

# Gêneros Textuais: Jornalístico e Propagandístico

## O Texto Jornalístico

Para darmos início ao estudo do texto jornalístico, foram selecionadas duas questões do ENEM de 2011. Acompanhe a resolução de cada questão e o respectivo comentário.

### 1. O que é possível dizer em 140 caracteres?

*Sucesso do Twitter no Brasil é oportunidade única de compreender a importância da concisão nos gêneros de escrita.*

A máxima ‘menos é mais’ nunca fez tanto sentido como no caso do *microblog* Twitter, cuja premissa é dizer algo — não importa o quê — em 140 caracteres. Desde que o serviço foi criado, em 2006, o número de usuários da ferramenta é cada vez maior, assim como a diversidade de usos que se faz dela. Do estilo “querido diário” à literatura concisa, passando por aforismos, citações, jornalismo, fofoca, humor etc., tudo ganha o espaço de um tweet (“pio” em inglês), e entender seu sucesso pode indicar um caminho para o aprimoramento de um recurso vital à escrita: a concisão.

*Disponível em: <http://www.revistalingua.com.br>. Acesso em: 28 abr. 2010 (adaptado)*

O Twitter se presta a diversas finalidades, entre elas, à comunicação concisa, por isso essa rede social:

- a) é um recurso elitizado, cujo público precisa dominar a língua padrão.
- b) constitui recurso próprio para a aquisição da modalidade escrita da língua.
- c) é restrita à divulgação de textos curtos e pouco significativos e, portanto, é pouco útil.
- d) interfere negativamente no processo de escrita e acaba por revelar uma cultura pouco reflexiva.
- e) estimula a produção de frases com clareza e objetividade, fatores que potencializam a comunicação interativa.

### 2. É água que não acaba mais

Dados preliminares divulgados por pesquisadores da Universidade Federal do Pará (UFPA) apontaram o Aquífero Alter do Chão como o maior depósito de água potável do planeta. Com volume estimado em 86 000 quilômetros cúbicos de água doce, a reserva subterrânea está localizada sob os estados do Amazonas, Pará e Amapá. Essa quantidade de água será suficiente para abastecer a população mundial durante 500 anos, diz Milton Matta, geólogo da UFPA. Em termos comparativos, Alter do Chão tem quase o dobro do volume de água do Aquífero Guarani (com 45 000 quilômetros cúbicos). Até então, Guarani era a maior reserva subterrânea do mundo, distribuída por Brasa, Argentina, Paraguai e Uruguai.

*Época. Nº623. 26 abr. 2010.*

Essa notícia, publicada em uma revista de grande circulação, apresenta resultados de uma pesquisa científica realizada por uma universidade brasileira. Nessa situação específica de comunicação, a função referencial da linguagem predomina, porque o autor do texto prioriza

- a) as suas opiniões, baseadas em fatos.
- b) os aspectos objetivos e precisos.
- c) os elementos de persuasão do leitor.
- d) os elementos estéticos na construção do texto.
- e) os aspectos subjetivos da mencionada pesquisa.

Em ambas as questões, são trabalhados textos jornalísticos, que, embora tratem de assuntos bastante distintos, apresentam muitas semelhanças entre si. Perceba:

- A linguagem utilizada é clara e objetiva.
- O vocabulário é predominantemente formal e escrito em norma culta— apesar de o teor de cada assunto permitir que o autor se utilize, por vezes, de uma linguagem mais técnica.
- A postura do emissor (ou jornalista, no caso) é aparentemente neutra e impessoal.
- A linguagem utilizada é denotativa, com predomínio da função referencial.
- O objetivo de ambos os textos é informar/levar conhecimento de mundo ao leitor.

Essas são, sem dúvida, as principais marcas de um texto jornalístico “padrão”.

Veja mais um exemplo:

### **Rua Mena Barreto entra em obras semanas após a via ser recapeada, diz leitor**

#### **Canteiro é da Ceg, que informou ter recuperado a pista. Serviço definitivo será em 15 dias**

RIO - Uma obra realizada na Rua Mena Barreto, em Botafogo, despertou a atenção do leitor Luis Buendia. Segundo ele, o canteiro foi instalado pouco depois de a via ser recapeada e ganhar nova sinalização no asfalto. Ele, que não entende a falta de planejamento, diz que após esse tipo de intervenção no bairro é comum deixarem as pistas desniveladas.

— O asfalto na Mena Barreto foi instalado em fevereiro desse ano e terminaram de pintar as faixas na primeira semana de março. Parece piada. A Ceg fez dois imensos buracos, e o pior é que a reposição sempre é de péssima qualidade, afundando com tempo. Não consigo entender a falta de planejamento e de fiscalização — contou o leitor por e-mail.

Procurada, a Ceg informou que executou a recomposição provisória no local e que a definitiva, seguindo as mesmas características da via antes da obra, será concluída nos próximos 15 dias. A companhia diz que a intervenção na área foi para modernizar a rede de gás e está à disposição dos moradores pela sua central de emergência, pelo telefone 0800-0240197.

*(Extraído de <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/rua-mena-barreto-entra-em-obras-semanas-apos-via-ser-recapeada-diz-leitor-15570616>. 12/03/2015)*

### **O Texto Propagandístico**

3.



Disponível em: [www.ccsp.com.br](http://www.ccsp.com.br). Acesso em: 26 jul. 2010 (adaptado).

O anúncio publicitário está intimamente ligado ao ideário de consumo quando sua função é vender um produto. No texto apresentado, utilizam-se elementos linguísticos e extralinguísticos para divulgar a atração “Noites do Terror”, de um parque de diversões.

O entendimento da propaganda requer do leitor:

- a) a identificação com o público alvo a que se destina o anúncio.
- b) a avaliação da imagem como uma sátira às atrações de terror.
- c) a atenção para a imagem da parte do corpo humano selecionada aleatoriamente.
- d) o reconhecimento do intertexto entre a publicidade e um dito popular.
- e) a percepção do sentido literal da expressão “noites *do* terror”, equivalente à expressão “noites *de* terror”.

Como se pode perceber, o texto publicitário sempre é dirigido a um leitor ou a um público-alvo (genérico ou específico), com o objetivo de persuadir. Para que isso seja possível, a linguagem propagandística costuma apresentar-se de modo sugestivo, muitas vezes misturando o formal e o informal, o culto e o coloquial. Além disso, a linguagem verbal e a não-verbal unem-se, garantindo a adesão do leitor.

Veja mais alguns exemplos:





(Textos extraídos da internet)

Procure resolver os exercícios propostos para treinar o reconhecimento dessas características em questões de vestibular.

## TUDO VERDE NA GROELÂNDIA

As geleiras da Groelândia estão derretendo tão rapidamente que, em alguns lugares, os níveis glaciais baixaram 10 metros num único ano. A constatação é de um grupo de cientistas da fundação Gary Comer, entidade americana que estuda as mudanças bruscas do clima no planeta. Para os pesquisadores, o território dinamarquês se tornou um laboratório gigante das transformações ambientais. O recuo do gelo e o desnudamento das rochas deram espaço a líquens e até a plantas mais desenvolvidas, além de resgatarem traços da agricultura viking extinta no século 15, quando a temperatura caiu tanto que nenhuma civilização resistiu ali. Hoje, a novidade ressuscita o verde e os fazendeiros. O aparente bom pasto é apenas a ponta de um grande problema ecológico.

(Terra, ed. 162, out. 2005, p.25.)

4. "A constatação é de um grupo de cientistas da fundação Gary Comer, ENTIDADE AMERICANA QUE ESTUDA AS MUDANÇAS BRUSCAS DO CLIMA NO PLANETA." O enunciado destacado tem a função de:

- a) referir-se aos Estados Unidos.
- b) explicar as mudanças bruscas no clima.
- c) caracterizar as mudanças climáticas.
- d) explicar o que vem a ser a fundação Gary Comer.
- e) referir-se aos cientistas e suas habilidades.

Enquanto um misto de tragédia e pantomima se desenrola aos nossos olhos atônitos, escrevo esta coluna meio ressabiada: como estará o Brasil quando ela for publicada, isto é, em dois dias? Estamos no meio de um vendaval desconcertante: numa mistura entre público e privado como nunca se viu, correntes inimagináveis de dinheiro sem origem ou destino declarados jorram sobre nós levando embora confiança, ética e ilusões.

O drama é que não somos arrastados por "forças ocultas" ou ventos inesperados. Devíamos ter sabido. Muitos sabiam e vários participaram - embora apontem o dedo uns para os outros feito meninos de colégio: "Foi ele, foi ele, eu não fiz nada, eu nem sabia de nada, ele fez muito pior". Espetáculo deprimente, que desaloja de seu acomodamento até os mais crédulos.

Se mais bem informados, poderíamos ter optado diferentemente em várias eleições - mas nos entregamos a miragens sedutoras e ideias sem fundamento. Agimos como cidadãos assim como fazemos na vida: omissos por covardia ou fragilidade, por fugir da realidade que assume tantos disfarces. Deixamos de pegar nas mãos as rédeas da nossa condição de indivíduos ou de brasileiros, e isso pode não ter volta. Fica ali feito um fantasma pérfido: anos depois, salta da fresta, mostra a língua, faz careta, ri da nossa impotência. Não dá para voltar, nem sempre há como corrigir o que se fez de errado, ou que deixou de ser feito e causou graves mazelas.

*(Lya Luft, É hora de agir. VEJA, 27 de julho de 2005.)*

5. Quanto à organização das ideias no texto,

- a) obedece à lógica de um texto de natureza jornalística, que tem o dever de informar sem expressar o ponto de vista do autor ou do jornal.
- b) segue o modelo da crônica de costumes, com foco na percepção irônica da vida em sociedade.
- c) observa o modelo clássico do texto literário, optando por tratar de temas universais em linguagem filosófica.
- d) funda-se na relação entre apreciações de cunho pessoal e argumentos baseados em fatos.
- e) centra-se na discussão da vida nacional, adotando o ponto de vista de observador que se abstém de expor avaliações.

## NEM MÉDICO COMPREENDE LETRA DE COLEGA

"Nem mesmo os médicos conseguem, muitas vezes, entender o diagnóstico escrito pelos colegas durante o atendimento a pacientes. É isso que mostra uma pesquisa realizada na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).

O estudo comparou prontuários médicos e comprovou que a letra ilegível impede que médicos da mesma especialidade cheguem a um diagnóstico igual sobre o quadro clínico do paciente.

A pesquisa foi tese de mestrado do fisioterapeuta Maurício Merino Nunes, do Departamento de Informática em Saúde. Ele avaliou o grau de entendimento de prontuários feitos por médicos ortopedistas do grupo de joelho do Cete (Centro de Traumatologia do Esporte) da Unifesp.

O prontuário deve ser compreendido por outros profissionais para que seja possível dar continuidade ao tratamento de um paciente. "Se o médico não tem a informação adequada, existe a possibilidade de não fazer o tratamento correto", afirmou Nunes, autor da tese. A legibilidade dos prontuários médicos é exigida no código de ética da profissão.



A ilegibilidade da letra do médico pode acarretar uma advertência ao profissional. A necessidade de o prontuário ser compreensível faz parte do Código de Ética Médica e de uma resolução do Conselho Federal de Medicina."

*(Folha de S. Paulo, 09.07.2005. Adaptado.)*

**6.** A frase - "Se o médico não tem a informação adequada, existe a possibilidade de não fazer o tratamento correto..."

O correto entendimento da frase permite afirmar que

- a) o médico deve prescindir da informação adequada para realizar o tratamento correto.
- b) a informação adequada é uma das condições essenciais para a realização do tratamento correto.
- c) a informação adequada é uma consequência da realização do tratamento correto.
- d) a informação adequada inviabiliza a realização do tratamento correto.
- e) o médico não considera importante a realização do tratamento correto sem que haja informação adequada.

**7.** Leia os textos a seguir:

#### I - A SITUAÇÃO DE UM TRABALHADOR

Paulo Henrique de Jesus está há quatro meses desempregado. Com o Ensino Médio completo, ou seja, 11 anos de estudo, ele perdeu a vaga que preenchia há oito anos de encarregado numa transportadora de valores, ganhando R\$ 800,00. Desde então, e com 50 currículos já distribuídos, só encontra oferta para ganhar R\$300,00, um salário mínimo. Ele aceitou trabalhar por esse valor, sem carteira assinada, como garçom numa casa de festas para fazer frente às despesas.

*(O Globo, 20/07/2005.)*

#### II - UMA INTERPRETAÇÃO SOBRE O ACESSO AO MERCADO DE TRABALHO

Atualmente, a baixa qualificação da mão de obra é um dos responsáveis pelo desemprego no Brasil.

A relação que se estabelece entre a situação (I) e a interpretação (II) e a razão para essa relação aparece em:

- a) II explica I - Nos níveis de escolaridade mais baixos há dificuldade de acesso ao mercado de trabalho.
- b) I reforça II - Os avanços tecnológicos da Terceira Revolução Industrial garantem somente o acesso ao trabalho para aqueles de formação em nível superior.
- c) I desmente II - O mundo globalizado promoveu desemprego especialmente para pessoas entre 10 e 15 anos de estudo.
- d) II justifica I - O desemprego estrutural leva a exclusão de trabalhadores com escolaridade de nível médio incompleto.
- e) II complementa I - O longo período de baixo crescimento econômico acirrou a competição, e pessoas de maior escolaridade passam a aceitar funções que não correspondem a sua formação.

---

## RICOS CONSOMEM MAIS PÃO E MENOS ARROZ

Rio de Janeiro - Folhapress

O rendimento familiar tem efeito significativo sobre a composição da alimentação. De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2002-2003, quanto mais rico é o brasileiro, menor a proporção de carboidratos e maior a de gorduras.

Na prática, famílias com rendimento superior a cinco salários mínimos por pessoa comem menos arroz (11,53% das calorias totais). Entre os mais pobres, com renda de até um quarto de salário mínimo por integrante, o percentual sobe para 23,71%.

Itens como pão francês, biscoito e refrigerantes têm comportamento inverso. O consumo de pão francês praticamente triplica entre os de renda mais alta e fica em 6,57%. Os que ganham menos têm no alimento apenas 2,29% das calorias totais.

## CALORIAS

A substituição de alimentos na rotina dos mais ricos não significa necessariamente uma melhora nutricional. Famílias com rendimento superior a cinco salários mínimos por pessoa consomem 52,19% das calorias totais em carboidratos, um percentual abaixo do mínimo necessário, de 55%.

*(Jornal Gazeta do Povo, 17/12/2004.)*

### 8. Assinale a afirmação correta:

- a) Há possibilidade de inverter a ordem do texto, trocando de lugar entre si o segundo e o terceiro parágrafos.
- b) As informações para a redação desse texto foram obtidas num estudo realizado pelo próprio redator.
- c) A função desse texto é informar e defender um ponto de vista sobre a importância da alimentação saudável.
- d) O objetivo desse texto é divulgar a informação, por isso não apresenta opinião sobre o assunto.
- e) "Aumenta o consumo de pão e diminui o de arroz" seria outra possibilidade de título para esse texto.

## O QUE FAZ VOCÊ FELIZ?

A lua, a praia, o mar  
A rua, a saia, amar...  
Um doce, uma dança, um beijo,  
Ou é a goiabada com queijo?

Afinal, o que faz você feliz?

Chocolate, paixão, dormir cedo, acordar tarde,

Arroz com feijão, matar a saudade...  
O aumento, a casa, o carro que você sempre quis  
Ou são os sonhos que te fazem feliz?

Um filme, um dia, uma semana  
Um bem, um biquíni, a grama...  
Dormir na rede, matar a sede, ler...  
Ou viver um romance? O que faz você feliz?

Um lápis, uma letra, uma conversa boa  
Um cafuné, café com leite, rir à toa,  
Um pássaro, ser dono do seu nariz...  
Ou será um choro que te faz feliz?

A causa, a pausa, o sorvete,  
Sentir o vento, esquecer o tempo,  
O sal, o sol, um som  
O ar, a pessoa ou o lugar?

Agora me diz,  
O que faz você feliz?

*(Anúncio publicitário do Grupo Pão de Açúcar, veiculado na Revista VEJA, edição de 21 de março de 2007)*

**9.** Podem-se destacar alguns elementos que caracterizam o texto como propaganda de uma rede de supermercados. Assinale a alternativa que cumpre melhor esse intento.

- a) Referência explícita a produtos industrializados, tais como "saia", "doce", "goiabada", "queijo", todos potencialmente à venda em supermercados.
- b) Apelo à ideia de que a felicidade depende de elementos naturais, tais como "lua", "praia" e "mar", aonde só se chega por meio das relações de compra e venda da sociedade de consumo.
- c) Menção aos atos de "dormir cedo e acordar tarde", que evocam, por oposição e contraste, o ciclo do trabalho, base da vida voltada para as necessidades do consumo.
- d) Citação dos sonhos, em "ou são os sonhos que te fazem feliz?", para simbolizar tudo aquilo que a noção do consumo leva as pessoas a almejar.
- e) Evocação da liberdade, na figura do pássaro, em "um pássaro, ser dono do seu nariz", a qual sugere abandonar as limitações das pessoas compelidas a consumir mais.

Estamos comemorando a entrega de mais de mil imóveis. São mais de 1000 sonhos realizados. Mais de oito imóveis são entregues todo dia. Quer ser o próximo? Então vem para a X Consórcios. Entre você também para o consórcio que o Brasil inteiro confia.

*(Texto de anúncio publicitário, editado.)*

**10.** No contexto em que se encontra, a pergunta - Quer ser o próximo? - mostra-se ambígua.

- a) Explique por quê.
- b) Mostre como desfazer a ambiguidade, reescrevendo a pergunta.



---

## Brasil

Seu destino é crescer.

Nosso turismo já é um produto de exportação com prestígio no mundo inteiro.

Antes, para o resto do mundo, éramos apenas o país do Carnaval e do futebol. Isso há muitos anos. Agora é diferente, agora o país tem rumo. Com o PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo -, mais de 1.200 cidades turísticas estão sendo preparadas para que se tornem melhores para os turistas e para quem vive nelas. Treinamos e capacitamos mais de 500 mil profissionais, nas diversas áreas ligadas ao turismo em todo o Brasil. Leis do tempo do Império foram atualizadas, abrindo novos horizontes, principalmente para o turismo marítimo. Só em 2001 tivemos 30 dos maiores transatlânticos do mundo navegando pelo nosso litoral. Com o cenário brasileiro modernizado e mais atraente, de 2 milhões passamos para 5 milhões de turistas estrangeiros recebidos anualmente. O turismo traz os benefícios de um maravilhoso produto de exportação, ajudando a combater nossas dificuldades sociais com a geração de mais emprego, mais renda e divisas para o país.

Consulte seu agente de viagens.

*(Embratur, Ministério do Esporte e Turismo, Governo do Brasil.)*

**11.** Analisando as informações apresentadas no texto e a forma como estão organizadas, podemos afirmar que:

- 1) o texto começa por estabelecer uma oposição entre diferentes momentos da história do turismo no Brasil.
- 2) o discurso predominante é visivelmente triunfalista e pretende ser altamente convincente.
- 3) na concepção do autor do texto, o Carnaval e o futebol possibilitaram novos rumos para o incremento da economia brasileira.
- 4) o vocábulo 'turismo' e outros seus cognatos ocorrem várias vezes e, assim, marcam o tópico principal que dá unidade ao texto.
- 5) a voz que fala pelo texto se expressa na primeira pessoa do plural, do início ao fim, embora não apareçam as marcas explícitas do pronome pessoal.

Estão corretas apenas:

- a) 1, 2, 3 e 5
- b) 1, 2, 4 e 5
- c) 2, 3, 4 e 5
- d) 3 e 4
- e) 1 e 2

## Gabarito

1. E  
A norma que limita o uso de 140 caracteres na emissão de mensagens do Twitter exige a produção de frases claras e objetivas, o que potencializa a comunicação interativa, como se afirma em [E].
2. B  
A função referencial existe na generalidade das mensagens e é determinada pelo contexto: o emissor tem a intenção de informar, de referir, de descrever uma situação, um estado de coisas, um acontecimento. Como o artigo publicado na revista "Veja" tem o objetivo de informar o leitor sobre a importância da dimensão do Aquífero Alter do Chão, o autor faz uso de linguagem objetiva e precisa, como se afirma em [B].
3. Letra "D"  
O dito popular "Quem é vivo sempre aparece" é distorcido propositalmente no texto publicitário para que a frase provoque estranheza no leitor e ao mesmo tempo faça referência à diversão das "Noites do Terror".
4. D
5. D
6. B
7. E
8. D
9. A
10. a) A pergunta mostra-se ambígua, pois, vindo logo após " mais de oito imóveis entregues todo dia", leva a associar, erroneamente, próximo a imóvel: próximo imóvel a ser entregue. Com a leitura da sequência, aparece o significado da pergunta visado pelo anúncio: o próximo é referência ao leitor, o próximo a receber um imóvel (ou a realizar um sonho, a comemorar). Diante do contexto anterior, a falta de determinação da palavra "próximo" ocasiona a ambiguidade.  
  
b) Quer ser o próximo a realizar um sonho? Quer ser o próximo que realizará (ou: que vai realizar) um sonho?  
Quer ser o próximo a receber um imóvel? Quer ser o próximo que receberá (ou: que vai receber) um imóvel?  
Quer ser o próximo a ser contemplado com um imóvel? / Quer ser o próximo que será (ou: vai ser) contemplado com um imóvel?

11. B