

**O CARTÃO TELEFÔNICO COMO  
SUPORTE PARA GÊNEROS TEXTUAIS**

*Gabriela do Couto Baroni (UFES)*  
[biabaroni@yahoo.com.br](mailto:biabaroni@yahoo.com.br)

INTRODUÇÃO

No presente artigo verifica-se a utilização de cartões telefônicos como suportes incidentais para gêneros textuais, isto é, como suportes que não foram elaborados com a função de portarem ou fixarem textos escritos, mas que, como potencialmente exploráveis para a situação comunicativa, oferecem essa possibilidade.

Foram utilizados neste trabalho, preferencialmente, os cartões telefônicos da empresa Telemar. Neste artigo, em especial, apresentaremos um dos temas de campanha veiculados por ela.

Como principal base teórica, foram tomados alguns conceitos e abordagens encontrados nos estudos dos Gêneros do Discurso e da Linguística Textual, especialmente aqueles vistos em Marcuschi (2008), a quem nos reportamos para o tratamento dos suportes textuais.

Desse modo, este estudo sobre cartões telefônicos como suportes incidentais para gêneros textuais ficou organizado em três momentos. No primeiro, foi feita uma breve revisão bibliográfica com o objetivo de informar quais foram os conceitos de gêneros e suportes de gêneros textuais adotados. No segundo, foi realizado um breve levantamento sobre as características e comportamento dos cartões telefônicos como portadores de textos. No terceiro, foi feita a apresentação da análise do tema de campanha “Lendas do Folclore”, veiculado pela empresa Telemar.

No entanto, não tivemos a pretensão de submeter os cartões telefônicos a uma categoria rígida de classificação. São ainda poucos os estudos a respeito dos suportes para gêneros textuais e, até o momento, não temos conhecimento de outros autores que façam referência aos cartões aqui estudados. Este estudo, assim, apresenta-se muito mais como um olhar despretensioso sobre o assunto e uma proposta de reflexão do que como uma análise categórica acerca dos cartões telefônicos.

***1. Gêneros textuais***

Conforme observado por Marcuschi (2008), o estudo dos gêneros textuais não é novo, “mas está na moda”. No Ocidente, o interesse pelos gêneros já data de pelo menos vinte e cinco séculos, se consideradas as sistematizações iniciadas com Platão.

Na tradição ocidental, a expressão “gênero” esteve especialmente relacionada ao estudo dos gêneros literários, cuja análise tem início com Platão e se firma com Aristóteles, com quem surge uma teoria mais sistemática acerca dos gêneros e da natureza do discurso. Hoje, no entanto, o estudo dos gêneros não diz respeito somente à literatura, mas desperta o interesse de outras áreas de investigação como, por exemplo, a filosofia, a antropologia, a sociologia, a etnografia, a linguística e a retórica.

Proporcionalmente a essa diversidade de interesses é natural que encontremos também uma diversidade de teorias, terminologias e perspectivas de observação em relação aos gêneros. No entanto, como assevera Marcuschi (2006, p. 25; 2007; 2008), as teorias de gêneros que tendem a privilegiar a forma ou a estrutura estão hoje em crise, tendo em vista que o gênero é necessariamente flexível e variável, tal como a linguagem, seu componente fundamental. A razão é que “assim como a língua varia, também os gêneros variam, adaptam-se, renovam-se e multiplicam-se”. Dessa forma, nos alerta o autor, um aspecto que se deve levar em conta na análise do gênero é justamente “o fato de ele não ser estático nem puro”, e sim plenamente influenciável pelas práticas sociais, por questões cognitivas, pelos interesses e relações de poder, pelas novas tecnologias e pelas atividades discursivas existentes no interior da cultura em que se realiza.

Em nossos estudos, a definição de gênero adotada é aquela apresentada por Marcuschi (2008, p. 155), para quem gênero textual diz respeito ao texto materializado em situações comunicativas recorrentes. Assim, os gêneros textuais são os textos que encontramos em nosso dia-a-dia e que “apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos e-nunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas”.

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

Bronckart (2003, p. 73), por sua vez, atesta que toda e qualquer espécie de texto pode ser denominada em termos de gênero e, por consequência, “todo exemplar de texto observável pode ser considerado como pertencente a um determinado gênero”. Essa opinião é também manifestada por Marcuschi (2008), que declara que a comunicação verbal só é possível por meio de textos que, por sua vez, se configuram em algum gênero. A posição desses autores reforça a importância do gênero no trato comunicativo e justifica o interesse que os gêneros textuais têm despertado entre os estudiosos de diferentes áreas: eles são indispensáveis para a organização comunicativa da sociedade.

Tratando também desse assunto, Koch (2004, 2006) afirma que todos os falantes de uma língua possuem uma competência sociocomunicativa que lhes permite distinguir o que é adequado ou não em cada uma das práticas sociais. Essa competência permite, ainda, que o falante consiga distinguir determinados gêneros uns dos outros. É com facilidade, por exemplo, que o falante diferencia uma carta de uma notícia de jornal, de uma receita culinária ou de uma bula de remédio. Do mesmo modo, Bronckart (2003) afirma que, ao produzir um texto, o agente verbal utiliza-se de um determinado conhecimento a respeito dos gêneros, que se fundamentam como “modelos sociais” ou “exemplos-tipo” adaptados às situações de “comunicação-tipo”. Entretanto, embora o agente verbal lance mão dos modelos sociais dos gêneros, cada situação de comunicação é, de certo modo, particularmente nova e singular e, por essa razão, os textos daí decorrentes caracterizam-se por formas particulares de aplicação desses modelos, originadas da representação individual que o agente tem da situação em que se encontra.

Referindo-se ao modo como coordenamos aquilo que falamos ou escrevemos, Bazerman (2005, p. 29) declara que “se percebemos que certo tipo de enunciado ou texto funciona bem numa situação e pode ser compreendido de certa maneira, quando nos encontramos numa situação similar, a tendência é falar ou escrever alguma coisa também similar”. Dessa forma, a recorrência de uso de formas padronizadas e reconhecíveis em situações e ambientes similares permitiria às pessoas reconhecerem mais facilmente o que estamos dizendo e pretendemos realizar. Bazerman afirma, desse modo, que as

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

formas de comunicação reconhecíveis e autorreforçadoras manifestam-se como gêneros.

Em Bakhtin (2003) encontramos uma percepção relativamente semelhante. Atesta o autor que em cada campo da atividade humana existem e são empregados gêneros que correspondem às condições específicas desse determinado campo. Assim, segundo Bakhtin, para cada função desempenhada – jornalística, publicitária, científica, técnica, oficial, cotidiana, religiosa, institucional, etc. – e suas respectivas condições comunicativas discursivas específicas, são gerados novos e específicos gêneros.

Todas as conceituações aqui colocadas reforçam o caráter social atribuído ao gênero que, longe de ser uma invenção ou produção individual, emerge de uma convenção e padronização comunicativa socialmente instituída.

### ***2. Suportes de gêneros textuais***

A discussão a respeito dos suportes dos gêneros textuais é ainda recente e está em andamento, como bem nos lembra Marcuschi (2008). Em nossos estudos, os suportes serão tratados com base nesse autor, que atesta que todo gênero possui um suporte, porém, a distinção entre um e outro nem sempre é tão simples e exige relativa cautela.

Segundo Marcuschi, (2008), é inegável a noção de que o suporte é imprescindível para a realização e circulação dos gêneros na sociedade e, de certo modo, pode-se afirmar que o suporte exerce alguma influência sobre o gênero suportado. A razão é que o gênero não é indiferente ao suporte e, em certos casos, é o suporte que determina a distinção que o gênero recebe. Para atestar essa afirmação, Marcuschi (2008, p. 174) utiliza como exemplo o seguinte texto:

“Paulo, te amo, me ligue o mais rápido que puder.

Te espero no fone 55 44 33 22. Verônica”.

Escrito em um papel e colocado em cima da mesa do destinatário, o texto acima pode ser tomado como um bilhete; se a mensagem for passada por meio de uma secretária eletrônica, trata-se de

## **Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04**

um recado; remetida pelos correios em formulário próprio, será entendida como um telegrama. Com as novas tecnologias, poderíamos também acrescentar que, remetido via telefonia celular, de um número para o outro, esse texto seria um *torpedo*; passada ao destinatário via empresa especializada e por meio de um telefonema, poderia se tratar de uma *telemensagem*. O fato é que, conquanto o conteúdo não mude, “o gênero é sempre identificado na relação com o suporte”, que é definido pelo autor como “um *locus* físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”. Explicitando essa definição, Marcuschi afirma que o suporte é identificado por três aspectos:

a) *suporte é um lugar (físico ou virtual)*: ele deve ser algo real, ainda que essa realidade seja virtual, como é o caso do suporte representado pela internet. No entanto, essa materialidade do suporte é essencial e imprescindível.

b) *suporte tem formato específico*: embora os suportes não sejam uniformes, cada um deles apresenta uma forma precisa.

c) *suporte serve para fixar e mostrar o texto*: a função principal do suporte é fixar o texto e possibilitar o seu acesso para fins comunicativos.

Ainda que o suporte tenha por função principal apresentar ou fixar um texto escrito, é importante que se tenha claro que nem todos os suportes, ou pelo menos nem todos os *loci* físicos utilizados como suporte, foram elaborados com essa finalidade. Há suportes que foram criados tendo em vista a sua função de portadores de textos, aos quais Marcuschi (2008) denomina *suportes convencionais*. E há os suportes que operam como ocasionais ou eventuais, ou seja, são suportes que podem trazer textos, mas não foram sistematicamente criados para esse fim e nem operam na atividade comunicativa regular. A esses o autor chama de *suportes incidentais*.

Lembrando não se tratar de uma classificação fechada e exaustiva, Marcuschi intitula como convencionais os seguintes suportes: folha de papel, livro, jornal (diário), revista (semanal/mensal), revista científica (boletins e anais), rádio, televisão, telefone, quadro de avisos, *outdoor*, encarte, *folder*, luminosos e faixas.

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

Também para o autor, toda superfície física pode, em determinada circunstância, funcionar como suporte e, no meio urbano, essa situação é de certo modo recorrente. É comum, por exemplo, encontrarmos inscrições em muros, calçadas, fachadas de prédios e paradas de ônibus. Como exemplos de suportes incidentais, Marcuschi enumera os seguintes casos: embalagem, pára-choques e pára-lamas de caminhão, roupas, corpo humano, paredes, muros, paradas de ônibus, estações de metrô, calçadas, fachadas e janelas de ônibus (meios de transporte em geral).

Como podemos observar, são várias as superfícies que podem atuar como portadoras de textos. Os suportes enumerados por Marcuschi, conforme ressaltado pelo próprio autor, não constituem listagem fechadas. Assim como novos gêneros estão constantemente surgindo, a depender das necessidades comunicativas que os demandem, é provável que muitos outros suportes ainda estejam por vir ou para serem descobertos.

### ***3. Cartões telefônicos: algumas considerações***

O surgimento de novas tecnologias, bem como a dinâmica e a rapidez cada vez maior dos meios comunicacionais existentes, contribui para que novos gêneros e, conseqüentemente, para que novos suportes de gêneros textuais circulem em nosso meio. É o que parece ter ocorrido com os cartões telefônicos, criados para substituir as antigas fichas de telefonia. Não bastasse prestarem apoio à comunicação oral entre as pessoas via telefone, esses cartões também oferecem a possibilidade de comunicação por meio da escrita, na medida em que são veiculadores de diferentes textos e imagens.

Os cartões telefônicos, logo que surgiram, traziam imagens que divulgavam e valorizavam os aspectos físicos e sócio-culturais das regiões onde circulavam. Os textos se limitavam a preencher os versos dos cartões, fornecendo instruções de uso ao consumidor e descrevendo ou explicando a figura ilustrada no anverso.

Aos poucos, porém, esses textos começaram a aparecer também junto às imagens, no anverso dos cartões. Na frente, eles provavelmente chamariam mais atenção e dificilmente passariam despercebidos pelos usuários. As informações passaram do aspecto regio-

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04***

nal ao aspecto nacional e temas de interesse e conhecimento comuns como, por exemplo, datas comemorativas, calendários, jogos infantis, provérbios, lendas do folclore brasileiro e receitas culinárias passaram a ser veiculados. Ainda assim mantiveram-se os textos nos versos dos cartões.

Outrossim, como possível estratégia para fortalecer a venda e a imagem do produto, os cartões passaram a vir organizados em séries que variavam em tamanho e tema. Dessa forma, eles seriam capazes de despertar o interesse de colecionadores que, com a intenção de completar as séries, acabavam por adquirir os cartões, ainda que não os utilizassem.

Os aspectos acima apontados sugerem que os cartões, de fato, não foram produzidos com a finalidade primeira de portar textos escritos, tanto que, por algum tempo, eles traziam os textos apenas em seu verso. O averso era utilizado somente para estampar imagens, como forma de embelezar e aproveitar o espaço físico dos cartões telefônicos. Essa constatação reforça a nossa hipótese de que os cartões telefônicos classificam-se como um suporte e não como um gênero.

Gradualmente, no entanto, as empresas de telefonia foram ajustando suas necessidades comunicativas à estrutura e ao formato que os cartões possuem. Elas foram as primeiras a perceber a dimensão do alcance dos textos de seus cartões e passaram a oferecê-los como espaço para publicidade, alterando, dessa forma, o tipo de linguagem utilizada, que passou a envolver mais diretamente o discurso publicitário. Os próprios cartões serviram de propaganda e divulgação para esse novo serviço, conforme evidencia o exemplo (a) a seguir:

(a)



No exemplo (a), é notável a intenção da empresa Telemig em ofertar o cartão telefônico como suporte para textos publicitários. Ela, inclusive, atribui essa função ao cartão ao chamá-lo de “Mídia Cartão Telefônico” e compara a sua eficiência a de outras mídias, como a revista:

**MÍDIA CARTÃO TELEFÔNICO**<sup>29</sup>

Agora o cartão telefônico Telemig é a maneira mais fácil do consumidor levar o nome da sua empresa na carteira. Você segmenta seus clientes com a mesma eficiência de mídias como a revista. Para as empresas que querem um brinde prático, os cartões telefônicos são a solução ideal. Todo mundo adora receber, usar e até colecionar. Fale com o consultor Telemig e anuncie já.

É interessante notar, nesse exemplo, a utilização da expressão *mídia cartão telefônico*. No minidicionário Aurélio (2004, p. 475), a palavra *mídia* refere-se à “designação genérica dos meios, veículos e canais de comunicação, como, por ex., jornal, revista, rádio, televisão, *outdoor*, etc.”. Todos esses exemplos, como vimos, são tratados por Marcuschi (2008) como *suportes para gêneros textuais*. Podemos afirmar, nesse caso, que classificar os cartões telefônicos como *mídia* significa classificá-los também como *suportes*. Ampliando um pouco mais essa classificação, podemos acrescentar que se trata de *suportes incidentais*, pois, como constatamos, a proposta de utilizar

---

<sup>29</sup> O texto transcrito aparece no verso do cartão do exemplo (a). Por uma questão de espaço e por conta de se tornar ilegível, optamos por não reproduzir a imagem do verso desse cartão aqui.



## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04***

os cartões telefônicos como portadores de múltiplos gêneros, dentre eles o publicitário, é bem posterior ao seu surgimento.

Atualmente, os cartões telefônicos, de modo geral, apresentam textos curtos e objetivos, com marcas de modalidade de linguagem imperativa, diretiva ou assertiva. Além disso, vêm acompanhados de ilustrações que reforçam ou completam as informações que se pretende transmitir ao leitor, operando, dessa forma, tanto com a *linguagem verbal* quanto com a *linguagem não verbal*.

A função dos cartões é multicomunicativa. Eles tanto permitem que as pessoas conversem a longa distância (gênero telefonema – linguagem oral), quanto permitem a circulação e divulgação de diferentes mensagens e gêneros textuais (suporte cartão telefônico – linguagem escrita).

Poderíamos, ainda, questionar quais são hoje os gêneros preferencialmente veiculados em cartões telefônicos e qual a interferência desses suportes nos gêneros que albergam. Nota-se, pelo exemplo (a) apresentado, que há uma tendência, ou ao menos uma preferência, de oferta desse suporte para gêneros da esfera comercial, a modelo do que ocorre com o *outdoor*, embora em proporções diferentes.

No entanto, como afirmamos anteriormente, os cartões telefônicos, em determinados momentos, atuam também como suportes para os mais diversos gêneros como, por exemplo, as lendas de folclore, caso que observaremos mais de perto logo adiante.

### ***4. O cartão telefônico como suporte para lendas do folclore***

Como forma de demonstrar o que tratamos até aqui, apresentaremos a análise de um cartão referente ao tema de campanha *lendas do folclore*, veiculado pela empresa Telemar. Ainda que essa demonstração não pareça suficiente, o espaço de que dispomos não nos permite expor o nosso estudo por completo sobre o gênero *lenda* veiculado no suporte cartão telefônico.

Conforme Marcuschi (2008, p.196), o gênero textual *lenda* encontra-se inserido no domínio discursivo *ficcional* e faz parte das modalidades oral e escrita de uso da língua.

## **Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04**

Todos nós estamos plenamente habituados com as *lendas* em nossa cultura. Elas são utilizadas para a transmissão, oral ou escrita, de um conhecimento ou crença popular. Em determinadas sociedades, as lendas são tradicionalmente repassadas de uma a outra geração e fazem parte do imaginário de seu povo.

Nos cartões telefônicos da empresa Telemar, encontramos uma série dedicada ao gênero *lenda folclórica*, aqui representada por este exemplo:

(b)



Texto do verso do cartão (b):

### Barba Ruiva

Numa pequena cidade do Piauí, uma jovem que iria dar a luz a um filho indesejado tomou uma decisão dramática. Para esconder sua gravidez, desapareceu por muitos dias no mato. Após o parto, colocou seu filho num tacho de cobre e jogou-o numa fonte. Porém, na água, vivia Iara, que salvou a criança e fez as águas subirem até que tudo se tornasse um grande lago encantado, a Lagoa de Paranaguá. Diz a lenda que, até hoje, pode-se ouvir o choro de crianças durante a noite. O menino, contam, tornou-se o Barba Ruiva, que assusta as mulheres da região tentando agarrá-las. Ele não maltrata ninguém, mas é muito temido por todos.

Os cartões telefônicos, neste caso, atuam como *suportes incidentais* para o gênero *lenda*. Atribuímos a esse suporte o caráter de *incidental* pela razão de não ter sido ele concebido para esse fim. As lendas, em nossa cultura, possuem a tradição da transmissão oral e, quando escritas, encontram-se geralmente registradas em livros, suportes convencionais tipicamente portadores de tipologias narrativas. Não seria preciso, pelo menos até o momento, confeccionar um cartão, qualquer que fosse, somente pela necessidade de se transmitir uma *lenda*. As lendas continuariam existindo e circulando entre as

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

pessoas ainda que os cartões não tivessem sido criados. Eles, portanto, não vieram suprir ou atender a uma necessidade demandada por esse gênero, mas operam como um *suporte incidental*, atuando eventualmente na circulação desses textos. É importante ressaltar, ainda, que, embora veiculado em suporte diferente daquele convencional, o gênero lenda, neste caso, não teve sua função alterada e manteve os padrões sociocomunicativos que lhes são próprios.

### **5. *Considerações***

Neste estudo, classificamos os cartões telefônicos como *suportes incidentais* para gêneros textuais. O que nos leva a essa classificação é o fato de os cartões telefônicos não terem sido elaborados com a finalidade primeira de portar, fixar ou veicular textos escritos, mas são, na verdade, resultado de uma inovação tecnológica que permitiu o aperfeiçoamento de uma função anteriormente atribuída às fichas telefônicas: servir de apoio para a comunicação oral entre as pessoas via telefone. A função, como percebemos, não mudou. Ela é a mesma tanto para as fichas quanto para os cartões. O que houve foi um acréscimo: a um instrumento que se prestava à efetivação da comunicação oral foi adicionada a comunicação escrita.

Os textos escritos nos cartões telefônicos surgem, assim, como forma de aproveitamento de um espaço físico plenamente viável para a comunicação. A proposta de utilizar os cartões telefônicos como portadores de múltiplos gêneros, como ressaltamos, é bem posterior ao seu surgimento.

Outra questão a se notar é que os cartões telefônicos não existiriam, ou pelo menos não teriam sentido, se a sua principal finalidade não fosse proporcionar a efetivação da comunicação oral. Portanto, é para isso que eles foram concebidos. O linguístico e o visual vieram por acréscimo.

O que podemos questionar, no entanto, é por que motivos as empresas de telefonia veiculariam gêneros textuais, que não o publicitário, em seus produtos. Com que finalidade esses cartões portariam textos que, aparentemente, não possuem relação com o produto oferecido, ou seja, ligações telefônicas? Em princípio, sugerimos se tratar de uma estratégia comercial. Há, evidentemente, a necessidade

## ***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

de se vender o produto (cartão telefônico). Nesse caso, quando se lança uma “mercadoria” em série, como é o caso das lendas folclóricas que apresentamos, está-se, necessariamente, vinculando uma unidade a outra. Cria-se, de maneira especial no colecionador, a expectativa de obter todas as unidades, até que se complete a coleção. E isso, naturalmente, impele o consumidor a adquirir novos cartões.

A despeito do advento da telefonia móvel e da popularização das mais diversas formas de comunicação por meios eletrônicos, acreditamos que os telefones públicos (ou “orelhões”), e por consequência os cartões telefônicos, não estejam fadados à extinção, visto que se relacionam à prestação de um serviço público à população em geral. Todos, por direito, têm acesso aos telefones públicos, e isso não está em vias de acabar. O que pode ocorrer, e seria um processo natural, é o desaparecimento dos cartões (se é que assim se pode dizer, uma vez que se tornaram colecionáveis) pelo surgimento de uma nova tecnologia, como foi o caso das fichas telefônicas.

Por fim, reiteramos que a discussão a respeito do suporte dos gêneros ainda está em andamento, conforme observou Marcuschi (2008). A pretensão deste trabalho, assim, não é esgotar ou encerrar questões sobre o assunto, mas tão somente contribuir com reflexões acerca de um instrumento que foi incorporado ao cotidiano das nossas atividades comunicativas, como é o caso dos cartões telefônicos.

### REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAZERMAN, Charles. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. São Paulo: Cortez, 2005.

BRONCKART, Jean-Paul. *Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sócio-discursivo*. São Paulo: EDUC, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *MiniAurélio: o dicionário da língua portuguesa*. 6. ed. Curitiba: Posigraf, 2004.

***Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04***

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Introdução à linguística textual: trajetórias e grandes temas*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (Org.). *Gêneros textuais: reflexão e ensino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (Org.). *Gêneros textuais & ensino*. 5. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.