

## CONFIGURAÇÃO CONTEXTUAL E ESTRUTURA POTENCIAL DE GÊNEROS EM ANÚNCIOS PESSOAIS

### CONTEXT OF SITUATION AND GENRE POTENTIAL IN PERSONAL ADS

Cristiane Fuzer  
Doutora em Letras  
Universidade Federal de Santa Maria  
(crisfuzer@yahoo.com)

Maricélia de A. Vieira  
Especialista em Letras  
Centro Universitário Franciscano  
(marry.gui@hotmail.com)

**RESUMO:** Este trabalho considera, inicialmente, a importância do estudo dos textos na perspectiva de gêneros textuais como forma de ampliar a visão crítica sobre os textos produzidos pela mídia impressa. Inserem-se nos estudos sobre gêneros, tendo em vista a análise dos textos que as pessoas utilizam para interagir na sociedade. Neste trabalho, são analisados Anúncios Pessoais publicados na seção Recados do jornal Zero Hora. No nível contextual, o objetivo é identificar nos doze textos que constituem o *corpus* características do gênero, para que se possa descrever a Configuração Contextual (CC) – campo, relação e modo - e a Estrutura Potencial de Gênero (EPG) – movimentos e passos. No nível textual, são analisados alguns elementos da metafunção ideacional (orações que realizam processos). Com essas ferramentas analíticas, é possível realizar a leitura crítica de textos sob a perspectiva de gênero.

**Palavras-chave:** Língua Portuguesa; Análise de Gêneros; Anúncios Pessoais

**ABSTRACT:** Initially, this work considers the importance of studying texts from the perspective of textual genres as a way of improving the critical view of Media Print texts. In the studies on genres, we consider the analysis of texts that people use to interact in society. In this study, we analyze Personal Ads that are published in Zero Hora's messages section. In contextual level, we aim to identify the main features of this textual genre in twelve texts, so that we can describe the context of situation (CS) - field, tenor, and mode - and the Genre Potential (GP) - moves and steps. In textual level, some of the ideational metafunction elements are analyzed (clauses that accomplish processes). With these analytical tools, it is possible to achieve a critical reading of texts from the genre perspective.

**Keywords:** Portuguese language; Analysis of genres; Personal ads

### Introdução

Trabalhos sobre textos pertencentes a diferentes gêneros textuais utilizados pela mídia impressa têm sido realizados, tais como: o de Bonini (2005) sobre os gêneros de jornal; Fontanini (2002) sobre o gênero cartas ao editor; Jorge & Heberle (2002) sobre o gênero “folder Bancário”; Almeida e Pereira (2002) sobre o gênero carta-pergunta em revistas; Meurer (2002) sobre análise crítica de textos pertencentes a diferentes gêneros, dentre outros. Tais trabalhos contribuem para ampliar as reflexões sobre leitura e produção de textos.

Após pesquisa prévia em revistas acadêmicas, livros teóricos e trabalhos acadêmicos da área de Letras, percebemos a carência de trabalhos sobre Anúncios Pessoais em língua portuguesa na perspectiva de gênero. A fim de iniciar um estudo sobre esse gênero, propõe-se, neste trabalho, analisar Anúncios Pessoais publicados na seção Recados dos classificados do jornal Zero Hora, no período de maio a setembro de 2005.

A partir das noções sobre ideologia, segundo Thompson (1995), discurso, em Fairclough (2001), e gêneros textuais, segundo Bazerman (2005) e Marcuschi (2005), são descritas a Configuração Contextual (CC) e a Estrutura Potencial de Gênero (EPG), de acordo com pressupostos teóricos de Hasan (1995) sob a ótica de Motta-Roth & Heberle (2005).

Especificamente, os objetivos deste trabalho consistem em descrever a Configuração Contextual (CC) – campo, relação e modo – do gênero Anúncio Pessoal e descrever a Estrutura Potencial de Gênero (EPG) do Anúncio Pessoal com base na identificação de aspectos recorrentes e variáveis nos textos selecionados. Desse modo, são analisados Anúncios Pessoais sob a perspectiva de gênero textual, tendo em vista sua função social e estrutura específica que pode ser reconhecida pelos leitores.

Inicialmente, são apresentados conceitos de linguagem, discurso, gênero textual e texto. A seguir, descrevem-se a Configuração Contextual (CC) e a Estrutura Potencial de Gênero (EPG) do Anúncio Pessoal. Por fim, são analisados alguns elementos linguísticos que constroem a identidade dos participantes e o(s) discurso(s) que perpassa(m) os anúncios.

### **Conceitos básicos: linguagem, discurso, gênero textual e texto**

Quando se define a linguagem como uma das formas de interação, está-se afirmando a variação de funções que ela pode exercer na sociedade. Fontanini (2002, p. 226) cita Halliday (1975), que “considera a sociedade, a linguagem e a mente como indissolavelmente interligadas”. A linguagem é um sistema semiótico, construído no uso socialmente compartilhado entre usuários. Portanto, os pensamentos são moldados pela sociedade em que se vive, e a linguagem serve como forma de expressão do indivíduo, que está relacionado a crenças e aos contextos sociais. Nesse caso, o jornal é um dos veículos de comunicação impresso

que transmite a linguagem como prática social, em que o discurso é considerado como um modo de representação.

Para Fairclough (2001, p. 91), discurso é definido como “um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros”. Para esse autor, existem três aspectos constitutivos do discurso: a construção do que variavelmente é referido como identidade social e posições do sujeito; a contribuição para a construção das relações sociais entre as pessoas, e a contribuição para a construção de sistema de conhecimento e crença.

Com relação à identidade, Melucci (2004) argumenta que ela se dá a propósito de um indivíduo ou um grupo. Algumas características são feitas para os dois casos: a continuidade do sujeito, independentemente das variações no tempo e ambiente, e da delimitação desse sujeito com relação aos outros e à capacidade de reconhecimento mútuo. O autor argumenta que “é difícil falar em identidade sem fazer referências às raízes sociais e relacionais” (p. 45). Ele ainda destaca:

A identidade define, portanto, nossa capacidade de falar e de agir, diferenciando-nos dos outros e permanecendo nós mesmos. Contudo, a auto-identificação deve gozar de um reconhecimento intersubjetivo para poder alicerçar nossa identidade. A construção da identidade depende do retorno de informações vindas dos outros. Logo, ‘Eu sou para Ti o Tu que Tu és para Mim’ (Idem).

Dessa maneira, a questão de identidade está relacionada ao pensamento do “outro”, do modo como a outra pessoa recebe as informações daquele que fala/escreve. Logo, a identidade está em constante reformulação e evolução sob o ponto de vista da sociedade vigente.

Segundo Fairclough (2001, p. 117), “a ideologia envolve significações da realidade que são construídas por práticas discursivas e que contribuem para a produção e reprodução de relações de dominação”. O autor considera prática discursiva como

Constitutiva, tanto de maneira convencional como criativa: contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la. Por exemplo, as identidades de professores e alunos e as relações entre elas, que estão no centro de um sistema de educação, dependem da consistência e da durabilidade de padrões de fala no interior e no exterior dessas relações para sua reprodução (p. 92).

Assim, pode-se considerar como um dos mais importantes efeitos da ideologia a constituição do sujeito através das variadas práticas discursivas estruturadas no texto em relação aos vários gêneros.

Um dos mais importantes críticos da linguística saussureana foi o filósofo e teórico russo, Mikhail Bakhtin, que desviou a atenção do sistema abstrato da língua para as manifestações concretas de indivíduos em determinados contextos sociais. Bakhtin (2003) revela que o diálogo é forma mais simples e mais clássica e que a alternância dos sujeitos falantes determina a fronteira dos enunciados apresentados no diálogo. Para o autor, a totalidade do enunciado se dá por meio de três fatores: o tratamento exaustivo do objeto do sentido; o intuito, o querer-dizer do locutor, e as formas típicas de estruturação do gênero do acabamento.

O autor considera gênero assim:

Para falar utilizamos sempre dos gêneros do discurso, em outras palavras todos os nossos enunciados dispõem de uma forma padrão e relativamente estável de estruturação de um todo. Possuímos um rico repertório dos gêneros do discurso orais (e escritos). (...) O querer-dizer do locutor se realiza acima de tudo na escolha de um gênero do discurso. Essa escolha é determinada em função de especificidade de uma esfera da comunicação verbal, das necessidades de uma temática (do objeto do sentido), do conjunto constituído dos parceiros, etc. Depois disso, o intuito discursivo do locutor, sem que este renuncie à sua individualidade e à subjetividade, adapta-se e ajusta-se ao gênero escolhido, compõe-se e desenvolve-se na forma do gênero determinado (p. 301).

Conforme a citação acima, o locutor torna adaptável ao gênero o seu discurso. Nesse caso, o autor (2003, p. 302) define que “aprender a falar é aprender estruturar enunciados” e compara aos gêneros do discurso a nossa fala. Ele afirma, ainda, que é da mesma maneira que se organizam as formas gramaticais (sintáticas), ou seja, aprender a moldar nossa fala às formas do gênero.

Para Bakhtin (2003, p. 304), os gêneros do discurso são fundamentais para nossa comunicação verbal, pois, “se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível”.

Para Marcuschi (2005), a noção de gênero ampliou-se para toda a produção textual, podendo ser chamado de “gênero textual ou gênero do discurso”.

Para esse autor, qualquer espécie de texto pode ser analisada e discutida sob a ótica de gêneros, na medida em que:

A noção de gênero vem envolta num conjunto relativamente extenso de parâmetros para observação, tendo em vista a complexidade do fenômeno que envolve aspectos linguísticos, discursivos, sócio-interacionais, históricos, pragmáticos, entre outros. Eles são fenômenos relativamente plásticos com identidade social e organizacional bastante grande e são partes constitutivas da sociedade (MARCUSCHI, 2005, p. 22).

Dessa citação é fundamental perceber que a noção de gênero está relacionada com muitos aspectos sociais e humanos que estão constituídos na sociedade. Assim, a produção de textos requer criatividade e autenticidade na utilização da linguagem num determinado contexto social.

Bazerman (2005, p. 31) caracteriza o gênero como fenômenos de “reconhecimento psicossocial”, que são parte de processos de atividades socialmente organizadas; os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual. Para esse autor, eles são partes do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais.

De acordo com Bazerman (2005, p. 38), os gêneros têm características de fácil reconhecimento pelas pessoas pertencentes ao grupo social no qual são utilizados. Essas características estão intimamente relacionadas com a espécie de texto que são. Com relação aos textos publicados em jornal, o autor comenta:

As Manchetes de jornal em letras grande e negrito que mencionam os acontecimentos mais relevantes são elaboradas para atrair sua atenção, mostrando as notícias mais interessantes sobre as quais você vai querer ler mais a respeito. A data e o lugar onde se passam os acontecimentos permitem que você saiba de que lugar do mundo essa notícia vem (...) O papel barato é escolhido porque o conteúdo do jornal envelhece rapidamente e os jornais são jogados fora, dentro de poucos dias. Somos tentados a ver os gêneros apenas como uma coleção desses elementos característicos porque os gêneros são reconhecidos por suas características distintas que parecem nos dizer muito sobre sua função (BAZERMAN, 2005, p. 38).

Para isso, o jornal, quando divulgar as notícias para o público leitor deve ter seriedade e compromisso na publicação, pois o leitor identifica a importância do assunto através das manchetes em destaque e do texto. Bazerman (2005, p. 84 e 85) afirma que:

Ao reconhecer uma espécie de texto, reconhecemos muitas coisas sobre a situação social e institucional, as atividades propostas, os papéis disponíveis ao escritor e ao leitor, os motivos, as ideias, a ideologia e o conteúdo esperado e o lugar onde isso tudo pode caber em nossa vida. Mas como começamos imaginar esses gêneros que parecem estar tão distantes do caráter imediato da fala face a face? O texto, então, evoca todos os aspectos sociais que cercam a performance oral (...). O texto escrito pode também servir para o restabelecimento da performance original. À medida que novos textos são criados somente para leitura privada, eles modificam os arranjos sociais da transmissão (...).

Dessa forma, os textos podem ser considerados como gêneros escritos que surgiram através de transcrições e serviram de memorial para as pessoas, como também, em muitos aspectos históricos e sociais. Podem-se reconhecer um gênero através das características de funcionamento e organização, associadas às variáveis do contexto de produção e recepção.

Com relação ao contexto de produção, a questão da construção da identidade do autor requer análise crítica para identificar aspectos fundamentais no texto. É a partir da construção do texto, no caso Anúncio Pessoal, que o sujeito se apresenta ou se omite por meio de suas marcas pessoais e acaba construindo, conforme o contexto social, uma identidade.

Motta-Roth & Heberle (2005, p. 13), com base em Halliday (1989), definem texto “como a instância de uso da linguagem viva que está desempenhando um papel em um contexto da situação”. Já o contexto, para as autoras, baseadas em Bazerman (1988), é visto como o conjunto de todos os fatores que dão forma a um momento, no qual uma pessoa se sente compelida a se manifestar simbolicamente. Nesse sentido, o texto deve ser visto e analisado a partir do contexto e nunca de forma isolada.

Segundo estudos de Kader (2002, p. 229), Halliday (1994) define texto da seguinte forma: “como realização de escolhas léxico-gramaticais, com o tipo de interação e com o ambiente social dentro de um sistema de potenciais de significados”. Dessa forma, acontece a comprovação de que o texto é construído a partir do contexto particular do indivíduo.

Para Fairclough (2001), o texto possui formas particulares no ato da sua produção em contextos sociais específicos e consumidos, diferentemente, em contextos sociais diversos. Para o autor, os textos “são em geral altamente

ambivalentes e abertos a múltiplas interpretações” (p. 103) e podem ser organizados e analisados, também, pelo vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual.

### **Configuração contextual (CC)**

As questões relacionadas ao texto e ao contexto estão aqui embasadas nos estudos de Motta-Roth & Heberle (2005) a partir da proposta de Hasan (1995), que fornece subsídios para se analisar a Configuração Contextual (CC) de um gênero textual. A integração de texto e contexto resulta na possibilidade de reconhecer novos elementos (os obrigatórios e os opcionais).

Motta-Roth & Heberle (2005), tomando por base Hasan (1995), argumentam que o contexto da situação compreende tudo aquilo que é relevante para a interação, através das variáveis campo, relação e modo.

A variável campo compreende aos participantes da prática social, realizada pelo uso da linguagem – o tipo de ato que está sendo executado. No campo, o texto pode ter o objetivo de elogiar, culpar, informar, vender, cobrar, etc.

A variável relação compreende a conexão entre os participantes da prática social. Pode existir um grau de controle de um participante sobre o outro. A relação entre eles é hierárquica ou não-hierárquica. A distância social existente pode ser mínima ou máxima, dependendo da interação no contexto: participantes que interagem frequentemente, participantes que se conhecem fora daquele contexto específico, etc.

A variável modo do discurso envolve o meio ou papel desempenhado pela linguagem. O papel pode ser constitutivo ou auxiliar. O compartilhamento do processo entre os participantes pode ser dialógico ou monológico. O canal da mensagem pode ser gráfico ou fônico, e o meio pode ser escrito ou falado.

Neste sentido, o contexto da situação (campo, relação e modo) resume o sistema de relação entre texto e contexto em um modelo de conceito que une a Configuração Contextual (CC) à Estrutura Potencial de Gênero (EPG), a qual se apresenta na seção seguinte.

### **Estrutura potencial do gênero (EPG)**

De acordo com Motta-Roth & Heberle (2005, p. 17), a partir da Configuração Contextual pode-se reconhecer a EPG dos textos, porque “a EPG se

constitui na expressão verbal de uma CC e, como tal, depende de determinado conjunto de valores associados ao campo, relação e o modo”. Dessa forma, as variáveis preservam a “reciprocidade” com os elementos do texto opcionais e obrigatórios do “gênero formulado com uma EPG”.

Segundo as mesmas autoras, o principal objetivo da EPG é

Dar conta do leque de opções de estruturas esquemáticas específicas potencialmente disponíveis aos textos de um mesmo gênero, de tal forma que as propriedades cruciais de um gênero possam ser abstraídas e qualquer exemplar desse gênero possa ser representado (MOTTA-ROTH & HEBERLE, 2005, p. 19).

Dessa maneira, a grande variedade de estruturas pode ser descrita pelo mesmo método de análise, favorecendo a simplicidade e representatividade de um gênero. Assim, qualquer texto pode ser analisado, favorecendo a potencialidade de elementos de um gênero em determinado contexto.

Motta-Roth & Heberle (2005) constatam, ainda, que “os traços específicos de um contexto” possibilita-nos afirmar a “sequência e a recorrência de certos elementos textuais”, que são denominados “obrigatórios e opcionais da EPG” (p. 18). Como não há um “plano rígido com relação à estrutura genérica”, a EPG pode sofrer variações de acordo com as considerações que se apresentam a seguir.

A primeira diz respeito a que elementos devem ocorrer em cada exemplar de um determinado gênero, ou seja, quais elementos são obrigatórios no gênero. Os elementos obrigatórios tendem a aparecer em uma ordem específica e sua ocorrência pode ser prevista por elementos contextuais. São componentes essenciais de qualquer texto completo de determinada CC e, portanto, são definidores do gênero.

A segunda consideração diz respeito a que elementos podem ocorrer, embora não precisem estar presentes em cada exemplar de um determinado gênero, isto é, que elementos são opcionais no gênero. Os elementos opcionais, segundo Motta-Roth & Heberle (2005) pertencem àquela porção variável geralmente associada a dado gênero, mas que não precisa necessariamente estar presente em qualquer texto que tipicamente acompanha aquela atividade social específica.

A terceira consideração refere-se a que elementos podem ocorrer mais de uma vez ao longo do texto. Esses são os elementos iterativos, os quais, segundo



Motta-Roth & Heberle (2005), englobam aqueles elementos recursivos que aparecem mais de uma vez num evento comunicativo, sem seguir uma ordem rígida.

Por fim, é importante considerar que elementos têm uma ordem fixa de ocorrência se comparados a outros elementos e que elementos têm uma ordem variável de ocorrência se comparados a outros elementos que constituem os exemplares de um gênero.

Assim, de acordo com Motta Roth & Heberle (2005), a CC “é a situação na qual o gênero se constitui”, e a EPG “é a linguagem que medeia a atividade social nessa situação”, ou seja, a CC contém pistas para a compreensão do significado em função da EPG, e vice-versa, de tal forma que passos específicos do contexto correspondem a elementos do texto de um gênero e a ordem nas quais aparecem.

### **Seleção do *corpus***

Foram selecionados doze textos exemplares do gênero Anúncio Pessoal, publicados na seção Recados (Anexo I). A seleção foi feita de forma aleatória entre os textos publicados no período de maio a setembro de 2005, na seção Classificados do jornal Zero Hora.

### **Ferramentas de análise**

A análise dos Anúncios Pessoais será feita com base nos procedimentos investigativos sobre elementos do texto e do contexto e na organização do conteúdo e organização do texto, propostos por Motta-Roth (2005), visando à descrição da CC e da EPG do Anúncio Pessoal. Por último, analisa-se o(s) discurso(s) que perpassa(m) os anúncios a partir da análise de elementos léxico-gramaticais.

Para a análise dos Anúncios Pessoais na perspectiva de gênero, consideram-se os seguintes pontos de vista para o melhor entendimento da construção do discurso:

- 1) Anúncios em que o autor atribui a si características para atrair pretendente;
- 2) Anúncios em que o autor atribui ao pretendente características para ser escolhido;

3) Anúncios em que o autor atribui características tanto para si quanto para o pretendente.

### **Etapas da análise**

Segundo Heberle & Motta-Roth (2005), algumas questões podem ser investigadas para explorar texto e contexto, a saber:

- 1) Situar o gênero em um contexto da situação e no contexto de instituição/de cultura para perceber sua função;
- 2) Revisar a literatura em busca de pesquisa prévia sobre o assunto.
- 3) Selecionar o *corpus* representativo dos textos e do contexto sobre o assunto.
- 4) Investigar os estágios do texto, os movimentos retóricos e “o que nos diz o texto”.
- 5) Analisar elementos linguísticos que constroem a identidade dos sujeitos envolvidos e constituem o(s) discurso(s) que perpassa(m) os textos.

Com relação à quarta etapa, é preciso responder às questões que a autora considera relevantes para encaminhar a descrição da Estrutura Potencial de Gênero (EPG). No Quadro 1, são apresentadas as questões e as respectivas observações realizadas sobre o *corpus*:

**Quadro 1: Questões relevantes para encaminhar a descrição da EPG e observações nos Anúncios Pessoais selecionados.**

<b>Questões para investigação</b>	<b>Respostas referentes ao gênero em estudo</b>
1) O que se realiza por meio do texto? Que valores / ideias são propostos? Quem escreve / para quem?	Por meio do texto se realiza a criação de um anúncio que transmite um recado, através do qual são descritas as características do anunciante que procura uma pretendente.
2) Que papéis são desempenhados pelos participantes dessa interação?	Os papéis desempenhados pelos participantes são de anunciante e pretendente.
3) Qual (ais) o(s) objetivo(s) dos participantes dessa interação?	O objetivo dos participantes dessa interação é de relacionar-se entre si para possibilidades de relacionamento.
4) Que resultados ou efeitos são pretendidos / causados?	Os resultados ou efeitos pretendidos com os anúncios são buscar

	relacionamento entre pessoas leitoras de textos desse gênero.
5) Como se aprende a participar desse gênero? Quanto tempo / esforço se gasta para se tornar um participante desse gênero?	Para participar desse gênero é necessário ligar, por exemplo, para o ZH Classificados (fonte 32139139) ou acessar o site <a href="http://www.zhclassificados.com.br">www.zhclassificados.com.br</a> e anunciar. O tempo para publicar um anúncio na seção “Recado” depende do meio que o leitor escolher (por telefone ou pelo site), mas de qualquer forma é rápido para anunciar. O tempo gasto para se tornar um participante é mínimo, pois basta ter o objetivo para criar o anúncio e relatar à telefonista do jornal ou escrever no site.
6) Que modalidade retórica é mais característica do gênero: narração, avaliação ou descrição?	Nesse gênero, a modalidade mais característica é a descrição, pois o(a) anunciante se descreve e descreve sua(seu) pretendente para que ocorra a troca de correspondências.

Com base no que se levantou no Quadro 1, considera-se encaminhada a análise do gênero Anúncio Pessoal. A partir disso, passa-se aos resultados da análise que propiciam a descrição da CC e EPG.

### **Análise da configuração contextual (CC) de anúncios pessoais**

Com o surgimento da comunicação de massa, no século XX, a sociedade tem sido transformada por meio do jornal. Desde então, todas as notícias e acontecimentos que afetavam a sociedade passaram a ter maior repercussão, sendo destacadas em formas de notícias pelos jornais. Segundo Thompson (1995), considerando-se que o jornal não foi o único meio a causar impacto na sociedade da época, surgiram outras formas de comunicação, como o rádio e a televisão, que, através da linguagem, tornaram as pessoas mais críticas e atualizadas com relação aos acontecimentos relatados. Visualmente, os jornais apresentavam com grande destaque, em negrito, as manchetes importantes para o público.

Com relação à variável Campo, os Anúncios Pessoais são publicados nos classificados do jornal Zero Hora. O objetivo é a busca de relacionamentos através de troca de correspondência com leitores desse jornal.

Os participantes do anúncio são o anunciante (autor) e o pretendente (leitor). A distância social entre autor e leitor é máxima, porque, inicialmente, um não conhece o outro. A pessoa que cria o anúncio idealiza o pretendente. O grau de

controle pode ser determinado (é hierárquico quando o autor determina o tipo de pessoa com que deseja se corresponder).

O modo é exercido pela linguagem de forma constitutiva, o canal da mensagem é gráfico, e o meio é escrito. No Quadro 2, estão resumidas essas variáveis.

**Quadro 2: Configuração Contextual do Gênero Anúncio Pessoal.**

<b>CAMPO</b>	<b>RELAÇÃO</b>	<b>MODO</b>
<p><u>Atividade social:</u> procurar um parceiro para correspondência e futuro relacionamento.</p> <p><u>Objetivo:</u> corresponder-se com pessoas que atendam a um determinado perfil.</p> <p>Para anunciar em jornal, é preciso pagar por linha de texto. Certas revistas publicam anúncios gratuitamente. Na internet, há <i>sites</i> de relacionamentos que mantêm cadastros de pessoas que desejam se relacionar.</p>	<p><u>Participantes:</u> anunciante e pretendente.</p> <p><u>Distância social:</u> máxima – a pessoa que cria o anúncio não conhece o pretendente, mas o idealiza por meio da exigência de certas características (faixa etária, estado civil, religião, situação financeira, traços físicos e psicológicos, etc.).</p>	<p><u>Papel</u> da <u>Linguagem:</u> constitutiva</p> <p><u>Canal:</u> gráfico</p> <p><u>Meio:</u> escrito</p>

### **Análise da estrutura potencial de gênero (EPG) de anúncios pessoais**

Conforme mencionado anteriormente, por meio da linguagem procura-se proximidade e envolvimento com as pessoas, o que torna possível encontrar um pretendente a um relacionamento a partir da publicação de um Anúncio Pessoal em um jornal. A linguagem, geralmente informal, funciona como um artifício persuasivo. Com uma linguagem simples, o anunciante busca construir uma imagem para o leitor através de descrições pessoais e pode fazer exigências quanto à troca de correspondência (como, por exemplo, fotos, ter caixa postal pessoal, etc.). Assim, da

análise dos Anúncios Pessoais selecionados depreende-se que os elementos obrigatórios que tendem aparecer são:

- Descrição do anunciante (idade e sexo);
- Descrição de características esperadas do pretendente (idade, sexo e características pessoais);
- Fornecimento de dados, telefones e caixa postal, para trocas de correspondências.

Os elementos opcionais dos anúncios se referem a pedido de envio de fotos, troca de e-mail e informação de telefone para contato na primeira troca de correspondência, entre outros, dependendo das exigências estipuladas pelo autor.

A descrição esquemática do gênero compreende três movimentos retóricos realizados em quatro estratégias (passos). No Quadro 3, são descritos os movimentos e os passos da Estrutura Potencial de Gênero (EPG) de Anúncio Pessoal, com exemplos extraídos do *corpus*.

**Quadro 3: EPG de Anúncio Pessoal.**

<b>Movimentos e Passos</b>	<b>Exemplo 1</b>	<b>Exemplo 2</b>	<b>Exemplo 3</b>
<p>Movimento 1: apresentação de dados pessoais do autor.</p> <p><b>Passo 1: informar idade, idade civil, sexo, situação econômica e social.</b></p>	<p><b>Homem 46 anos,</b></p>	<p><b>Homem 50 anos, aposentado,</b></p>	<p><b>Homem separado totalmente livre 33 anos. Bom nível e boa aparência,</b></p>
<p>Movimento 2: idealização do pretendente para o leitor.</p> <p>Passo 1: define o perfil do leitor com quem pretende se relacionar</p> <p>e/ou</p> <p><u>Passo 2: exige meios p/ troca de correspondência.</u></p> <p>e/ou</p> <p><b>Passo 3: define o tipo de relacionamento</b></p>	<p>gostaria de se corresponder c/ mulheres até 45 anos <b>p/ futuro compromisso</b> que seja sincera e honesta, <b>que queira ser feliz.</b></p>	<p>deseja conhecer mulher mesma faixa etária e aposentada, <b>p/ juntos curtirem as coisas boas da vida.</b> <u>Cartas</u></p>	<p>procura você mulher de 20 a 30 anos boa aparência, também, totalmente livre, não importa ter filhos ou não <b>para o relacionamento sério.</b> <b>Para você</b></p>

<b>desejado com o leitor.</b>  e/ou <i>Passo 4: preferência acerca da localidade em que a possível pretendente reside.</i>		c/ fone para contato	<b>mulher que quer viver intensamente o presente e construir uma família no futuro.</b> <i>Preferência do interior e região central do estado.</i>
Movimento 3: fornece dados para possibilitar a troca de correspondências.	Caixa postal 36 Cep: 90001-970 POA-RS	Cx. P 5008 cep. 90041-970. POA	Agência (AMC) fone: 3348-0505

Essa descrição esquemática reflete uma prática social, isto é, o gênero realiza um discurso que resulta na ação de relacionamentos entre os participantes que possuem o mesmo objetivo: relacionar-se com outras pessoas, para fins de amizade, namoro e/ou casamento.

Nos textos, a delimitação entre os movimentos é simples e limitada pela apresentação do autor (movimento 1), idealização do pretendente (movimento 2) e dados para correspondências (movimento 3).

No movimento 1, é recorrente apenas um passo, em que geralmente se informa a idade, o estado civil, o sexo, a situação econômica e social, não necessariamente com todos esses elementos. A ordem de apresentação desses dados depende das preferências do anunciante quanto ao que deseja ver salientado em relação à sua pessoa. Esse movimento se constitui, portanto, de alguns elementos obrigatórios e outros opcionais.

O movimento 2 pode se desdobrar em quatro passos que se constituem de elementos. O passo 1 define o perfil da pessoa com quem o anunciante pretende se relacionar; o passo 2 exige meios para a troca de correspondência; o passo 3 define o tipo de relacionamento desejado com o leitor e, por fim, o passo 4 informa a preferência acerca da localidade em que a possível pretendente reside.

O movimento 3 fornece dados para as trocas de correspondências. Esse passo é obrigatório. Mas podem variar os tipos de dados para o estabelecimento de contato (telefone e/ou e-mail e/ou caixa postal).

## **Análise crítica do discurso em anúncios pessoais**

Ao analisarem-se os componentes das orações e as adjetivações (avaliações), verificou-se a representação social que cada sujeito constrói para conquistar a atenção do leitor/possível pretendente. Os anúncios, na sua maioria, têm como Anunciante homens com idade entre 33 a 60 anos. Os homens, por serem maioria, constroem seus discursos com boas intenções, a partir dos termos como: “relacionamento sério”, “futuro compromisso”, “que queira ser feliz”, “juntos curtirem as coisas boas da vida” e “construir uma família”, que chamam a atenção de mulheres, pelo fato de que, ideologicamente, esses termos buscam reproduzir uma sociedade conservadora. Aqui, considera-se o anúncio 3 como exemplo:

MÉDICO divorciado, 53 anos, procura mulher para relacionamento sério, entre 30 a 45 anos, para futuro compromisso. Cartas para Caixa Postal EBCT 3054 – Cep 90231-970. (15/05/05)

O anunciante se identifica a partir da sua profissão. Ideologicamente, ser “médico” pressupõe ter um posicionamento social privilegiado. O anunciante usa isso como um recurso para conquistar a possível pretendente, que o verá como uma pessoa com estabilidade socioeconômica, tendo em vista o status que a profissão lhe confere. Outro fator importante é o estado civil de “divorciado”. No imaginário feminino, constrói-se o perfil de homem experiente em relacionamento, reforçado pela informação sobre a idade (“53 anos”). Esses aspectos podem ser considerados atrativos para uma parcela das mulheres que estão à procura de um companheiro.

A utilização do termo “mulher” evidencia a procura de uma nova esposa que tenha a idade entre 30 e 45 anos. O que isso pode significar? A pretendente não deve ter menos de 30 para que, provavelmente, o anunciante não venha a sofrer certos preconceitos por parte da sociedade conservadora, que ainda apresenta certa resistência a relacionamentos entre moças e senhores de meia-idade. Mas também não pode ter mais de 45 para não se desviar dos padrões sociais em que o homem deve ser mais velho que as mulheres. Dessa forma, o sujeito deixa transparecer em seu texto marcas de um discurso socialmente conservador em relação à idade para relacionamentos.

## Considerações finais

Neste trabalho, evidenciou-se a importância de reconhecer o gênero a que pertence um texto, bem como estratégias para se verificarem as características fundamentais de um gênero textual.

Conhecendo-se a Configuração Contextual e a Estrutura Potencial do Gênero, é possível verificar as crenças, os valores sociais e os costumes que estão imbricados nos discursos, demonstrando a realidade social em que os sujeitos estão inseridos de algum modo. Ficou caracterizado, também, que o Anúncio Pessoal é um gênero textual específico conforme a descrição da CC e da EPG.

Constatou-se que os discursos que perpassam os Anúncios Pessoais analisados podem reproduzir os valores de uma sociedade conservadora, ou desviarem-se dos padrões dessa mesma sociedade. No primeiro caso, há manifestações implícitas de machismo e autoritarismo, pois os anunciantes, na sua maioria homens, criam atributos positivos para si e exigem os mesmos atributos para a possível pretendente, evitando romper padrões sociais estabelecidos. No segundo caso, o rompimento com os padrões da sociedade conservadora constrói uma nova representação dos relacionamentos interpessoais: não mais apenas homem e mulher descomprometidos, mas também pessoas do mesmo sexo descomprometidas, ou mesmo pessoas de sexo oposto comprometidas.

A dimensão crítica pretendida na análise dos textos pode servir como ponto de partida para o ensino da leitura crítica no contexto escolar, visando a formar leitores capazes de identificar conscientemente a realidade social representadas nos textos.

## Referências

ALMEIDA M. & PEREIRA J. Sabe tudo sobre tudo: análise da seção de cartas-pergunta em revistas femininas para adolescentes. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. **Gêneros textuais**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997, 2003.

BAZERMAM, C. **Gêneros Textuais, Tipificação e Interação**. São Paulo: Cortez, 2005.



BONINI, A. Os gêneros do Jornal: Questões de Pesquisa e Ensino. In: KARWOSKI, A. M. , GAYDECZKA, B. E BRITO K.S. **Gêneros Textuais: reflexões e ensino**. Paraná: Kaygangue, 2005.

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

\_\_\_\_\_. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: UnB, 2001.

FONTANINI, I. **Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica**. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. **Gêneros textuais**. São Paulo: Edusc, 2002. p. 225-237.

KADER, C. C. **A transitividade em Cartas do leitor a um Site de Auto-Ajuda**. **Revista Vidya**. Santa Maria, UNIFRA, 2002. p. 225-237.

MEURER, J. L; MOTTA-ROTH, D. (Org.). **Gêneros textuais**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

MOTTA-ROTH, D; HEBERLE, V. O conceito de estrutura Potencial do Gênero de Ruqayia Hasan. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Org.). **Gêneros: teorias, métodos e debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

MOTTA-ROTH, D. Questões de metodologia em análise de gêneros. In: KARWOSKI, L. A. **Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação**, 2004.