

ANÚNCIOS E LETREIROS DO COMÉRCIO POPULAR: GÊNEROS EM DISCUSSÃO

Oswaldo Barreto Oliveira Júnior (IF Baiano, UFAC)
osvaldobojr@yahoo.com.br

1. Considerações iniciais

Os estudos de Mikhail Bakhtin (2003 e 2006)¹ instauraram uma concepção de língua centrada nas funções sociocomunicativas da linguagem humana, ou seja, como fato social fundado nas necessidades de comunicação; por isso, dinâmico, evolutivo e concreto. Essa concepção questionou os paradigmas abstrato e subjetivista, nos quais a língua era entendida, respectivamente, como um sistema de regras imutáveis e como uma criação mental do falante.

Ao valorizar o caráter social da linguagem humana, Bakhtin (2003) entende a língua como veículo de comunicação vivo, que deve ser compreendido nos contextos de uso. Além disso, argumenta que a concretização dos produtos de linguagem efetiva-se mediante a interativa social, negando, portanto, que a enunciação seja monológica, para afirmar o caráter dialógico da linguagem. Nessa lógica, o diálogo é concebido como essência de toda comunicação verbal, isto é, toda construção linguística é fruto da interação entre sujeitos sócio e historicamente situados.

Vale ressaltar que, quando propõe o diálogo como essência da interação verbal, Bakhtin define-o em um sentido mais amplo, não o restringindo à interação verbal face a face:

O diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal. Mas pode-se compreender a palavra “diálogo” num sentido mais amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja. (BAKHTIN, 2006, p. 127)

¹ As edições das obras de Bakhtin lidas para fundamentar este artigo datam de 2003 e 2006, mas as ideias desse linguista russo foram disseminadas desde a segunda metade do século XX.

Assim, nas palavras de Bakhtin (2006), a comunicação verbal é sempre dialógica, pois a palavra sempre comporta duas faces: procede de alguém que, através da interação social, se dirige a outro(s) interlocutor(es). Isso significa que o signo linguístico só congrega sentidos através da interação realizada no convívio social. Trata-se, portanto, de um posicionamento sociointeracionista acerca da linguagem humana, que elege o dialogismo como condição de existência da própria língua e, por conseguinte, dos produtos de linguagem.

Essa vertente dos estudos linguísticos prioriza – como objeto de estudo – as formas nas quais as ações linguísticas (interlocuções) se concretizam, os gêneros discursivos (ou gêneros textuais)², pois, através deles, podem ser percebidos os sentidos que são construídos (por meio de) e com a língua, já que os gêneros possuem existência concreta e revelam os modos culturais de uso da leitura, da escrita e da oralidade.

Os gêneros não surgem de mecanismos autônomos da língua, mas da associação dos conhecimentos linguísticos socialmente construídos com as ações históricas, ideológicas, discursivas e cognitivas culturalmente elaboradas em contextos sociais específicos. Como toda ação de linguagem se estrutura através de uma forma mais ou menos estabilizada, torna-se coerente afirmar que os gêneros discursivos são indispensáveis à interlocução humana, ou melhor, a comunicação humana somente se concretiza através da articulação dos gêneros textuais. Dessa forma, concordamos com Marcuschi (2008, p. 161), quando ele afirma:

Os gêneros são atividades discursivas socialmente estabilizadas que se prestam aos mais variados tipos de controle e até mesmo ao exercício de poder. Pode-se, pois, dizer que os gêneros textuais são nossa forma de inserção, ação e controle social no dia a dia. Toda e qualquer atividade discursiva se dá em algum gênero que não é decidido *ad hoc*, como já lembrava Bakhtin ([1953]1979) em seu célebre ensaio sobre *os gêneros do discurso*. Daí também a imensa pluralidade de gêneros e seu caráter essencialmente socio-histórico. Os gêneros são também necessários para a interlocução humana.

² Neste artigo, concebemos as expressões “gêneros discursivos” e “gêneros textuais” como equivalentes, tal qual Marcuschi (2001, p. 42-43) em *Letramento e Oralidade no Contexto das Práticas Sociais e Eventos Comunicativos*.

Como se vê, a comunicação verbal é condicionada pelos gêneros discursivos de tal modo “que é impossível se comunicar verbalmente a não ser por algum *gênero*” (MARCUSCHI, 2003, p. 22). Ademais, vale salientar que os gêneros representam formas de controle social e possibilitam o exercício do poder, já que legitimam o discurso. Por essa razão, nas sociedades ocidentais, alguns gêneros possuem maior prestígio que outros, pois, na valoração de um discurso empiricamente realizado, questões como o prestígio da esfera social em que circula, o nível de formalidade da linguagem e a posição social dos interlocutores são preponderantes.

Contudo, embora aceitemos que haja gêneros de maior prestígio, não podemos subestimar o valor e a funcionalidade dos gêneros textuais que circulam em contextos sociais menos formais e, por questões econômicas e ideológicas, também menos valorizados. Por essa razão, associamos, neste trabalho, duas correntes teóricas que investigam a relação linguagem e sociedade (a das práticas sociais de letramento e a dos gêneros textuais), para discutir os aspectos que definem a identidade de um gênero – circulação sócio-histórica, funcionalidade, conteúdo temático, construção composicional e estilo – a partir da análise de anúncios e letreiros do comércio popular, que são exemplo de práticas sociais concretizadas à margem da escola, com pouco ou nenhuma influência das normas linguísticas valorizadas nas instituições formais de ensino.

2. *Práticas sociais de letramento e gêneros textuais*

O desenvolvimento de práticas de oralidade, leitura e escrita envolve processos complexos, em que os aspectos socioculturais, históricos e ideológicos são determinantes, haja vista que os modos de articulação da linguagem verbal dependem das condições de vida dos sujeitos. Nessa lógica, compreender os usos linguísticos concretizados por sujeitos sócio e historicamente situados implica reconhecer que os usos da língua são variados e condicionados pelas características das atividades humana.

De forma análoga, Mikhail Bakhtin (2003, p. 262) apregoa que a elaboração dos gêneros discursivos é determinada pelas formas culturais de interação desenvolvidas nos diversos campos de ativida-

des humanas. Como são muitos e variados os campos de atuação humana, a diversidade de gêneros é enorme. Assim, para compreender os gêneros, faz-se também indispensável associá-los às esferas de circulação ou aos domínios discursivos que os põem em evidência, que os legitimam, que os fazem assumir determinadas formas, em vez de outras.

No artigo *Letramento e oralidade no contexto das práticas sociais e eventos comunicativos*, Luiz Antônio Marcuschi (2001, p. 43) afirma que os gêneros textuais são construídos socialmente e congregam propriedades dos textos empíricos produzidos para fins de interação verbal. Esses gêneros podem ser orais e/ou escritos, e muitos deles envolvem letramento e oralidade de forma simultânea. Por essa razão, os gêneros textuais são inseridos no contexto das discussões sobre as práticas sociais de letramento, que valorizam os usos linguísticos que surgem e se desenvolvem à margem da escola.

O modelo que pretendo sugerir como adequado para tratar dos problemas do letramento é o que parte da observação das relações entre oralidade e letramento na perspectiva do contínuo das práticas sociais e atividades comunicativas, envolvendo parcialmente o modelo ideológico (em especial o aspecto da inserção da fala e da escrita no contexto da cultura e da vida social) e observando a organização das formas linguísticas no contínuo dos gêneros textuais. Trata-se de uma questão que possibilita um leque muito grande de análise sem trazer como central a questão ideológica e sem se fixar na morfossintaxe nem em modelos estratificados e alienados da realidade sociocomunicativa. (MARCUSCHI, 2001, p. 28)

A perspectiva social do fenômeno letramento insere-se no contexto das proposições sobre o sociointeracionismo da linguagem, concebendo leitura e escrita como práticas sociais que se concretizam em contextos comunicativos diversos, conforme as especificidades socioideológicas dos contextos de interação verbal. Essa acepção social do processo de aquisição e desenvolvimento da linguagem engloba as nuances políticas, culturais, sociais e ideológicas do uso da língua, salientando a existência de um contínuo de relações entre fala e escrita, do qual surgem e se desenvolvem os gêneros discursivos, para suprir as necessidades de comunicação verbal entre os integrantes dos diferentes campos de atuação humana.

A conjuntura teórica das práticas sociais de letramento mostra-se vinculada à perspectiva sócio-histórica e cultural de aborda-

gem dos gêneros textuais, que – sob influência dos estudos de Bakhtin e, em especial, norteados por interesses antropológicos, sociológicos e etnográficos – volta-se para a análise da organização social e das relações de poder que os gêneros representam. Nessa perspectiva, “A atenção não se volta para o ensino e sim para a compreensão do funcionamento social e histórico *dos produtos concretos de linguagem*” (MARCUSCHI, 2008, p. 153, grifo nosso).

O modelo das práticas sociais de letramento preocupa-se com as relações entre oralidade e escrita e a influência dessas nas práticas sociais de interação verbal. Essas práticas são importantes, pois revelam os modos culturais de uso do letramento. Numa mesma sociedade, os usos da língua escrita e da língua oral são influenciados por contextos socioculturais específicos. Por essa razão, o letramento deve ser compreendido através da análise dos gêneros discursivos escritos e/ou orais, pois há gêneros híbridos, numa perspectiva sociointerativa de ações de usos da língua em contextos socioculturais situados, posto que se desenvolvem para garantir a interlocução, uma das atividades através das quais o homem se sociabiliza.

3. *Gêneros em discussão*³

Por serem formas de ação social, os gêneros do discurso estão intrinsecamente relacionados às esferas sociais em que circulam, ou, nas palavras de Bakhtin (2003, p. 262), aos campos da atividade humana. Por isso, as formas concretas de materialização do discurso, embora sejam relativamente estáveis, variam conforme as características do contexto social em que se desenvolvem. Nesse raciocínio, investigar a formatação de um gênero não implica apenas estudar as suas características linguísticas, mas, sobretudo, discutir as nuances sociais, históricas e discursivas envolvidas em sua concretização.

Por esse motivo, priorizamos, nessa discussão, as questões que, segundo Bakhtin (2003, p. 261), definem as formas dos enunciados – o conteúdo temático, o estilo da linguagem e a construção composicional –, já que esses aspectos são determinados pelas especificidades dos atos de interação verbal e pelas características soci-

³ Os exemplares analisados neste artigo estão disponíveis nos anexos.

ais, históricas e ideológicas dos sujeitos envolvidos no processo de comunicação.

Antes das questões supracitadas, abordamos as especificidades de “circulação sócio-histórica e funcionalidade” (MARCUSCHI, 2003, p. 24) dos gêneros em voga, que, associadas às anteriores, representam os principais aspectos identitários dos gêneros textuais. Essa abordagem é coerente com os propósitos deste trabalho, pois se funda na noção de gênero como “formas verbais de ação social relativamente estáveis realizadas em textos situados em comunidades de práticas sociais e em domínio discursivos específicos” (MARCUSCHI, 2003, p. 25).

3.1 Circulação sócio-histórica

Os textos analisados neste artigo foram colhidos, durante o segundo semestre de 2008 e primeiro semestre de 2009, no comércio popular que circunda o terminal urbano da cidade de Rio Branco-AC, para composição do *corpus* da pesquisa desenvolvida no curso de Mestrado em Letras: Linguagem e Identidade (2007-2009), da Universidade Federal do Acre (UFAC), que resultou na dissertação intitulada *Práticas de Oralidade, Leitura e Escrita no Comércio Popular do Centro da Cidade de Rio Branco-AC*, orientada pela professora Dra. Luciana Marino do Nascimento (UFAC).

Nesse trabalho de pesquisa, discutimos as características da variante linguística concretizada nos gêneros agora retomados, usando um procedimento etnográfico, pois visávamos ao estudo e descrição de práticas linguísticas desenvolvidas por uma comunidade específica. Esse olhar etnográfico também nos orienta agora, quando optamos por discutir os aspectos que definem a identidade dos anúncios e letreiros em voga.

Rio Branco, capital do estado do Acre, é uma cidade com aproximadamente 350.000 (trezentos e cinquenta mil) habitantes, que cresceu e se desenvolveu fortemente na última década. A população é composta, em sua maioria, por descendentes de nordestinos, sobretudo cearenses, que desbravaram a floresta, no início do século XX, para extrair a seringa, matéria-prima da borracha. No entanto, em

virtude do desenvolvimento experimentado nos últimos anos, a cidade também possui habitantes que advieram de outras regiões do Brasil, e até do mundo, devido ao interesse que a floresta amazônica desperta.

No centro da cidade, ao lado do terminal urbano, existe um comércio popular que reúne diversos lojistas e vendedores ambulantes. Trata-se de trabalhadores formais e informais que desenvolvem suas atividades profissionais, através da comercialização de mercadorias de baixo preço, em empreendimentos simples, voltados para o público de baixa renda e transeuntes ocasionais. Circulam, por esses centro comercial, praticamente todos os habitantes que necessitam de transporte urbano coletivo para se locomoverem.

Como todo gênero textual precisa de um suporte para circular socialmente, é importante especificar, para determinar os contextos de circulação sócio-histórica dos gêneros por ora discutidos, os tipos de suporte que registramos no comércio popular em questão. Antes, contudo, vale esclarecer “que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto” (MARCUSCHI, 2008, p. 174). Assim, o suporte possibilita a materialização do discurso em texto.

No comércio popular pesquisado, encontramos suportes variados que possibilitam a veiculação social dos anúncios e letreiros registrados, a saber: pôsteres, paredes de lojas, papéis variados, pedaços de papelão, placas luminosas, carrinho de picolé, pedaços de madeira etc. Essa gama de materiais demonstra que as condições socioeconômicas dos interlocutores são preponderantes na escolha do material de divulgação, um indício de que os textos assumem as formas condicionadas pela esfera discursiva em que circulam: por ser um comércio popular e variado, a informalidade dos atos de interação verbal é proeminente, resultando também na simplicidade, e até improvisação, dos suportes utilizados.

3.2 Funcionalidade e conteúdo temático

Os gêneros discursivos permitem-nos realizar linguisticamente nossas intenções, externar nossos objetivos em situações comuni-

cativas específicas, enfim, concretizar nossa vontade discursiva, que é realizada, *a priori*, na escolha do gênero. Nessa lógica, adaptamos nossas intenções ao gênero do discurso, cujo conteúdo e forma tendem a se adequar, dentre outros condicionantes, à situação concreta de comunicação, aos sujeitos participantes da interlocução e às características do campo discursivo.

A vontade discursiva do falante se realiza antes de tudo na *escolha de um certo gênero de discurso*. Essa escolha é determinada pela especificidade de um campo da comunicação discursiva, por considerações semântico-objetais (temáticas), pela situação concreta de comunicação discursiva, pela composição pessoal dos seus participantes, etc. A intenção discursiva do falante, com toda a sua individualidade e subjetividade, é em seguida aplicada e adaptada ao gênero escolhido, constitui-se e desenvolve-se em uma determinada forma de gênero. (BAKHTIN, 2003, p. 282)

A leitura do texto supracitado ratifica a ideia de que os gêneros legitimam, nos contextos de interação verbal, as formas do dizer e funcionam conforme as intenções linguístico-discursivas dos falantes. Por essa razão, a determinação de um gênero textual leva sempre em conta a natureza dos objetivos das atividades desenvolvidas e as intenções do produtor do discurso concretizadas através do gênero selecionado, pois “Quando dominamos um gênero textual, não dominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares.” (MACUSCHI, 2003, p. 29)

Na esfera publicitária, por exemplo, os gêneros discursivos que se prestam à divulgação ou propagação de serviços e produtos geralmente revelam a intenção de conquistar, seduzir o cliente, levando-o a consumir/contratar o produto/serviço anunciado, através da veiculação de conteúdos que, via de regra, ressaltam as qualidades do objeto anunciado. Esse intuito determina a funcionalidade linguístico-discursiva dos textos, respaldando-o em estratégias do dizer, cujo modo de funcionamento da linguagem predominante é o apelativo. Dessa forma, mesmo que distintas sequências linguísticas estejam presentes em um gênero publicitário, normalmente ganham maior destaque – não pela quantidade, e sim pelo enfoque – as sequências injuntivas, que acionam enunciados incitadores de ações (do consumo).

Os letreiros e anúncios do comércio popular também são gêneros de divulgação de produtos, serviços, estabelecimentos comerciais etc.; mas, devido à esfera de circulação e ao campo de atividade humana em que inserem, eles possuem características bastante distintas das formas discursivas do âmbito da publicidade. Enquanto nestas a formulação dos enunciados é determinada por uma complexa estrutura funcional, que atribui aos textos caráter profissional, estilo sofisticado e conteúdo formulado a partir de pesquisas de opinião pública; nos anúncios e letreiros, a informalidade e o caráter popular da atividade desenvolvida são determinantes na construção de textos simples, objetivos e materializados segundo as condições de letramento social do falante.

No tocante à funcionalidade e ao conteúdo temático, os anúncios e letreiros registrados no comércio popular do centro de Rio Branco-AC revelam, principalmente, a intenção de informar o possível cliente ou passante sobre as especificidades do negócio, os preços dos produtos e serviços, promoções, horário de expediente, ou até mesmo veicular pedidos de ajuda. Existe, portanto, uma diferença essencial entre a intenção concretizada nos gêneros em foco e aquela que geralmente é acionada no discurso publicitário, que preza pela ação de seduzir, de conquistar o cliente. Isso pode ser constatado através do modo de funcionamento da linguagem, pois nos textos analisados prevalece a função informativa, enquanto que, na publicidade, geralmente a função apelativa (conativa) é proeminente.

Nesses letreiros, alguns feitos de forma improvisada, com materiais diversos, torna-se saliente a necessidade do locutor (produtor das mensagens) de estabelecer comunicação com os interlocutores (passantes eventuais, possíveis clientes etc.), a fim de conquistar o comprador (placas que anunciam mercadorias, serviços e preços), seduzir o passante (letreiros que divulgam supostas qualidades dos estabelecimentos), informar aos clientes (placas que indicam horário de almoço e de funcionamento etc.) e até mesmo pedir ajuda financeira (letreiro em que a vendedora solicita ajuda para um parente enfermo). Em todos esses casos, a elaboração dos gêneros é definida por uma necessidade pragmática, utilitária, daí a formatação de textos breves, sintéticos e centrados na função de informar conteúdos relacionados à atividade comercial desenvolvida.

3.3 Estilo da Linguagem e Construção Composicional

Na hipótese sociointeracionista de língua, os textos não são produções individuais que dependem, exclusivamente da vontade do falante, e sim produtos da ação social desenvolvida; por isso, revelam os modos socioculturais e históricos de articulação da linguagem na esfera social em que circula. Nas palavras de Marcuschi (2003, p. 35):

Considerando que os gêneros independem de decisões individuais e não são facilmente manipuláveis, eles operam como geradores de expectativas de compreensão mútua. Gêneros textuais não são fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas. Esta era também a posição de Bakhtin [1997] que, como vimos, tratava os gêneros como atividades enunciativas “relativamente estáveis”.

Dessa forma, ao acionar a linguagem para estabelecer comunicação social, o sujeito necessita articulá-la na forma dos gêneros do discurso, que têm a sua composição definida socialmente. Esses gêneros geram expectativa no falante, pois são relativamente estáveis. Assim, quando recebe uma carta, o interlocutor já imagina em qual composição se enquadra o texto, pois, socialmente, o gênero carta assume determinados aspectos que lhe são próprios, que lhe identificam enquanto um gênero de correspondência e não outro.

É claro que renovações podem acontecer, transformando a composição típica de um gênero, pois, como produto de linguagem, os gêneros também são suscetíveis às transformações e mudanças que ocorrem no meio social. Ademais, há também o fenômeno da intergenericidade, pois há gêneros que apresentam configuração híbrida, ou seja, que se apropriam da forma de outros gêneros para materializar o discurso. Isso é muito comum nos campos de atividade humana em que a criatividade ou espontaneidade norteiam a construção textual, mas nem tanto naquelas atividades formais nas quais a formatação do discurso deve seguir rigorosamente as formas preestabelecidas.

No entanto, apesar das mudanças e transformações a que os produtos de linguagem são suscetíveis, é preciso admitir, tal qual Bakhtin, que os gêneros discursivos possuem formas relativamente estáveis que os caracterizam. Por esse motivo, as construções com-

posicionais dos gêneros geralmente alinham-se às formas definidas nos diversos campos de atividade humana. Nessa lógica, discutir o estilo e a construção composicional de gêneros veiculados em certa esfera social representa compreender os modos socioculturais de interação verbal articulados num contexto específico.

Na esfera do comércio popular do centro da cidade de Rio Branco-AC, os anúncios e letreiros registrados apresentam composição curta, com poucos enunciados, em que prevalecem sequências tipológicas do tipo expositiva e descritiva, com função informativa. Prevalece um estilo direto, econômico nas palavras e informal, respaldado na variante linguística que a comunidade de falantes domina e determinado, dentre outros condicionantes, pela natureza do conteúdo veiculado e pelas formações sociais dos interlocutores.

Outrossim, os gêneros em discussão viabilizam o estabelecimento de relações diversas: entre conhecidos (comerciantes e seus clientes) e desconhecidos (comerciantes e passantes), muitos deles inseridos em níveis de escolaridade e formações sociais diversificados. Essa análise demonstra que o estilo dos gêneros (anúncios e letreiros do comércio popular) está intrinsecamente relacionado ao estilo da linguagem articulada e às relações sociais estabelecidas no campo de atuação em voga, pois

A relação orgânica e indissolúvel do estilo com o gênero se revela nitidamente também na questão do estilo de linguagem ou funcionais. No fundo, os estilos de linguagem ou funcionais não são outra coisa senão estilos de gênero de determinadas esferas da atividade humana e comunicação. Em cada campo existem e são empregados gêneros que correspondem às condições específicas de dado campo; é a esses gêneros que correspondem determinados estilos. Uma determinada função (científica, técnica, publicitária, oficial, cotidiana) e determinadas condições de comunicação discursivas, específicas de cada campo, geram determinados gêneros, determinados tipos de enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis. O estilo é indissociável de determinadas unidades temáticas – de determinadas unidades composicionais: de determinados tipos de construção do conjunto, de tipos do seu acabamento, de tipos da relação do falante com outros participantes da comunicação discursiva – com os ouvintes, os leitores, os parceiros, o discurso do outro, etc. (BAKHTIN, 2003, p. 266)

Nesses termos, discutir o estilo e a composição dos anúncios e letreiros em questão inclui também analisar as características da linguagem nas quais esses textos se concretizam, pois, dessa forma,

poderemos elucidar as razões que definem as formas de estabilização por ora apresentadas na situação pública de circulação em que se situam.

Por serem produtos de linguagem veiculados em uma esfera popular, os textos em análise são escritos numa variante não padrão do português, na qual a economia linguística resulta em objetividade e síntese da linguagem, que se centra nos interesses imediatos do divulgador: seduzir, conquistar e disputar o cliente, para vender um produto ou prestar um serviço. Por essa razão, a construção composicional dos gêneros é sucinta, direta e prioriza o que é essencial, ou seja, a informação, já que, segundo Edith Pimentel Pinto (2001, p. 28):

As manifestações escritas de particulares ou pequenos comerciantes, com vista à comunicação com o público, um público indiferenciado, constituído por passantes ocasionais, são linguisticamente econômicas, dispensando tudo o que seja acessório ao núcleo da mensagem. Centram-se nas necessidades, reclamos e interesses do anunciante, sem qualquer menção explícita à pessoa do destinatário.

Como se pode notar, a construção dos gêneros em discussão é norteada por estrutura composicional e estilo definidos pela e na comunidade de comunicação (campo de atuação humana) em que circulam, revelando sintonia entre língua e sociedade, entre produtos de linguagem e os sujeitos sócio-históricos e culturais que os produzem para interagir socialmente; demonstrando, sobremaneira, que os gêneros – como ações sociais relativamente estabilizadas – assumem as formas legitimadas pela esfera de circulação, porque, assim como não é possível dissociar linguagem e sociedade, também não se pode separar gêneros, estilos e campos de atividade humana.

4. Considerações finais

Toda ação linguística é materializada por meio de um gênero discursivo estruturado conforme as especificidades da situação de comunicação, o nível social dos sujeitos envolvidos no processo, a vontade discursiva do locutor, a relação deste com o interlocutor etc.; por isso, os gêneros são produtos de linguagem que revelam os aspectos sociais, históricos, discursivos, ideológicos e cognitivos en-

volvidos nos atos de interação verbal articulados em um campo de atividade humana.

Desse modo, eles congregam características discursivas e linguísticas da comunidade de falantes que os estruturam, revelando os modelos concretos de legitimação do dizer. Em alguns campos de atuação humana, esses modelos são mais rígidos; em outros, mais flexíveis, dependendo da natureza das relações estabelecida no meio social em questão. Isso possibilita afirmar que os gêneros também são práticas sociais de letramento e, como estas, podem surgir e se desenvolver com pouco ou nenhuma influência dos saberes formais veiculados pela e na escola.

A discussão sobre os anúncios e letreiros do comércio popular do centro da cidade de Rio Branco-AC permitiu-nos constatar que os fatores sociais – natureza do conteúdo veiculado, situação de comunicação, relação entre os participante da esfera de atividade social, intenção comunicativa, estilo social etc. – são determinantes para a estrutura composicional dos enunciados. Não que a variante da linguagem também não influencie nessa formatação, mas esta também é determinada pelas condições sociais dos interlocutores, pois a língua é uma ação social que se sintoniza às características históricas, culturais, geográfica etc. dos falantes e dos atos de interação verbal.

REFERÊNCIAS BIBLIOPGRÁFICAS

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

_____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Da fala para a escrita: atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. Letramento e oralidade no contexto das práticas sociais e eventos comunicativos. In: SIGNORI, Inês (Org.). *Investigando a relação oral/escrito*. Campinas: Mercado de Letras, 2001.

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel & BEZERRA,

Maria Auxiliadora. (Orgs.). *Gêneros textuais & ensino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

_____. Gêneros textuais no ensino de língua. In: *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. 3. ed. Parábola, 2008.

PINTO, Edith Pimentel. *O português popular escrito*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

6. ANEXOS

6.1 Anúncios que informam a especificidade do negócio, ou seja, as mercadorias comercializadas ou os serviços prestados;

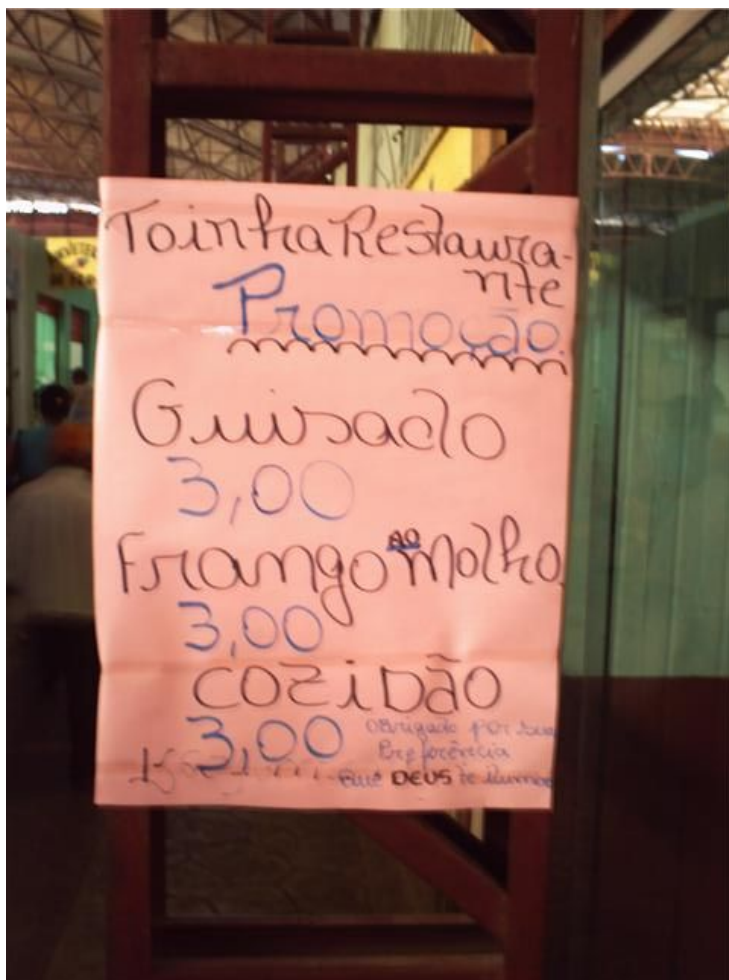






6.2 Anúncios que indicam preços de produtos ou serviços;





6.3 Anúncios que divulgam promoções



6.4 Letreiros produzidos para conquistar a clientela, usando seqüências linguísticas que salientam supostas qualidades do estabelecimento comercial;





6.5 Anúncios que veiculam pedidos de ajuda ou informam o horário de expediente.

