularidades do sotaque paulistano mencionadas no texto podem ser explicadas, em parte, pela influência exercida pela pronúncia do português falado pelos imigrantes italianos. Que características desse sotaque foram destacadas?
7. O autor distingue a pronúncia, inclusive graficamente, do “r” falado no interior de São Paulo daquele presente no sotaque carioca. Em que consiste essa diferença? Justifique.

- ▶ Por que ele afirma que os falantes do “interior” de São Paulo teriam uma ótima pronúncia no inglês?
8. O que, segundo o texto, caracterizaria o falar mineiro? Explique.
9. No texto, Kledir Ramil afirma que os nativos tradicionais de Florianópolis “têm o linguajar mais simpático da nossa língua brasileira”. Por que o autor caracteriza esse linguajar como “simpático”?
10. Releia: “A caracterização de uma variante regional por meio de clichês e exageros costuma vir associada a um tipo de preconceito linguístico que custamos a reconhecer”. Com base nesta afirmação, você consideraria preconceituosa a caracterização que o autor faz dos falares carioca, paulista, mineiro e nordestino? Por quê?
- ▶ A visão dele é a mesma quando trata da fala de Florianópolis? Explique.

## Usos da gíria

Textos publicados em revistas de grande circulação normalmente fazem uso de um mesmo vocabulário, que se supõe ser de conhecimento de todos os usuários da língua, certo? Errado. Muitas vezes, o texto dirige-se a interlocutores muito específicos e a presença de gírias desempenha, nesse caso, um importante papel junto ao público leitor. Acompanhe o texto abaixo.

### *Jaws: adrenalina pura*



👉 Helicóptero acompanha a descida do surfista Mike Parson em *Jaws*, uma das três maiores ondas do mundo, no Havaí, EUA, 2003.

Uma lua cheia maravilhosa e a boia prevendo ondas enormes tocaram a minha alma na noite do dia 9 de novembro. Fui dormir tranquilo, sabendo que o dia seguinte encheria de alegria todos os corações dos *big riders* presentes em Maui. [...]

Aquele visual que sonhamos durante todo o ano se realizava diante de nossos olhos. Altas *bombas* entrando e Burle e Eraldo, que haviam saído alguns minutos antes de nós, já *desciam ladeira abaixo*. Ambos *droparam* ondas enormes, com destaque para uma de Burle, que ficou *na boca de um tubo* e quase se descontrolou devido à velocidade. Ele acertou o “timing” no último segundo antes do *lip* achatar sua cabeça.

Apesar de as ondas estarem gigantes e perfeitas, a influência do *swell* de *west* tornou a situação uma corrida

pela vida. Não tinha *rabo*, pois eram dois *picos* definidos: o do *outside* e o do *inside*. [...]

Quando comecei a descer não tinha certeza de onde estava e me coloquei um pouco para o *rabo*, pois esse *swell* com tendência de *west* manda um *bowl* traiçoeiro que já tinha aniquilado alguns durante a *session*. Depois da curva vi uma *parede* imensa e inconscientemente tive a vontade de *mandar uma rasgada*. Foi demais a sensação, mas logo no começo da descida a prancha atingiu uma velocidade absurda. Um pequeno *bump* quase me *descolou* da *parede*. Eu ainda consegui controlá-la, porém a espuma que vinha atrás me *aniquilou*. [...]

Resultado final: vivo, com mais um *caldaço* e minha prancha mágica nas pedras. [...]

MANCUSI, Sylvio. *Fluir*. São Paulo, mar. 2004.

Disponível em: <[http://www2.uol.com.br/fluir/destaque\\_mes/index.shtml](http://www2.uol.com.br/fluir/destaque_mes/index.shtml)>.

Acesso em: 25 mar. 2004. (Fragmento).

Uma leitura atenta desse texto provavelmente provocará uma série de dúvidas em um leitor pouco familiarizado com o universo do surfe: quem são os “*big riders*”? Por que o texto fala de “bombas”? O que significa “dropando”?

Os “*big riders*” são surfistas que andam pelo mundo em busca das ondas gigantes. O autor do texto, por exemplo, foi para Maui (Havaí), pegar algumas dessas ondas. “Bombas” são as próprias ondas; “dropar” significa pegar a onda, “descendo” por sua superfície, do ponto mais alto para o mais baixo.

Se esse texto for lido por um surfista, ele não somente compreenderá todos os termos utilizados, como ficará bastante satisfeito em encontrá-los em uma revista que, por definição, se destina aos apaixonados pelo surfe.

Utilizada em contextos específicos como esse, a gíria desempenha importante função persuasiva. Assim, a revista “vê” o consumidor (usando uma dada linguagem que ajuda a definir sua identidade e que, por isso, ganha capacidade de persuasão), o consumidor se vê na revista (porque se reconhece naquela linguagem) e, por isso, compra a revista.

A “tribo” do surfe, como a do *skate*, tem uma gíria específica, que contribui para a construção de sua identidade. Espera-se que uma revista de surfe possa comunicar-se com essas pessoas utilizando uma linguagem adequada. Por isso, as mesmas gírias que tornam o texto incompreensível para um leitor comum fazem com que ele seja visto como confiável por um surfista.



### Material complementar Moderna PLUS

<http://www.modernaplus.com.br>  
Exercícios adicionais.



📍 Skatista na rampa, Pequim, jul. 2005.

### Pratique

Você viu como o uso de gírias, nesse texto, cumpre uma importante função: define o perfil dos interlocutores preferenciais da revista.

Sua tarefa é encontrar um outro texto em que o uso das gírias cumpra uma função semelhante.

Depois de escolher o texto, você deverá identificar a ocorrência das gírias, explicar o que significam e que perfil de interlocutor elas definem para o texto em que aparecem.