



JEL UERJ
Jornadas de Estudos da Linguagem
02 a 04 de DEZEMBRO de 2010



A categorização do gênero textual “anúncio”: uma análise histórica

Anderson Godinho Silva, UFRJ / CAPES

Apresenta-se, neste trabalho, uma descrição do gênero textual “anúncio”, levando-se em conta a sua composição. Tal descrição justifica-se pelo fato de haver, dentro de um rótulo denominado “anúncio”, vários outros gêneros, capazes de ser identificados a partir de características peculiares a cada um deles.

Há algumas evidências que permitem a subdivisão do anúncio em outros gêneros. Uma delas é a possibilidade de se encontrarem tradições discursivas distintas em cada subcategoria de anúncio. A noção de tradição discursiva utilizada neste trabalho vai ao encontro da proposta de Kabatek (2006).

Para o presente trabalho, foram contabilizados os anúncios pertencentes aos séculos XIX e XX do português brasileiro, encontrados no *corpus* VARPORT, disponível no site www.letras.ufrj.br/varport, com os seguintes objetivos: i) subcategorizar o rótulo “anúncio”; ii) determinar qual subcategoria é mais frequente em cada século; e, iii) observar possíveis tradições discursivas em cada subcategoria de anúncio.

Adota-se uma visão funcionalista já que se fará um estudo em que se considera a língua em seu uso real, com dados retirados de textos produzidos com uma função específica.

A metodologia utilizada neste trabalho é a da análise histórica do discurso, pois se fará um estudo de um gênero textual no que tange às suas propriedades linguísticas bem como suas condições comunicativas.

Analizando os anúncios dos séculos XIX e XX referentes ao português brasileiro, encontraram-se 6 (seis) subcategorias de anúncios: 1) venda, aluguel (de casas, prédios, objetos, escravos); 2) classificados (prestação de serviço, oferta de emprego); 3) comunicado (de um evento, de casas lotéricas, de saída de barco); 4) “achados e perdidos” (perda de objeto, fuga de escravo, desaparecimento de pessoas); 5) propaganda (de um produto específico, de uma loja) e 6) “Passo o ponto” (transferência de estabelecimento).

Fazendo uma relação com as ideias de Koch (1997), poder-se-ia dizer que uma tradição discursiva inova por diferenciação, isto é, um anúncio se diferencia em venda, classificados, comunicado, “achados e perdidos”, propaganda e “passo o ponto”.

Neste trabalho, leva-se em conta que tradição discursiva é uma repetição de forma com uma determinada função dentro de um gênero ou subgênero de modo a torná-lo legítimo.

A análise dos dados permite algumas considerações acerca do gênero textual “anúncio”. Verificou-se que houve um certo equilíbrio entre os gêneros “venda”, “comunicado” e “propaganda” no século XIX, enquanto que o gênero “propaganda” foi o mais frequente no século XX. Além disso, no que se refere a este gênero, destaca-se

que, no século XX, há maiores subjetividade e preocupação em convencer o consumidor.

Ao observar possíveis tradições discursivas, vale ressaltar que, no gênero “venda”, a forma “quem quiser comprar” ocorria no século XIX, mas se tornou disfuncional no século XX, e a forma “vende-se” já ocorria no século XIX e continua sendo usada no século XX; no gênero “classificados”, não havia uma tradição discursiva específica no século XIX, mas, no século XX, foi encontrada a forma “precisa-se”; no gênero “comunicado”, as formas “Notícias Marítimas para ...”, “quem quiser carregar ou hir de passagem” e “dirija-se a ...” foram encontradas, mas se tornaram disfuncionais no século XX; no gênero “achados e perdidos”, não foi encontrada nenhuma tradição discursiva no século XIX, mas a forma “procura-se” apareceu no século XX; o gênero “propaganda” apresenta diversas maneiras de convencer o consumidor e, por esse motivo, não apresenta tradições discursivas nem no século XIX nem no século XX e, no gênero “passo o ponto”, tanto no século XIX como no século XX, foram encontradas as formas “transpassa-se” e “fazendo (um) bom negócio”.

Acredita-se que este estudo contribui para esclarecer que um gênero textual não pode ser analisado como se fosse homogêneo. Muitas vezes, sob um determinado rótulo, como o do anúncio, são agrupados diferentes gêneros textuais.

Palavras-chave: Tradição discursiva, gênero textual, anúncio, categorização, Funcionalismo.

Bibliografia

BAZERMAN, Charles (2006). *Gêneros textuais, tipificação e interação*. Charles Bazerman, Ângela Paiva Dionísio, Judith Chambliss Hoffnagel (org.), 2 ed., São Paulo: Cortez.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine (2004). *O cotidiano em anúncios de jornais do século XIX*. VI Seminário PHPB

_____ (2006). Discurso e tradição em anúncios da imprensa brasileira: imagens do cotidiano. In: *Sincronía y diacronía de tradiciones discursivas en Latinoamérica*. Guiomar Ciapusio, Konstanze Jungbluth, Odrote Kaiser, Célia Lopes (eds.). Bibliotheca Ibero-Americana. Iberoamericana – Vervuert.

KABATEK, Johannes (2006). Tradições discursivas e mudança lingüística. In: *Para a história do português brasileiro, vol. VII: novos dados, novas análises, Tomo II*. Tânia Lobo, Ilza Ribeiro, Zenaide Carneiro, Norma Almeida (org.). EDUFBA, Salvador.

KOCH, Peter (1997). Diskurstraditionen: zu ihrem sprachtheoretischen Status und ihrer Dynamik. In: Barbara Frank/Thomas Haye/Doris Tophinke (Hrsg), *Gattungen mittelalterlicher Schriftlichkeit*, Tübingen: Narr 1997 (ScriptOralia, 99), 43-79. Texto traduzido.

OESTERREICHER, Wulf (2006). Mudança lingüística e recursos de expressividade na língua falada. In: *Sincronía y diacronía de tradiciones discursivas em*

Latinoamérica. Guiomar Ciapuscio / Konstanze Jungbluth Dorothee Kaiser / Célia Lopes (eds.). Iberoamericana – Vervuert.

SIMÕES, José da Silva (2004). Variação das orações reduzidas de gerúndio e orações desenvolvidas conjuntivas: sintatização, semantização e discursivização das orações reduzidas de gerúndio no Português Brasileiro.

SOUSA, Maria Margarete Fernandes de (2007). *A inter-relação entre as seqüências textuais e os processos de referência anafórica no gênero anúncio*. Universidade Federal do Ceará.

Autor (Nome Completo): Anderson Godinho Silva (UFRJ / CAPES).

E-mail para correspondência: godinho.anderson@gmail.com

Linha teórica do trabalho: Funcionalismo e análise histórica do discurso.

Tipo de Apresentação: Comunicação.