



Fundação
CECIERJ

Consórcio cederj

Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro

Volume Único

Maria Cristina Giorgi

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Espanhol Instrumental I



**GOVERNO DO
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE CIÊNCIA,
TECNOLOGIA E INOVAÇÃO**

**UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL**

Ministério da
Educação

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Apoio:



Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo
à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Rua da Ajuda, 5 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP 20040-000

Tel.: (21) 2333-1112 Fax: (21) 2333-1116

Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

Vice-presidente

Masako Oya Masuda

Coordenação do Curso de Tecnólogo em Turismo

Gladia Fragelli

Material Didático

ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

Maria Cristina Giorgi
Charlene Cidrini Ferreira
Fabio Sampaio de Almeida
Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

DIREÇÃO DE DESIGN INSTRUCIONAL

Cristine Costa Barreto

SUPERVISÃO DE DESENVOLVIMENTO

INSTRUCIONAL

Bruno José Peixoto
Flávia Busnardo da Cunha
Paulo Vasques de Miranda

DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

E REVISÃO

José Meyohas
Lívia Tafuri Giusti
Paulo Alves

COORDENAÇÃO

DE PRODUÇÃO

Fábio Rapello Alencar

ASSISTENTE

DE PRODUÇÃO

Bianca Giacomelli

REVISÃO LINGUÍSTICA

E TIPOGRÁFICA

Beatriz Fontes

Elaine Bayma

Maria Elisa Silveira

Mariana Caser

PROGRAMAÇÃO VISUAL

Camille Moraes
Cristina Portella
Filipe Dutra
Maria Fernanda de Novaes

ILUSTRAÇÃO

André Amaral
Sami Souza

CAPA

Renan Alves

PRODUÇÃO GRÁFICA

Patrícia Esteves
Ulisses Schnaider

Copyright © 2016, Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Nenhuma parte deste material poderá ser reproduzida, transmitida e gravada, por qualquer meio eletrônico, mecânico, por fotocópia e outros, sem a prévia autorização, por escrito, da Fundação.

E77

Espanhol Instrumental I: volume Único. / Maria Cristina Giorgi...[et al]. – Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2016.
362 p. ; il. 19 x 26,5cm.

ISBN: 978-85-4580-009-5

1. Espanhol. 2. Castelhano. I. Ferreira, Charlene Cidrini. II. Almeida, Fabio Sampaio de. III. Dias, Rosane Manfrinato de Medeiros. 1. Título.

CDD: 460

Referências bibliográficas e catalogação na fonte, de acordo com as normas da ABNT e AACR2.
Texto revisado segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.

Governo do Estado do Rio de Janeiro

Governador

Luiz Fernando de Souza Pezão

Secretário de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação

Gustavo Tutuca

Universidades Consorciadas

**CEFET/RJ - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO
TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA**
Diretor-geral: Carlos Henrique Figueiredo Alves

**IFF - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO,
CIÊNCIA E TECNOLOGIA FLUMINENSE**
Reitor: Luiz Augusto Caldas Pereira

**UENF - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO
NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO**
Reitor: Luis César Passoni

**UERJ - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO
RIO DE JANEIRO**
Reitor: Ruy Garcia Marques

UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
Reitor: Sidney Luiz de Matos Mello

**UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO
RIO DE JANEIRO**
Reitor: Roberto Leher

**UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL
DO RIO DE JANEIRO**
Reitora: Ana Maria Dantas Soares

**UNIRIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO
DO RIO DE JANEIRO**
Reitor: Luiz Pedro San Gil Jutuca

SUMÁRIO

Aula 1 – Espanhol ou castelhano? Da Espanha ou América Latina? Afinal, que língua vou estudar?	<hr/> 7
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 2 – Leio; logo, existo. Mas o que é ler?	<hr/> 35
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 3 – Gênero ou tipo: eis a questão	<hr/> 59
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 4 – Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?	<hr/> 81
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 5 – As palavras e as coisas: nomear, um processo em construção	<hr/> 105
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 6 – Mi Buenos Aires querido: cidade, identidade e diversidade	<hr/> 131
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 7 – Mi Buenos Aires querido: como caminhar pela cidade	<hr/> 161
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 8 – Um <i>click</i>, um <i>link</i>: 1.000 lugares para conhecer antes de...	<hr/> 191
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 9 – Recalculando...	<hr/> 215
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	

Aula 10 – Quem tem boca vai a Roma? Entre o desejar e o planejar uma viagem	245
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 11 – Faça o que eu digo: leia o manual de instruções!	267
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 12 – Publicidade: leia, escolha, compre!	295
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Aula 13 – Tudo que você precisa saber para ser um bom profissional de turismo	327
Charlene Cidrini Ferreira / Fabio Sampaio de Almeida / Maria Cristina Giorgi / Rosane Manfrinato de Medeiros Dias	
Referências	353

1

Espanhol ou castelhano? Da Espanha ou América Latina? Afinal, que língua vou estudar?

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Metas da aula

Apresentar uma visão geral sobre a origem do espanhol e de suas variedades contemporâneas em cada região; bem como apresentar os primeiros aspectos fonéticos e ortográficos do idioma.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer alguns aspectos da cultura dos países que falam espanhol;
- 2 reconhecer aspectos da origem histórica da língua espanhola;
- 3 identificar que mesmo a língua castelhana ou espanhola, tendo uma unidade, apresenta características específicas relacionadas a cada região onde é falada;
- 4 reconhecer rasgos ortográficos e fonéticos desse idioma.

Introdução

Dentre as várias línguas faladas no mundo, o espanhol, desde 2010, vem aparecendo já como a segunda mais falada no mundo (junto com o inglês) e a primeira mais falada nas Américas, tendo aproximadamente 420 milhões de habitantes nativos. É, ao mesmo tempo, muito parecido com o português, mas muito diferente, o que na maioria das vezes pode causar problemas e confusões. Muitas pessoas pensam que, por essa semelhança, a língua espanhola é muito fácil, isto é, se você sabe falar português, consequentemente sabe falar espanhol... Mas nós veremos que não é bem assim! Essa familiaridade entre as línguas pode gerar problemas de compreensão, pois há palavras em espanhol que são escritas exatamente como algumas palavras em português, mas apresentam significados distintos, por exemplo.

Eis aqui um texto bastante ilustrativo de autoria da jornalista Christina Autran, que foi também embaixatriz do Brasil na Espanha, a respeito dos mal-entendidos que podem ser causados por essa proximidade:

Das diferenças nas semelhanças

Como parece fácil falar o espanhol... Com muita vontade de acertar e nenhuma experiência prévia no uso do idioma, desembarquei na Espanha munida de um portunhol claudicante e uma certa dose de cara de pau, aliados a uma vaga insegurança em relação a este detalhe vital na arte da convivência.



Dariusz Rompa

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1147334>

Já cheguei tropeçando: “¿podría por favor traerme la cadera?”, pedi, sem dar-me conta de que “cadera”, em espanhol, quer dizer quadril! E, pequeno pormenor, as pessoas aqui não usam o tempo condicional, e sim o imperativo. O que eu deveria ter dito era “tráigame la silla”. Só isso.

Sentamo-nos à mesa e, terminada a refeição, comentei: “ya se puede tirar la mesa”. Ledo engano... “Tirar”, em espanhol, é jogar fora. O verbo adequado seria “quitar” (no caso, o que se quita são, implicitamente, os pratos, e não a mesa).

Aos poucos, dava-me conta de que precisava burilar o espanhol, se é que queria falar o idioma mais corretamente, e não envergonhar os meus nacionais. Liguei as antenas, passei a uma leitura atenta à procura de um vocabulário mais literário, sem descuidar das expressões corriqueiras do dia a dia.

Como dizia meu amigo Yllen Kerr, este é um idioma complicado. Numa língua onde ceroulas são “calzoncillos” e ameixas são “ciruelas”, todo cuidado é pouco, explicava.

Numa conversa, logo ao chegar, baixou-me a dúvida se o correto seria usar “medo” ou “miedo”, e optei por dizer “recelo”. O sucesso foi imediato, pois esta é uma palavra quase erudita e muito pouco usada no cotidiano.

Afora os sufixos que transformamos corretamente – tipo *ão* que vira *ón* (como *pasión*, *perdón*, *corazón*) –, há aquela tradução em que invariavelmente erramos, seguindo a tendência natural de trocar o “mente” pelo “miente” – como, por exemplo, o neologismo *felizmente*. O correto é dizer “afortunadamente” Ou “simplemente” ou “correctamente”, ou “lamentablemente”. Em espanhol, não existe o sufixo “miente”.

Já com os substantivos a coisa muda: a palavra ferramenta, por exemplo, se diz “herramienta”. Assim como se diz “estremecimiento”, ou “asentamiento”, ou “presentimiento”. Mas atenção, elemento não é “elemento”! Diz-se igual ao português.

Outros erros frequentíssimos são relativos ao gênero das palavras. Aqui se diz “la nariz”, “el árbol”, “la sal”, “la leche”. Já a palavra “mar” é de gênero ambíguo: pode ser tanto masculina como feminina, mas no plural será sempre masculino. Assim, se pode dizer “el mar tranquilo” ou “la mar tranquila”, mas sempre “los mares tranquilos”.

Cachorro é “perro”, mas “cachorro” é filhote de alguns mamíferos, como por exemplo, do leão ou do urso. Assim, se refere “a los cachorros de león”. Ou, quando o cão ainda é novinho, se diz que “el perro aún es cachorro”.

Bem, e ainda não entramos nos tempos verbais, onde reina grande confusão para nós de língua portuguesa. Se não, vejamos: eu digo é “yo digo”. Ele disse é “él dijo”. Eu disse é “yo dije”. Ele diz é “él dice”. Fácil, não?

Mas o mais extraordinário é o uso da segunda pessoa do plural, mais conhecido entre nós por “vós”. Ao ser adicionado ao verbo, come-se a letra “v” e usa-se apenas o “os”, sem o nosso traço de união. Por exemplo: sentai-vos se diz e se escreve em espanhol “sentaros”. Assim como dai-vos é “daros”. Só que, enquanto entre nós esse tratamento é raríssimamente utilizado, aqui ele é de uso corriqueiro.

Aliás, o tratamento aqui é de uma particularidade utilíssima: os íntimos se tratam por “tú” os respeitosos ou distantes se tratam por “usted”. Plurais respectivos: “vosotros” e “ustedes”. Para a realeza se usa “señor”.

Aplicação prática: num grupo de amigos íntimos, a conversa pode começar assim:

– Sentaros. Haced lo que os digo y empezad a comer. (Sentai-vos, Fazei o que vos digo e começai a comer” seria a tradução literal. Mas se fôssemos brasileiros íntimos falando a mesma frase, diríamos: Sentem-se. Façam o que lhes digo e começem a comer.)

Pequeno detalhe: se você chega numa festa e nunca viu mais gordo o senhor ao seu lado, quase sempre pode chamarlo de “tú”, pois se ele está na mesma festa que você ele pertence à sua tribo. Mas ao garçom que lhe deu o drinque você deveria chamar de “usted”. Assim como ao ministro de Estado que acabou de entrar. Entendeu a sutileza? E se a sua amiga quiser um gole do seu drinque para ver se é bom, você pode dizer-lhe:

– Pruébatelo

Dois anos depois de estar morando na Espanha, considero que falo razoavelmente o espanhol, embora ainda cometa muitos erros, que os espanhóis desculpam por ser eu estrangeira. Perdi o medo (e o receio) e vou em frente com o meu sotaque imperdivelmente brasileiro e que a eles habitualmente encanta. Já posso até me dar ao luxo de rolar de rir com o amigo que, perguntando no aeroporto se tinha alguma mala para despachar, replicou:

–Tengo solamente una sacuela.

Ficou assustado? Não se preocupe! Ao longo de nossas aulas, muitas das causas dessas confusões vão ser esclarecidas, evitando que você passe pelos mesmos problemas.



Atividade _____

Atende ao objetivo 1

Você conhece alguma coisa sobre o espanhol ou sobre os países que falam esta língua?

Para começar, vamos testar seu conhecimento sobre isso. Responda as questões a seguir:

a) Você já escutou alguma música em espanhol? Qual(is)? De que cantor ou cantora?

b) Você já viu algum filme em espanhol? Qual(is)?

c) Conhece algum ritmo ou comida típica?

d) Já visitou algum lugar turístico de um país onde se fale esse idioma ou teria vontade de conhecer? Qual(is)?

Resposta comentada

Como você pode perceber, não existe uma resposta correta para as perguntas anteriores. Se você respondeu sim a alguma ou a todas elas, que bom! Já é um ótimo começo. Mas caso você não tenha respondido afirmativamente a nenhuma delas, não se preocupe, pois a partir de agora começaremos a conhecer juntos um pouco dessa cultura tão rica que é a do mundo hispânico.

Ainda que haja uma possibilidade infinita de respostas, eis alguns exemplos:

a) Músicas, cantores e cantoras: Corazón partío – Alejandro Sanz; Estoy aquí, Ojos así, Gitana – Shakira; El muelle de San Blas, Labios compartidos, Vivir sin aire – Maná.

b) Já o cinema hispânico tem muitos exemplos, como o argentino, espanhol, mexicano etc. com filmes famosos: Diários de motocicleta, O segredo de seus olhos, O labirinto do fauno, Volver.

c) Ritmos famosos: salsa, merengue, cueca, tango, bolero, flamenco. As comidas típicas são várias: paella, burritos, tacos, nachos, tortillas, guacamole, empanadas, assado, dentre outras.

d) Ao longo das aulas, vamos conhecer alguns lugares importantes onde se fala o espanhol, mas podemos já citar a cidade de Machu Picchu, a pirâmide de Kukulkán, o estádio da Bombonera, a Ilha do Coco.



Se você estiver interessado em conhecer melhor a música e o cinema hispânicos, entre em <http://letras.mus.br> e <http://www.adorocinema.com>.

Para você, que será um futuro profissional da área de turismo, tão importante quanto aprender a língua espanhola, é entender um pouco de sua história, bem como sua geografia, certo?

Desse modo, antes de começarmos as aulas específicas dessa língua estrangeira, vamos ver um pouco da sua origem e também falar um pouco sobre a diversidade de países onde ela é falada. Comecemos, então, olhando o mapa que segue:



Figura 1.1: Mapa com os 21 países que têm o espanhol como língua oficial.

Como podemos ver, o espanhol não se fala só na Espanha, mas na maior parte dos países da América do Sul e da América Central, e também na América do Norte, bem como na África. Ainda que haja diferenças pontuais entre a língua que se fala na Argentina, no México e na Espanha, por exemplo, nada impede que nativos desses países comuniquem-se entre si, desde que tenham um nível mínimo de escolaridade, afinal, falam a mesma língua, ainda que exista alguma polêmica com relação à denominação da língua: se é espanhol ou castelhano. Vamos entender o porquê.

Um pouco de história: espanhol ou castelhano

Você já deve ou pode ter ouvido que há diferenças entre o castelhano e o espanhol ou mesmo que um se fala na Espanha e o outro na América. Qual o motivo de tanta polêmica? Existem de fato dois idiomas diferentes?

Então, como acabamos de ver que argentinos, mexicanos e espanhóis falam a mesma língua? Bem, o nome castelhano faz referência a uma língua de origem românica que evoluiu a partir de vários dialetos do latim falado no centro-norte da Península Ibérica, em uma região chamada Castilla (Castela, em português), durante a Idade Média.

Para entender melhor essa evolução, vamos voltar um pouco mais no tempo, bem antes da expansão da chamada “língua de Cervantes” pelo continente europeu.



Por que o espanhol ou castelhano é chamado “língua de Cervantes”?



Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cervantes_jauregui.jpg

Miguel de Cervantes Saavedra foi um romancista, poeta e dramaturgo espanhol, cujo nascimento deve ter acontecido em 29 de setembro de 1547, em Alcalá de Henares. Ainda que sua morte deva datar de 22 de abril de 1616, em Madri, o escritor foi enterrado em 23 de abril, data adotada popularmente como a data de sua morte. Considerado a maior figura da literatura espanhola, é conhecido em todo o mundo, principalmente por sua obra-prima ***O engenhoso fidalgo D. Quixote de La Mancha***, tida por muitos críticos como o primeiro romance moderno e uma das maiores obras da literatura mundial.

Os primeiros habitantes da Península Ibérica foram povos de diversas procedências que falavam línguas diversas sobre as quais pouco se conhece, como célticas, ligures e ibéricas, por exemplo. Em algumas zonas, os fenícios e gregos fundaram suas colônias, nas quais suas respectivas línguas passaram a ser faladas.

No século VII a.C., a península foi dominada pelos cartagineses, povo que foi posteriormente expulso pelos romanos, que, por sua parte, introduziram suas cultura e língua no território no qual estiveram do fim do século III a.C. até o início do século V d.C. Como consequência, o latim passa a ser a língua oficial.

Com a invasão dos visigodos, no começo do século V, algumas palavras de origem germânica também foram incorporadas; cresce o predomínio do latim vulgar, língua oral que evolui de formas diversas, de acordo com as regiões de contato, dando origem a diversas línguas romances: o galaico-português, o asturiano-leonês, o navarro-aragonês, o catalão, o castelhano e o basco (única de origem não romântica).

Em abril de 711 d.C., um grupo de muçulmanos, a maioria da etnia bereber, cruza o estreito de Gibraltar e invade a Espanha. Como contribuição linguística, foram introduzidas palavras da língua árabe, algumas facilmente reconhecíveis pelo prefixo “al”.

Inicialmente, judeus, cristãos e muçulmanos convivem harmonicamente, facilitando a administração e o comércio, e possibilitando o florescimento cultural, científico e econômico. O hebraico ressurgiu como língua literária e academias rabínicas foram fundadas nas cidades de Córdoba e Lucena.

Em 1031 d.C., começa a decadência e o desmembramento do califado de Córdoba e aumenta a importância das comunidades judaicas, destacando-se as comunidades de Granada e Saragoça, onde israelitas ocupam os mais importantes cargos da corte e praticam o mecenato, incentivando as artes e o saber.

Entre os séculos XI e XV, três dinastias mouras governaram a Espanha muçulmana: os almorávidas (1090-1147), os almóadas (1147-1232) e os nazarís (1232-1492), sendo os segundos, do norte da África, fanáticos religiosos que exigiam dos cristãos

e judeus a conversão ao Islã. Como consequência, a maioria dos israelitas busca exílio em Aragão, Castela, Catalunha e Toledo ou em outros países muçulmanos de maior tolerância.

A única região que não havia sido conquistada pelos muçulmanos bereberes foi uma parte das serras asturianas, de onde se reiniciaram as lutas pela reconquista, com um príncipe chamado Pelágio e seus súditos.

Desse modo, no século XI estão formados os reinos de Astúrias, Oviedo, Leão, Navarra, Aragão e Castela e os condados de Portugal (Portucalle) e Barcelona. Em 1085, Toledo foi tomada; D. Afonso Henriques, em 1128, declara a independência de Portugal e torna-se rei, após a completa expulsão dos muçulmanos, em 1212.

Em 1469, casam-se os reis católicos Isabel e Fernando, e, em 1479, se dá unificação de Castilha e Aragão.

O desenvolvimento político de Castela faz com que a produção literária da região, em castelhano, torne-se relevante. Em 1492, é escrita a primeira gramática do castelhano, por Antonio Nebrija, que veio a ser a primeira língua romance a ser estudada oficialmente.

Assim, o dialeto dessa próspera região, castelhano, passa a ser a língua da Espanha. E é por esse motivo que há tanta confusão em torno da denominação do idioma.

Recapitulando, podemos dizer que a língua espanhola é o resultado de mais de 1.000 anos de transformações, durante os quais as diversas línguas dos habitantes da península receberam várias influências. Com a união das monarquias de Castela e Aragão, no fim do século XV, o castelhano, além de estender seu domínio por grande parte da península, e se sobressair em relação aos demais idiomas e dialetos, cruzou o Atlântico com os conquistadores.

Em direção à América

Muitas vezes, não nos damos conta de que os fatos históricos têm uma razão de ser, em lugar de acontecer por acaso. No caso dos descobrimentos, não foi diferente. Muitos foram os motivos que os proporcionaram: o desenvolvimento dos conhe-

cimentos científicos da época, a expansão comercial e geográfica, as explorações no Atlântico e a vocação atlântica de Castilha.

Além disso, a invenção da imprensa, o avanço da cartografia e de uma série de aparatos que facilitaram as viagens marítimas – bússola, astrolábio, compasso, régua, rosa dos ventos, além do grande desenvolvimento na construção de navios –, facilitaram essas viagens.

Soma-se a esses fatos a queda de Constantinopla na mão dos turcos, que suspendem as então intensas relações comerciais com o Oriente, tornando-se imprescindível nesse momento, encontrar uma nova rota para reestabelecer esse fértil comércio.

Depois da famosa viagem de Marco Polo ao Oriente, Colombo (em espanhol, Colón) decide ir em busca daquelas riquezas, viajando, porém, no sentido inverso.

Desse modo, como acabamos de ver, longe de ser um acaso, o descobrimento da América em 1492 é o resultado lógico de uma série de circunstâncias culturais às quais, agora, se acrescenta o fato de o povo castelhano, após oito séculos de domínio árabe, como vimos anteriormente, decidir buscar uma alternativa para impedir uma nova invasão muçulmana.

E Colombo chega à América, em 12 de outubro de 1492. No que se refere à expansão linguística, podemos comparar a chegada dos espanhóis no continente americano à dos romanos na Península Ibérica, 14 séculos antes: múltiplos povos, com suas respectivas línguas e culturas, sucumbiram completamente ou deixaram-se dominar pelos colonizadores.

Conta-se que havia por volta de 125 famílias linguísticas no novo continente, que de alguma forma, marcaram a língua espanhola. As principais foram as maias, aztecas e incas.



Se você quer mais informações sobre essas culturas, visite o *link*: <http://www.youtube.com/watch?v=f0VcTrN3Op8>.

Como já vimos, aquele dialeto de Castela, com a conquista de Colombo, chega à América para se impor às diversas línguas indígenas existentes. Uma vez que seu destino era o Oriente, inúteis foram os tradutores levados com o intuito de estabelecer relações com os nativos.

Não é difícil imaginar que a grande diversidade de línguas existentes na América de alguma forma influenciou o espanhol falado na América ao longo dos séculos, originando as diferenças que identificamos hoje, com relação a vocabulário, sons etc.

Depois de que as guerras da independência liberaram as colônias no século XIX, as elites existentes estenderam o uso do espanhol a toda a população para reforçar a unidade nacional.

Em 1713, fundou-se a Real Academia Espanhola, que passa a estabelecer critérios para a sanção de neologismos e para a incorporação de palavras de âmbito internacional.

Conquista de América

Los españoles y portugueses iniciaron la conquista del nuevo continente. España se demoró muy poco tiempo en dominar las antiguas culturas de América Central y Sudamérica.



Tras

Denois

Anexiona

Do verbo anexar

Figura 1.2: Depois que espanhóis e portugueses iniciaram a conquista da América, pouco demorou para que a Espanha dominasse as culturas da América Central e do Sul.

Fonte: http://alerce.pntic.mec.es/lSAM0005/2bach_historia/tema5_conquista%20_america.html



Atividade

Atende ao objetivo 2

Marque a alternativa correta:

1. A Espanha sofreu influência de diversas culturas, com EXCEÇÃO da:

- a) latina
- b) céltica
- c) árabe
- d) hindu

2. Dentre os avanços que propiciaram o descobrimento da América, temos:

- a) A invenção do papel.
- b) As explorações no oceano Atlântico.
- c) A suspensão das relações comerciais de Castela com o Ocidente.
- d) A queda das monarquias de Castela e Aragão.

Resposta comentada

A resposta correta do item 1 é a letra d, já que, como vimos, as três primeiras culturas foram de grande influência na Espanha.

O item 2 apresenta como resposta correta a opção b, pois as explorações do Atlântico levaram ao descobrimento da América.

O espanhol hoje

Ainda que não seja nosso interesse estudar detalhadamente o espanhol falado em cada região, vamos identificar algumas características importantes de algumas delas, que serão retomadas ao longo das outras aulas, nos textos escritos e nos áudios.

Na América

Comecemos com a América. Sem fazer uma divisão de todas as regiões, em linhas gerais, e tomando como base as características linguísticas, ou seja, as peculiaridades da língua em si, podemos dividir o continente americano em quatro regiões:

I) Região do Caribe – Composta pelas Antilhas, a zona da costa da Venezuela, Colômbia, América Central e México.



Figura 1.3: Área geográfica delimitada por Cuba, pelo litoral mexicano caribenho da península de Iucatã, em direção às costas caribenhas da América Central, para continuar em direção ao leste através do litoral norte da América do Sul, especificamente pela Venezuela e pelo caribe colombiano.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Caribbeanislands_PT.png

Essa foi a região onde Colombo teve seu primeiro contato com o continente americano. Núcleo da expansão colonizadora, teve sua população praticamente dizimada e substituída por escravos africanos. Tal fato foi fundamental linguisticamente, pois os negros não eram indígenas selvagens, mas sim membros do povo iorubá, bastante desenvolvido culturalmente, cuja influência se identifica em todo o Caribe e que mantém marcas linguísticas no povo cubano.

Dentre elas, podemos citar:

- a) o *yeísmo*, que é a equivalência **fonética**, ou seja, apesar de produzir significados diferentes, as palavras escritas com /y/ e /ll/ são pronunciadas da mesma forma, como em *poyo* (banco de pedra) e (frango);
- b) o fenômeno conhecido como *voseo*, que consiste em utilizar o pronome *vos* como pronome de segunda pessoa, em lugar de *tú* (ou *usted*, que é usado em algumas regiões como pronome de segunda pessoa. Mas não se preocupem que isso será visto detalhadamente mais tarde!);
- c) a abundância de palavras de origem indígena como *tabaco*, *batata*, *tiburón* (tubarão).

Fonética

Como já vimos no Ensino Médio, a fonética é área das Ciências da Linguagem que estuda os sons das línguas humanas; como eles são produzidos (pelo aparelho fonador) e percebidos (pelo aparelho auditivo). Quando usamos o adjetivo fonético(a), estamos nos referindo, então, aos sons.

II) Região dos Andes – Venezuela, Colômbia, Peru e Equador.



Figura 1.4: A Cordilheira dos Andes estende-se desde a Venezuela até à Patagônia, atravessando todo o continente sul-americano, caracterizando a paisagem do Chile, da Argentina, do Peru, da Bolívia, do Equador e da Colômbia, também conhecidos como países andinos.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:%C3%81rea_Cultural_Andina.png

A Colômbia foi o país mais marcado pela norma culta espanhola, ao passo que o Peru sofreu uma grande influência dos incas, a ponto de o quechua, sua língua, continuar sendo estudo do nas escolas.

Como característica, pode-se apontar o número de palavras em quechua que foram incorporadas: *condor*, *alpaca*, *puma*, *pampa*.

III) Região Chilena – Norte, centro e sul do Chile.



Figura 1.5: O Chile estende-se ao longo da parte ocidental e meridional da América do Sul, fazendo divisa ao norte com o Peru, ao sul com o Polo Sul, ao leste com a Bolívia e a Argentina, e a oeste com o oceano Pacífico.
Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Ci-map-CIA.png>

Ainda que os chilenos não apresentassem o mesmo grau de desenvolvimento que os peruanos, esse povo resistiu bravamente ao domínio espanhol, impedindo, assim, a hegemonia quer da cultura do colonizador quer da cultura do colonizado, criando-se, desse modo, uma fusão entre as duas.

Características:

- a) o “s” final das palavras é aspirado;
- b) converte-se o *dr* em *gr*: *piedra* ⇒ *piegra*;
- c) há uma vacilação entre *voseo* e *tuteo* (uso do *tú*)

IV) Região Rioplatense – Argentina, Uruguai e Paraguai.



Figura 1.6: A região Platense recebeu esse nome por ser banhada pelo rio Plata (ou rio da Prata), estuário criado pelos rios Paraná e Uruguai, formando sobre a costa atlântica da América do Sul uma concavidade triangular de 290 quilômetros de largura.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Argentina-CIA_WFB_Map.png; http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Uruguay_mapa.png; <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Pa-map.png>

A Argentina, por ser um país grande e com áreas pouco povoadas, possuía algumas zonas submetidas aos colonizadores e outras mantendo-se independente até o século XIX. O grande número de imigrantes italianos e espanhóis influenciou a situação linguística local.

Características:

- a) *yeísmo*;
- b) *voseo* (ambas já comentadas na região I).

Do Paraguai, pode-se dizer de interessante que, por situações específicas de sua colonização, os índios chegaram a ter os mesmos direitos que os brancos; diferentemente do que aconteceu no restante do continente, a população indígena absorveu a espanhola. Atualmente, o país é bilíngue, falando guarani e espanhol; o primeiro, língua de uso íntimo e familiar, e o segundo, língua de uso para a vida pública e administrativa.

Características:

- a) distinção fonética entre "v" e "b", fato que não acontece no espanhol em geral, como vamos ver mais adiante;
- b) ocorrência de palavras em guarani: *tapioca, mandioca, jaguar*.



Se você quer conhecer melhor algumas variedades do espanhol, acesse esses *links*:

- http://www.youtube.com/watch?v=AmZNPdHj2_U
- http://www.youtube.com/watch?v=w43_wzPltg&feature=related

Língua

Diz respeito a um sistema de comunicação comum a uma comunidade.

Como exemplo, temos o português, o inglês, o espanhol, o catalão, o mandarim.

Idioma

Diz respeito à língua oficial de um país ou nação. Como exemplo, temos o espanhol.

Na Espanha

Em 1978, a Constituição espanhola reconhece a existência de quatro ***línguas***: o espanhol ou castelhano, língua oficial do Estado, e as co-oficiais: o catalão, o basco ou euskeria, e o galego.

Como qualquer ***idioma***, o castelhano não é falado da mesma forma em todo o país, assim como o português brasileiro falado no Sul é bastante diferente do falado no Norte, ainda que os falantes se compreendam.

A Espanha possui vários ***dialetos*** que podem ser divididos em duas zonas, a setentrional e a meridional.

A primeira (setentrional): caracteriza-se pela tendência conservadora. Nessa área, existem os dialetos leonês e aragonês.

Ao contrário do conservadorismo apresentado pelas falas setentrionais, as meridionais caracterizam-se pela variedade e tendência a inovações linguísticas. Temos aí o extremenho, o canário, o murciano e o andaluz.

Como características das falas meridionais, podemos destacar:

- a) o ***yeísmo***;
- b) aspiração do /s/ (este pronunciado /ehte/; casco, /cahco/);
- c) perda do *d* intervocálico (amado/amao, dedo/deo. Um bom exemplo é a música de Alejandro Sanz que se chama “Corazón partío”, em lugar de corazón partido).

Dialetos

Refere-se às variedades de uma língua que podem ser regionais ou sociais.



Figura 1.7: Mapa com a divisão da Espanha em comunidades autônomas.
Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_da_Espanha



A Espanha está dividida em 17 comunidades autônomas:

- Andaluzia,
- Aragão,
- Astúrias,
- Ilhas Baleares,
- Canárias,
- Cantábria,
- Castela-Mancha,
- Castela e Leão,
- Catalunha,
- Comunidade Valenciana,
- Estremadura,
- Galiza,
- La Rioja,
- Madrid,
- Múrcia,
- Navarra,
- País Basco.

No noroeste da África, os enclaves de Ceuta e Melilla são administrados como cidades autônomas, com mais poderes do que municípios, mas menos do que as comunidades autônomas. As Ilhas Chafarinhas, Peñón de Alhucemas e Peñón de Vélez de la Gomera estão sob administração direta do governo central.

Temos as outras línguas, que já citamos, também faladas na Espanha:

O *catalão* é a língua co-oficial falada na Catalunha, com cerca de sete milhões de falantes, distribuídos ao longo das suas quatro províncias (Andorra, Ilhas Baleares, Valência e cidade de Argel), na Sardenha, e no leste da região francesa de Roussillon.

O valenciano é uma parte separada do catalão com traços fonéticos, gramaticais e lexicais distintos.

O *galego* é a língua co-oficial com o castelhano, língua falada por dois milhões de habitantes, distribuídos entre as quatro províncias da Galícia (Corunha, Lugo, Ourense e Pontevedra), a parte ocidental de Astúrias, o distrito de Leon Bierzo e Sanabria, região Zamora.

O *basco ou euskera* é co-oficial com o castelhano no País Basco e, apesar de ter entre 3.000 e 5.000 anos, possui muito pouca literatura escrita. É falada por cerca de 700.000 falantes distribuídos nas três províncias bascas (Guipúzcoa, Vizcaya e Alava), Navarra Norte e nas províncias francesas de Soule e Baixa Labourde Navarra.



Aqui você pode escutar um pouco dessas outras línguas que são faladas na Espanha:

Catalão: <http://www.youtube.com/watch?v=N-OqUeLz0Tg&feature=related>

Galego: <http://www.youtube.com/watch?v=J-ZEX8dIQos&feature=related>

Basco ou euskera: <http://www.youtube.com/watch?v=AS4y6igRT-U&feature=rellist&playnext=1&list=PLCB470D69E7CF455D>



Atividade

Atende ao objetivo 3

A língua espanhola não é falada exatamente da mesma forma em todos os lugares. Considerando as especificidades de cada região onde se fala essa língua, relacione a primeira coluna com a segunda. Atenção: observe que uma mesma característica pode aparecer em mais de uma região.

- | | |
|------------------------|-----------------------------------|
| (1) Região do Caribe | a) () /s/ final aspirado |
| (2) Região dos Andes | b) () yeísmo |
| (3) Região do Chile | c) () perda do "d" intervocálico |
| (4) Região Rioplatense | d) () palavras quéchua |
| (5) Espanha | e) () voseo |

Resposta comentada

Como vimos, o yeísmo e o voseo são características encontradas tanto na região do Caribe quanto na região Rioplatense. A manutenção de palavras em quéchua é traço da Região dos Andes. Na região do Chile, é comum a aspiração dos /s/ em finais de palavras. Na região meridional da Espanha, costuma-se suprimir o fonema "d" entre duas vogais, como na música "Corazón partío", de Alejandro Sanz:

- a) (3) /s/ final aspirado
- b) (1/4) yeísmo
- c) (5) perda do "d" intervocálico
- d) (2) palavras quéchua
- e) (1/4) voseo

O alfabeto

Bem, agora que já conversamos sobre a história e vimos algumas características gerais, vamos conhecer o alfabeto espanhol? Depois do que vimos, não podemos nos esquecer de que sempre vai haver variações fonéticas, de acordo com as regiões.

Desde 2010, o alfabeto espanhol é composto por 27 letras.



A: a	Ñ: eñe
B: be	O: o
C: ce	P: p
D: de	Q: cu
E: e	R: erre
F: efe	S: ese
G: ge	T: te
H: hache	U: u
I: i	V: ve
J: jota	W: doble u
K: ka	X: equis
L: ele	Y: ye
M: eme	Z: zeta
N: ene	

Algumas noções relativas à fonética e à ortografia do espanhol

As vogais

Os fonemas vocálicos /e/ e /o/ são pronunciados com o som sempre fechado, ou seja: tanto a pronúncia do /e/ de *médico* (médico) como a do /e/ de *miedo* (medo) são equivalentes a do /e/ do português medo, assim como é equivalente a pronúncia do /o/ de *copa* (taça) e dos dois /o/ de *Noción*.

As consoantes

O /b/ e o /v/ têm, em geral, a mesma pronúncia bilabial, isto é, como o /b/ do português: *levanta*, *suave*, *árabe*, *boca*, *abuelo* (avó), *vuelo* (voo), *cabello* (cabelo) são pronunciadas praticamente da mesma forma. Ou seja, é bastante semelhante a pronúncia do /b/ no Brasil e do /v/ na Venezuela, como se o nome do segundo país fosse Venezuela.

O /c/ e o /z/ têm a mesma pronúncia interdental: o /c/ antes de /e/ e /i/; o /z/ antes de /a/, /o/, /u/: *luces* (luzes), *nacional*, *lanza* (lança), *lazo* (laço), *azul*.

Não se usa “z” diante de “e” ou “i” (exceções: zeta, zigzag). Consequentemente, escreve-se: *voces* (vozes), *matices* (matizes), *hacer* (fazer).

O “c” diante de “a”, “o”, “u” e o “q”(u) antes de “e” e “i” têm a pronúncia de /k/ exatamente igual ao português: *castellano* (castelhano), *católico*, *curso*, *quejas* (queixas), *líquido*.

Além disso, o “u” posterior ao “q” não é pronunciado, portanto, quando há necessidade dessa pronúncia, deve-se utilizar o “c”: *cual* (qual), *frecuente* (frequente), *cuando* (quando).

O “k” tem uso limitado (*kantiano*, *káiser*). Na maioria das palavras pode-se usar também o “q”(u): *kiosco/quiosco* (quiosque), *kilo/quilo*, *kilómetro/quilómetro*.

O dígrafo “ch” tem som de “tch”: *noche* (noite), *muchacho* (rapaz), *chico* (menino), *lechuga* (alface).

O “g” e o “j” têm a mesma pronúncia quando o “g” antecede as vogais “e” e “i” e o “j” antecede qualquer vogal, contudo essa pronúncia é diferente da do português, sendo o seu som próximo ao /r/ forte carioca em carro e o /h/ do inglês americano em *home*: *queja* (queixa), *ingenio* (engenho), *original*, *dije* (disse), *jinete* (ginete), *lujo* (luxo), *juventud* (juventude).

Em “gue” e “gui” o “u” não é pronunciado, quando não há a existência de trema: *portugués* (português), *vergüenza* (vergonha), *guitarra* (violão), *lingüística* (linguística).

Como em português, o “h” é mudo (exceto em algumas regiões, como já vimos): *hasta* (até), *hermosura* (formosura), *hijo* (filho), *ahora* (agora), *huevo* (ovo).

O “ñ” tem o som equivalente ao “nh” do português: *Espanha* (Espanha), *baño* (banho), *niña* (menina).

O “m”, ao contrário do que ocorre em português, não é utilizado em final de palavras, a não ser em algumas de origem latina: *álbum*, *memorándum*, *ídem*, *ítem*.

O dígrafo “ll” tem várias pronúncias. Uma seria próxima

do nosso “l” e outra próxima de um som entre o “sh” inglês e o “j” português brasileiro. Pode-se encontrar, ainda que menos frequente, a pronúncia mais próxima ao “lh” do português brasileiro.

O dígrafo “rr” é usado entre vogais e distingue-se do português, pois tem um som forte que se produz fazendo vibrar a língua: *guitarra, guerrero* (guerreiro), *territorio, arroz*.

O “s” em qualquer posição sempre tem o som do “ss” do português: *pasado* (pasado), *casi* (quase), *ingleses*, *Teresa*, *hermosura* (formosura).

Não existe “ss” em espanhol.

Em quase toda a América e em algumas regiões da Espanha, como a Andaluzia, não há diferença entre a pronúncia de “c” (ce, ci), “z” e “s” – equivalentes ao “ss” do português. É o fenômeno denominado *seseo*: *casa, cocer* (cozer), *cima, sueco*, *cazo* (concha), *caza* (caça), *zapato* (sapato).

O “x” é pronunciado como “ks” em posição entre vogais, no começo ou final de palavras ou como “s” antes de outra consoante: *examen* (exame), *sintaxis* (sintaxe), *xilografía*, *excelente*, *extranjero* (estrangeiro), *tórax*.



Atividade

Atende ao objetivo 4

Sobre a fonética e a ortografia da língua espanhola, escreva “V” para verdadeiro e “F” para falso:

- a) () A língua espanhola admite a mesma diferença encontrada no som do fonema /o/ em português em: posso/poço.
- b) () As sílabas destacadas nas palavras *escribe* (escreve) e *ave* (ave) são pronunciadas em espanhol de forma semelhante.
- c) () O fonema /z/ de *zapato* (sapato) do espanhol é pronunciado igual ao fonema /z/ de zangão do português.
- d) () Na palavra *queso* (queijo), o fonema /u/ não é pronunciado, exatamente igual à língua portuguesa.

- e) () O dígrafo “ss” é pronunciado do mesmo modo em português e espanhol.

Resposta comentada

- a) A primeira é falsa, pois, como você já sabe, a língua espanhola não faz distinção entre vogais abertas e fechadas, sendo as fechadas o padrão de fala.
- b) A segunda é verdadeira, já que não há distinção entre pronúncia de /b/ e /v/ em espanhol.
- c) A terceira é falsa. O fonema /z/ em espanhol ou é pronunciado como “ss” do português ou como “c” interdental diante de “e” e “i”.
- d) A quarta é verdadeira, tanto em português quanto em espanhol, o “u” depois do “q” não se pronuncia.
- e) A quinta é falsa, já que em espanhol não existe o dígrafo “ss”.

A partir desta aula, você já conhece bem mais acerca da origem da língua espanhola e de seu percurso na América. E a partir do que vimos sobre sua fonética e ortografia, podemos já arriscar uma ou outra palavra, certo?



Atividade final

Atende ao objetivo 3

De acordo com o que foi aprendido, escreva “V” para verdadeiro e “F” para falso:

- a) () O espanhol é a língua que se fala na Espanha, ao passo que o castelhano é falado na América, mas as diferenças são poucas.
- b) () O espanhol não é falado de mesma forma em todos os países.
- c) () Atualmente, os dialetos falados na Espanha são o galego, o euskera, o espanhol e o catalão.
- d) () Não há nenhuma diferença entre os alfabetos do português e do espanhol.

- e) () Em alguns lugares da América se usa o **vos** como segunda pessoa do singular.

Resposta comentada

- a) A primeira afirmação é falsa porque, como vimos, espanhol e castelhano são a mesma língua.
- b) A segunda é correta, pois vimos que, apesar de ser uma mesma língua, há diversas variedades do espanhol.
- c) A terceira é falsa: há quatro línguas, e não dialetos, consideradas oficiais. O espanhol é a oficial, ao passo que o galego, o catalão e o basco ou euskera são co-oficiais.
- d) A quarta também é falsa, pois há o “ñ”, além das letras “k”, “w”, “y”.
- e) A quinta opção é correta, na Argentina, por exemplo, o **vos** é o tratamento de segunda pessoa do singular utilizado.

Resumo

Nesta aula, você estudou sobre a história da língua espanhola e aprendeu um pouco sobre a formação desse idioma através dos séculos.

Junto com Colombo, viajamos pela América e passeamos por diversas regiões onde o espanhol é a língua oficial... E o mesmo aconteceu na Espanha.

Você ainda teve um primeiro contato com o alfabeto oficial espanhol e iniciou o seu aprendizado sobre a pronúncia das letras e a formação de algumas palavras.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, trataremos de questões específicas de leitura, que, afinal, é um dos focos do nosso curso. Até lá!

2

Leio; logo, existo. Mas o que é ler?

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Apresentar os pressupostos teóricos que embasarão a noção de leitura utilizada neste curso de aprendizagem instrumental da língua espanhola.

Objetivos

Esperamos que, após o estudo do conteúdo desta aula, você seja capaz de:

- 1** identificar a noção de leitura adotada neste curso;
- 2** reconhecer como se dá o processo de leitura em língua estrangeira;
- 3** aplicar os conceitos estudados em textos diversos em língua espanhola.

Introdução

Na aula anterior você conheceu um pouco sobre o Espanhol, os países onde se fala essa língua, o alfabeto, entre outras informações. Agora, podemos partir para algumas discussões mais focadas na aprendizagem do idioma em si, de acordo com a finalidade deste curso.

Vamos juntos começar a desenvolver práticas de leitura em textos de língua espanhola, especialmente os que circulam no campo da atividade do profissional do turismo. No entanto, num primeiro momento, trabalharemos com textos de temáticas diversas, para depois focarmos naqueles direcionados ao turismo. Certo?

O que é leitura?

Você sabe, afinal, o que é ler um texto? Há muitas concepções sobre a noção de leitura, por isso, antes de começarmos, é preciso deixar claro o que entendemos por *ler*.

A nossa proposta, neste curso, é o ensino de espanhol instrumental para o turismo. Portanto, daremos ênfase ao desenvolvimento da habilidade de leitura em língua espanhola, ou seja, estudaremos a compreensão de diferentes textos.



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1258282>

Primeiro, baseamo-nos numa concepção de que a linguagem é sempre **dialógica**, isto é, todo discurso produzido por alguém é determinado pelo fato de se dirigir a outro alguém. E, também, porque esse discurso sempre mantém relação com outros discursos já existentes e ainda por existir. Parece complicado, mas não é.

É interessante observar que, mesmo que um enunciado pareça **monológico**, ele interage com todos os outros discursos já enunciados e com os que ainda estão por vir. Por exemplo, mesmo que alguém fale sozinho, seus enunciados estão atravessados por outros anteriores. Assim também acontece quando vamos ler algum texto. Esse processo é, portanto, dialógico.

Essa concepção de linguagem contribui para a *perspectiva enunciativa*, que considera que o enunciado é sempre assumido por um sujeito interativo e contextualizado. Logo, é essa perspectiva que será a base de nossa visão de leitura.

Você deve ter percebido que, até aqui, foram utilizados os termos *enunciado*, *texto* e *discurso* na exposição do que é a perspectiva enunciativa de leitura. Esses termos podem ter diferentes sentidos, dependendo da teoria que seguirmos.

Para que não haja dúvidas a respeito deles, é necessário que os sentidos utilizados nesta aula estejam bem claros, pois serão fundamentais para o trabalho que nela desenvolveremos. Então vamos lá, por partes:

Enunciado

Enunciado deriva do verbo enunciar, que significa proferir, falar, ou seja, é o resultado de uma enunciação, aquilo que é dito ou escrito por alguém. O sentido de um enunciado depende de um contexto: em que situação, em que lugar e em que momento específico ele é proferido. Ele é determinado por alguém que fala para uma ou mais pessoas. Vamos retomar um exemplo dado pelo linguista Dominique Maingueneau, em seu livro *Análise de textos de comunicação* (2002) para entender melhor como isso acontece. Esse autor cita o que está escrito em vermelho em uma placa da sala de espera de uma repartição pública: “Não fume”.

Discursos monológico e dialógico

O teórico Mikhail Bakhtin fala sobre a oposição entre discurso monológico e dialógico. Monológico é o discurso de uma só voz, enquanto o caráter dialógico e polifônico relacionam-se ao discurso de múltiplas vozes.

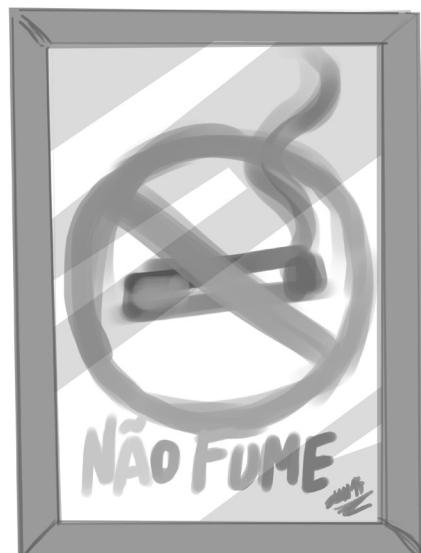
No entanto, ele vai defender que não existe um discurso composto por uma única voz, pois mesmo que aparentemente não se dirija a alguém, o falante necessariamente dialoga com outros discursos em circulação, ou seja, discursos já existentes.

Aula 2 • Leio; logo, existo. Mas o que é ler?



Para ler essa placa, primeiro é necessário reconhecer o que está escrito como uma sequência verbal, isto é, uma sequência de palavras. Depois, compreender que o enunciado indica que alguém quis transmitir um sentido a outro alguém, utilizando a sua própria língua.

As condições de apresentação também são importantes, porque se as letras não estivessem com a cor vermelha, mas se fossem coloridas, se a imagem estivesse protegida por um vidro, levando uma assinatura no canto, com letras pouco legíveis, de tamanhos diferentes e de curva irregular, as pessoas que esperavam na sala poderiam interpretar a placa como uma peça decorativa, e não como uma proibição.



Você consegue perceber que não basta conhecer os elementos linguísticos de “Não fume” para a compreensão de seu sentido? Consegue notar que este envolve outros aspectos, tais como: quem fala, para quem, de que forma, quando, onde?

Enfim, o sentido implica todo um contexto enunciativo.

Outro exemplo bem ilustrativo é o enunciado “Está calor, né?” Lendo simplesmente como uma sequência verbal, não podemos alcançar diferentes sentidos além de “a temperatura está alta”. Mas, se considerarmos duas pessoas dentro de um carro com o ar condicionado desligado, em que quem está de carona profere o enunciado, podemos interpretar que um dos sentidos possíveis seria: “Você poderia ligar o ar condicionado?” Mas, por falta de intimidade ou outro motivo, não o disse diretamente, esperando que seu interlocutor entendesse sua intenção.

Assim, fica fácil perceber como o contexto é fundamental para a compreensão, certo?



Texto

Dentro da visão adotada neste curso, um texto mantém relações com outro(s) e não é concebido como um sistema fechado em si mesmo, mas visto como um espaço de trocas enunciativas, onde seu conteúdo se inscreve. Assim, um texto não se apresen-

Aula 2 • Leio; logo, existo. Mas o que é ler?

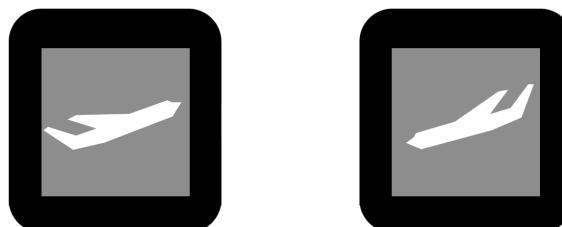
ta unicamente como um conjunto de palavras ou de frases sobre uma página, mas pode ser um filme, uma gravação, uma música, uma imagem etc. Essa concepção de texto desbanca aquela tradicional, que o considera como uma sequência puramente linguística. Vejamos alguns exemplos:

a) Este texto é uma história em quadrinhos:



Fonte: www.gaturro.com

b) O texto a seguir é uma placa de aeroporto:



c) O texto que segue é uma notícia retirada de um jornal uruguai:

Meteorología pronostica domingo primaveral; lunes lluvioso

Mañana domingo la Dirección Nacional de Meteorología pronostica un día cálido con temperaturas máximas de hasta 30 ° en Montevideo y hasta 34° en la zona centro sur del país.

El lunes la situación cambiará drásticamente ya que se espera un descenso de la temperatura con mínima de 13° y una máxima de 17°. Además se esperan lluvias para el sur.

Según informó meteorología las lluvias continuarán hasta el martes, con una posible mejora para el miércoles.

Fonte: <http://www.elpais.com.uy/101106/ultimo-526961/ultimo/momento/meteorologia-pronostica-domingo-primaveral-lunes-lluvioso/>

Observamos aqui três exemplos de textos: um com palavras e imagens (texto a), outro só com imagens (texto b), e o terceiro apresentando unicamente palavras (texto c).

Como vimos, um texto não é formado somente por um conjunto de palavras, mas pela relação entre quem escreve e para quem esse sujeito escreve, em um momento histórico determinado e em um lugar determinado. Ele também se constrói pela relação entre a parte verbal (frases, palavras) e a não verbal (imagens, cores, tamanhos de letras etc.).

São essas relações que se estabelecem quando lemos cada um dos textos exemplificados, são elas, enfim, que produzem o sentido deles. Logo, os três podem ser considerados textos.

Você pode estar se questionando sobre o segundo ser classificado como um texto, já que apresenta somente imagens. Contudo, seu sentido vai além da figura de um avião subindo e de outro descendo. Essa imagem é um texto, construído por alguém que quer indicar ao passageiro, no contexto de um aeroporto, onde são as áreas de embarque e desembarque do seu voo.

Diante de tantas explicações, para não gerar dúvidas, vamos utilizar mais frequentemente a palavra *enunciado* para nos referirmos a uma frase inscrita em um contexto particular e a palavra *texto* para tratarmos de unidades verbais pertencentes a um gênero do discurso. Alguns exemplos já foram apresenta-

dos anteriormente e, como ao longo do curso retomaremos esses termos, você poderá entender melhor essa diferenciação.

Mas o que entendemos, então, por discurso?

Discurso

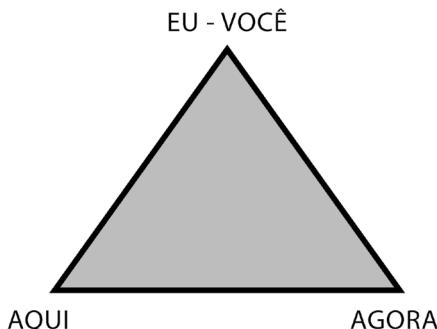
No dia a dia, quando falamos em discurso, referimo-nos aos enunciados solenes, por exemplo, o discurso de um presidente, ou usamos a palavra de forma crítica, como: "Tudo isso é discurso". Esse termo também pode se referir aos discursos político, jurídico, religioso, dos jovens etc. No meio de tantos sentidos, precisamos definir como entenderemos "discurso" daqui para frente. Vamos lá?

Quando usarmos o termo discurso, estaremos nos referindo ao texto e ao seu contexto, simultaneamente. Isso significa dizer que todo discurso possui duas faces: uma textual e uma social.

A face textual é o texto propriamente dito e a face social é o contexto, o estabelecimento de uma interação, uma ação de um sujeito sobre outro, localizada em momento e lugar específicos.

Desse modo, o discurso é, ao mesmo tempo, o que dá sentido aos textos e o que nos permite produzi-los. Exemplificando, podemos dizer que a pessoa que produziu a placa "Não fume" dialogou com um discurso recorrente sobre o mal que o cigarro causa à saúde e também com o fato de que a fumaça incomoda outras pessoas. O leitor da placa, para comprehendê-la, também precisa estabelecer o mesmo diálogo.

Depois dessas explicações sobre *enunciado*, *texto* e *discurso*, vamos continuar refletindo sobre como se dá o processo de leitura. Todo enunciado está relacionado aos participantes da interação, em espaço e tempo determinados, e isso deve ser levado em conta quando lemos um texto. Vejamos o esquema:



Vamos entender melhor essa relação? Quando um enunciado é produzido, ele está relacionado à existência de alguém que o emite, a quem chamamos de enunciador (EU). Esse enunciador dirige-se a um VOCÊ (coenunciador) em um momento histórico específico e num tempo determinado.

Logo, o uso da língua é entendido como uma prática social entre sujeitos que ocupam papéis historicamente marcados. O que se espera no processo de leitura é que seus participantes (enunciador e coenunciador) interajam discursivamente em tempos e espaços distintos, possibilitando que novos sentidos e textos sejam produzidos.

Podemos perceber que essa concepção deixa de lado a visão de leitura como uma habilidade de simples decodificação, para uma visão mais ampla, que está relacionada a diferentes contextos sociais.

Sendo assim, não vamos simplesmente decodificar palavras, memorizar vocabulário ou estruturas gramaticais, mas perceber os sentidos que estabelecem nos textos, considerando sua função social e o efeito que o uso de certas palavras e estruturas produz dentro de seu contexto enunciativo.

Observe esta relação, primeiramente, num texto em português:



Figura 2.1: Parte verbal: “A cama onde eu dormi por 15 longos anos com meu ex-marido. Se não **serves** mais pra você, serve pra gente.”

Fonte: <http://danialbuquerque.com/index.html>

Observamos que esse texto foi produzido por um enunciador que se preocupa em convencer o seu coenunciador a doar objetos antigos, que não utiliza mais, para o SASP (Serviço de Assistência Social da Penha), a fim de que possam ser reutilizados por outras pessoas.

Esse sujeito fala num momento da história em que se discute muito a necessidade de reaproveitarmos os objetos e não os jogarmos fora, ou seja, num momento de muita preocupação com meio ambiente.

Dessa forma, através da doação para as pessoas mais necessitadas, o coenunciador poderá contribuir para um mundo mais sustentável.

Você pode observar que os elementos do contexto enunciativo (um “eu” que fala para um “tu”, num tempo e espaço determinados) estão presentes no processo de leitura deste texto. Poderíamos abordar aqui muitos outros aspectos que envolvem a sua compreensão leitora, mas esses serão explorados mais adiante.

O que queremos, neste momento, é que você consiga perceber como funcionam essas relações, que também acontecem

na língua estrangeira e, no nosso caso, na língua espanhola. Tente fazer o mesmo no texto abaixo, em espanhol.



Atividade _____

Atende aos objetivos 1 e 2

Identifique quem é o enunciador, para quem ele fala e com que objetivo. Também faça comentários sobre a relação deste texto com o contexto em que o mesmo foi produzido. Siga o exemplo dado anteriormente com o texto em português.

5 Mayo

Jornada mundial
de higiene de las manos
en los centros sanitarios

SALVAR VIDAS
ESTÁ EN TUS MANOS

PROGRAMA DE HIGIENE DE MANOS PARA PREVENIR LAS
INFECCIONES RELACIONADAS CON LA ATENCIÓN SANITARIA

Más información: www.mspsi.es // www.seguridaddelpaciente.es

Fonte: <http://www.msc.es/campannas/campañas11/higieneManos.htm>

PARTE VERBAL: Jornada mundial de higiene de las manos en los centros sanitarios

Salvar vidas está en tus manos

Programa de higiene de manos para prevenir las infecciones relacionadas con la atención sanitaria

Gobierno de España

Ministerio de sanidad, política social e igualdad

Plan de calidad para el sistema nacional de salud

Más información: www.msp.es/seguridadelpaciente.es

Resposta comentada

Esse texto foi produzido pelo órgão do governo responsável pela conscientização social, com uma data estipulada para a realização de uma jornada de lavagem de mãos, com o objetivo de evitar doenças infecciosas. Identificamos um enunciador que se preocupa em convencer o seu coenunciador a lavar as mãos, num momento da história em que se discute muito a importância da higiene, principalmente nos lugares públicos, como uma forma de prevenção de doenças. A esse coenunciador é atribuída a responsabilidade de, com seu ato, salvar vidas, inclusive a sua.



Para conhecer mais campanhas feitas pelo governo da Espanha, visite o link: <http://www.msc.es/campannas/portada/home.htm>.

A competência comunicativa

Durante a leitura de diferentes textos em língua estrangeira, podemos acionar algumas estratégias de leitura que nos permitem identificar elementos importantes, para que tenhamos uma eficaz compreensão leitora. No ato de leitura, essas estratégias possibilitam que o leitor selecione, antecipe, infira e verifique

informações contidas no texto. Ou seja, elas ajudam o leitor a compreender e dar sentido ao texto.

Segundo Maingueneau (2002), quando interagimos, existem três competências que participam da produção e interpretação dos enunciados, que formam nossa competência comunicativa. São elas:

- a competência linguística;
- a competência enciclopédica;
- a competência genérica.

Então, vamos entender o que é cada uma e como se relacionam entre si na construção dos sentidos no ato da leitura?

A competência linguística

Vamos começar com a competência linguística, que representa todo o nosso domínio da língua em questão. Muitas vezes, pensamos que só entenderemos uma língua estrangeira se conhecermos os significados de todas as palavras ou se dominarmos sua estrutura linguística. Essa competência é importante? Sim. Mas ela, por si só, não possibilita o domínio de uma língua. Por mais que o português apresente semelhanças linguísticas com o espanhol, isso não é suficiente para dominarmos esta língua. Como já foi dito na aula anterior, é preciso ter cuidado com a crença de que aprender espanhol é fácil, por sua semelhança com nossa língua materna.

A competência enciclopédica

E a competência enciclopédica? Ao termos um texto, ativamos na memória um número ilimitado de conhecimentos do mundo armazenados ao longo de nossa vida.

Esse conhecimento, também chamado de conhecimento prévio, é indispensável para estabelecer os sentidos. Esse “saber enciclopédico” varia de pessoa para pessoa, em função da sociedade em que vivem e da experiência de cada um. O interessante é que esse saber se enriquece a cada leitura e a cada atividade

verbal, pois tudo que se aprende fica armazenado para ser utilizado em leituras futuras.

Competência genérica

Como Bakhtin (1992) afirma, não falamos nem por palavras, nem por orações isoladas, mas aprendemos a falar por meio de enunciados organizados em gêneros do discurso. Maingueneau reafirma o fato de que nos comunicamos através de gêneros do discurso e que, mesmo que não os dominemos todos, somos geralmente capazes de identificar o gênero constituído por um dado enunciado.

Por exemplo, sabemos identificar uma reportagem, um folheto, uma receita, uma carta etc. Desse modo, a competência genérica refere-se a nossa capacidade de identificar e de nos comportarmos adequadamente em relação a um gênero de discurso, evitando o mal-entendido. Enfim, permite assegurar a comunicação verbal.

As reflexões sobre a competência genérica devem ocupar um lugar muito importante no aprendizado de uma língua estrangeira, pois o reconhecimento do gênero participa fundamentalmente da produção e da compreensão dos sentidos. Dessa forma, na próxima aula, trataremos de forma bastante aprofundada esta competência.

A interação dessas competências no processo de leitura

Você deve estar se perguntando em que ordem essas competências são acionadas, durante a leitura de um texto. Elas não se manifestam de uma forma sequencial específica, mas por meio de uma interação entre si. É essa interação, não importando em que ordem acontece, que possibilita ao leitor produzir uma interpretação.

Logo, é importante entender que a competência exclusivamente linguística não dá conta de compreender um enunciado,

pois as competências genérica e enclopédica também desempenham um papel fundamental neste processo.

Ao longo desta disciplina, vamos trabalhar essas três competências, sempre em diálogo, no processo de aprendizagem instrumental da língua espanhola. Melhor explicando: para você desenvolver a leitura de textos em espanhol, não vai deixar de aprender as estruturas linguísticas desse idioma, mas estas estarão sempre articuladas com um gênero de discurso determinado, e com o seu conhecimento de mundo, fator necessário à leitura.

A seguir, mostraremos como essa interação faz-se essencial para a compreensão leitora.

Leia um trecho do texto cujo título é: *Consejos para superar con éxito el primer día de trabajo*, retirado de uma revista feminina:

– Levántate y sal de casa media hora antes de lo que tenías previsto.

No sabes cuánto vas a tardar en llegar desde tu casa al nuevo trabajo en hora punta y conviene que seas puntual.

– Vístete para parecer invisible.

No hay cosa más intimidatoria para los compañeros que una persona que busca hacerse notar sobre los demás desde el principio.

– Coloca en tu rostro una sonrisa sincera antes de salir de casa y no te la quites hasta que vuelvas.

– Cuando llegues a la nueva empresa, preséntate al recepcionista y pregunta por tu jefe/a directo/a.

– Vez en su despacho, pregúntale por tus tareas, por lo que espera de ti, por el funcionamiento habitual de tu empresa... [...] (DELTORO, 2004).

A identificação do texto como trecho de matéria de uma revista feminina acontece antes da compreensão de que o mesmo tem o objetivo de informar alguma coisa ao seu público-alvo, neste caso, formado por mulheres. Essa antecipação acontece porque reconhecemos que o gênero *matéria* possui a característica de

informar sobre um determinado assunto. Como a matéria apresenta conselhos para o primeiro dia de trabalho, podemos constatar que o enunciador é alguém que conhece o tema abordado e ocupa uma posição a partir da qual pode aconselhar seu coenunciador. Ou seja, é alguém que tem autoridade para aconselhar e, se o faz, é porque seu coenunciador precisa de sua orientação para seu espaço de trabalho, no início de sua vida profissional.

Ao lemos tal matéria, é a competência genérica que nos ajuda a entender o objetivo, os participantes do discurso, quem fala, para quem, onde e quando.

Continuando, quando lemos o teor dos conselhos, seus sentidos são compreendidos ao acionarmos a nossa competência encyclopédica, uma vez que sabemos que, num primeiro dia de trabalho, é prejudicial chegar atrasado; que há roupas adequadas para cada lugar que frequentamos e que, no ambiente de trabalho, essas não devem ser muito chamativas; que a primeira impressão é a que fica, então, se você chegar de mau humor, os colegas de trabalho podem não gostar de você; que em um novo emprego, temos que primeiro entrar em contato com nosso chefe direto, pois é ele quem vai orientar nossas tarefas, e é a ele a quem se deve perguntar o que fazer etc.

Se quisermos ir mais fundo, até o próprio sentido de tais conselhos existirem pode testar relacionado com o fato de que essa é uma revista destinada a mulheres e a participação feminina no mercado de trabalho é recente, aumentando a cada ano. Assim, elas precisariam de orientações para alcançar o sucesso no novo emprego. Esse conjunto de conhecimentos prévios é o que torna o texto comprehensível para a maioria dos leitores, visto que não basta conhecer somente a língua e a sua estrutura, mas conhecer alguns elementos sobre o trabalho que fazem tais conselhos terem sentido.

Observemos mais um exemplo:



Figura 2.2: A historinha mostra os dias da semana em espanhol: *martes* (terça-feira), *miércoles* (quarta-feira), *jueves* (quinta-feira), *viernes* (sexta-feira), *sábado*, *domingo* e *lunes* (segunda-feira).

Fonte: www.gaturro.com

Para que a leitura desse texto seja efetiva, é necessário que o reconheçamos como uma história em quadrinhos, gênero que, na maior parte das vezes, apresenta como característica o humor, e no qual as imagens têm um papel importante de construção de sentidos. O entendimento do gênero já permite que começemos a leitura levando esses aspectos em conta, o que facilita a compreensão. Além disso, esta não depende da identificação do significado dos dias da semana em espanhol: segunda-feira, terça-feira..., mas do nosso conhecimento de mundo a respeito de determinadas visões da sociedade sobre cada dia desses. É o saber enciclopédico que diz que a segunda-feira é considerada, por muitos, o dia da preguiça, em que não há vontade de fazer nada por ser o primeiro dia de trabalho da semana; que, à medida que o fim de semana se aproxima, o estado de ânimo vai melhorando, mas que domingo, por saber que o fim de semana está acabando e que mais uma semana vai se iniciar, as pessoas voltam a ficar desanimadas etc.

São essas experiências que possibilitam a interpretação do texto e, por conseguinte, a construção do humor. Se essa história circular em uma sociedade que possui uma visão diferente

sobre os dias da semana, possivelmente não será compreendida e não terá a menor graça.

Vamos ver o que você entendeu sobre o que expusemos nesta aula? Mãoz à obra!



Atividade

Atende ao objetivo 2

Explique como cada uma das três competências propostas por Maigueneau contribuem para o processo de leitura.

Resposta comentada

A competência linguística representa todo o nosso domínio da língua em questão. Ela diz respeito ao conhecimento dos significados das palavras e estruturas. É importante mas, por si só, não possibilita o domínio de uma língua.

A competência encyclopédica representa o número ilimitado de conhecimentos de mundo que armazenamos ao longo de nossas vidas. Esse conhecimento é indispensável numa leitura, pois nos auxilia a antecipar aspectos do assunto tratado e a descobrir significados

A competência genérica, por fim, é a nossa capacidade de identificar o gênero constituído por um dado enunciado, já que nos comunicamos através de gêneros de discurso. Ela é fundamental no processo de leitura pois, ao identificarmos um texto, por exemplo, como uma receita, já começamos a lê-la sabendo que ali haverá nomes de ingredientes, modo de preparo. Se não conhecermos o que é uma receita, a compreensão fica prejudicada. Assim, essas três competências, juntas, fazem parte do processo de leitura, assegurando a compreensão de um texto, no nosso caso, em língua estrangeira.



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Vimos que, na leitura, as três competências atuam juntas, mas vamos abordar um pouco mais, nesta questão, a competência enciclopédica. Você terá que relacionar alguns elementos de *conhecimento de mundo* que uma pessoa deveria ter para contextualizar o que for lido nos textos abaixo adequadamente. Não se preocupe em entender todas as palavras, mas baseie-se na compreensão global do texto e em palavras específicas, que podemos chamar de *palavras-chave*, para realizar a atividade.

a)

Bullying: afecta en la primaria y no saben cómo frenarlo

Victoria De Masi

Los chicos de los primeros grados ya sufren el acoso escolar. Expertos advierten que los maestros no están capacitados para tratarlo. Faltan estadísticas oficiales y una ley que aborde el fenómeno.

En Mendoza, una nena de 13 años fue golpeada por sus compañeros por ser gorda. Un nene se suicidó en Temperley porque, según su abuelo, no soportó que se burlaran de él en la escuela. Otro chico, de ocho años, se niega a ir al colegio: si no lo cargan por pobre lo hacen por "traga". A un adolescente lo indemnizaron en marzo porque tuvieron que extirparle un testículo: hace siete años, cuando asistía a un colegio privado de la ciudad, sus compañeros se cansaron de pegarle patadas. Estos casos se dieron en lo que va del año. No es casual: el bullying no da tregua en las aulas argentinas. Ahora advierten que el acoso escolar aparece en la escuela primaria y en los primeros grados, a partir de los ocho años, y los maestros dicen que les faltan herramientas para hacerle frente.

(Disponível em: <http://www.clarin.com/sociedad/Bullying-afecta-primaria-saben-frenarlo_0_809319062.html>)

Glossário:

acoso: assédio

expertos: especialistas

traga: *nerd*, no sentido pejorativo



Para ler toda a matéria, visite o *site* do jornal *Clarín* da Argentina em: http://www.clarin.com/sociedad/Bullying-afecta-primaria-saben-frenarlo_0_809319062.html.

b)

El sitio personal en la red social

Las redes sociales permiten que los usuarios armen en ella su propia página Web (home page).

En esta página, las personas pueden contar quiénes son, hablar de sus gustos e incluir la información que quieran compartir con su lista de amigos.

El sitio personal en una red social funciona como una página web y por lo general, incluye información sobre su autor.

Entre otros datos suelen figurar su nombre, email, la fecha de nacimiento, género, ciudad, y sus gustos: películas, libros, deportes.

El sitio puede incluir – además – fotos, textos, juegos, links, comentarios, vídeo clips y música.

(Disponible em: <<http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>>)

c)



Conhecimentos de mundo:

- () Há centenas de substâncias tóxicas na composição do cigarro.
- () O *bullying* é uma forma de discriminação feita em qualquer idade a um indivíduo que a sociedade considera ter algum distúrbio.
- () O número de pessoas que morrem com doenças relacionadas ao fumo é muito elevado.
- () A forma de acessar uma página da *web* dá-se através de uma conexão com a internet.
- () O sistema educacional tem falhas em relação ao controle de *bullying* na escola.
- () Uma página de rede social tem o objetivo de tornar públicas informações pessoais. Qualquer pessoa pode ter acesso às informações publicadas.
- () A figura de uma caveira tem relação com a morte.
- () Habilidades técnicas relacionadas à internet: provedores, servidores, banco de dados etc.
- () O fumo é um vício que faz muito mal à saúde.
- () Há muitas ocorrências no mundo, principalmente nos Estados Unidos, de crimes cometidos por uma pessoa que sofreu *bullying*.
- () A diminuição das fronteiras é possibilitada pela tecnologia.
- () A escola é um lugar com grande probabilidade de acontecer *bullying*, por ser um espaço de pessoas diferentes.
- () A lembrança de ter sofrido ou visto alguém sofrer *bullying* no meio em que vive.

Resposta comentada

Durante a leitura dos três textos, diversos conhecimentos de mundo do leitor são acionados, a fim de que a compreensão seja eficaz. Se ele já ouviu falar do tema tratado, a compreensão se dá de forma mais rápida. Se não, as informações oferecidas serão armazenadas para que, futuramente, o leitor possa acioná-las ao retomar o mesmo tema. Assim, a relação correta entre os textos a, b e c e os conhecimentos correspondentes é:

(c), (a), (c), (b), (a), (b), (c), (b), (c), (a), (b), (a), (a).



Atividade

Atende ao objetivo 3

Como você viu na questão anterior, quando lemos um texto, diversos conhecimentos de mundo são acionados para que ele seja compreendido. Você conseguiria escrever, abaixo, um conhecimento prévio que você acionaria para a leitura de cada um dos três textos anteriores, diferentes dos mencionados?

Resposta comentada

Como você pode perceber, não existe uma resposta correta para esta pergunta. O que você deve fazer é buscar que tipo de conhecimento você já tinha ou poderia ter que te ajudaria a entender o texto, diferente dos mencionados acima. Algumas sugestões: texto 1 – Bullying é fruto de preconceito; texto 2 – O fumo é uma droga permitida no Brasil; texto 3 – Redes sociais são inseguras.

Nesta aula, você pôde refletir sobre o que é leitura sob uma perspectiva enunciativa, percebendo que os enunciados de um texto são sempre assumidos por um sujeito que se dirige a alguém em um espaço e tempo determinados. Além disso, você

pôde aprender a diferenciar o que é enunciado, texto e discurso na perspectiva adotada.

Não se esqueça de que há três competências fundamentais para a compreensão dos sentidos de um texto: a competência linguística, a enciclopédica e a genérica, e que elas sempre ocorrem em interação umas com as outras no processo de leitura. Todos esses conceitos serão muito relevantes para você aprender a ler em língua espanhola. Fique ligado!



Atividade final

A partir de todas as explicações e atividades propostas, escreva, de forma resumida, qual é noção de leitura em que nos basearemos neste curso.

Resposta comentada

A noção em que nos basearemos neste curso é a de perspectiva enunciativa, que adotou como contribuição a concepção de linguagem dialógica, em que um enunciado interage com um interlocutor e com outros discursos existentes. Além disso, para a perspectiva enunciativa, a leitura de um texto deve levar em conta que um sujeito enunciador interativo e contextualizado assume os enunciados num momento e lugar determinados, dirigindo-se a um coenunciador. O que se espera no processo de leitura é que os participantes (enunciador e coenunciador) interajam discursivamente em tempos e espaços distintos, possibilitando que novos sentidos e textos sejam produzidos. Essa concepção deixa de lado a visão de leitura como uma habilidade de simples decodificação de palavras, memorização de vocabulário ou estruturas gramaticais para uma visão mais ampla, em que o contexto sócio-histórico é valorizado.

Resumo

A noção de leitura adotada neste curso de ensino instrumental de língua espanhola está baseada na perspectiva enunciativa de linguagem, que considera o enunciado produzido por alguém, a quem chamamos de enunciador (EU), que se dirige a um VOCÊ (coenunciador), em um momento histórico específico e num tempo determinado.

Essa visão vai contra a leitura tida como simples decodificação de palavras, memorização de vocabulário ou estruturas gramaticais. O enunciado corresponde a uma frase inscrita em um contexto particular e, assim, o texto não se apresenta mais como um conjunto de palavras ou frases sobre uma página, mas como unidades verbais pertencentes a um gênero de discurso.

Quando interagimos na leitura, existem três competências que nos ajudam na compreensão: a competência linguística, a competência encyclopédica e a competência genérica. Essas competências se manifestam por meio de uma interação entre si, possibilitando que o leitor entenda o texto de uma forma global.

Vale ressaltar que não é necessário conhecer o significado de todas as palavras e estruturas linguísticas para compreender um texto, pois nosso reconhecimento do gênero de discurso utilizado e nosso conhecimento de mundo contribuem significativamente para que a leitura seja eficaz.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, abordaremos a competência genérica que possuímos como leitores, explicando melhor como os textos organizam-se em gêneros do discurso e tipos textuais.

3

Gênero ou tipo: eis a questão

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Apresentar as noções de gêneros do discurso e tipos textuais e seu papel na leitura e produção de textos em espanhol como língua estrangeira.

Objetivos

Esperamos que, após o estudo do conteúdo desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar diferentes textos a partir de suas características genéricas;
- 2 diferenciar gêneros do discurso e tipos textuais;
- 3 identificar nos textos as três tipologias textuais: descrição, narração e argumentação.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar o que é a competência comunicativa, conceito apresentado na Aula 2.

Introdução

Agora que já falamos um pouco sobre leitura e as competências envolvidas no ato de ler, vamos estudar os textos. Você já sabe que a leitura envolve o estabelecimento de uma relação entre o texto e o leitor. Sabe também que ler é produzir sentidos articulando conhecimentos e que nós, os leitores, já temos as pistas deixadas por um enunciador em um texto produzido em determinada situação comunicativa. Certo?

Nesta aula, então, vamos ampliar um pouco a noção de texto e desenvolver um conceito que será fundamental em nossa jornada no estudo da língua espanhola: o de gêneros do discurso. Também entenderemos como os textos se organizam e que elementos podem nos ajudar a compreendê-los melhor. Vamos nessa?



Luca Baroniini



Aline Dassel



Sania Gjenero

Fontes: <http://www.sxc.hu/photo/1168056>; <http://www.sxc.hu/photo/1151008>; <http://www.sxc.hu/photo/1102366>.

Ampliando a noção de texto

Uma das coisas que nos diferencia dos demais seres vivos neste planeta é a capacidade que temos de produzir e armazenar história, cultura e outros tipos de conhecimento. Tudo isso é possível graças à linguagem, que nos permite comunicar, compreender e agir sobre outras pessoas. Ampliando o poder de ação da linguagem, a invenção da escrita foi fundamental para o desenvolvimento da humanidade.



Marcelo Terraça

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/469634>

O surgimento da escrita

Acredita-se que a escrita tenha se originado a partir dos simples desenhos de ideogramas: por exemplo, o desenho de uma maçã a representaria e o desenho de duas pernas poderia representar tanto o conceito de andar como de ficar em pé. A partir daí, os símbolos tornaram-se mais abstratos, terminando por evoluir em símbolos sem aparente relação com os caracteres originais. O surgimento da escrita data de 3500 a.C., aproximadamente.

Fonte: adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Escrita#Origem_da_escrita.



Mateusz Stachowski

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1209717>

No entanto, quando falamos de linguagem, não podemos nos limitar à linguagem verbal, seja ela escrita ou falada. Outras formas de linguagem já nos acompanham desde a pré-história, como se pode comprovar pelas pinturas rupestres feitas nas paredes das cavernas.

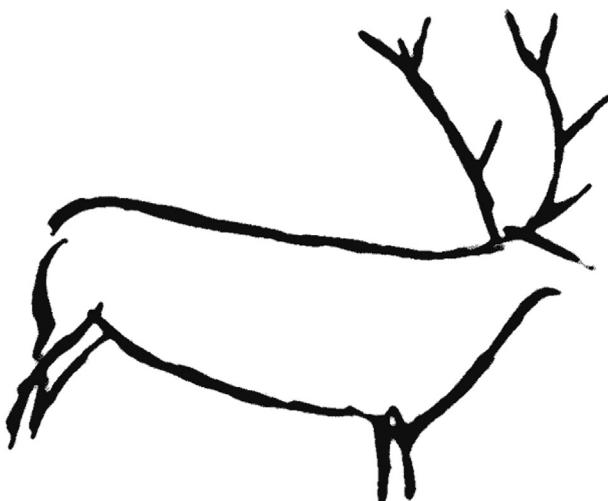


Figura 3.1: Cervo pintado na caverna Las Chimeneas, de Monte Castillo, Puente Viesgo (Cantábria, Espanha).

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2a/Cueva_de_Chimeneas_%28ciervo%29.png

Nós já falamos que um texto não é apenas um conjunto de palavras (ou imagens). Textos podem ser constituídos de outros elementos, como cores, formas, movimentos, luzes, texturas e sons.

Se pensarmos no surgimento e na difusão dos diferentes meios de comunicação, tais como o rádio, a TV e, contemporaneamente, os computadores e a internet, fica fácil perceber o que estamos dizendo. Podemos concluir, então, que uma notícia que lemos no jornal, um vídeo a que assistimos na TV ou na internet, este material que você tem em mãos ou na tela do computador e até mesmo uma obra de arte, uma escultura ou uma dança podem ser considerados textos, já que podem ser lidos e compreendidos. Interessante, não é?

Estamos cercados de textos por todos os lados e construímos sentidos a partir de todos eles; “lemos” todo o tempo, basta um simples passeio pela nossa rua para comprovar isso.

Como os textos se organizam?

Assim como as sociedades cresceram e se desenvolveram ao longo da história, os textos também se tornaram cada vez mais especializados. Da simples e espontânea troca de turnos de fala, em uma conversa entre amigos, até a escrita de uma tese de doutorado em Antropologia ou Física Quântica, há modos próprios de usar os recursos que a linguagem nos oferece. Esses modos são produzidos de acordo com as necessidades de cada esfera de atividade humana, ou seja, para cada prática específica de uso da linguagem, elaboram-se continuamente tipos relativamente estáveis de enunciados, que são chamados gêneros do discurso (BAKHTIN, 2000).

Vamos entender o que isso significa?

A partir da explicação anterior, podemos extraír pelo menos três afirmações:

1. existem tipos ou modelos de texto (orais, escritos, visuais e **multimodais**);
2. esses tipos ou modelos não são totalmente fixos, mas possuem alguma estabilidade;
3. esses tipos ou modelos estão relacionados às diferentes atividades humanas.

A nossa competência genérica (lembrem-se da Aula 2?) nos permite reconhecer diferentes gêneros do discurso em cada esfera de atividade. Por exemplo, na esfera jornalística, podemos citar gêneros como a notícia, a reportagem, o artigo de opinião, os classificados etc.

Já na esfera médica, reconhecemos bulas de remédio, receitas médicas, atestados de saúde, consultas médico-paciente. Todos esses são gêneros que aprendemos a reconhecer e a usar em nosso dia a dia.

Multimodal

As palavras “multimodal” e “multimodalidade” designam os textos produzidos usando mais de uma modalidade de linguagem (palavra, imagem, som, movimento etc.). Um vídeo comercial é um texto multimodal, uma história em quadrinhos também.

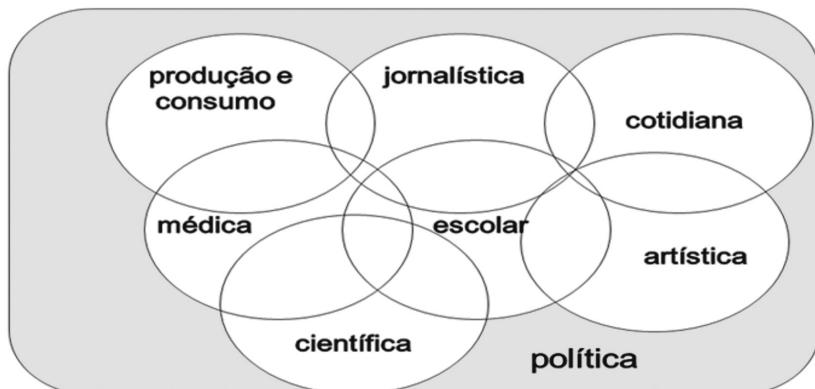


Figura 3.2: Alguns exemplos de esferas de circulação de discursos.

Desde pequenos, aprendemos a pedir coisas aos nossos pais, a cumprimentar as pessoas, a falar ao telefone, a cantar parabéns nos aniversários etc. Todos esses são gêneros típicos da esfera cotidiana em nossa cultura.

Eles nos ajudam a saber como devemos nos comportar, o que falar e o que esperar dos outros. A noção de gênero é mesmo muito útil, não? Ela servirá, em nosso curso, para nos indicar como devemos ler e entender os textos produzidos em outras culturas.

Veja o seguinte fragmento de texto retirado do jornal espanhol *El País*, na internet, e não se preocupe se não conseguir compreender todas as palavras; concentre-se em pensar um pouco sobre o texto.

El Rey había bromeadó por la mañana sobre su salud al recibir, apoyado en una muleta que sujetaba con la mano izquierda, al presidente colombiano, Juan Manuel Santos, con quien ha tenido ocasión de examinar las relaciones bilaterales, las perspectivas económicas y los procesos de integración regional en Iberoamérica en la cumbre de Cádiz.

(Disponível em: <http://politica.elpais.com/politica/2012/11/16/actualidad/1353078724_195788.html>)

O fragmento de texto começa falando sobre um rei que havia feito alguma coisa pela manhã. Como já dissemos que o

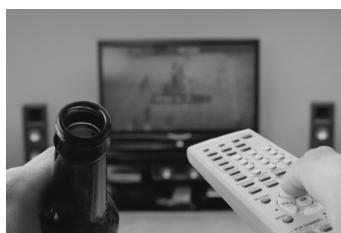
texto foi publicado em um jornal, ou seja, pertence a um gênero discursivo da esfera jornalística, que conclusões podemos tirar sobre ele?

Sim, exatamente, podemos inferir que se trata de um texto sério, que conta algo sobre alguém de relevância no mundo. Agora vamos supor que o mesmo texto estivesse publicado nas páginas de um romance. O texto seria lido do mesmo modo? Certamente não. Por se tratar de um romance, um gênero ficcional, da esfera literária, não levaríamos tão a sério a informação ali presente. Ela teria um papel importante, sim, mas para o próprio desenrolar da história contada no livro.

Os meios de comunicação são gêneros?



Celal Teber



MJimages



Michał Zacharzewski

Fontes: <http://www.sxc.hu/photo/1287061>; <http://www.sxc.hu/photo/1224537>; <http://www.sxc.hu/photo/1336514>

Não! E cuidado para não confundir!

Os gêneros do discurso são formas sócio-históricamente organizadas de interação pela linguagem, ou seja, modelos de textos orais, escritos e multimodais que foram produzidos ao longo da história das sociedades, advindos das necessidades de comunicação das diferentes esferas de atividade humana.

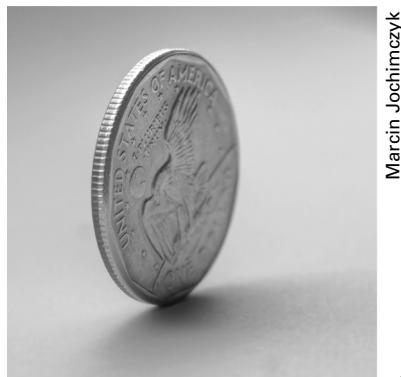
Já os meios de comunicação são suportes em que os diferentes gêneros são produzidos e circulam. Tomemos por exemplo o livro. Ele é um suporte feito, normalmente, de papel, com páginas e capa; não é um gênero. Um livro pode conter inúmeros gêneros e de diferentes esferas sociais, veja:

- romance;
- histórias em quadrinhos;
- manual de instruções;
- receitas gastronômicas;
- conhecimentos de filosofia etc.

Ele pode até mesmo apresentar vários gêneros simultaneamente, como músicas, charges, tiras cômicas e/ou fragmentos de gêneros, como romances, crônicas etc., como é o caso dos livros didáticos de língua materna.

O mesmo vale para o rádio, a TV, a internet, o jornal, as revistas, o cinema, um *outdoor*, um aparelho de celular e até mesmo uma camiseta.

Como identificar os gêneros do discurso?



Marcin Jochimczyk

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=851428&redirect=photo>

Todo gênero do discurso possui duas faces: a social e a textual. Elas são inseparáveis como os lados de uma moeda.

Um gênero é uma atividade social na forma de um texto (oral, escrito ou multimodal), que precisa cumprir certos requisitos para ter êxito.

O linguista francês Dominique Maingueneau (2002) propõe uma lista com as principais características que conferem êxito aos gêneros. Essa lista nos ajudará no trabalho de compreensão do que constitui um gênero do discurso.

Segundo o autor, pode-se dizer, então, que todo gênero possui as seguintes características:

1. *Finalidade reconhecida*: identificar a finalidade é indispensável para que o coenunciador – leitor ou ouvinte – possa ter uma compreensão e um comportamento adequados. Exemplo: a finalidade de uma notícia é informar ao leitor sobre um acontecimento, já a finalidade de um manual de instruções é ensinar a montar e/ou operar um aparelho ou máquina.
2. *Estatuto de parceiros legítimos*: é o papel do enunciador e do coenunciador. Na notícia, por exemplo, temos o par jornalista/leitor. Em uma consulta médica, temos médico/paciente.
3. *Lugar e momento legítimos*: diz respeito ao contexto de um gênero, isto é, ao local e ao tempo em que são produzidos. Alguns gêneros dependem de certos lugares para fazer sentido, tal como uma consulta médica ou um aviso de não fumar. Já o tempo implica vários eixos: periodicidade, encadeamento, continuidade, validade. Por exemplo, um poema pode ser lido a qualquer tempo e em qualquer lugar, pois não está tão limitado a um tempo e um espaço determinados. Já uma notícia perde a validade à medida que se afasta da data do acontecimento; vai “ficando velha”, vira “notícia de ontem”, como dizem. O jornalista não tem o mesmo tempo que tem o poeta, podemos pensar.
4. *Suporte material*: qualquer mudança no suporte traz mudanças para o gênero. Uma publicidade em uma revista feminina, por exemplo, não é igual a uma publicidade em um *outdoor* ou na televisão. O suporte impõe possibilidades e limites de espaço, de público, de tempo e de modalidades de linguagem.
5. *Organização textual*: são os modos de encadeamento de seus elementos verbais e não verbais. Diz respeito à arrumação e disposição dos textos, imagens e outras modalidades e à própria estrutura textual, às tipologias textuais usadas (falaremos um pouco mais sobre esse tema no decorrer da aula).

Os itens de 1 a 4 descrevem elementos da face social do gênero, enquanto o item 5 se relaciona à face textual. Para

entendermos melhor de que modo esses elementos ajudam a caracterizar um gênero, vamos analisar um texto?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Observe o seguinte texto e responda às questões que seguem.

ENSALADAS	
Ensalada variada	5,40
Con lechuga, tomate, atún, huevo duro y espárragos	
Ensalada de queso de cabra a la plancha.....	6,60
Con tomate confitado y cebolla caramelizada	
Tomate al orégano con atún	5,25
Gazpacho andaluz	3,70

RACIONES	
Patatas bravas (especialidad de la casa)	3,75
Patatas alioli	3,85
Ensaladilla rusa	4,60
Tortilla de patata (2 personas)	4,86
Tortilla de patata grande	10,00
Huevos rotos con picadillo	6,80
Champiñón frito al ajillo	5,10
Pimientos de Padrón	5,50
Croquetas de jamón	6,75
Alitas de pollo marinadas y fritas	6,85
Lacón a la gallega	6,80
Oreja adobada a la plancha	4,85
Callos a la madrileña	6,75
Magro ibérico estofado con boletus con setas..	6,90
Caracoles a la madrileña	6,75
Chorizo de León frito	6,00
Mejillones al vapor	5,20
Mejillones tigre (6unidades)	6,90
Mejillones en salsa picante de tomate	5,90
Gambas al ajillo	5,80
Calamares	6,80
Pulpo a la gallega	11,70

CARNES	
Entrecot de buey	12,30
Solomillo de cerdo a la pimienta o con cabrales	9,50
Secreto ibérico con salsa de brevas	12,00
Morcillo de ternera blanca estofado con sidra	9,60

PESCADOS	
Dorada o lubina a la bilbaína	9,00
Emperador ajo-aceite	9,50
Tanto las carnes como los pescados, se sirven acompañados de ensalada y patatas	

POSTRES	
Flan de queso-crema al caramelo	2,80
Arroz con leche a la canela	2,85
Tarta de bizcocho de manzana	2,85
Copa de yogourt natural con mermelada casera	2,80

REFRESCOS, CERVEZAS, VINOS Y LICORES	
Refrescos y zumos	2,40
Jarra Litro cerveza	7,30
Agua sin gas	1,65
Vino de la casa	1,45
Mosto	1,70
Copa Ribera Duro.....	2,25
Tercio de barril	2,40
Copa Rioja	1,80
Cerveza SIN	2,40
Copa de Rueda/Cigales	1,80
Vol Damm	3,30
Copa de rioja crianza	2,25
Tercio Botella	2,75
Vaso sangría	2,40
Jarra 172 cerveza	3,90
Jarra Litro Sangría 1L	7,30

Copa de castellana, Veterano o similar	2,30
Copa de Magno, Carlos III o similar	2,70
Pacharán, licores de frutas	2,70
Combinado nacional	4,80
Combinado de importación	5,70

Fonte: <http://spanishwithmaria.com/?p=544>

a) Qual é o gênero do texto?

b) Qual é a sua finalidade?

c) Quem é o coenunciador do texto?

d) Qual é o lugar legítimo de circulação desse gênero?

e) Pode-se dizer que o texto possui uma durabilidade indefinida em termos de tempo de circulação? Por quê?

f) Um dos suportes típicos desse gênero é um livreto de papel ou plástico. Apresente duas vantagens desse suporte para o gênero.

g) Quanto à sua organização, o gênero apresenta texto verbal em forma de listas divididas por seções. Explique o sentido dessa organização.

Resposta comentada

Para resolver esta atividade, você não precisará compreender todas as palavras do texto, mas usar sua competência genérica, isto é, seu conhecimento sobre a função social e a estrutura textual deste gênero.

a) *O gênero é um cardápio de restaurante.*

b) *Sua finalidade é mostrar ao cliente as opções que possui para co-*

mer e beber em um determinado estabelecimento, bem como seus preços.

c) Seu coenunciador é o já cliente ou um possível cliente do estabelecimento.

d) Seu lugar legítimo de circulação é um restaurante, bar, lanchonete, café ou outro estabelecimento similar.

e) Com relação ao tempo de circulação, não se pode dizer que este seja indeterminado, pois dois elementos podem mudar: o preço das comidas e bebidas e os próprios itens do cardápio, já que dependem de variáveis ligadas ao mercado de produtos alimentícios, como a sazonalidade.

f) Quanto às vantagens do suporte, pode-se destacar o baixo custo de confecção e a facilidade de manuseio e consulta, devido ao material usado.

g) A organização em forma de lista e seções possibilita ao cliente identificar facilmente os diferentes alimentos e seus preços para cada categoria oferecida, tais como saladas, porções, carnes, peixes, bebidas e sobremesas.

Sazonalidade

É um fenômeno relacionado ao tempo, caracterizado, no caso do turismo, pela instabilidade entre oferta e demanda de produtos e serviços nos determinados períodos do ano, como épocas de alta estação e baixa estação.

Gêneros do discurso e tipos textuais são a mesma coisa?

Quando se fala de texto, é comum haver confusão entre dois conceitos próximos: o de gêneros do discurso e o de tipos textuais.

Quanto aos gêneros, você já aprendeu que são atividades sociais contextualizadas, modelos de como falar, escrever ou se comportar diante de determinadas situações de uso da linguagem.

E o que são tipos textuais?

É possível que você já tenha estudado os termos *descrição*, *narração* e *argumentação*. Esses são os tipos textuais que vamos estudar aqui. Eles são categorias centradas no modo como a linguagem se organiza nos textos. Mas o que os diferencia dos gêneros do discurso? Vejamos o quadro comparativo:

	Tipos textuais	Gêneros do discurso
O que são?	Sequências linguísticas de enunciados no interior dos gêneros e não são textos empíricos.	Textos empiricamente realizados, cumprindo funções em situações comunicativas.
Quantos são?	Um conjunto limitado, que varia de três a seis.	Um conjunto aberto e praticamente ilimitado.
O que os define?	Aspectos gramaticais e relações lógicas.	Estilo, finalidade, conteúdo, modo de organização e suporte.
Alguns exemplos	Descrição, narração, argumentação, diálogo e exposição.	Telefonema, carta comercial, romance, bilhete, receita culinária, bulha de remédio, lista de compras, cardápio, instruções de uso, <i>outdoor</i> , inquérito policial, resenha, edital de concurso, piada, conversação espontânea, conferência, e-mail, bate-papo virtual, aulas virtuais etc.

Fonte: MARCUSCHI (2005, p. 23).

Observando o quadro de diferenças, você pode perceber que os gêneros do discurso não se opõem aos tipos textuais. Os gêneros são, na verdade, constituídos por diferentes tipos textuais.

Então, podemos dizer que a face textual de um mesmo gênero pode conter sequências de mais de um tipo textual. No entanto, é preciso ter em mente que há gêneros em que prevalece um ou outro tipo. No cardápio de restaurante que estudamos nesta aula, prevalece o tipo textual descritivo, que é usado para listar os pratos e bebidas que se disponibilizam ao cliente. Ainda nesse gênero, podem-se descrever os ingredientes que compõem cada prato. Não é comum em um cardápio de restaurante contar-se um evento ou uma história (narração), ou defender-se um ponto de vista (argumentação). Já em um texto do gênero reportagem, por exemplo, podem aparecer sequências descritivas, narrativas e/ou argumentativas.

Como identificar os tipos textuais?

Como já dissemos, estudaremos três tipos textuais: a descrição, a narração e a argumentação. Há estudiosos que identificam outros tipos além desses mas, para nós, a escolha desses três é suficiente para dar conta das mais diversas estruturações de texto, em todos os gêneros que vamos estudar neste curso.

Agora, vamos entender o que cada tipo textual significa?

- Descrição: é o ato de descrever, de apresentar as características de um objeto, ser, lugar ou situação. Essa descrição pode ser mais ou menos objetiva conforme a escolha das palavras usadas para isso. A descrição mobiliza principalmente as palavras de caráter nominal (substantivos, pronomes, numerais e adjetivos) e o tempo verbal presente. Em textos não verbais, a descrição se caracteriza principalmente pela exibição de imagens que não denotem ação ou movimento, isto é, imagens de lugares, objetos e seres estáticos.
- Narração: é o ato de contar uma história ou relatar um evento. A narrativa é sempre contada de um ponto de vista, ou seja, pela voz de um narrador. Ela se caracteriza pela sucessão de eventos que envolvem personagens, lugares e tempos. A narrativa possui basicamente quatro etapas:
 - a) situação inicial;
 - b) complicação,
 - c) resolução;
 - d) situação final.

As sequências textuais narrativas são marcadas pelo tempo passado, indicado, principalmente, pelos marcadores temporais, nos verbos de ação (transitivos e intransitivos) e seus complementos (sujeitos e objetos). Em textos não verbais, a narrativa pode ser construída por sequências de imagens (como nas histórias em quadrinhos ou em um filme) ou por imagens que denotem ação ou movimento (um homem falando, uma criança comendo, uma menina entregando um presente para sua mãe etc.).

- Argumentação: é o ato de construir e defender um ponto de vista através do qual se busca convencer o seu coenunciador.

O texto argumentativo caracteriza-se pela apresentação de premissas (que podem ser argumentos, dados ou razões) para apoiar ou refutar uma dada conclusão. A argumentação procura intervir sobre as opiniões, atitudes ou comportamentos de um ou mais coenunciadores. As sequências textuais argumentativas mobilizam formas de raciocínio através de estruturas sintáticas explicativas, conclusivas, condicionais, entre outras. Em textos não verbais, a argumentação apoia-se principalmente na finalidade do gênero (em publicidades por exemplo, a finalidade é vender um produto ou serviço), em que as imagens fazem as vezes das premissas.



Atividade

Atende aos objetivos 1, 2 e 3

Agora que você já sabe diferenciar os gêneros do discurso dos tipos textuais, leia o texto que segue e responda às questões:

Frida Kahlo

Pintora mexicana. Aunque se movió en el ambiente de los grandes muralistas mexicanos de su tiempo y compartió sus ideales, Frida Kahlo creó una pintura absolutamente personal, ingenua y profundamente metafórica al mismo tiempo, derivada de su exaltada sensibilidad y de varios acontecimientos que marcaron su vida.

A los dieciocho años Frida Kahlo sufrió un gravísimo accidente que la obligó a una larga convalecencia, durante la cual aprendió a pintar, y que influyó con toda probabilidad en la formación del complejo mundo psicológico que se refleja en sus obras. Contrajo matrimonio con el muralista Diego Rivera, tuvo un aborto (1932) que afectó en lo más hondo su delicada sensibilidad y le inspiró dos de sus obras más valoradas: Henry Ford Hospital y Frida y el aborto, cuya compleja simbología se conoce por las explicaciones de la propia pintora. También son muy apreciados sus autorretratos, así mismo de compleja interpretación: Autorretrato con monos, Las dos Fridas.

Cuando André Breton conoció la obra de Frida Kahlo dijo que era una surrealista espontánea y la invitó a exponer en Nueva York y París, ciudad esta última en la que no tuvo una gran acogida. Nunca se sintió cerca del surrealismo, y al final de sus días decidió que esa tendencia no se correspondía con su creación artística.

En su búsqueda de las raíces estéticas de México, Frida Kahlo realizó espléndidos retratos de niños y obras inspiradas en la iconografía mexicana anterior a la conquista, pero son las telas que se centran en ella misma y en su azarosa vida las que la han convertido en una figura destacada de la pintura mexicana del siglo XX.

(Disponível em: <<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/k/kahlo.htm-adaptado>>)

1. Marque a alternativa correta. O texto intitulado “Frida Kahlo” pertence ao gênero discursivo biografia, e como tal é um texto que apresenta:

- a) o relato de um acontecimento recente;
- b) a vida e a obra de uma personalidade;
- c) um ponto de vista crítico sobre um assunto;
- d) uma pesquisa aprofundada sobre um tema.

2. Biografias são textos que costumam apresentar sequências descritivas e narrativas. Leia os enunciados a seguir e escreva (D) para descritivo e (N) para narrativo.

() “Frida Kahlo creó una pintura absolutamente personal, ingenua y profundamente metafórica al mismo tiempo.”

() “A los dieciocho años Frida Kahlo sufrió un gravísimo accidente que la obligó a una larga convalecencia.”

() “También son muy apreciados sus autorretratos, así mismo de compleja interpretación: *Autorretrato con monos, Las dos Fridas*.”

() “son las telas que se centran en ella misma y en su azarosa vida las que la han convertido en una figura destacada de la pintura mexicana del siglo XX”

3. No gênero biografia, qual tipo textual predomina? Justifique sua resposta.

Resposta comentada

Para responder corretamente às questões desta atividade, é preciso fundamentalmente reconhecer as características do gênero biografia. Na questão 1, a alternativa correta é a letra b, já que a biografia é um texto que apresenta a vida e a obra de uma personalidade. Ainda que apresente acontecimentos, possa ser escrita de forma crítica e resulte de uma pesquisa aprofundada, nenhuma dessas características a distinguem como gênero.

Na questão 2, é preciso identificar nos enunciados sequências descritivas e narrativas. Os dois primeiros fragmentos são narrativos, já que relatam eventos da vida de Frida Kahlo, sendo a pintora a personagem. O tempo verbal passado também caracteriza tais sequências. Já os dois últimos fragmentos são descritivos, pois descrevem a obra da pintora. Neles não há personagens e o tempo verbal de destaque é o presente.

Para responder à questão 3, é preciso partir da finalidade do gênero, que é a de apresentar a vida e a obra de uma personalidade e, assim, identificar no texto a predominância da narração, marcada pelos eventos da vida de Frida Kahlo. Os elementos linguísticos que justificam essa resposta são a presença frequente do tempo passado e de marcadores temporais.



Para mais informações sobre Frida Kahlo, consulte:

- Site oficial dos direitos, licenças e familiares de Frida Kahlo: <http://www.fkahlo.com/>
- Museo Frida Kahlo – Casa Azul: <http://www.museofridakahlo.org.mx/>
- Obra pictórica completa da pintora: <http://www.frida-kahlo-foundation.org/the-complete-works.html>

Nesta aula, você pôde perceber como o conhecimento do gênero, ou seja, a competência genérica, ajuda-nos a ler e compreender os mais diferentes textos, mesmo em uma língua que estamos começando a estudar.

Vimos que os textos não se constituem apenas de palavras, mas também de outras modalidades de linguagem, como imagens, sons, música, gestos etc. e são produzidos de acordo com as necessidades da atividade humana nas mais diversas esferas.

Reconhecer que um texto pertence a um determinado gênero já nos indica como devemos lê-lo e reagir a ele; o mesmo vale para os gêneros orais, seja face a face ou por intermédio de meios de comunicação, como a TV, o rádio, o telefone ou a internet.



Atividade final

Identifique o gênero discursivo e a tipologia textual predominante de cada um dos textos a seguir e complete o quadro que segue.

Texto 1

Paella

Ingredientes (4-6 personas):

*600 gramos de arroz
1/2 de pollo troceado
2 alcachofas
2 pimientos rojos medianos
2 tomates maduros
Pimienta molida
Un diente de ajo
Perejil
1 hebra de azafrán (o colorante)
Aceite de oliva (un vaso, 1/4 de litro)
1/2 limón
Ramitas de romero y tomillo
Sal*

Preparación

Paso 1: Se fríe el pollo con aceite. Una vez frito se pone a hervir con 8 vasos de agua.

Paso 2: Se sofrién las alcachofas, el pimiento y se separan aparte Por otro lado se sofrié el tomate y el ajo.

Paso 3: Se echa el arroz y se le dan unas vueltas con el tomate y el ajo ya sofrito.

Paso 4: El pollo debe estar ya hervido tras una 1/2 hora y antes de que se termine de sofreír el arroz con el tomate y ajo, se añade todo. Esto es: el pollo ya hervido con su agua (el pollo debe llevar 6 vasos de caldo tras hervirlo); después se añaden las alcachofas y el pimiento; el zumo de medio limón; un poco de pimienta, un poco de perejil, tomillo, romero, la hebra de azafrán picada (si no se tiene azafrán puede utilizarse colorante) y sal.

Paso 5: Ya tenemos todo lo anterior en la paellera o sartén. Al principio fuego fuerte, a mitad de cocción se baja a medio fuego y tras unos 20 minutos en total (más cinco minutos de reposo) ya debe estar lista para servir.

(Disponível em: <<http://www.euroresidentes.com/Recetas/paella.htm>>)

Texto 2



Fonte: <http://antidepresivo.net/wp-content/uploads/2011/10/gandhi/49.gif>

Texto 3

Caperucita Roja

Había una vez una adorable niña que era querida por todo aquél que la conociera, pero sobre todo por su abuelita, y no quedaba nada que no le hubiera dado a la niña. Una vez le regaló una pequeña caperuza o gorrito de un color rojo, que le quedaba tan bien que ella nunca quería usar otra cosa, así que la empezaron a llamar "Caperucita Roja".

Un día su madre le dijo,

– "Ven, Caperucita, aquí tengo unas flores, un pastel y una botella de vino, llévalas en esta canasta a tu abuelita que está enfermita y débil y esto le ayudará. Vete ahora temprano, antes de que caliente el día, y en el camino, camina tranquila y con cuidado, no te apartes de la ruta, no vayas a caerte y se quiebre la botella y no quede nada para tu abuelita. Y cuando entres a su dormitorio no olvides decirle, "Buenos días", ah, y no andes curioseando por todo el aposento."

– "No te preocupes, haré bien todo" –, dijo Caperucita, y tomó las cosas y se despidió cariñosamente.

La abuelita vivía en el bosque, como a un kilómetro de su casa.

(Disponível em: <<http://cuentosdegrimm.com/001-caperucitaroja.htm>>)

	Gênero discursivo	Tipologia textual predominante
Texto 1		
Texto 2		
Texto 3		

Resposta comentada

O Texto 1 pertence ao gênero receita gastronômica, já que ensina como fazer um prato chamado paella. A tipologia predominante é a descrição, presente tanto na lista de ingredientes quanto no modo de preparo do prato.

O Texto 2 é uma publicidade de uma livraria, um gênero que se destaca pela organização visual com pouco texto, a presença de um slogan ou frase de efeito e o logo da empresa. A tipologia predominante é a argumentativa, típica desse gênero, que pretende convencer o leitor a adquirir um produto ou serviço. A frase de efeito "Menos face y más book" pretende provocar uma alteração na conduta dos leitores, incentivando-os a diminuir o tempo gasto com redes sociais como o Facebook (sugerido no jogo de palavras) e aumentar o tempo com a leitura de livros (indicada pelo uso da palavra book, que significa "livro" em inglês).

O Texto 3 é o fragmento de um conto de fadas, gênero ficcional bastante conhecido. Como é típico dos contos, Caperucita Roja é um texto predominantemente narrativo. Em sua estrutura destacam-se os tempos do passado nas sequências de ações e a presença de narrador e personagens. Outra característica típica do gênero conto de fadas é a abertura "Había una vez...", em português "Era uma vez..."

Resumo

Estudamos nesta aula os gêneros do discurso e os tipos textuais.

Os gêneros são formas relativamente estáveis de enunciados produzidos no interior das mais diversas esferas de atividade humana. Já os tipos textuais são modos de organizar a linguagem em sequências de enunciados caracterizados por sua estrutura gramatical e relações lógicas.

Não se pode confundir os gêneros com os seus suportes, ou seja, os meios de comunicação usados para veicular os textos de um determinado gênero, tais como livro, *outdoor*, jornal, TV, rádio, camisetas etc.

Vimos também que os gêneros do discurso possuem duas faces, uma social e uma textual. A face social comporta elementos como a finalidade do gênero (para que serve), o estatuto que ocupam os seus interlocutores (a relação entre o *eu* e o *você*) e o contexto no qual é produzido (o lugar e o tempo). Já a face textual é formada pelo conjunto de elementos verbais e não verbais e sua organização no texto. O modo como tais elementos se organizam é o de sequências tipológicas, que podem ser de três tipos: descritiva, narrativa e argumentativa.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula falaremos um pouco sobre a relação entre o ato de falar ou escrever em uma língua estrangeira e a questão da identidade. Até lá!

4

Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Analisar a produção de identidades e subjetividades em textos em espanhol, a partir do estudo de pronomes pessoais e verbos no presente do indicativo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar a produção das múltiplas identidades sociais em diferentes textos a partir do estudo de pronomes e verbos;
- 2 diferenciar o grau de formalidade em textos na língua espanhola pelo uso de pronomes pessoais;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos de diversas modalidades em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar o que é a competência comunicativa, conceito apresentado na Aula 2.

Quem é você? Diga logo que eu quero saber...



Davide Guglielmo

<http://www.sxc.hu/photo/227873>

Nesta aula, falaremos um pouco sobre o que acontece conosco, quando começamos a aprender uma língua estrangeira.

Se alguém lhe pergunta quem você é, certamente a resposta mais simples que lhe ocorrerá será dizer o seu nome, certo? Dependendo da situação em que se encontre e do gênero de discurso em uso (se é uma conversa entre colegas de classe ou de trabalho, uma entrevista de emprego, o preenchimento de um formulário de entrada em um hotel ou em uma rede social ou a escrita do seu currículo, por exemplo), você poderá acrescentar outras informações como sua filiação, o lugar onde mora e/ou nasceu, sua idade.

Poderá também fornecer características físicas (altura, pele, olhos, cabelo, constituição corporal) e comportamentais (gostos e atividades), além de traços de personalidade e de sua história de vida, pessoal ou profissional. Desse modo, podemos dizer que todas essas informações fazem parte de quem você é, ou seja, elas constituem a sua identidade.

Começamos a aprender sobre a nossa identidade, desde pequenos, ouvindo e falando a nossa língua materna, o português. E assim vamos construindo nossa identidade, nosso modo de perceber o mundo e de pensar. A língua que aprendemos na infância é uma parte fundamental da nossa identidade. É ela que

faz a mediação entre a nossa cultura e o que somos. Devemos compreender, assim, que as línguas não são apenas sistemas de comunicação, mas sim marcas de identidade e de culturas distintas. Em suma, falar uma língua estrangeira é uma atividade complexa, pois exige que nos aproximemos da cultura e da identidade dos seus falantes, mas sem que abandonemos as nossas.



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 3

Assista ao vídeo disponibilizado no *site YouTube* através do *link*: <http://www.youtube.com/watch?v=cDL0F3fODJc>. Ele demonstra bem o que acabamos de falar sobre língua e identidade. Após assistir, responda às questões que seguem.

1. ¿Dónde Cecilia aprendió el español?

- (a) en Estados Unidos
- (b) en México
- (c) en Puerto Rico
- (d) en España

2. ¿Cómo aprendió el español?

- (a) Estudiando en un curso
- (b) Hablando con la gente
- (c) Escuchando a su madre
- (d) Estudiando en la universidad

3. ¿Cuál es la nacionalidad de ella?

- (a) Puertorriqueña
- (b) Mexicana
- (c) Española
- (d) Estadounidense

Aula 4 • Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?

4. ¿Cuánto tiempo vivió en Puerto Rico?

- (a) Un año
- (b) Un año y medio
- (c) Dos años
- (d) Dos años y medio

5. ¿Dónde estudia español actualmente?

- (a) En la universidad
- (b) En el curso
- (c) En el trabajo
- (d) No estudia español actualmente

6. ¿Cuál es la ocupación/profesión de Cecilia?

- (a) Es profesora de español
- (b) Es vendedora de queso
- (c) Es instructora en la escuela de manejo
- (d) Todavía no trabaja

7. ¿A causa de qué ella consiguió el trabajo?

- (a) Porque es guapa
- (b) Porque habla inglés
- (c) Porque habla español
- (d) Porque no tiene hijos

8. ¿Por qué el trabajo le parece interesante?

- (a) Porque puede practicar su español
- (b) Porque los mexicanos son chistosísimos
- (c) Porque cobra bastante dinero
- (d) Porque no tuvo otra opción

9. ¿Cuál es el estado civil de Cecilia?

- (a) Soltera
- (b) Novia
- (c) Comprometida
- (d) Casada

Glossário

guapa: bonita
hijos: filhos
chistososísimos: engraçadíssimos; divertidíssimos
novia: namorada
comprometida: noiva

Resposta comentada

Você precisa acostumar seus ouvidos à língua espanhola e prestar atenção ao objetivo comunicativo do gênero usado pela enunciadora. Para isso, deve assistir quantas vezes achar necessário. As respostas corretas são:

1. (d) *En Puerto Rico*
2. (b) *Hablando con la gente*
3. (d) *Estadounidense*
4. (b) *Un año y medio*
5. (a) *En la universidad*
6. (c) *Es instructora en la escuela de manejo*
7. (c) *Porque habla español*
8. (a) *Porque puede practicar su español*
9. (d) *Casada*

Descrevemos aqui as principais informações que você precisa compreender sobre a identidade de Cecilia, relatadas no vídeo.

Cecilia é uma estudante da Universidade de Weber State que passou um ano e meio na ilha de Porto Rico onde aprendeu espanhol falando com as pessoas. Ela nasceu nos Estados Unidos e autodenomina-se “gringa”. Ao voltar para seu país, ela continuou seus estudos de língua espanhola na universidade. Para ela, a língua espanhola está em todas as partes de sua vida, como, por exemplo, no trabalho como instrutora de autoescola, que conseguiu graças ao seu conhecimento dessa língua. Esse trabalho lhe agrada bastante já que pode praticar seu espanhol com os mexicanos que querem aprender a dirigir. Ela é casada e seu esposo também fala espanhol, tendo aprendido no México.

Na atividade de receber turistas estrangeiros, os profissionais de turismo precisam lidar todo o tempo com diferentes modos de ser e culturas diversas. Vamos então começar aqui a aprender como registrar algumas informações que são fundamentais na constituição de nossa identidade: os dados pessoais. Observe a ficha abaixo:

HOTEL AMERICA – NICARAGUA	
Llegada: 09/02/2013 Salida: 13/02/2013	
DATOS PERSONALES	
Número de PAX: 01	
Nombre y apellidos: María Isabel da Silva	
Fecha de nacimiento: 14/09/1970	
Profesión: Manicura	
Nacionalidad: brasileña DNI/Pasaporte: FD321204	
DOMICILIO	
Calle: Dr. Humberto Gentil Barone Número: 51	
Ciudad: Nova Iguaçu Código postal: 26255-020	
País: Brasil	
Dirección de e-mail: marisabels@zmail.com.br	
Teléfono 1: +55 (21) 2767-1452 Teléfono 2: +55 (21) 7864-8251	
Tipo de habitación: [X] individual [] doble	

Check-in

1. Apresentação do bilhete de viagem no balcão da companhia de aviação, para a devida conferência e expedição do cartão de embarque, bem como para despachar a bagagem.
2. Registro de um hóspede em um hotel, ao iniciar seu período de hospedagem.

Fonte: Dicionário *on-line*
Caldas Aulete

A ficha acima é um gênero escrito típico da atividade profissional de recepção hoteleira. Você conseguiu identificá-lo? Certamente, usando sua competência encyclopédica ou conhecimento de mundo e as palavras transparentes, é possível reconhecê-lo. Trata-se de um formulário de entrada em hotel ou ficha de registro de hóspedes. Aquelas que são preenchidas pelos recepcionistas ao fazer o **check-in** do hóspede.



Figura 4.1: Bandeira Nacional na Praça da Independência na cidade de Granada, na Nicarágua.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:06.Plaza_de_la_Independencia_de_Granada.JPG

Vamos entender melhor cada parte da ficha? Na primeira linha a ser preenchida, identificam-se as datas de chegada e saída. Depois se indica o número de hóspedes, para isso, é comum na hotelaria o uso do termo *PAX* usada na aviação para designar passageiro. Data em espanhol é *fecha*.

Logo a seguir, temos os dados pessoais. O nome e os sobrenomes. Sim, *apellido* significa sobrenome. Atenção para não confundir! O que em português chamamos apelido, em espanhol é *apodo* ou *sobrenombre*.

Logo temos, data de nascimento, profissão, nacionalidade e documento de identidade ou passaporte. Em seguida, temos o endereço, que em espanhol pode ser *domicilio* ou *dirección*, onde consta nome da rua, número da residência, código postal (CEP), país, e-mail e números de telefone. Por fim, o tipo de quarto, simples ou duplo.



Você sabia que o *nombre* (nome) também é chamado de *nombre de pila* (nome de batismo) em espanhol?

Outra curiosidade diz respeito à ordem dos sobrenomes (*apellidos*) em países de língua espanhola. Diferente do português, a ordem comum é primeiro o paterno e depois o materno.

Exemplo: Enrique Miguel Iglesias Preysler ou simplesmente Enrique Iglesias (Madri, 8 de maio de 1975) é um ator, cantor e compositor espanhol, filho de Julio Iglesias e da modelo filipina Isabel Preysler.
http://pt.wikipedia.org/wiki/Enrique_Iglesias

Nesse caso temos:

Nombre/Nome de Pila: Enrique Miguel

Apellido paterno: Iglesias

Apellido materno: Preysler



Neste *link*, você poderá ler e ouvir outras profissões em espanhol:
<http://www.spanicity.com/pt/vocabulario-espanhol/profissoes/profissoes.htm>

Agora que você já conhece todas as partes da nossa ficha de registro de hóspede, podemos compreender um pouco o contexto. Temos uma brasileira, chamada Maria Isabel, manicure, residente da cidade de Nova Iguaçu que ficará no Hotel América, em Granada, Nicarágua, por cinco dias para descansar e conhecer o patrimônio histórico e a cultura local.



Em espanhol, muitas vezes, como acontece com a palavra América/AMERICA, presente no nome do hotel de nossa ficha de registro, as palavras escritas em caixa alta aparecem sem acento gráfico. Ao contrário do que circula, essa não é uma regra ortográfica, mas sim uma convenção criada a partir das restrições impostas pelas antigas máquinas de escrever, o que não tem sentido atualmente.

Já que estamos falando em acentuação, você deve se lembrar que a acentuação está diretamente relacionada com a sílaba tônica de uma palavra. Assim como no português, a sílaba tônica pode ser a última (aguda), a penúltima (grave) ou a antepenúltima (*esdrújula*). Há ainda no espanhol, casos em que a sílaba tônica pode ser a anterior à antepenúltima (*sobresdrújula*). Na ortografia da língua espanhola, há apenas um acento gráfico chamado *tilde* (').

As principais regras de acentuação em língua espanhola são:

- a) Acentuam-se todas as palavras *agudas* terminadas em "vogais", "n" ou "s". Ex: *corazón, café, cantó, bebé*.
- b) Acentuam-se todas as palavras graves terminadas em consoantes, exceto "n" ou "s". Ex: *lápiz, móvil, revólver*.
- c) Acentuam-se todas as palavras *esdrújulas*. Ex: *música, teléfono, partícula*.

As regras de acentuação das *sobresdrújulas* serão explicadas em outro momento.

Linguagem, subjetividade e objetividade

Como você já sabe, todo texto implica uma relação entre um *eu* que fala ou escreve e um *você* que o escuta ou lê. Essa relação pode ser mais ou menos explícita. Numa conversa, por exemplo, o enunciador costuma falar diretamente, usando referências que marcam a si e ao seu coenunciador. Já em uma notícia, essas marcas são apagadas porque esse gênero tende a ser mais objetivo.

Quando um texto é marcado por referências aos sujeitos da enunciação, dizemos que apresenta marcas de subjetividade e quando um texto não apresenta tais marcas, ele produz um efeito de objetividade. Falamos aqui em efeito de objetividade,

Aula 4 • Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?

já que todo texto é resultado das escolhas de quem o produziu e do estilo de um gênero e, por isso, nenhum texto consegue ser totalmente objetivo, certo?

Falar em subjetividade na linguagem, então, não significa falar necessariamente de emoções ou questões estritamente pessoais, mas sim da escolha, consciente ou não, de determinadas palavras ou expressões que indicam o posicionamento do enunciador, seu ponto de vista, o lugar de que fala os quais ajudam a produzir a sua identidade. O mesmo vale para o coenunciador.

Assim, a subjetividade está ligada às escolhas dos sujeitos do discurso. Ser sujeito do discurso significa ser agente, significa fazer alguma coisa por meio da linguagem. Quando falamos, executamos ações como apresentar, argumentar, explicar, convencer, elogiar, prometer etc.

Veremos a seguir algumas categorias linguísticas que são indicadoras da subjetividade na linguagem.

O sistema pronominal da língua espanhola

Na maioria das línguas conhecidas, os principais elementos que usamos para nos referir a nós mesmos, aos nossos interlocutores e ao objeto do nosso discurso são os pronomes pessoais.

Vamos conhecer alguns desses pronomes em língua espanhola?

Observe o quadro abaixo:

Pronomes pessoais		Sujeitos do discurso (Pessoas)		Objeto do discurso (Não pessoa)
Sujeito gramatical	singular	Quem fala 1 ^a pessoa	Com quem se fala / 2 ^a pessoa	Sobre que ou quem se fala / 3 ^a pessoa
	plural	yo	tú/usted/vos*	él/ella
		nosotros / nosotras	vosotros/ vosotras/ ustedes	ellos/ellas

Figura 4.2: Pronomes pessoais sujeito do espanhol.

Você deve ter percebido que o sistema pronominal espanhol não é tão diferente assim do português. Partindo então do que você já sabe da língua portuguesa, vamos entender um pouco melhor o quadro?

- todos esses pronomes cumprem basicamente duas funções na língua: 1) marcar os participantes do discurso (quem fala e com quem se fala) e os objetos do discurso (de quem ou do que se fala); 2) indicar o sujeito gramatical de uma oração
- os pronomes de terceira pessoa (*él/ella/ellos/ellas*) não indicam um participante efetivo do discurso, mas sim um objeto do discurso, por isso podem ser chamados de não pessoa. Ou seja, não são partes que estão diretamente envolvidas em uma situação comunicativa, não são o eu e o você de uma conversa, por exemplo, mas são aquilo ou aquele de quem se fala;
- o pronome sujeito singular *vos* é usado como pronome de segunda pessoa, em lugar de *tú* em algumas regiões da América Latina (por exemplo, Argentina e Uruguai, lembre que essa questão já foi explicada na Aula 1);
- o pronome de segunda pessoa plural *vosotros/vosotras* é usado principalmente na Espanha;
- os pronomes *usted* e *ustedes*, apesar de indicarem com quem se fala (2^a pessoa do discurso), concordam em termos sintáticos com verbos conjugados na terceira pessoa gramatical (exatamente como acontece com o você/vocês no português);
- na língua espanhola há uma clara distinção no uso dos pronomes de segunda pessoa entre situações formais e informais. Em geral, em situações formais ou com pessoas com as quais não se tem intimidade, usa-se *usted* para o singular e *ustedes* para o plural. Esses pronomes podem ser traduzidos como o(s)senhor(es) ou a(s) senhora(s). Em situações informais ou com pessoas com as quais se tem intimidade, a regra geral é o uso de *tú* ou *vos* (exemplo: Argentina e Uruguai) para o singular e *vosotros* ou *vosotras* para o plural (Espanha);

Não se preocupe agora em decorar todos esses pronomes e regras, o mais importante é você prestar atenção ao modo como eles aparecem nos textos, como sinalizam quem fala, com quem se fala, do que se fala e qual é o grau de formalidade usado.



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 2

Preste atenção ao diálogo abaixo realizado entre um turista colombiano e uma recepcionista de hotel em Petrópolis, Rio de Janeiro.

Carlos García, un hombre de 37 años, negro, casado, locutor en una radio, está de vacaciones en Brasil con su mujer, María Eugenia, 35 años, negra, maestra. Van a pasar el fin de semana, del viernes 12 a domingo 14 de marzo en la Ciudad de Petrópolis. Viven en Bogotá, en la calle 9, piso 100. No tienen hijos.

Turista – ¡Buenos días!, ¿usted habla español?

Recepcionista – Sí, señor. ¿En qué puedo ayudarle?

Turista – Tengo una reserva para dos días.

Recepcionista – ¿A nombre de quién?

Turista – Carlos García.

Recepcionista – Un momento, por favor... Ah sí, aquí está. Una habitación doble.

Turista – Muy amable, señorita. ¡Gracias!

Recepcionista – ¡Buenas tardes, señor!



Figura 4.3: Petrópolis, a cidade Imperial.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Est%C3%A1tua_do_imperador_em_Petr%C3%B3polis.JPG; http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Prefeitura_de_Petr%C3%B3polis_-_RJ_-_Ex-Col%C3%A9gio_Ateneu_-_PU1JFC_%E2%84%A2_%C2%A9.jpg; http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Petr%C3%B3polis_-_RJ_-_Catedral,_Av_Koeler.jpg; http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Crystal_palace.JPG

Aula 4 • Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?

1. A partir do texto anterior, complete a ficha de registro de Carlos:

HOTEL IMPERIAL	
Llegada:	Salida:
DATOS PERSONALES	
Número de PAX:	
Nombre y apellidos:	
Fecha de nacimiento: 24/04/1975	
Profesión:	
Nacionalidad:	DNI/Pasaporte: FD338204
DOMICILIO	
Calle:	Número:
Ciudad:	Código postal: 1100100
País:	
Dirección de e-mail: carlosgarcia75@zmail.com.br	
Teléfono 1: +57 -1-600-6178 / Teléfono 2:	
Tipo de habitación: [] individual [] doble	

2. Com que tipo de tratamento Carlos se dirige à recepcionista, formal ou informal? Que elemento lhe permite afirmar isso?

Resposta comentada

Para responder à questão 1, faz-se necessário identificar os dados pessoais de Carlos, na descrição e no diálogo.

Llegada é o dia em que dão entrada no hotel, ou seja, 12/03/2013.

Salida é 14/03/2013.

Número de PAX: 02, já que são duas pessoas.

Nombre y Apellidos: Carlos García.

Profesión: locutor.

Nacionalidad: colombiano.

O seu endereço é composto pelas seguintes informações:

Calle: 9.

Número: 100.

Ciudad: Bogotá.

País: Colômbia.

E o tipo de habitación é doble.

A resposta da questão 2 é tratamento formal, identificado pelo uso do pronome usted em ¡Buenos días!, ¿usted habla español?.

Presente do Indicativo

Outro grupo de palavras que marca a subjetividade dos coenunciadores é o dos verbos. Assim como na língua portuguesa, os verbos são elementos fundamentais na expressão oral ou escrita em língua espanhola.

Podem variar em:

- Pessoa (1^a, 2^a ou 3^a).
- Número (singular ou plural).
- Tempo (presente, pretérito ou futuro).
- Modo (Indicativo, Subjuntivo ou Imperativo).
- Aspecto (perfectivo e imperfectivo, dentre outros).

Nesta aula, estudaremos o tempo presente do modo Indicativo. O indicativo expressa as ações, do ponto de vista do enunciador, como certezas ou fatos, que aconteceram, acontecem, estão acontecendo ou acontecerão.

O tempo verbal Presente do Indicativo pode ser classificado em, pelo menos, três tipos básicos, conforme o sentido que produz:

- **Presente atual:** enuncia as ações como acontecendo no momento da fala. Exemplo: *Yo leo este texto ahora.*
- **Presente habitual:** enuncia ações que se repetem habitualmente. Exemplo: *Vamos a la escuela todos los días.*
- **Presente atemporal:** enuncia as ações como verdades que não dependem de tempo e são consideradas permanentes, sendo assim usado para produzir definições. Exemplo: *El hombre es mortal.*

Agora que já vimos as principais formas de expressão do tempo presente, é preciso fazer três considerações importantes sobre ele:

- 1) os três tipos não são os únicos possíveis, já que a produção de sentidos depende de fatores como o contexto e os coenunciadores;
- 2) todos eles são realizados pelas mesmas formas verbais, seguindo o paradigma padrão da língua (veja o boxe explicativo a seguir) e;
- 3) as formas e sentidos do tempo presente em espanhol não são muito diferentes daquelas usadas em português.



O paradigma verbal do tempo presente em língua espanhola O espanhol, assim como o português, apresenta três conjugações verbais:

- Primeira conjugação: verbos terminados em *-ar*;
 - Segunda conjugação: verbos terminados em *-er*;
 - Terceira conjugação: verbos terminados em *-ir*.
- Vejamos então o paradigma regular de verbos das três conjugações do tempo presente do modo indicativo: *hablar* (falar), *comer* e *partir*.

	hablar	comer	partir
Yo	hablo	como	parto
Tú	hablas	comes	partes
Vos	habláis	comés	partís
Usted	habla	come	parte
Él/Ella	habla	come	parte
Nosotros/Nosotras	hablamos	comemos	partimos
Vosotros/Vosotras	habláis	coméis	partís
Ellos/Ellas	hablan	comen	parten
Ustedes	hablan	comen	parten

Assim como na língua portuguesa, nem todos os verbos são regulares, há verbos que possuem diferenças que trataremos ao longo do curso. Vejamos agora três verbos irregulares também no presente do indicativo que são muito importantes no uso da língua.

	ser	estar	tener
Yo	soy	estoy	tengo
Tú	eres	estás	tienes
Vos	sos	estás	tenés
Usted	es	está	tiene
Él/Ella	es	está	tiene
Nosotros/Nosotras	somos	estamos	tenemos
Vosotros/Vosotras	sois	estáis	tenéis
Ellos/Ellas	son	están	tienen
Ustedes	son	están	tienen



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Leia o texto abaixo e responda às questões que seguem.

¿Quién soy yo?

Manuel Giraudier

A esta pregunta voy a responderte con una serie de afirmaciones. Eres un ser vivo compuesto de células. Un ser humano distinto a los otros con una realidad propia, un cuerpo, una personalidad y un alma. No hay otro como tú en todo el mundo, **aunque** hay millones y millones de seres humanos vivos, pero todos distintos a ti.

Observa tu letra, es letra diferente a todas las demás y no encontrarás ni una **sola** como la tuya. Así eres tú, distinto a todos los demás. Y esto es importante y no te pareces a **nadie** porque tienes tus propias características.

Como decía Ortega y Gasset: "Yo soy yo y mis circunstancias."

Naciste en estado de perfección y aunque tu cuerpo pueda presentar imperfecciones no deseables y tu personalidad arrastre una buena parte de herencia **quizá** tampoco deseada, tu alma nació **incólume**. Este **regalo** al que, por el hecho de nacer, a todos nos corresponde, y que por su gratuidad no valoramos lo suficiente, nos acompaña hasta nuestro último día.

Has de conocer esta compleja realidad que eres tú y también saber qué esperas. Hoy es el primer día del resto de tu vida. Si lo deseas, aún estás a tiempo de cambiar de camino. ¿Crees que no eres lo bastante feliz? ¿Qué es para ti la felicidad? El verdadero camino de la felicidad es la tranquilidad de espíritu.

Y antes de continuar, permítaseme aquí un breve **antojo** poético.

¿Quién soy yo? – Ostentación – Vanidad – Presunción – Soy algo, pero ¿qué? – Me escucho a mí – Me hablo a mí – Me miro a mí – Y siempre a mí, mí, mí y nunca tú – Y después... – de tanto decir de mí – no sé saber – quién soy yo.

Aula 4 • Ser ou não ser: quem é o “eu” que fala espanhol?

Acostumbramos a **mirarnos** el YOmblico y a pensar únicamente en nosotros mismos, en lugar de, tan sólo, observar a nuestro alrededor. ¿En qué te hace pensar todo esto?

<http://www.mailxmail.com/curso-como-ser-feliz/quien-soy-yo>

Glossário

aunque: ainda que
sola: somente
nadie: ninguém
quizá: talvez
incólume: ileso(a)
regalo: presente (como em presente de natal)
antojo: desejo
mirar: olhar



http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Jose_Ortega_y_Gasset.jpg

José Ortega y Gasset (Madrid, 9/05/1883 – Madrid, 18/10/1955) foi um filósofo e ensaísta espanhol. Tendo também atuado como ativista político e jornalista.

1. Qual é a ideia principal do primeiro parágrafo?

2. De que modo o coenunciador (leitor) do texto é tratado? Justifique a resposta.

3. Apesar de, na maior parte do texto, enunciador e coenunciador estarem separados, há um trecho onde o enunciador se junta ao coenunciador. Identifique e transcreva este trecho.

4. Explique a citação de Ortega y Gasset: "Yo soy yo y mis circunstancias."

5. Ao finalizar o texto, o autor se utiliza de um neologismo formado a partir da junção das palavras "yo" (eu) e "ombligo" (umbigo). Explique o sentido desse neologismo no texto.

6. Analise os diferentes usos do tempo presente nos fragmentos a seguir e os classifique conforme o seu sentido (atual, habitual ou atemporal) no texto.

a) "Eres un ser vivo compuesto de células."

b) "Hoy es el primer día del resto de tu vida."

c) "Me escucho a mí."

Resposta comentada

1. Para responder à primeira questão e identificar a ideia principal do primeiro parágrafo, você deve perceber a relação que se estabelece entre o título e o texto. O texto é uma resposta à pergunta do título quem sou eu? A ideia central contida no primeiro parágrafo é a da individualização, de que cada ser é único e diferente dos outros.
2. Você precisa identificar nas marcas textuais as referências ao coenunciador. A resposta correta é de modo informal e próximo. O que justifica essa resposta é o uso dos pronomes pessoais tú e te e dos verbos conjugados em segunda pessoa como eres, crees, deseas.
3. O fragmento é: “Este regalo al que, por el hecho de nacer, a todos nos corresponde, y que por su gratuidad no valoramos lo suficiente, nos acompaña hasta nuestro último día.” Aqui o enunciador se aproxima do coenunciador ao usar a primeira pessoa do plural nosotros, marcada pelo pronome pessoal nos, pelo possessivo nosotros e pela forma verbal valoramos. Aqui é preciso destacar ainda que o nosotros não se limita ao enunciador e seu coenunciador, mas se amplia a toda a espécie humana.
4. Significa dizer que as minhas circunstâncias fazem parte daquilo que sou e do que me torna único.
5. O neologismo “YOmbligo” é usado para destacar um eu que só pensa em si mesmo, só olha para o próprio umbigo, um ser individualista.
6. a) atemporal – já que se trata de uma definição que independe do tempo; b) atual – já que o tempo é marcado pelo momento da enunciação na leitura do texto; c) habitual – já que se trata de uma ação que se repete habitualmente.



Você sabia?

Em língua espanhola, interrogativos são acentuados para diferenciá-los de suas versões não interrogativas. O mesmo acontece quando funcionam como exclamativos. Os principais são: cuál(es), quién(es), qué, cuánto(s), cuánta(s) cuándo, por qué, dónde.

Ao se fazer uma pergunta em espanhol, além da interrogação que conhecemos no português, usada ao final da frase, usa-se também a interrogação invertida (¿) para introduzir a pergunta. O mesmo acontece com o ponto de exclamação. Exemplos: ¡Hola! ¿Qué tal? Você sabe como inserir estes signos ao digitar?

Se não sabe, veja, é muito simples, basta digitar os seguintes códigos:
Para interrogação invertida (¿): Alt + 168
E para exclamação invertida (!): Alt + 173



Atividade final

Observe o texto a seguir. Trata-se de uma campanha publicitária.

Como a imagem é originalmente colorida, faremos uma descrição de sua parte visual. Você poderá visualizá-la em cores, acessando o *link* disponível abaixo da imagem.

Descrição da imagem: o lado esquerdo da face da criança possui traços étnico-raciais brancos e um olho azul enquanto o lado direito, traços étnico-raciais negros e um olho castanho escuro. O texto “Soy un ciudadano del planeta tierra!” é escrito originalmente em letras de cor vermelha.



Prejuicios ■

Preconceitos.

Fonte: <http://estereotipos.net/2009/03/18/placas-e-cartazes-menos-prejuicios-mas-tolerancia/>

Agora responda às questões abaixo:

1. Qual é o objetivo do texto?

2. A quem se destina? Qual é o grau de formalidade usado?

3. Explique a relação que se estabelece entre a imagem e a parte verbal?

Resposta comentada

Para responder adequadamente às questões, é preciso levar em consideração que a campanha é um gênero multimodal. E como tal, os elementos não verbais são tão importantes quanto os verbais.

1. Em geral, o objetivo deste gênero é levar o coenunciador a se posicionar em favor ou contra algo. No texto em questão, o objetivo é combater o racismo ou qualquer tipo de preconceitos ligados à origem étnica das pessoas, levando o coenunciador a ser mais tolerante.
2. O coenunciador, tratado informalmente, por tú, é alguém potencialmente racista ou que possa vir a ter algum preconceito étnico ou racial.

3. A imagem funde em um só rosto traços étnico-raciais distintos, mostrando que apesar das diferenças somos um mesmo ser. O mesmo ocorre no texto verbal. Ao responder a pergunta “E você quem é?” com distintas nacionalidades e no singular, a princípio, marca-se a diferença. Isso também pode ser marcado pelos pontos finais entre cada nacionalidade. Como se houvesse uma separação entre elas. Então, o eu responde ser um cidadão do planeta Terra, unificando assim as diferentes nacionalidades. Logo, uma relação que pode se estabelecer entre verbal e não verbal é de reforço e aliança, já que ambos produzem sentidos semelhantes.



Você deve ter percebido que na campanha usa-se uma pontuação diferente do convencional. Tanto a interrogação quanto a exclamação estão sendo usadas após um ponto final e sem seus respectivos signos invertidos no início das frases. Tal uso pode ser justificado pelo caráter criativo do gênero, que possibilita inovações que fogem às normas gramaticais. Um efeito estilístico que se produz é de uma certa ambiguidade entre interrogação e afirmação no primeiro caso e exclamação e afirmação no segundo.

O uso do ponto em lugar de vírgulas após as nacionalidades também produz efeito estilístico, reforçando a ideia de separação entre as diferentes nacionalidades. Seria como dizer: sou brasileiro e ponto.

**Para saber mais!**

Além dos apresentados no texto, aprenda outros adjetivos pátrios ou gentílicos em espanhol:

Brasil – brasileño/brasileña

España – español/pañola

México – mexicano/mexicana

Guatemala – guatemalteco/guatemalteca

Argentina – argentino/argentina

Estados Unidos – estadounidense

Puerto Rico – puertorriqueño/puertorriqueña

Resumo

Nesta aula, vimos que há uma relação bastante forte entre as múltiplas identidades sociais e a língua que falamos, seja materna ou estrangeira. Você aprendeu como se referir a quem você é e como descrever alguns dos seus dados pessoais, como nome, sobrenome, data de nascimento, nacionalidade e endereço. E também que na língua espanhola há, em geral, uma forte separação entre situações formais e informais marcada pelo uso diferente dos pronomes pessoais de segunda pessoa (tú/vos/vosotros/vosotras = informal e usted/ustedes = formal). Praticou um pouco sua compreensão auditiva e leitora, estudando diferentes textos que tratam de questões identitárias na língua espanhola. E estudou três dos diferentes sentidos produzidos pelo uso do tempo presente (atual, habitual e atemporal).

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, estudaremos um pouco os processos de nomeação em língua espanhola e analisaremos os gêneros folheto turístico e conversa telefônica. Até lá!

5

As palavras e as coisas: nomear, um processo em construção

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Demonstrar como os processos de nomeação participam da construção dos sentidos na aprendizagem de uma língua e apresentar características dos gêneros folheto turístico e conversa telefônica.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** reconhecer o papel dos substantivos, artigos e numerais nos processos de nomeação;
- 2** identificar as características dos gêneros folheto turístico e conversa telefônica;
- 3** construir sentidos a partir da leitura de textos de diversas modalidades em língua espanhola e das atividades propostas

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar a tipologia textual da descrição, apresentada na Aula 3.

Introdução

Você viu lá na Aula 3 que a descrição é o ato de apresentar as características de um objeto, ser, lugar ou situação. Por essa razão encontramos, num texto descritivo, a presença predominante de palavras de caráter nominal (substantivos, pronomes, numerais e adjetivos) e o tempo verbal do presente. Na aula anterior, estudamos os pronomes e alguns verbos no presente e, a partir de agora, vamos começar a nos aprofundar nestas palavras de caráter nominal, que são essenciais para o desenvolvimento da leitura em língua espanhola. São elas que participam do processo de nomeação das coisas do mundo e nos ajudam na construção dos sentidos. Observe a poesia de Ferreira Gullar:

Não-coisa

A linguagem dispõe
de conceitos, de nomes
mas o gosto da fruta
só o sabes se a comes

Você já sabe que falar uma língua é mais do que se comunicar. Ela é carregada de marcas de subjetividade e identidade. Então, é como se os nomes existissem, mas seus sentidos dependessem de como cada um, marcado por uma subjetividade e identidade, pode “senti-los”. Você consegue sentir o “gosto” dos nomes que você usa no cotidiano? O que acha de experimentá-lo nesta aula?

Processo de nomeação

Os substantivos

Primeiro vamos olhar para os substantivos. Você deve se lembrar das aulas de português em que o substantivo é a classe gramatical que dá nome aos seres, objetos, lugares, enfim, às coisas. Mas sabe o que é interessante nessa nomeação? É que

quem constrói o significado dessa palavra somos nós, os leitores, ou coenunciadores, termo que já usamos nas primeiras aulas.

Mas o que isso quer dizer? Que a nomeação, por intermédio do uso de substantivos, não produz sentidos únicos, mas dependentes do contexto enunciativo (quem fala, para quem, de onde e quando. Lembra-se da Aula 2?).

Por isso dizemos que nomear é um processo: é uma construção e não uma identificação já pronta. Como já vimos na Aula 4, quando escolhemos uma determinada palavra ou expressão para nomear algo, essa escolha traz marcas de subjetividade, indicando nosso posicionamento de enunciador, nosso ponto de vista, produzindo nossa identidade. Assim acontece também com o coenunciador.

Vamos pensar num exemplo bem simples. Duas pessoas (enunciador + coenunciador) podem estar falando sobre uma árvore. Sabemos o que quer dizer essa palavra, não é? Mas será que a imagem construída do que seja uma árvore é igual para as duas pessoas? Uma pode estar pensando em árvore grande, com frutos, cheia de ramificações. A outra pode estar pensando numa árvore seca, pequena e sem frutos. As duas sabem o que é árvore, mas o que essa palavra representa para cada uma pode ser diferente.

Além disso, podemos pensar em um substantivo que poder ter mais de um significado. A palavra manga, por exemplo, pode ser da camisa, pode ser a fruta. É o contexto que nos ajuda a entendê-la. Assim acontece na leitura de um texto. É o leitor que vai construindo os sentidos das palavras de acordo com a sua competência enciclopédica (Aula 2), seu conhecimento de mundo.

Vamos ler agora um fragmento do poema de Pablo Neruda para que possamos trabalhar os substantivos ali presentes.

Oda a las cosas

AMO las cosas loca,
locamente.
Me gustan las tenazas
las tijeras,
adoro
las tazas,
las argollas,
las soperas,
sin hablar, por supuesto,
del sombrero.
Amo
todas las cosas,
no sólo
las supremas,
sino
las
infinita-
mente
chicas,
el dedal,
las espuelas,
los platos,
los floreros.
Ay, alma mía,
hermoso
es el planeta,
lleno
de pipas
por la mano
conducidas
en el humo,
de llaves,
de saleros,
en fin,
todo
lo que se hizo
por la mano del hombre, toda cosa:
las curvas del zapato,
el tejido,
el nuevo nacimiento
del oro

sin la sangre,
los anteojos,
los clavos,
las escobas,
los relojes, las brújulas,
las monedas, la suave
suavidad de las sillas.

Fonte: <http://www.poemas-del-alma.com/pablo-neruda-oda-a-las-cosas.htm>



Você pode ler o poema por inteiro em: <http://www.poemas-del-alma.com/pablo-neruda-oda-a-las-cosas.htm#ixzz2DMFyMMp7>.



Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Pablo_Neruda_\(1966\).jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Pablo_Neruda_(1966).jpg)

Pablo Neruda

Você sabe quem foi Pablo Neruda? Um poeta chileno muito conhecido e importante para a literatura hispano-americana. Nasceu em 12 de julho de 1904, em Parral, e morreu em 23 de setembro de 1973, em Santiago do Chile. Neruda não se dizia um colecionador, mas um "cosista" (alguém que gosta de coisas e as acumula), daí o sentido do poema que lemos. Se você se interessar em saber mais sobre esse poeta, pode encontrar mais informações em: <http://www.fundacionneruda.org/>.

Podemos observar que a compreensão deste poema está centrada nos substantivos que o compõem, que são as palavras “principais” do texto. Ou seja, são eles as palavras essenciais para a compreensão do texto. São eles que dão nome às coisas de que o enunciador-poeta gosta, ama, foco do poema. Veja alguns exemplos: las cosas, las tazas, el sombrero, los platos, la mano, el zapato, los relojes, las monedas



Atividade

Atende ao objetivo 1

Que tal procurar num dicionário o significado dos substantivos desconhecidos que aparecem no poema? A língua espanhola possui muitas palavras semelhantes ao português. O que não quer dizer que os significados sejam os mesmos. Será que todos os substantivos parecidos com português que você reconheceu no poema significam a mesma coisa em nossa língua? Que tal averiguar?

Você pode usar um dicionário online para pesquisar as palavras desconhecidas. Indicamos o *site*: www.wordreference.com. Nele você encontra diversas línguas, assim como o áudio das palavras procuradas.

Resposta comentada

Disponibilizamos abaixo os significados de alguns substantivos que acreditamos ser desconhecidos ou gerar dúvidas:

Tenazas – pinças/tijeras – tesouras/tazas – xícaras/sombrero – chapéu/espuelas – esporas/pipas – cachimbo/humo – fumaça/llaves – chaves/tejido – tecido/oro – ouro/antojos – óculos/clavos – pregos/escobas – vassouras/sillas – cadeiras.

Podemos observar que alguns substantivos no poema são parecidos com português, só que após buscar os significados deles verificamos que eles podem não ser o que parecem ser. Por exemplo: taza, pipas, clavos, escobas.

Os artigos

Você deve ter observado que, como acontece em português, a maioria dos substantivos é acompanhada por artigos, não é? Os artigos não têm sentido por si só, por isso sempre aparecem junto a um substantivo. Mas será que sua única função é acompanhá-los? Ou será que é só concordar com os substantivos masculinos, femininos no singular ou plural?

Certamente não. Eles têm um importante papel na leitura de um texto. Mas antes de refletirmos sobre isso, vamos conhecer quais são os artigos na língua espanhola?

	Determinados/ definidos		Indeterminados/ indefinidos	
Singular	el	la	un	una
Plural	los	las	unos	unas



¡ATENCIÓN!

O pronome pessoal *él* não é o mesmo que o artigo definido *el*. O pronome tem acento e o artigo não tem acento. Veja a diferença:

Él (Ele) *no es argentino, es colombiano.*

El (o) *escritor es colombiano.*

Também é comum pensarmos que o artigo masculino definido em espanhol é *lo*, fazendo par com o artigo feminino *la*, pois pensamos na oposição o X a do português. Assim, encontramos vários estudantes de espanhol falando, escrevendo *lo libro*, por exemplo. Mas como visto em alguns exemplos no poema, o artigo masculino é *el*. Não esqueça! *el planeta, el tejido...* A palavra *lo* até existe em espanhol, mas não é artigo masculino, tem outras funções que veremos numa próxima aula.

Também sobre o artigo *el*, ele é utilizado antes de substantivos femininos que começam por *a* ou *ha* tônicos. O que não faz a palavra deixar de ser feminina, mas a substituição é feita para evitar o choque de sons entre o artigo feminino *la* e a sílaba tônica, ou seja, pronunciada com maior força, inicial da palavra seguinte. Mas atenção, só se a sílaba tônica for a inicial, senão não acontece a troca!

Veja: *El agua/El arma/El hada* (fada)

La amiga/la harina (farinha)

No plural, a substituição não é necessária devido à presença do *s* do plural que evita o choque de sons. Observe: *las aguas/las armas/las hadas.*

Como foi dito anteriormente, você já parou para pensar que os artigos têm uma função maior do que simplesmente acompanhar os substantivos? Vamos pensar agora sobre o artigo definido. Quando o enunciador os utiliza, é porque o substantivo ao qual se refere pode ser identificado/definido pelo coenunciador.

Em outras palavras, quando falamos “*el libro/o livro*”, é porque geralmente, este objeto já é conhecido por aquele com quem falamos ou já foi determinado ou vai ser determinado pelo contexto. Não é um livro qualquer, mas um livro específico.

Se fosse um livro não especificado, usariamos o artigo indefinido: *un libro/um livro*. Quando nenhum artigo é utilizado, encontramos uma generalização do substantivo: *Gosto de livros/Me gustan libros.*

De forma geral, quando informações novas aparecem num texto, são introduzidas pelos artigos indefinidos e depois retomadas pelos definidos. Isto quer dizer que o referente determinado pelo artigo definido é um elemento de coesão do texto. Há um texto bem interessante para mostrar isso. Veja:

Um homem comprou um cachorro. O cachorro correu atrás de um gato. O gato correu atrás de um rato e o rato correu atrás do queijo. Utilizamos o artigo definido quando a informação do cachorro, gato ou rato já foi dada anteriormente.

Antes era um cachorro qualquer. Depois é o cachorro que foi comprado por tal homem e assim sucessivamente. Da mesma forma acontece em espanhol. *Un hombre compró un perro. El perro corrió atrás de un gato. El gato corrió atrás de un ratón y el ratón corrió atrás del queso...*

Dá para observar, então, que o artigo indefinido é utilizado quando não especificamos ou informamos pela primeira vez seu referente. Diferentemente do artigo definido.

Estudando o folheto turístico – folleto turístico

No caso de uma língua estrangeira, uma estratégia muito utilizada para compreendermos o sentido de um substantivo é a *inferência*. Mesmo que uma palavra seja desconhecida, através da leitura, conseguimos inferir, isto é, deduzir seu significado pelo reconhecimento do gênero e do contexto, acrescido ao nosso conhecimento de mundo.

Desenvolver a inferência de substantivos em espanhol é muito importante para o profissional de turismo. Para demonstrar isso, vamos tomar como base o gênero folheto turístico.

Sabemos que um folheto turístico tem muita eficácia no setor de turismo, pois, além de ressaltar as principais características dos lugares e serviços acompanhados por fotos ilustrativas e textos curtos e objetivos, muitas vezes, é o primeiro contato que o viajante tem com o seu futuro destino de viagem. Dessa forma, cumpre uma função essencial de informação, além de se

aproximar ao efeito de uma publicidade, uma vez que se propõe a convencer o leitor a conhecer tal lugar.

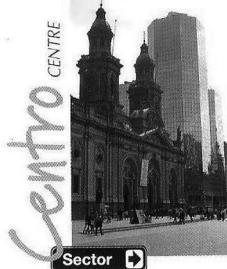
Vejamos algumas características desse gênero:

- Geralmente apresenta uma grande quantidade de substantivos, por ter como um dos objetivos dar informações sobre o lugar em destaque.
- Apresenta também uma quantidade abundante de adjetivos, pois há muitas descrições do lugar.
- Está escrito em sua maioria, na terceira pessoa e com verbos no presente do indicativo.
- Pode ter diferentes tamanhos, cores, formatos. A criatividade é fundamental nesse gênero.
- Contém frases promocionais do lugar. Geralmente são frases atrativas e costumam estar direcionadas ao leitor.
- Pode apresentar mapas para situar o leitor sobre a localização da região e dos principais centros de interesse.
- Apresenta imagens, fotos, símbolos próprios da linguagem não verbal que auxiliam a compreensão das informações, como também indicam serviços oferecidos.

Observemos duas páginas de um folheto turístico de Santiago do Chile:

Conozca / Visit

Santiago



Plaza de Armas

El conquistador español Pedro de Valdívía trazó Santiago a partir de la Plaza de Armas, en 1541. El entorno de ese entonces lo ocupaba la iglesia, la Real Audiencia, el Cabildo, la cárcel y algunas residencias. Hoy se puede apreciar edificios que son un fiel testimonio de la época, como la Municipalidad de Santiago, que es Monumento Nacional (NM), el Correo Central (MN), el Palacio de la Real Audiencia (MN) y la Catedral (MN). (Estación Plaza de Armas, línea 5 del Metro).

The Plaza de Armas

Spanish conqueror Pedro de Valdívía traced out the city of Santiago from the Plaza de Armas in 1541. The area was occupied, at that period, by the Church, the Royal Audiencia (Law Court), the Cabildo (City Hall), the prison and a few residences. Today it is possible to see buildings which are faithful reflections of that period, such as the Municipality of Santiago, which is a National Monument (NM), the Central Post Office (NM), the Palacio de la Real Audiencia (NM –home of the National History Museum-) and the Cathedral (NM). (Plaza de Armas station on Metro line 5).



Museo Chileno de Arte Precolombino

La colección del museo consta de 3.000 piezas que muestran la historia del hombre americano, donde destacan objetos como cerámicas y tejidos precolombinos (Bandera 361, estación Plaza de Armas, línea 5 del Metro).

Chilean Museum of Pre-Columbian Art

The museum's collection includes 3,000 pieces which show the history of American man. Some of the most outstanding objects are ceramics and pre-Columbian textiles (Bandera 361, Plaza de Armas station on Metro line 5).

Santiago | 6

Figura 5.1: Folheto impresso elaborado pela Corporación de Promoción Turística de Chile.



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Agora que você já leu este folheto turístico, é importante que reflita sobre suas características. Responda às perguntas abaixo.

1. De que assunto trata?

Biblioteca Nacional (MN)

La Biblioteca Nacional es un imponente edificio de estilo francés, al cual podrá llegar vía el Metro (estación Santa Lucía). Fue construido entre 1913 y 1924 y se convirtió en una de las mayores bibliotecas de Sudamérica. A su costado destaca el cerro Santa Lucía, un pulmón verde en medio del centro de la capital.



Barrio Cívico

La actual Casa de Gobierno se construyó en un estilo neoclásico, obra del arquitecto Joaquín Toesca, para ser sede de la Real Casa de Moneda y fue el edificio más grande que levantó la Corona Española en sus colonias durante el siglo XVIII. Desde el 2000, para dar una señal de mayor apertura y transparencia, se puede visitar los patios interiores de Casa de Gobierno. (Estación La Moneda del Metro).

The National Library (NM)

The Biblioteca Nacional (National Library) is an imposing edifice in the French style within easy reach of the Metro (Santa Lucía station). It was built between 1913 and 1924 and has become one of the best libraries in South America. On the right-hand side is Santa Lucía Hill – a forested hill brimming with historical significance, right in the center of the capital.

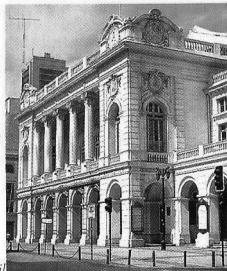


The Civic Quarter

The present Government House was built in neo-classical style by architect Joaquín Toesca to house the Royal Mint, and was the largest building to be erected in the colonies by the Spanish Crown during the 18th century. As of the year 2000, the interior courtyards of the Government House have been opened to the public, a symbol of increased openness. (La Moneda station on Metro Line 1).

Teatro Municipal (MN)

Para los amantes de la ópera, los conciertos o el ballet, el Teatro Municipal ofrece espectáculos normalmente desde abril a noviembre. (Bájese en la estación Santa Lucía del Metro y camine hacia el norte por Mac Iver hasta llegar a Agustinas, calle por donde deberá caminar una cuadra hacia el poniente para llegar al Teatro Municipal).



Municipal Theatre (NM)

For lovers of opera, concerts or the ballet, the Municipal Theatre offers events from April to November. (Get off at Santa Lucía station – Metro line 1 – and walk north along Mac Iver to Agustinas. Turn left there and walk one block until you reach the Municipal Theatre).

Santiago | 7

2. Que características você observa em relação à estrutura do texto que justificam sua classificação como um folheto turístico?

3. Que recursos não verbais são utilizados? Qual o papel desses recursos para a sua compreensão?

4. Você entendeu todas as palavras do texto? Se sim, ótimo. Se não, a dificuldade de entender algumas palavras foi um problema real para a compreensão global do texto?

5. Quais são os lugares descritos no folheto? Destaque uma de suas características em espanhol.

6. Explique a presença abundante de substantivo no texto do folheto.

Resposta comentada

1. O texto trata de alguns pontos turísticos do centro de Santiago de Chile.

2. A presença de imagens, fotos, descrições sobre os pontos turísticos da cidade. A presença de outra língua estrangeira indicando que se dirige a pessoas de outros países.

3. A letra grande destacando o nome da cidade: Santiago; as fotos ilustrando os pontos turísticos da cidade. Esses recursos têm o papel de ilustrar o lugar descrito, auxiliando na compreensão do que é e como é tal lugar. Mesmo que o leitor não entenda todas as informações, as fotos podem facilitar a compreensão. Além disso, servem para chamar atenção do leitor, fazendo com que sinta vontade de visitar pessoalmente o lugar.

4. O importante na leitura de um texto em língua estrangeira não é entender palavra por palavra, mas entender seu sentido global. O conhecimento do gênero contribui muito para essa compreensão. Caso você tenha tido muita dificuldade em entendê-lo, mesmo com as imagens ou seu conhecimento prévio, não se preocupe. Aos poucos você vai adquirindo confiança e competência para isso.

5. Os lugares descritos são: Plaza de Armas – Se puede apreciar edificios que son um fiel testimonio de la época –, Museo Chileno de Arte Precolombino – cuenta com 3.000 piezas que muestran la historia del hombre americano –, Biblioteca Nacional – imponente edifício de estilo francés –, Barrio Cívico – La Casa de Gobierno se construyó em estilo neoclásico – e Teatro Municipal – ofrece espectáculos normalmente desde abril a noviembre.

6. Encontramos muitos substantivos, porque como vimos, eles têm o papel de nomear as coisas, lugares, seres. E num folheto turístico, eles são muito importantes para nomear os lugares e serviços em destaque.

¡Aló! – En el teléfono

Bom, você já refletiu sobre o gênero folheto turístico e conteúdos importantes da língua espanhola. O profissional de turismo também precisa se familiarizar com expressões e formas de falar pelo telefone. A seguir, você vai encontrar algumas possíveis conversas telefônicas – llamadas telefônicas - em espanhol. Leia-as com atenção.



Cuidado! Para alguns falantes do espanhol, como, por exemplo, os argentinos, a palavra *ligación* também tem sentido de fazer sexo. Por isso, para não sofrer um constrangimento, use sempre a palavra *llamada* para se referir a uma ligação telefônica.









Observamos nos diálogos alguns numerais em espanhol. Eles serão muito úteis na sua atuação profissional! Olhe:

Los cardinales					
Numerales		Numerales		Numerales	
0	Cero	10	Diez	20	Veinte
1	Uno	11	Once	21	Veintiuno
2	Dos	12	Doce	22	Veintidós
3	Tres	13	Trece	23	Veintitrés
4	Cuatro	14	Catorce	24	Veinticuatro
5	Cinco	15	Quince	25	Veinticinco
6	Seis	16	Dieciséis	26	Veintiséis
7	Siete	17	Diecisiete	27	Veintisete
8	Ocho	18	Dieciocho	28	Veintiocho
9	Nueve	19	Diecinueve	29	Veintinueve

a) Atenção ao número “4” que tem a mesma pronúncia do português, mas se escreve com a letra “C” e não com a letra “Q”.

b) Observe os números de “21” a “29”. Seu radical é “veinti”, diferente da palavra “veinte” que indica o número “20”. E também se escrevem juntos, diferente do português: vinte e cinco, por exemplo, se escreve veinticinco.

c) A palavra “dos”, em espanhol, serve para “masculino” e “feminino”. Veja os exemplos:

Conocí dos → puntos turísticos maravillosos.

Conheci dois pontos turísticos maravilhosos.

Conocí dos → ciudades encantadoras.

Conheci duas cidades encantadoras.

Vamos conhecer um pouco mais...

Numerales		Numerales	
30	Treinta	41	Cuarenta y uno
31	Treinta y uno	50	Cincuenta
32	Treinta y dos	51	Cincuenta y uno
33	Treinta y tres	60	Sesenta
34	Treinta y cuatro	61	Sesenta y uno
35	Treinta y cinco	70	Setenta
36	Treinta y seis	71	Setenta y uno
37	Treinta y siete	80	Ochenta
38	Treinta y ocho	81	Ochenta y uno
39	Treinta y nueve	90	Noventa
40	Cuarenta	91	Noventa y uno

d) Os números de “1” a “29” são escritos com uma única palavra, sem separação. Já a partir de 30 até 99, escrevemos com duas palavras (dezena e unidade), separadas pelo “y” que, em português, significa “e”.

Numerales		Numerales	
100	<u>Cien</u>	501	<u>Quinientos</u> uno
101	<u>Ciento</u> uno	600	Seiscientos
200	Doscientos	601	Seiscientos uno
201	Doscientos uno	700	<u>Setecientos</u>
300	Trescientos	701	<u>Setecientos</u> uno
301	Trescientos uno	800	Ochocientos
400	Cuatrocientos	801	Ochocientos uno
401	Cuatrocientos uno	900	<u>Novescientos</u>
500	Quinientos	901	<u>Novescientos</u> uno

e) No caso das centenas, quando acrescentarmos mais um número não é necessário colocar o “y”. Diferentemente do que acontece em português, o “y” só é colocado entre dezena e unidade. Por exemplo: treinta **y** cinco – trescientos cinco.

f) Destacamos as diferenças em relação aos números que você já aprendeu do “1” ao “9”. Você pode voltar à primeira tabela se tiver dúvidas.

Agora, vamos conhecer outras expressões que podemos utilizar numa conversa telefônica.

Contestar	<ul style="list-style-type: none"> – Diga, ¿sí? – ¡Hola! ¿Quién habla? – ¡Hola! ¿Sí? – ¡Aló! ¡A ver! – ¡Oigo! ¿Sí? ¡Dígame!
Preguntar quién llama	<ul style="list-style-type: none"> – ¿De parte de quién? – ¿Quién habla?
Describir acciones relacionadas a llamadas	<ul style="list-style-type: none"> Atender el teléfono colgar el teléfono Marcar el número, discar el número, Dejar un recado/mensaje Llamada de/a larga distancia Cortarse/caer la llamada, Tono de llamada, tono de ocupado Llamada a cobrar/llamada a cobro revertido, Teléfono celular/móvil, línea cruzada/cruce de líneas



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Leia mais uma vez com atenção os diálogos. Observe que o gênero conversa telefônica é marcado por diferentes momentos cujos principais são:

- saudação,
- apresentação/identificação dos participantes,
- objetivo da chamada,
- agradecimento
- despedidas.

Dessa forma, destaque de cada um dos diálogos o que se pede a seguir:

1. Palavras ou expressões de saudação, as quais chamamos de saludos, em espanhol.

2. Palavras ou expressões de apresentação.

3. Objetivo das chamadas telefônicas.

4. Palavras ou expressões de agradecimento.

Resposta comentada

1. Como formas de começar uma conversa, saudar, temos: dígame; Buenas tardes; Buenos días; ¡Aló!, ¿Quién habla?; Hola; ¿Cómo estás?

2. Formas de apresentação ou identificação dos participantes. Soy Clara Santos, de Brasil; el señor Hernández, por favor?; mi nombre es Juan, un amigo suyo; Soy Pablo Hernández, un amigo suyo; Hola Pablo, soy yo.

3. Os objetivos das ligações são: Diálogo 1: A cliente Clara liga para a agência ChileTour a fim de confirmar a hora do seu voo para Santiago de Chile e o endereço do hotel. Diálogo 2: Juan liga para o hotel Estrella com o objetivo de falar com seu amigo. Diálogo 3: Pablo liga para seu amigo Juan em resposta ao seu recado deixado no hotel. Juan havia ligado antes para convidá-lo para conhecer a vinícola Concha y Toro.

4. Muchas gracias. De nada; Muy bien, se lo digo; Hasta luego; Hasta.



Atividade _____

Atende ao objetivo 2

Você já aprendeu na aula anterior que, quando nos dirigimos a alguém em Espanhol, o fazemos formalmente ou informalmente. Dessa forma, identifique os tratamentos utilizados nos três diálogos anteriores, indicando as marcas linguísticas que justificam sua resposta.

Resposta comentada

O tratamento nos diálogos 1 e 2 é formal, como podemos justificar em: “*¿Puedo ayudarle?*”, “*¿Qué quiere usted preguntar?*” (diálogo 1) e “*Buenos días, el señor Hernández, por favor?*”, “*¿Cuál es el número de su habitación?*”



Atividade final _____

Com base numa parte de um folheto turístico com preços de aluguel de equipamentos (Arriendo de equipos) para esquiar no Chile, faça o que se pede:



Arriendo de equipos Equipment for rent

*A los mismos precios que en Santiago
Same prices as in Santiago*

Superior / Performance

\$17.000	Equipo de esquí (esquies + botas + bastones) Ski equipment (skis + ski boots + poles)
\$17.000	Equipo de snowboard (tabla + botas) Snowboard equipment (snowboard + boots)
\$13.000	Esquies / Skis Rossignol, Salomon
\$13.000	Snowboard Burton, Rossignol, Salomon
\$8.000	Botas de esquí o snowboard / Ski or snowboard boots
\$4.000	Bastones / Poles
\$12.000	Vestimenta para la nieve (pantalón + chaqueta + guantes) Full snow wear (snow pants + snow jacket + gloves)
\$6.000	Traje de cuerpo entero / Full-body suite
\$7.000	Pantalón / Pants Trespass, Burton, Rossignol
\$7.000	Chaqueta / Jacket Trespass, Burton, Rossignol
\$4.000	Guantes / Gloves
\$4.000	Antiparras / Goggles
\$3.000	Antiparras niño / Child goggles
\$6.000	Casco / Helmet Salomon, Burton
\$5.000	Botas térmicas / Thermal boots



*¡Prueba esquies de avance de temporada!
Try our season preview skis!*

Alta Gama / Hi-Performance

\$27.000	Equipo de esquí o snowboard alta gama o demo / Equipment of skis or snowboard hi-performance or demo.
\$20.000	Esquies alta gama o demo / Skis or snowboard hi-performance or demo Rossignol, Atomic, K2.
\$20.000	Snowboard alta gama / Hi-performance Apo.





Para perguntar o preço de alguma coisa, podemos usar algumas expressões em espanhol. Veja:

¿Cuánto cuesta? ¿Cuánto sale? ¿Cuánto es? ¿Cuál es el precio?

1. Localize no texto as palavras em espanhol que significam:

- calça;
- luvas;
- óculos protetores.

2. Elabore uma conversa telefônica em que um turista pede informações para a empresa Skitour.cl sobre atividades e preços para esquiar no Chile. Utilize as expressões aprendidas, e, para exercitar, escreva os números por extenso. Também não se esqueça de que os interrogativos são acentuados.

Resposta comentada

1. Você pode buscar em um dicionário ou tentar inferir pelo contexto.

As palavras são:

- *pantalón*
- *guantes*
- *antiparras*

2. Para elaborar o diálogo, você pode se basear nos diálogos anteriores (como sugerimos no exemplo abaixo) ou até arriscar novas palavras buscando num dicionário ou visitando o site da empresa.

Veja um exemplo:

Empresa: Skitour.cl, Buenos días

Turista: Buenos días. Me gustaría hacer algunas preguntas sobre precios de arriendo de equipos para esquiar.

Empresa: Por supuesto. ¿Qué quiere usted preguntar?

Turista: ¿Cuánto es el equipo de snowboard?

Empresa: Sale a \$ 17.000 (diecisiete mil) pesos. ¿Son cuántas personas?

Turista: Son dos personas. También me gustaría saber cuánto cuesta los guantes, las antiparras para niño y las botas térmicas.

Empresa: Un momento... Los guantes cuestan \$ 4.000 (cuatro mil) pesos, las antiparras para niño cuestan \$ 3.000 (tres mil) pesos y las botas térmicas, \$ 5.000 (cinco mil) pesos.

Cliente: ¡Perfecto! Muchas gracias.



Ficou curioso(a) para saber quanto equivale 1 real em peso chileno? Consulte o *site* do Banco Central do Brasil e faça a cotação: <http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp>. Além disso, você pode visitar o *site* da empresa Skitour.cl (www.skitour.cl) para conhecer mais sobre esqui na neve no Chile e ver informações e preços de pacotes atualizados.

Resumo

Você aprendeu nesta aula um pouco mais sobre como os processos de nomeação participam da construção dos sentidos na língua, com foco em alguns elementos linguísticos de caráter nominal como os substantivos, artigos e numerais. Viu que o substantivo é a classe gramatical que dá nome aos seres, objetos, lugares, enfim, às coisas, mas que quem constrói seu significado somos nós, os leitores. Além disso, conhecemos os artigos em espanhol e sua função de especificar (artigo definido) ou não (artigo indefinido) o substantivo a que se refere. Quando o enunciador utiliza o artigo definido é porque o substantivo ao qual se refere pode ser identificado/definido pelo coenunciador. Se for um substantivo não especificado ou não conhecido pelo coenunciador, se usa o artigo indefinido. Também aprendemos a reconhecer características dos gêneros folheto turístico e conversa telefônica, refletindo sobre quem fala, para quem, com que objetivo e alguns recursos linguísticos e não linguísticos utilizados. Os numerais também foram conhecidos e você pode exercitá-los de forma contextualizada nos gêneros trabalhados nessa aula. Para terminar, não podemos deixar de relembrar diversos aspectos culturais apresentados do Chile, como suas estações de esqui, sua moeda, seu importante poeta Pablo Neruda, entre outros. Realmente, Chile é um país hispânico encantador e muito turístico!

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, iremos conhecer um pouco mais sobre as pessoas que nascem na cidade de Buenos Aires, os famosos *porteños* e um pouco de sua cidade, a partir dos adjetivos relativos a ambos. Até lá!

6

Mi Buenos Aires querido: cidade, identidade e diversidade

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Discutir questões de estereótipo e preconceito a partir de designações relativas ao *porteño* e à cidade de Buenos Aires.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer a multiplicidade de sentidos mobilizados na produção de identidades sociais e desconstruir estereótipos pelo estudo da designação.
- 2 utilizar adequadamente os pronomes possessivos e verbos modais, conforme o contexto situacional e enunciativo.
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos escritos em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é necessário que você relembrre os conceitos de enunciador e coenunciador, apresentados na Aula 2; de gênero, apresentado na Aula 3 e de nomeação, apresentado na Aula 5.

Introdução

Nesta aula, iremos discutir como as escolhas de cada falante contribuem para a construção de sentidos, de identidades sociais ou estereótipos e de como esses sentidos estão carregados de subjetividade.

Na Aula 2, foi dito que as palavras *eu* e *você* – que identificam o enunciador e o coenunciador respectivamente – são formas linguísticas que têm existência na e pela enunciação. Elas trocam de papel, ou seja, no momento em que *você* toma a palavra, passa a exercer o papel do *eu*.

De forma simplificada, é pensar também os textos escritos como se fossem uma conversa oral, como se houvesse momentos, turnos para a fala que fossem determinados e quem fala assumisse o papel de *eu* e quem escuta, o papel de *você*.

Quando os turnos mudam, os papéis invertem-se automaticamente, certo? Sempre dentro de um espaço e de um tempo precisos.

Na Aula 4, aprendemos que quando um texto é marcado por referências aos sujeitos da enunciação, é dito que apresenta marcas de subjetividade e quando um texto não apresenta tais marcas, diz-se que o mesmo produz um efeito de objetividade, você se lembra?

Vimos também, na mesma Aula 4, que essas marcas de subjetividade na linguagem relacionam-se à escolha, consciente ou não, de determinadas palavras ou expressões que indicam o posicionamento do enunciador, seu ponto de vista, o lugar de que fala, os quais ajudam a produzir a sua identidade. E que o mesmo vale para o coenunciador. Nesta aula, falaremos mais um pouco sobre essas escolhas.

A dêixis, os dêiticos

Existem palavras ou expressões, que remetem à situação em que é produzido o texto, isto é, permitem situar o enunciado em relação a um tempo, a um espaço, aos sujeitos e às circunstâncias diversas de comunicação. Essas expressões são os

chamados dêiticos e têm como função apontar para o contexto situacional, isto é, assinalam as marcas da enunciação: o locutor (o sujeito que enuncia), o interlocutor (o sujeito a quem se dirige), o tempo (o agora) e o espaço (o aqui) da enunciação. Exatamente as pontas daquele triângulo que já vimos na Aula 2.



Jolene00

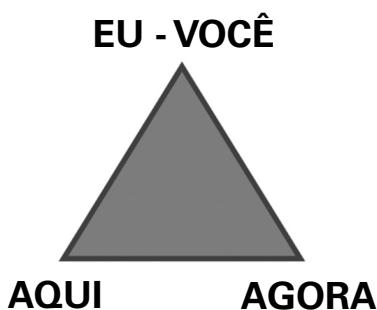
Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/737873>

Aliás, em nossas aulas, você vai ouvir falar dessas pontas várias vezes, uma vez que todo enunciado está ancorado a uma situação de comunicação e os dois elementos envolvidos na produção de qualquer enunciado – o *eu* e o *você* – inserem-se num determinado tempo – *agora* – e num determinado espaço – *aqui* – e partilham um universo de referência – o mundo extralingüístico.

Não se preocupe, pouco a pouco, você vai se familiarizar com essas novas denominações.

A dêixis, portanto, seria um modo de concretizar a relação entre a produção linguística dos falantes e os contextos situacionais em que tal produção ocorre, de modo a marcar no enunciado

as circunstâncias de sua enunciação. Ela designa o conjunto de palavras ou expressões (expressões dêiticas) que remete ao contexto situacional. É importante entender que essas palavras ou expressões, atualizam-se, isto é, adquirem um novo significado, uma vez que o seu referente depende do contexto. Pense bem, cada vez que um *eu* enuncia em um *aqui* e em um *agora*, acontece uma enunciação, que é única e irrepetível.



Digamos, então, que o *eu* é a referência partir da qual se estabelecem as coordenadas do contexto, o *aqui* onde ele está, o *agora* em que ele está e o *você* com quem ele fala. Um exemplo para facilitar a compreensão, são os avisos que, muitas vezes são deixados nas portas das salas de aula:

Hoje não haverá aula, pois a professora não virá.

Se não há uma data e ninguém tirar o cartaz da porta, você concorda que pode haver confusão? Porque o dia da falta da professora já passou, mas se alguém não sabe disso, pode assumir que o *hoje* é o dia em que o cartaz está sendo lido, porque *hoje* é uma dessas palavras que precisa de uma referência, assim como *eu*, *lá* e outras. Diferente seria se no cartaz estivesse escrito:

Não haverá aula em 12/4, pois a professora não virá.

A informação sobre o ano não faz tanta falta, pois é pouco provável que o cartaz fique na porta por mais de um ano, não é mesmo?

Além do *eu* e do *você*, como vimos na Aula 4, podemos dizer que há outras palavras que aportam subjetividade ao texto.

O que queremos dizer com isso?

- Que há indicadores – um *aqui*, sempre associado a um *agora*.
- Os demonstrativos, que designam todos e quaisquer objetos presentes no *aqui-agora*.
- Advérbios ou locuções adverbiais que são correlatos do *aqui-agora*.
- Os tempos verbais, que tomam como referência o presente da enunciação.
- Os adjetivos, os possessivos, certos verbos etc. – que também marcam a inserção do sujeito na língua.

Ao longo de nossas aulas, vamos falar de vários desses processos. Nesta, começaremos pela designação.

Designar

Sabemos que em todas as línguas há diversos modos de apresentar “a mesma coisa”, e cada falante pode fazer diversas escolhas para dizer o que quer. Como diz Maingueneau (2001, p. 179), “não é o enunciado que faz **referência**: é o enunciador que, por meio de seu enunciado, deverá passar ao seu coenunciador as instruções necessárias para identificar os **referentes** por ele visados em um determinado contexto”.

Essas escolhas, portanto, querem dizer muito, pois, por exemplo, não é exatamente a mesma coisa dizer *Rio de Janeiro*, *Rio* ou *Cidade Maravilhosa*, ainda que entendamos o que está sendo dito e que saibamos que, do ponto de vista geográfico, se está falando da mesma cidade.

Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 418), “as noções de referência e de referente não devem ser confundidas.

A **referência** designa a propriedade do signo linguístico ou de uma expressão de remeter a uma realidade. O **referente** é a realidade que é apontada pela referência”.

Isto significa dizer que ao usarmos uma expressão como “el turista”, por exemplo, podemos nos referir a um elemento da realidade, possivelmente uma pessoa de carne e osso.



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/188382>

Diferente da nomeação, que é o processo por meio do qual algo recebe um nome, que vimos na aula passada, a designação é a significação de um nome desde sua relação com outros nomes e com o mundo recortado historicamente por esse nome, ou seja, uma relação que remete ao real (GUIMARÃES, 2003). A designação é um mecanismo da linguagem que usamos para particularizar pessoas, objetos e suas mudanças a partir de pontos de vista diversos e subjetivos. Desse modo, não se trata de verdades, mas sim de ideias, modos de compreender o mundo que variam não só individualmente, mas coletivamente. Basta que pensemos em torcedores de times diferentes descrevendo um mesmo jogo de futebol, mais especificamente uma mesma jogada. Eles descrevem a mesma coisa? É claro que não. E todos os torcedores estão mentindo? Também não. São apenas modos de compreensão distintos.

Imagine então como essas compreensões podem variar de cultura para cultura...

Vamos agora conhecer um pouco mais os *porteños*, pessoas que nascem em Buenos Aires, e a sua cidade, com base em designações relativas a ambos: *Los porteños!*



Diz-se que *porteño* é quem nasce na cidade de Buenos Aires e *bona-rense/bonaerense* na província de mesmo nome.



Enrique Botta

Figura 6.1: *Puente de la mujer*, ponte de pedestres projetada pelo arquiteto espanhol, Calatrava, teria sido inspirada por um casal de dançarinos de tango.

<http://www.sxc.hu/photo/836937>

Vamos agora ler uma resposta a uma pergunta postada na internet sobre los porteños e a designação usada para referir-se a eles.

Texto 1

kahia_an: A quienes les dicen porteños y porque les dicen "porteños"?

Danny: En la Argentina denominamos "porteños" a los habitantes de ciudades-puerto. El ejemplo emblemático es Buenos Aires, si bien hay algunas otras ciudades con "porteños". En general, marca una gran diferencia entre la gente que vive en la ciudad de Buenos Aires y quienes

lo hacemos en el interior del país. El porteño típico es un personaje peculiar, bastante soberbio y engreído, con un acento particular y una actitud "creída" ante la vida. Como la mayoría de los argentinos que viajan al exterior son "porteños", casi todo el mundo tiene una falsa imagen de nosotros. Espero que se entienda. Gracias.

Disponible em:<<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061031170136AARX2qW> - 01/11/2011>.

Glossário

engreído: dicho de una persona demasiado convenida de su valor.



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 3

Responda as questões a seguir.

1. O texto é constituído basicamente por duas tipologias. Quais? Identifique os fragmentos que as contenham.

2. Tomando como base o fragmento anterior, é possível compreender um pouco melhor os portenhos?

3. Com base no fragmento anterior, faça uma breve descrição da visão de *porteño*, criada pelo enunciador do texto.

4. Explique qual a causa, segundo o texto, da falsa impressão que se tem dos argentinos por todo o mundo.

Resposta comentada

1. *Como já vimos, os textos são constituídos basicamente por uma tipologia e, em geral, apresentam fragmentos de outras. Uma primeira análise poderia nos levar a pensar que o fragmento é predominantemente descritivo, não é mesmo? Afinal a primeira frase aponta para isso: "En la Argentina denominamos 'porteños' a los habitantes de ciudades-puerto." Efetivamente, esse seria um exemplo de fragmento descritivo. Cuidado com a continuação. El ejemplo emblemático es Buenos Aires, si bien hay algunas otras ciudades con "porteños". Ele também pode ser descritivo, mas a palavra emblemática, que quer dizer representativo, junto com si bien, mostra que os porteños de Buenos Aires são colocados em um lugar à parte, ou seja, indica algum juízo de valor, e não uma mera exposição de fatos, certo? E, de fato, o restante do texto, ARGUMENTA nesse sentido. Podemos dizer, desse modo, que o texto é mais argumentativo do que descritivo, visto que defende uma ideia, uma tese, e só as duas primeiras frases seriam exemplo da tipologia descritiva.*

2. *Digamos que não é possível compreender um pouco mais dos porteños, mas sim da imagem que se tem deles, já que essa é uma opinião pessoal, subjetiva, que não pode ser considerada verdadeira ou falsa, como vimos antes, ok?*

3. *Podemos dizer que o porteño criado no texto é peculiar, convenido, soberbo, tem um sotaque particular e tem uma atitude muito vaidosa.*

4. *Segundo o autor, como são os porteños os argentinos que mais viajam pelo mundo, a imagem do argentino em geral fica associada às "qualidades", a essas características negativas citadas no texto.*



Atividade

Atende ao objetivo 3

Marque V/F para verdadeiro ou falso:

- () Apesar das críticas, o enunciador do texto vive em Buenos Aires.
- () *Porteño* significa no texto cidadão nascido em Buenos Aires.
- () *Porteño* significa segundo o texto habitante de cidades-porto.
- () Segundo o texto, apesar de peculiares os *porteños* são confiáveis.

Resposta comentada

As respostas corretas são: F – F – V – F

É possível afirmar que o enunciador do texto não vive em Buenos Aires pelo fragmento “entre la gente que vive en la ciudad de Buenos Aires y quienes lo hacemos en el interior del país”. O pronome *lo* se refere a quem vive. Interessante é que podemos imaginar/deduzir, mas não afirmar que ele não seja porteño, pois não há nenhuma marca explícita disso.

Os adjetivos

Lembremos que, quando produzimos um enunciado, seja ele qual for, expressamos uma visão de mundo, que reflete de algum modo nossas impressões sobre aquele que nos cerca, isto é, nossas crenças, juízos, opiniões etc. E um dos modos de fazê-lo é por meio de nossas escolhas lexicais, isto é, por meio do uso conjunto das palavras de uma língua.

Desse modo, cada palavra escolhida pode ter um valor mais ou menos objetivo ou subjetivo, de acordo com o contexto e a situação.

Retomando o texto, quais foram as palavras escolhidas, conscientemente ou não, pelo enunciador que contribuíram mais fortemente para a construção de sua imagem de *porteño*? Os adjetivos. Poderíamos descrever essa imagem segundo o texto:

El porteño típico es peculiar, soberbio engréido, tiene un acento particular y una actitud "creída"

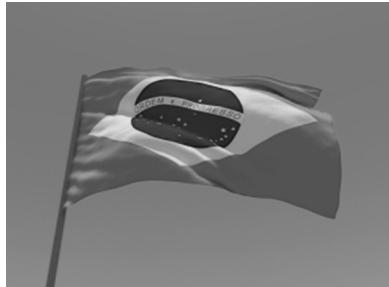
E o que são os adjetivos? Se bem nos lembramos da escola, com algumas variantes, o adjetivo é conceituado como palavra que caracteriza o substantivo, atribuindo-lhe uma qualidade, estado ou modo de ser.

Mas se voltamos à questão das escolhas, e se nos lembramos que os sentidos se produzem a partir da relação entre o sujeito, história e a língua, os adjetivos podem ir além dessa antiga definição, não é mesmo?

De volta aos *porteños*. Até agora, se levamos em consideração o texto anterior, vimos que eles não são as pessoas mais simpáticas do mundo e parecem ser meio arrogantes. Podemos até dizer que, de fato, é a imagem que muitos dos brasileiros têm dos argentinos.

Mas agora, a partir da leitura do texto anterior, fica uma dúvida: essa imagem é dos argentinos ou dos *porteños*?

Continuemos agora com fragmentos retirados da internet.



André Wermuth



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1381962>

Nós, os brasileiros podemos ser chamados de ou dizer que somos brasileños ou brasileros, ambos já reconhecidos pela Real Academia Española (RAE).

Não é difícil entender que os países mais próximos ao Brasil (Argentina, Peru, Bolívia) usam *brasilero*, ao passo que em outros mais distantes (Espanha, México, Cuba) o termo *brasileño* é mais usual.

Texto 2

(1) Por qué los brasileños no quieren a los argentinos?

Yo viajé a florianopolis, estuve por casi 3 meses y en todo ese tiempo, creo que puedo decir que con la mayoría de brasileños con los que me crucé tuve bastantes experiencias desagradables. Que piensan ustedes?

(2) Los brasileños no les quieren a los argentinos?

Creo que estás muy equivocado, los peruanos, los mexicanos, venezolanos, chilenos, ecuatorianos, bolivianos... nadie de América Latina quiere a los argentinos.

PD: mi opinión nada más

*nadie = ningúém

(3) Que los brasileros no quieren a los argentinos?

Pues yo soy brasilera vivo en argentina hace como diez años ya y a mí la argentina me encanta, solo es por el fútbol nada más, conozco anécdotas de muchísimas brasileras que se terminan casando con argentinos, o de gente que viene de brasil a buscar trabajo en la argentina y se adapta perfectamente. En brasil hay lugares exclusivos para brasileros o sea como florianópolis es un lugar de muchos turistas y todo el año es así la mayoría de los brasileros que viven en el lugar buscan lugares solo para su gente cualquier turista que entre ahí ya si de argentina, colombia, mexico, eeuu no es bienvenido saludos.

(4) Brasil vrs argentina

Los brasileros en general son muy cerrados y no aceptan otra que no sea de Brasil. Es un pueblo bastante ignorante, yo diría inculto y sobre todo muy nacionalista...para peor de males. Eso hace con que nos vean como rivales y no como un pueblo hermano con diferencias pero con historias parecidas. Amo Argentina, es un gran país, no tengo nada que enviar a Brasil.

(5) Argentino y brasileños

Hay buenos y malos argentinos, y lo mismo pasa con brasileños, rusos, franceses. Creo que generalizar solo nos lleva a percepciones equivocadas.

(6)

Todo esto creo que se debe porque los argentinos no tienen muy buen concepto en las sociedades de Latinoamérica, y

es que a los argentinos se les conoce como pedantes, engreídos, etc... a mi parecer este pensamiento ya es algo primitivo, por así decirlo, pues las personas no deben guiarse por lo que uno dice al contrario debería conocerlo y sacar sus propias conclusiones; además sabemos que en cada país existen diferentes tipos de personas, cada uno con personalidades distintas... Quizá si te fue mal es por eso mismo... pero las personas nacidas en Brasil suelen ser muy amigueras...

(7)

Los argentinos cuando estamos en otro país solemos ser absolutamente maleducados y siempre (en general los porteños) con esa típica actitud arrogante y de "gaste" para con el otro. Yo he visto en restaurants estando en Rio de Janeiro comportamientos de argentinos que me dieron vergüenza. Los atendía un mozo negro y lo gastaban. Levantaban la comida del plato y decían que era una "mier..." y ojo era gente de buen nivel socio económico. Fui muchas veces a Brasil y siempre pero siempre la pasé bárbaro. Nunca tuve un problema con nadie y muchas veces no he ido a hoteles sino que alquilé departamentos, hice las comprar en el supermercado... esto lo digo para que vean que me manejé en forma cotidiana y no sólo dentro de un circuito turístico como los hoteles.

Adaptado de <http://www.argentinache.com/com/por-que-los-brasilenos-no-quieren-a-los-argentinos-t11>



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Responda as questões a seguir.

1. Qual é o gênero do texto?

2. Qual(is) elemento(s) permitiu(ram) que você identificasse o gênero do texto?

3. Por que encontramos mais de uma vez nos fragmentos nomes próprios escritos com letras minúsculas?

4. Quando lemos um texto, em geral vamos formulando algumas hipóteses e estas algumas vezes se cumprem e outras não. Podemos dizer que no fragmento 2 houve uma quebra de expectativa. Qual? Explique.

5. Retire do texto características atribuídas a brasileiros, argentinos e *porteños*.

6. Com base na resposta anterior, você acha que é possível formar um perfil de brasileiro, argentino e *porteño*? Justifique sua resposta.

7. Vimos ao longo de nossas aulas que não é preciso entender todas as palavras para que se entenda um texto. Para comprovar essa tese, explique com suas palavras o que significam as palavras e/ou expressões sublinhadas:

Los atendía un mozo negro y lo gastaban.

mozo –

gastaban –

Pero siempre la pasé bárbaro.

bárbaro –

alquilé departamentos.

alquilé –

departamentos –

Resposta comentada

1. Com base em nosso conhecimento de mundo e genérico, podemos dizer que os fragmentos foram retirados de um fórum de internet.

2. Há diversos elementos que podem ser citados. 1) a estrutura inicial em que alguém faz uma afirmação e depois pergunta o que os outros pensam e as respostas posteriores; 2) a informalidade da linguagem; 3) o fato de pessoas de nacionalidades diversas terem acesso à mesma conversa.

3. Lembrando sempre a questão dos gêneros, nos fóruns/foros de internet, não há uma preocupação com as maiúsculas, ou com algumas regras que seriam fundamentais em notícias de jornais, por exemplo. Por isso encontramos nomes de países escritos com letras minúsculas.

4. No início do texto 2, o enunciador nos pode fazer crer que vai falar algo positivo sobre os argentinos e, ao contrário, reforça a ideia de que ninguém gosta deles por meio da afirmação “NADIE de América Latina quiere a los argentinos”.

5. Brasileiros – cerrados, ignorantes, incultos, nacionalistas, amigueras. Argentinos – pedantes, engreídos, maleducados.
Porteños – actitud arrogante e de gaste.

6. Na verdade como as características foram dadas a partir de opiniões pessoais (no caso dos brasileiros chegam a ser opositas) não é possível chegar aos perfis solicitados. Mesmo porque seria difícil chegar ao perfil de um grupo, não é mesmo? A tendência seria gerar estereótipos.

7. Los atendía un mozo negro y lo gastaban. Pelo contextos, mozo é alguém que atende os turistas. Posteriormente, vimos que estes levantavam a comida do prato e falavam mal dela, e pudemos entender, que estavam em um restaurante. Quem atende em restaurante é o garçom, mozo na Argentina que comumente é chamado camarero. Quanto ao termo gastaban pelo contexto entende-se que é algo que incomoda, deprecia. Na verdade gastar na Argentina pode ser fazer a pessoa objeto de piadas, “trolar.”

Por aproximação, pode-se entender que a palavra bárbaro significa muito bom.

“Muchas veces no he ido a hoteles sino que alquilé departamentos”, por oposição a não fui para hotéis, entende-se que alquilé departamentos é aluguei apartamentos.

Estereótipo

Visão ou compreensão (de algo ou alguém) muito generalizada, formada somente na comparação com padrões fixos e preconcebidos, sem nuances, sem distinção de características próprias, mais sutis.

Fonte: Dicionário on-line Caldas Aulete.

Agora, vamos refletir um pouco sobre o que foi dito sobre os porteños nos textos anteriores.

Havíamos visto que, em linhas gerais, foram definidos como pessoas arrogantes. Contudo, por meio desses fragmentos pode-

mos entender que essas generalizações acontecem também com relação ao nosso povo, o que nos faz entender que são frutos de ignorância, desconhecimento. Principalmente uma pessoa que vai trabalhar com turismo deve estar livre desse tipo de ideias preconcebidas com relação a outros povos, não é mesmo? Não se pode pensar que um mexicano é só um baixinho de bigodes que dorme muito, e que um alemão bebe demais, e que todo boliviano é um traficante, pois todas as regiões são diversas.

E os adjetivos são fundamentais nessas construções, não é mesmo? Seu uso pode nos possibilitar a compreensão daquilo que é ou não valorizado em determinados grupos e nos ajuda a expressar nossas preferências.

Os pronomes possessivos

Outra categoria de elementos linguísticos que caracteriza os sujeitos do discurso são os pronomes possessivos. Assim como no português, sinalizam a posse de objetos, coisas, bem como indicam grau de parentesco ou relação entre pessoas.

Como sabemos pelo nosso conhecimento da nossa própria língua, os pronomes possessivos se referem a:

- posse de algo;
- número genérico desse(s) “objeto(s)”;
- possuidor;
- número genérico desse(s) possuidor(es) (um ou mais de um).

	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
1 ^a singular		Mi		Mis
2 ^a singular		Tu		Tus
3 ^a singular		Su		Sus
1 ^a plural	Nuestro	Nuestra	Nuestros	Nuestras
2 ^a plural	Vuestro	Vuestra	Vuestros	Vuestras
3 ^a plural		Su		Sus

- Quando eu digo “meu livro/mi libro” estou afirmado que *eu / yo*, ou seja, aquele quem fala, possui um objeto, nesse caso, um livro/libro.
- Se eu digo “meus livros/mis libros” (plural), afirmo que *eu sou* possuidor de mais de um objeto (livros).
- Em ambos os casos, só há um possuidor: *eu/yo*.
- Entretanto, se eu e outra(s) pessoa(s) possuímos um livro conjuntamente irei dizer: “nossa livro/nuestro libro”, no singular, pois o objeto continua sendo um só, certo?
- Se eu partilho a posse de alguns livros com uma ou mais pessoas, serão “nossos livros/nuestros libros”, pois em ambos os casos, há mais de um possuidor: *nós/nosotros*.

Desse modo, a língua espanhola, como vimos, no que se refere ao pronome possessivo, tem a mesma aplicação semântica do português. Essa coincidência também se dá no que diz respeito à concordância de gênero e número. Entretanto, há algumas diferenças morfossintáticas, ou seja, no que se refere à forma.

Vejamos quais são elas:

- a) Quando o possessivo vem antes do substantivo, sofre apócope nas formas que correspondem às três primeiras pessoas do singular e à terceira do plural. E o que seria isso?

Os possessivos perdem uma parte quando vêm antes do substantivo.

Assim, *tuyo/tuya*, passam a ser *tu*, tanto no masculino quanto no feminino, quando antes, por exemplo, de casa:

La casa tuya/El piso mío passam a *tu casa/mi piso*.

OJO: Quando o possessivo vem antes do substantivo (caso acima), NÃO se utiliza o ARTIGO: *La casa suya/ Su casa*.

Sustantivo + Adjetivo				
	Singular (<i>un poseedor</i>)		Plural (<i>más de un poseedor</i>)	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
1 ^a singular	Mío	Mía	Míos	Mías
2 ^a singular	Tuyo	Tuya	Tuyos	Tuyas
3 ^a singular	Suyo	Suya	Suyos	Suyas
1 ^a plural	Nuestro	Nuestra	Nuestros	Nuestras
2 ^a plural	Vuestro	Vuestra	Vuestros	Vuestras
3 ^a plural	Suyo	Suya	Suyos	Suyas

Então, reunindo os dois casos, temos:

	adjetivo + Sustantivo	Sustantivo + adjetivo	
1 ^a singular	mi(s)		mío(a, s)
2 ^a singular	tu(s)		tuyo(a s)
3 ^a singular	su(s)		suyo(a, s)
1 ^a plural	Nuestro	Nuestra	Nuestros
2 ^a plural	Vuestro	Vuestra	Vuestros
3 ^a plural	su(s)		suyo(a, s)

Para darmos continuidade ao nosso estudo, leia o texto a seguir. "Mi Buenos Aires Querido" é um tango, música típica argentina, cantado por um dos músicos mais famosos do país: Carlos Gardel

Mi Buenos Aires Querido

Mi Buenos Aires querido,
cuando yo te vuelva a ver,
no habrá más penas ni olvido.
El farolito de la calle en que naci
fue el centinela de mis promesas de amor,
bajo su inquieta lucecita yo la vi
a mi pebeta luminosa como un sol.

Hoy que la suerte quiere que te vuelva a ver,
ciudad porteña de mi único querer,
oigo la queja de un bandoneón,
dentro del pecho pide rienda el corazón.
Mi Buenos Aires, tierra florida
donde mi vida terminará.
Bajo tu amparo no hay desengaño
vuelan los años, se olvida el dolor.
En caravana los recuerdos pasan
como una estela dulce de emoción,
quiero que sepas que al evocarte
se van las penas del corazón.
Las ventanitas de mis calles de Arrabal,
donde sonríe una muchachita en flor;
quiero de nuevo yo volver a contemplar
aquellos ojos que acarician al mirar.
En la cortada más maleva una canción,
dice su ruego de coraje y de pasión;
una promesa y un suspirar
borró una lágrima de pena aquel cantar.
Mi Buenos Aires querido...
cuando yo te vuelva a ver...
no habrá más penas ni olvido.

Disponível em: <<http://letras.mus.br/carlos-gardel/15888/>>.



Atividade

Atende ao objetivo 3

Responda as questões a seguir.

1. O tango “Mi Buenos Aires Querido” é sustentando pela voz de um enunciador individualizado que canta em primeira pessoa do singular. Complete as lacunas do fragmento a seguir alterando o enunciador para um sujeito coletivo, ou seja, passe de um sujeito na primeira pessoa no singular para um sujeito na primeira pessoa no plural.

Mi Buenos Aires querido,
cuando yo te vuelva a ver,
no habrá más penas ni olvido.

El farolito de la calle en que nací
fue el centinela de mis promesas de amor,
bajo su inquieta lucecita yo la vi
a mi pebeta luminosa como un sol.

_____ Buenos Aires querido,
cuando _____ te volvamos a ver,
no habrá más penas ni olvido.

El farolito de la calle en que nacemos
fue el centinela de _____ promesas de amor,
bajo su inquieta lucecita _____ la _____
a _____ pebeta luminosa como un sol.

2. Relacione as duas colunas, sabendo que na segunda você tem a definição do termo presente na primeira:

- | | |
|---------------|--|
| a) Bandoneón | () desvanecer, quitar, hacer que desaparezca algo |
| b) Borrar | () abertura en una pared para dar luz y ventilación |
| c) Centinela | () súplica, petición hecha a alguien |
| d) Ruego | () variedad de acordeón popular em Argentina |
| e) Ventanitas | () aquél que está observando algo |

Resposta comentada

1. *Nuestro Buenos Aires querido,*
cuando nosotros te volvamos a ver,
no habrá más penas ni olvido.

El farolito de la calle en que nacemos
fue el centinela de nuestras promesas de amor,
bajo su inquieta lucecita nosotros la vimos
a nuestra pebeta luminosa como un sol

Cuidado: se você colocou nuestra Buenos Aires, preste atenção, pois o adjetivo posterior marca o masculino: querido. Por isso nuestro Buenos Aires querido!

2. A ordem correta é: b, e, d, a, c. A maioria das palavras da questão de relacionar colunas pode ser entendida pela transparência que existe entre os dois idiomas, português e espanhol.

Na resposta relativa a bandoneón se entende que é uma variedade de acordeão.

Ruego, pode-se relacionar ao verbo rogar, em português, que significa pedir.

Centinela, é praticamente a mesma palavra em português, com a diferença de uma letra, S.

Borrar seria o único verbo, portanto, desvanecer.

Ventanitas, por eliminação, seria janela, abertura en una pared para dar luz y ventilación, mas pode-se relacionar ventanita ao termo ventilación.



Para ouvir o tango *Mi Buenos Aires Querido*, consagrado por Carlos Gardel entre em: http://www.youtube.com/watch?v=Aa_N71VXQnM.

Alguns verbos

Alguns verbos também podem refletir, de algum modo, nossas impressões sobre o mundo.

No fragmento 3 temos dois exemplos: o verbo *encantar* e o verbo *querer*.

(3) Que los brasileros no quieren a los argentinos?

Pues yo soy brasilera vivo en argentina hace como diez años ya y a mí la argentina me encanta, solo es por el fútbol nada más, conozco anécdotas de muchísimas brasileras que se terminan casando con argentinos, o de gente que viene de brasil a buscar trabajo en la argentina y se adapta perfectamente. [...]

Outro muito usado é o verbo *gustar*.

O verbo *querer* pode ter o mesmo uso do português de ter vontade ou determinação de executar alguma coisa:

Quiero visitar la ciudad de Buenos Aires.

Nesse caso, junto com *deber*, *poder* e *saber* forma o grupo dos chamados verbos modais, que são aqueles que, somados ao infinitivo, exprimem vontade, necessidade, proibição, enfim, ideias que atenuam ou enfatizam uma ação verbal.

Eles vão ser muito úteis quando você precisar dar ou pedir indicações de localização, mas isso fica para a nossa próxima aula.



Aqui você tem a conjugação dos verbos modais no presente do indicativo.

Querer	Deber	Saber	Poder
quiero	debo	se	puedo
quieres/querés	debes/debés	sabes/sabés	puedes/podés
quiere	debe	sabe	puede
queremos	debemos	sabemos	podemos
queréis	debéis	sabéis	podéis
quieren	deben	saben	pueden

Mas o sentido do verbo querer que mais nos interessa nessa aula é o usado nos fragmentos 2 e 3.

Vejamos o primeiro:

Em “nadie quiere a los argentinos” esse verbo é usado como em português? Ninguém quer os argentinos? Não.

O verbo querer está mais próximo do verbo gostar do português. Ninguém gosta dos argentinos.

E o verbo gostar não existe em espanhol? Existe, e é usado como em português, com diferença de forma, e, em alguns casos se aproxima do querer do português. Vamos aos exemplos:

Texto 3

(1) ¿Les gusta el tango? ¿Piensan que sigue vigente?

¿Qué me pueden decir del tango?

¿Les gusta ?

Atina

(2) Hola Atina:

Pues sí, me gusta el tango, aunque no soy para nada un conocedor. Tengo algunos discos y me gusta escucharlos de vez en cuando, la mayoría son de Piazzola y algunos otros discos de tango instrumental; pero para responder de manera concreta a tu pregunta, sí me gusta el tango. Un abrazo, que estés muy bien

(3); Shalom Atina!

Sí, me gusta, especialmente porque mis padres lo bailaban hermoso; tengo muy bellos recuerdos de verlos divertirse juntos no solo con el tango, porque bailaban muy bien muchos ritmos. Por otro lado creo que es de las cosas que nunca pasarán de moda, aunque se va modificando. hace poco me enviaron un wmv en el que lo bailan en un tubo haciendo acrobacias en pareja, pero la música es la misma. Me encanta porque te cuenta historias cortas. Besos Atina, um placersaludarte.

(Disponível em: <<http://espanol.answers.yahoo.com/questionindex?qid=20100223183609AAqAVYI>>.)

A pergunta feita por Atina no foro nos permite entender que o sentido do verbo *gustar* é o mesmo do *gostar* do português, certo? Mas também nos mostra que a estrutura é bem diferente. Em português sempre se gosta de alguma coisa e o verbo concorda com o sujeito:

Ela gosta **de** ir ao cinema.

Nós não gostamos **do** que você.

“Gosto que me enrosto **de** ouvir dizer que a parte mais fraca é a mulher.”

Já em castelhano o verbo não concorda com a pessoa que gosta, mas sim com aquilo de que se gosta, sendo usado junto com o complemento pronominal indireto, como vimos nos fragmentos anteriores:

¿Les gusta el tango?

Esse *les* se refere a *ustedes* – ¿A ustedes les gusta el tango?

Pode parecer diferente se pensamos no verbo gostar, mas é a mesma estrutura do nosso verbo agradar:

Esses hotéis não agradaram ao turista.

O verbo agradar concorda com o complemento.

Outra particularidade é que a repetição *A ustedes les* não é uma incorreção, e é muito comum.

A mí me gustan los tangos argentinos.

Ou

Me gustan los tangos argentinos.

Presente de Indicativo: Verbo “Gustar”*

A +	mi	me	GUSTA +	Sustantivo Singular o Infinitivo	Me gusta viajar. Nos gustan las películas de acción.	
	ti	te				
	él, ella, usted	le				
	nosotros(as)	nos	GUSTAN +	Sustantivo Plural		
	vosotros(as)	os				
	ellos, ellas, ustedes	les				

*Otros verbos que siguen la misma estructura: apetecer, interesar, fascinar, encantar, agradar, molestar, importar, doler.



Atividade

Atende ao objetivo 2

Pensando em sua própria identidade como brasileiro, redija um pequeno texto resposta para a seguinte pergunta postada por um argentino em um fórum da internet. Lembre-se de usar o que você já aprendeu até aqui sobre a estrutura da língua espanhola (artigos, pronomes, adjetivos, verbos ser, estar, tener e gustar).

¿Cómo son los brasileños y que les gusta hacer?

Resposta comentada

Para responder a essa questão, você precisa considerar as três dimensões da competência comunicativa, trabalhada na Aula 2:

O conhecimento enciclopédico: é preciso considerar que você está se apresentando como brasileiro para um estrangeiro que sabe pouco sobre o Brasil e os brasileiros, possivelmente estereótipos.

O conhecimento genérico: o gênero é um foro virtual de perguntas e respostas que pressupõe textos curtos e diretos em uma linguagem cotidiana.

O conhecimento linguístico: a ordem estrutural sintática básica da língua espanhola é semelhante à do português (sujeito + verbo + complemento) à exceção de verbos como *gustar*. É preciso conjugar os verbos em primeira pessoa do singular no tempo presente, já que se trata de uma descrição.

Modelo de resposta:

"Hola! Soy Fabio. Soy brasileño y tengo 33 años. Me gusta estudiar, viajar y ir al cine. También me gustan los videogames y dibujos animados japoneses."

Continuando nossa busca por conhecer melhor os *porteños*, vamos ler agora um texto que trata um pouco da história da cidade de Buenos Aires.

Texto 4

Natural de la ciudad de Buenos Aires, capital de la Argentina

A los habitantes de la ciudad de Buenos Aires se les llama “porteños” aludiendo a su condición de “hijos del puerto”.

El puerto de Buenos Aires, el de mayor importancia de toda la Argentina, concentró a través de la historia un singular asentamiento humano. Durante los siglos XIX y XX fue la puerta de llegada y estadía de gran parte de la masiva inmigración europea.

En torno a ella creció el puerto como un centro comercial y de servicios sin comparación en escala en el resto del país. También se asentó la industria que generó una identidad distintiva en los ciudadanos porteños, diferenciada por la pluralidad de incentivos culturales.

El poder que constituye esta conformación promovió asimismo un crecimiento urbano que se mantiene vivo hasta nuestros días y que transforma a Buenos Aires en la tercera ciudad más grande en Latinoamérica.

Históricamente, fueron los barrios de Barracas y La Boca – cercanos al puerto – los centros por excelencia de las incipientes industrias, y sus pobladores – favorecidos por la inmigración fundamentalmente genovesa – constituyeron una pujante colonia de distritos obreros.

Asimismo, la Plaza de Mayo, cercana a la costa, fue emplazamiento el medular de los porteños, no solamente como hábitat sino como sede natural del comercio, la religión, la cultura y el Gobierno Nacional.

Alrededor de ella se encuentra la Catedral metropolitana junto a antiguas iglesias coloniales, la Casa de Gobierno (Casa Rosada), el histórico Cabildo de la revolución independentista del siglo XIX, y el distrito financiero representado por la Banca nacional e internacional.

Con idéntico espíritu, la ciudad de Buenos Aires funda sus eminentes instituciones educativas para abastecer de ilustración a un continente de residentes demandantes de progreso, como lo fueran la Universidad Nacional de Buenos

Aires, la Biblioteca Nacional, la Universidad Tecnológica Nacional, el Conservatorio Nacional de Música, la Academia Nacional de Bellas Artes, entre muchas otras.

De esta forma se va forjando la idiosincrasia porteña tan dinámicamente como su crecimiento poblacional y la evolución ascendente de la propia ciudad.

Una idiosincrasia cosmopolita y multicultural que fue forjando su identidad a partir de la inmigración europea (principalmente española e italiana) junto a la existente criolla, creándose una población multicultural y vasta.

Fonte: 365 Info Buenos Aires

Glossário

asimismo: también

criolla: autóctono, propio, distintivo de un país hispanoamericano.

idiosincrasia: f. rasgos, temperamento, carácter etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad.

incipientes: que empieza.

obrero: perteneciente o relativo al trabajador.

pujante: que tiene fuerza grande o robustez para impulsar o ejecutar una acción



Atividade final

1. A partir da leitura do Texto 4 marque as palavras que coincidem com a ideia de cidade nele presente:

- a) grande
- b) plural
- c) independente
- d) europea

2. A partir da leitura do Texto 4, marque as palavras que coincidem com a ideia de população nele construída:

- a) multicultural
- b) cosmopolita
- c) pujante
- d) ascendente

3. É possível dizer que o texto tem um olhar positivo ou negativo com relação à cidade e aos seus cidadãos? Justifique sua resposta.

Resposta comentada

1. A palavra que está de acordo com a cidade descrita no texto é grande: plural se refere à população, europeia à sua origem e independente não entra nesse contexto.

2. A leitura do último parágrafo do texto nos indica que a idiosincrasia dos porteños foi forjada de forma cosmopolita e multicultural. Já pujante e ascendente são termos que se referem à cidade.

3. A leitura do texto 4 por meio das designações, principalmente, atribuídas a Buenos Aires e aos seus cidadãos, nos mostra um ponto de vista positivo já que os termos usados nos remetem a contextos positivos como por exemplo:

Crescimento:

"En torno a ella creció el puerto como un centro comercial y de servicios sin comparación en escala en el resto del país. También se asentó la industria que generó una identidad distintiva en los ciudadanos porteños, diferenciada por la pluralidad de incentivos culturales."

"... promovió asimismo un crecimiento urbano que se mantiene vivo hasta nuestros días y que transforma a Buenos Aires en la tercera ciudad más grande en Latinoamérica."

"... constituyeron una pujante colonia de distritos obreros."

Cultura:

"Asimismo, la Plaza de Mayo, cercana a la costa, fue emplazamiento el medular de los porteños, no solamente como hábitat sino como sede natural del comercio, la religión, la cultura y el Gobierno Nacional."

"Con idéntico espíritu, la ciudad de Buenos Aires funda sus eminentes instituciones educativas para abastecer de ilustración a un continente de residentes demandantes de progreso, como lo fueran la Universidad Nacional de Buenos Aires, la Biblioteca Nacional, la Universidad Tecnológica Nacional, el Conservatorio Nacional de Música, la Academia Nacional de Bellas Artes, entre muchas otras."

Podemos dizer que a leitura do texto anterior nos cria a ideia de que Buenos Aires é uma cidade sempre em crescimento e que segue uma história de trabalhadores sérios, que perseveraram para o engrandecimento de sua cidade. Um lugar que queremos conhecer, não é mesmo?



Figura 6.2: Alguns dos principais pontos turísticos de Buenos Aires, Argentina.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Buenos_Aires_Photo_Montage.png

Resumo

Nesta aula tratamos de como as escolhas que faz um falante contribuem para a construção de sentidos, sejam identidades sociais ou estereótipos, e de como esses sentidos estão carregados de subjetividade. Para compreender como isso se dá, estudamos o funcionamento discursivo de alguns elementos linguísticos. Vimos

o processo de designação, marcado principalmente nas/pelas pa-lavras de caráter nominal, e o modo como a escolha de determi-nados termos altera o sentido do referente.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula você conhecerá um pouco mais a cidade de Buenos Aires, seus mapas, além de algumas expressões de localização.

7

Mi Buenos Aires querido: como caminhar pela cidade

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Apresentar questões espaciais da cidade de Buenos Aires a partir da análise de mapas e textos em espanhol.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 utilizar expressões necessárias para localização e deslocamento;
- 2 identificar diferentes informações presentes em mapas de contextos diversos;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos de diversas modalidades em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é necessário que você relembrre os conceitos de enunciador e coenunciador, apresentados na Aula 2; de gênero, apresentado na Aula 3; e de nomeação e designação, apresentados nas Aulas 5 e 6, respectivamente.

Introdução

Muitos elementos são necessários para se falar uma língua estrangeira. Já vimos alguns pronomes, verbos no presente, substantivos, artigos definidos e indefinidos, números. E muito ainda temos para ver. E como também foi dito nas Aulas 2 e 3, os textos são unidades verbais pertencentes a um gênero de discurso. Por isso, faz bastante sentido que discutamos as estruturas linguísticas a partir de textos, que estão ancorados no tempo e no espaço. Isto é, todo texto, estando, como vimos, relacionado a gêneros, tem uma “*âncora*”, uma relação com um determinado momento e um determinado lugar a partir dos quais é elaborado. E é claro, como também já falamos, que uns textos podem ser mais ou menos ancorados, de acordo com suas características. Ou mais ancorados espacialmente e menos temporalmente, ou vice-versa. Uma notícia depende diretamente do momento em que o fato aconteceu, ao passo que um *outdoor* tem menos vínculos com o tempo.

Nesta aula, continuando a temática da passada, a partir da discussão espacial, vamos conhecer um pouco mais da cidade de Buenos Aires.

■ **Âncora**

Uma âncora é um instrumento náutico pesado, geralmente de metal que permite prender uma embarcação em fundos rochosos, lodosos ou arenosos, fixando-a temporariamente na posição desejada. Nos estudos da linguagem, o uso desse termo serve para designar o processo pelo qual alguns textos fixam-se a elementos de seu contexto de produção, como tempo e espaço.



Michał Zacharzewski

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=1362892>

Marcadores espaciais

Como dissemos, o espanhol, assim como outras línguas, apresenta elementos linguísticos que possuem uma estreita relação com o espaço que nos cerca. Vamos dividir esses espaços em dois tipos: os *dêiticos espaciais* e as *expressões de localização*. Lembram-se do conceito de dêixis, visto na aula passada?

Os do primeiro tipo (dêiticos espaciais) funcionam como verdadeiras âncoras, fixando o que é dito ao momento da enunciação, seja na audição de uma fala ou na leitura de um texto escrito.

Já os do segundo tipo (expressões de localização) funcionam mais como mapas, bússolas ou o timão de um navio, ou seja, agem de modo a conduzir os movimentos e orientar em que direções as pessoas devem seguir.

Dêiticos espaciais



Figura 7.1: En este momento usted se encuentra exactamente aquí.

Mas, afinal, o que são dêiticos espaciais?

Veja a figura anterior. Ler a mensagem da placa ajudou o homem a resolver sua situação? Não. Por quê? Porque o termo “aqui”, fundamental para a construção de sentidos naquele tex-

to, significou muito pouco para o homem na boia, já que é um termo que precisa de outras referências para que algum sentido possa ser construído a partir dele, não é? E para o azar do nosso naufrago... essas referências, no seu caso, não existem.

Esse “aqui” do falante seria o espaço de enunciação. E pode-se dizer que os elementos dêiticos espaciais são determinantes para indicar o lugar em que se encontra o enunciador em relação a outros. É possível também haver referências concretas como: naquela esquina, em outra cidade, em Santa Cruz de la Sierra... Ficou mais claro?

Em resumo, os dêiticos são os elementos linguísticos que indicam o lugar (aqui) ou o tempo (agora) em que um enunciado é produzido e também indicam os seus participantes (eu-você). Lembram do triângulo da Aula 2?

Se é assim, temos alguns exemplos de dêiticos:

- os pronomes pessoais que indicam os participantes;
- os advérbios de lugar, marcadores de tempo (agora, ontem...);
- os demonstrativos (aqui, lá, aquele...), vistos na aula passada, e só podem ser entendidos dentro de uma situação de comunicação, a partir de informações ancoradas. Caso contrário, ficamos perdidos como o nosso naufrago.

Expressões de localização

Além dessas referências dêiticas, outras são fundamentais quando precisamos nos localizar em lugares diversos, em outras cidades. São várias as expressões que podemos usar nesse sentido. Poderíamos dividi-las em dois grupos: aquelas que servem para dizer onde estamos e aquelas que nos ajudam quando precisamos ir de um ponto a outro.

No primeiro grupo, teríamos:

- A la izquierda de
- A la derecha de
- Al lado de
- Dentro de

- Fuera de
- Encima de
- Debajo de
- Detrás de
- Enfrente de
- Delante de
- Entre
- Cerca de
- Lejos de

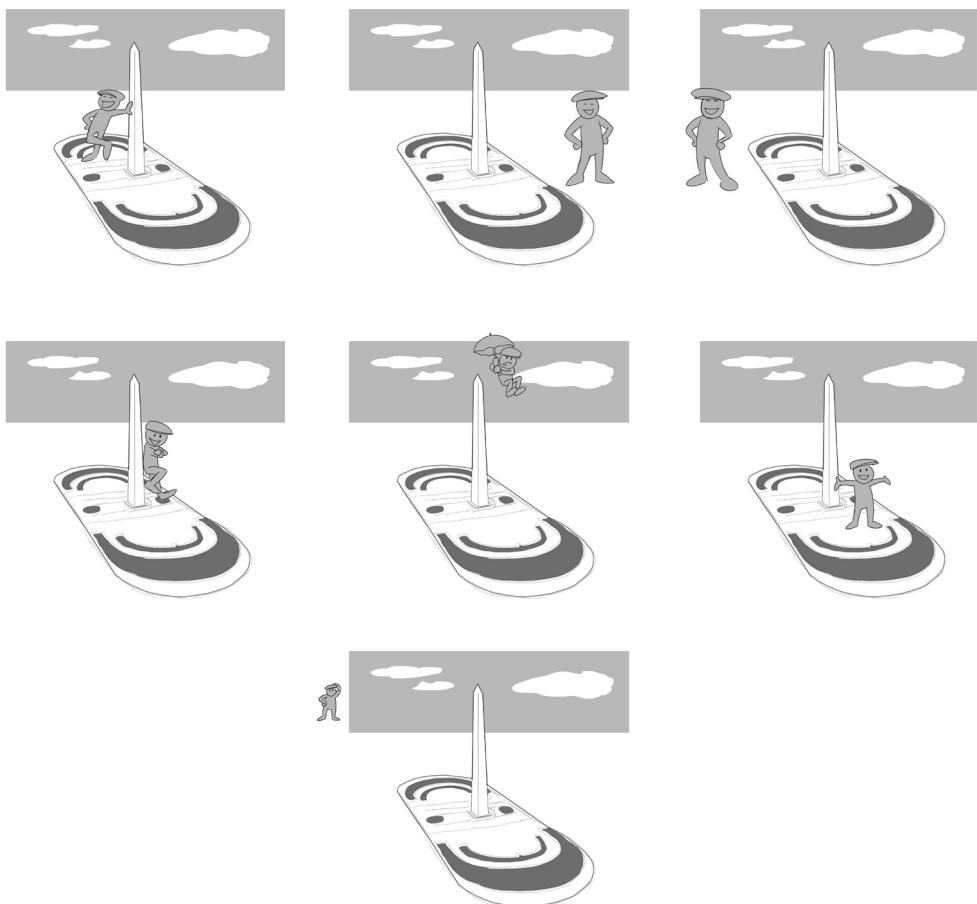


Figura 7.2: ¿Dónde estoy?



El Obelisco é um tradicional ponto turístico da cidade de Buenos Aires, na Argentina. Se você quiser mais informações, visite o site: http://www.bue.gob.ar/?mo=recorridos&ac=ficha_atractivo&nc=Atractivo=29&.

No segundo grupo, contaríamos com as expressões:

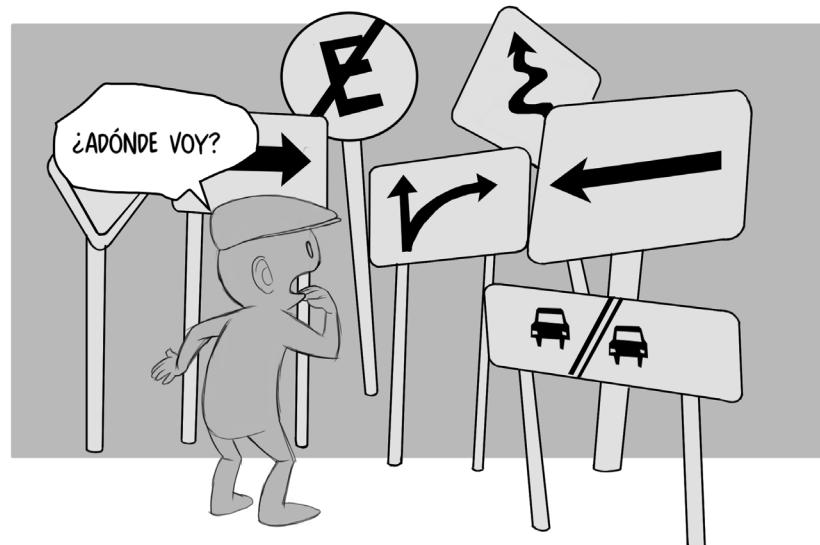


Figura 7.3: ¿Adónde voy?

- Girar a la derecha/ a la izquierda
- Doblar a la derecha/ a la izquierda
- Torcer a la derecha/ a la izquierda
- Seguir recto
- Subir
- Bajar
- Cruzar

Quando estamos em outra cidade, também precisamos saber onde ficam determinados monumentos, estabelecimentos, ruas etc., ou o que é necessário fazer para chegar a um determinado lugar.

Mas antes de continuar vamos ver o que você já aprendeu.



Atividade _____

Atende ao objetivo 1

Relacione as figuras a seguir às expressões de localização que você viu anteriormente, colocando o número de cada uma delas no espaço indicado:

1. Girar a la izquierda/a la izquierda
2. Doblar a la derecha/a la derecha
3. Cruzar
4. Seguir recto
5. No cruzar

()



<http://www.sxc.hu/photo/866310>
(MichałZacharzewski)

()



<http://www.sxc.hu/photo/1196099>
(Bartek Ambrozik)

()



<http://www.sxc.hu/photo/1196098>
(Bartek Ambrozik)

()



<http://www.sxc.hu/photo/1196097>
(Bartek Ambrozik)

()



<http://www.sxc.hu/photo/1060242>
(Yasin Öztürkz)

Resposta comentada

A ordem de numeração correta das questões é 5, 2, 1, 4, 3, pois é a que relaciona a linguagem verbal (escrita) à linguagem não verbal presente nas imagens. Não esqueça que você pode usar os verbos girar, doblar e torcer a la derecha/izquierda, da mesma forma. Lembre, porém, que os dois primeiros são regulares ao passo que o terceiro é irregular, o que significa que tem a conjugação diferente daquela a que você já está se habituando.

Verbos de localização

Vamos agora esclarecer algumas coisas no que se refere aos verbos *haber*, *estar* e *tener*, já que, em se tratando de localização, há uma pequena diferença entre português e espanhol, que apresentamos em seguida.

O verbo *haber* em espanhol, o nosso *haver*, é muito mais usado que em português. Como ocorre na nossa língua, o verbo *haber*, quando usado no sentido de existir, não flexiona e a forma *hay* é equivalente à forma *há* impessoal do português.

Exemplos: *Hay muchos turistas en Buenos Aires.*/Há muitos turistas em Buenos Aires.

Em termos gramaticais, em nenhum dos dois casos o verbo flexiona.

Em termos de localização, essa forma é usada para indicar existência de algo e, por esse motivo, em geral introduz algo que aparece pela primeira vez na conversa, ok?

Se é assim, esse algo vem normalmente (como vimos na Aula 5) precedido por um artigo indefinido ou por nenhum artigo.

Vamos ao exemplo?

¿Hay un banco en esa calle?

Por sua parte, o verbo *estar* em geral indica localização, lugar, posição, lugares conhecidos, precedidos, quase sempre, por artigos definidos.

Exemplos: *¿Dónde está el Obelisco? ¿Lejos o cerca de aquí?*

Já o verbo *tener* dá especificamente a ideia de posse:

La ciudad de Buenos Aires tiene dos aeropuertos: el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini, conocido como Ezeiza, a 35 kilómetros de la ciudad, y el Aeroparque Jorge Newbery, en el barrio de Palermo.



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 3

Leia a tirinha abaixo e responda às questões:



1. Considerando o sentido dos enunciados, complete as lacunas nos balões da tirinha com os verbos *haber*, *estar* e *tener*. Lembre-se de conjugá-los de acordo com o contexto.

2. Que tipo de tratamento o turista dirige à senhora? O que justifica isso?

Resposta comentada

1. Os verbos que completam adequadamente as lacunas da conversa são na seguinte ordem: hay – está – está – tiene – están. É importante lembrar que:

- o verbo haber no sentido de existir, assim como em português não vai para o plural.
- hay indica a existência de algo e está indica a localização de algo.
- tiene dá a ideia de posse ou descreve características de algo.

2. Para responder à questão 2, não se deve esquecer de algo muito importante quando estamos em países de fala espanhola: o tratamento formal/informal. Como o turista não conhecia a senhora para quem estava pedindo informação usou o tratamento formal que já foi visto na Aula 4, marcado por, além da palavra señora, pelo pronome usted, e pela forma verbal recomienda em lugar de recomiendas. É preciso ter sempre em mente que em países de língua espanhola, em geral, pessoas desconhecidas, independentemente de idade ou status social, se tratam formalmente até que haja intimidade ou permissão para tratamento informal.



Se você quer mais informações sobre a cidade, acesse: <http://www.bue.gov.ar/?mo=portal&ac=componentes&ncMenu=52>.

Clicando em *Plaza de Mayo*, você poderá ler informações sobre a região citada no diálogo. Recomendamos que você faça a primeira leitura em espanhol e que depois clique na bandeira do Brasil para tirar suas dúvidas, lendo em português. Acredite, é um bom exercício!



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/469075>

Não se esqueça de que se você aliar essas expressões aos verbos modais que aprendeu na aula passada, já pode entender as indicações como, *debe/debes/deben girar a la izquierda, o puede/puedes/pueden seguir recto hasta el final*, por exemplo.

Além de poder, é claro, expressar nossos desejos como *quiero/queremos ir*. Você também já aprendeu o verbo *gustar*, que também é fundamental para indicar lugares e direções que queremos alcançar: *me/nos gustaría conocer, me/nos gustaría saber, me/nos gustaría llegar a* etc.

Mapas

Em geral, nos materiais didáticos (que você certamente conhece se já estudou alguma língua estrangeira), essas expressões são apresentadas de maneira descontextualizada. E se pensarmos bem, esse modo de apresentar os chamados marcadores espaciais de lugar não se justifica, pois, afinal, se estamos viajando, essas expressões aliadas a algumas informações podem nos ser bastante úteis, não é mesmo?



Bartek Ambrozik

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1198030>

Por exemplo, quando precisamos pedir alguma informação dentro de um metrô, no qual devemos fazer uma ou mais conexões entre as suas diversas linhas, como fazê-lo sem explicar “onde estou” e “para onde quero ir”? E como alguém pode nos dar as explicações devidas sem usar as tais referências, âncoras espaciais?

Então agora vamos pensar que você está em um lugar que não conhece, como a cidade de Buenos Aires, por exemplo. É fundamental saber indicar, para a pessoa a quem você vai pedir explicações, exatamente para onde você quer ir. Como hoje, essas explicações podem ser dadas virtualmente, dependendo de onde você estiver, é também preciso que saiba explicitar sua posição exata.

É como naqueles mapas que indicam: “Você está *aqui*”. Esse *aqui* não vai ser o mesmo em todas as estações, pois se refere às coordenadas exatas daquela localização específica. Para isso, além de saber a sua exata posição e para onde você quer ir, outras expressões são necessárias, não? Aquelas que, como vimos, indicam direções, por exemplo.



Brinque um pouco com essas coordenadas. No site a seguir você pode obter informações dentro de Buenos Aires, de ruas, transportes públicos, rotas a pé, para as quais os débitos e as expressões de localização serão fundamentais! *Cómo llegar, desde aquí, hasta aquí*: <http://mapa.buenosaires.gob.ar/>



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/138125>

Antes de nos determos no mapa específico de Buenos Aires, vamos falar um pouco do gênero mapas. E falando em mapas e pensando nas aulas anteriores, podemos afirmar que um mapa é um texto? Antes de responder o que é um mapa, vamos por partes. Pensemos no da cidade. Mas qual mapa da cidade de Buenos Aires? Existe apenas um mapa da cidade? Não? Então, nosso primeiro passo é escolhê-lo.

Uma simples pesquisa em um buscador, nesse caso o Google, com a indicação “mapa de Buenos Aires” nos oferece uma série de possibilidades, como podemos ver na figura a seguir:

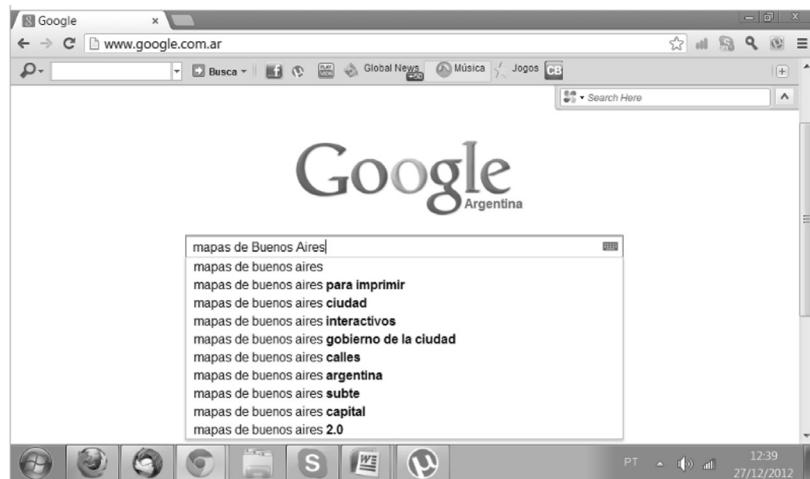


Figura 7.4: Sugestões de pesquisa no Google para “mapa de Buenos Aires”.

Bem, mas se entendemos mapas como “uma representação geométrica plana, simplificada e convencional, do todo ou de parte da superfície terrestre, numa relação de similitude conveniente denominada escala” (JOLLY, 1990 apud DEL GAUDIO, 2006), como é possível haver tantos mapas diversos relativos ao mesmo espaço físico?

Como é possível representar de formas diferentes a mesma coisa? Isso quer dizer que alguns desses mapas estão errados e outros corretos?

Na realidade, se pensamos nas noções de enunciador, coenunciador e gênero, que vimos nas Aulas 2 e 3, respectivamente, podemos entender melhor essa questão.

Cada mapa é construído a partir das necessidades de seus coenunciadores, dentro de um gênero específico e, por isso, apresenta características diversas. Desse modo, são textos que conjugam elementos verbais e não verbais e se pensamos que os gêneros apresentam características definidas por conteúdos (informações sobre a localização e organização espacial de lugares), propriedades funcionais (indicar localização, direção e distância de um ponto a outro), estilo (representação mais ou menos fiel do espaço) e

composição própria (representação gráfica aliada a esquemas e designações verbais), podemos dizer que os mapas são gêneros sim. Não é preciso ler o que está escrito, ou entender o idioma em que está escrito para sabermos que se trata de um mapa, não é? Ou seja, podemos imaginar que somos capazes de reconhecer um mapa em russo ou em japonês, por suas características estáveis.



Figura 7.5: Mapa de estação de metrô russo, em cirílico.

<http://www.laviajeraempedernida.com/2011/07/22/el-metro-de-moscu-el-palacio-del-pueblo/>

Ficou mais claro? Se você ainda tem dúvidas, não se preocupe, pois na próxima atividade exploraremos as diferenças entre dois desses mapas portenhos, com a finalidade de esclarecê-las.

Eis aqui três mapas da cidade de Buenos Aires, a partir dos quais você deve fazer a próxima atividade. Mãoz à obra!



Para conhecer um pouco mais da história dos mapas, você pode acessar os *links*:

- A História dos Mapas – Parte 1/2 – http://www.youtube.com/watch?v=Vanspwwxr_w.
- A História dos Mapas – Parte 2/2 – <http://www.youtube.com/watch?v=026xKwLkuP0>.

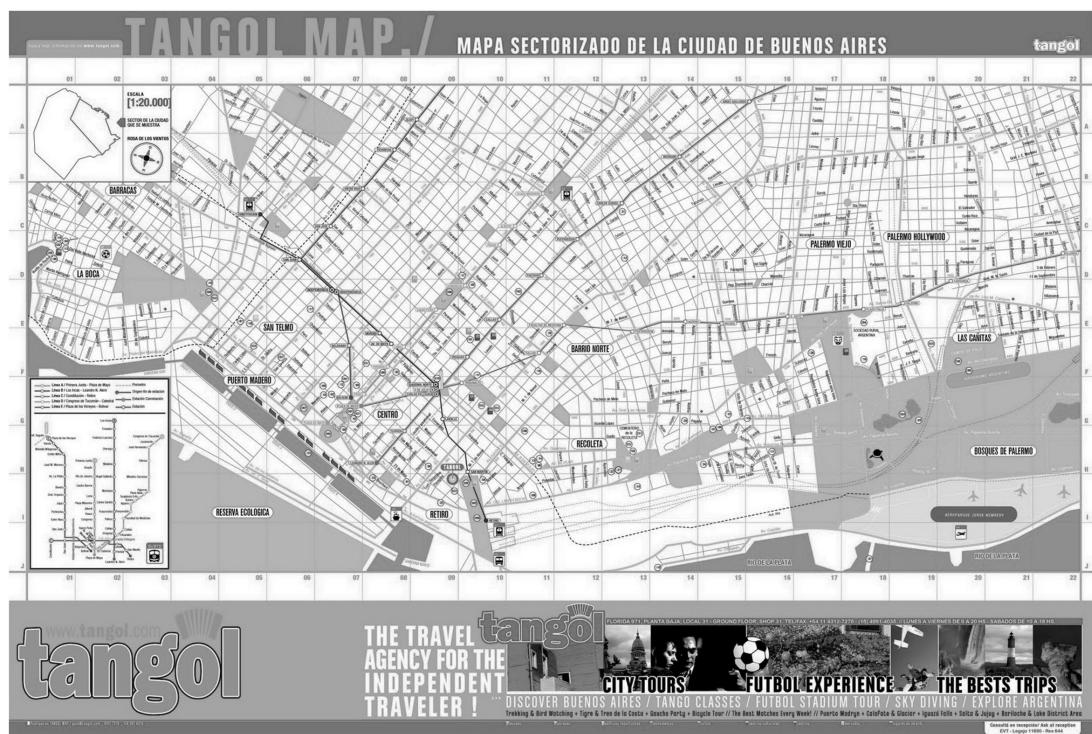


Atividade

Atende ao objetivo 2

Responda as questões a seguir.

Mapa 1



Fonte: <http://mapasblog.blogspot.com.br/2011/05/mapas-de-buenos-aires-argentina.html>

Mapa 2



Fonte: <http://mapasblog.blogspot.com.br/2011/05/mapas-de-buenos-aires-argentina.html>

Mapa 3



Fonte: <http://mapasblog.blogspot.com.br/2011/05/mapas-de-buenos-aires-argentina.html>

1. Indique um objetivo comum aos três mapas.

2. Os três mapas não têm o mesmo coenunciador. Que pistas nos textos permitem responder a essa pergunta?

3. Atribua, a partir da leitura dos mapas, pelo menos uma característica a cada um dos prováveis coenunciadores de cada um deles.

4. Lembrando da aula passada, no mapa número 1, podemos encontrar palavras que atribuem características a outros termos, algumas em uma língua que não é o espanhol. Identifique ao menos a que está em espanhol e diga a quem é atribuída essa característica.
-
-

Resposta comentada

Agora vamos ver como essas quatro perguntas podem nos fazer refletir bastante sobre os textos. Uma primeira consideração que pode ser feita é com relação às características genéricas, que, como vimos, em um mapa, ficam bastante claras: basta um primeiro olhar e as identificamos, diferente do que acontece em outros gêneros.

Lembrando que quando trabalhamos com textos, não são raras as vezes que temos mais de uma possibilidade correta de resposta, uma resposta possível para a questão 1 seria: fornecer coordenadas espaciais, pois os três mapas têm, a princípio, esse objetivo.

Na questão 2, para identificar os coenunciadores, vamos ver o que os mapas nos apresentam.

O primeiro se chama tangol.map e apresenta de forma destacada os meios de transporte, fotos que apresentam city tours e destacam o futebol, não dando especial destaque a minúcias relativas aos pontos turísticos da cidade.

No segundo mapa destacam-se a organização e a divisão ficar, comer, passear, comprar; ao mesmo tempo em que não dá especial destaque ao transporte público, parece haver setas que apontam para as saídas da cidade.

Já no terceiro, pode-se perceber que não só os nomes das ruas estão mais destacados que nos anteriores, como também sua numeração. Há também informações como nome de hospitais, instituições de ensino, igrejas.

A partir dessas observações, podemos dizer, que os coenunciadores têm interesses distintos, que se materializam concretamente nessas diferenças em cada mapa, certo? Se não fosse assim, os mapas poderiam ser diferentes, mas suas características seriam mais próximas.

Ainda com base nas observações feitas anteriormente podemos atribuir as seguintes características aos coenunciadores dos mapas, como pede a questão 3:

Mapa 1: provavelmente pessoas sem transporte próprio, que se interessam por tango e futebol.

Mapa 2: pela organização, pessoas que talvez precisem organizar bem o tempo, ou que tenham interesse entre as áreas de ficar, comer, passear, comprar; e que podem ter transporte próprio, menos interessadas em tours específicos.

Mapa 3: pessoas com um perfil menos de turista e que querem conhecer melhor a cidade, como vivem os porteños.

Quanto à questão 4, lembrando a Aula 6, a palavra sectorizado atribui característica a mapa. As outras, em outra língua, são:

best → trips

independent → traveler, ou seja, na verdade, a quem está lendo, ao coenunciador

Se você identificou sectorizado já foi suficiente.

Se não identificou nenhuma, não se preocupe, pois vamos continuar trabalhando essas questões ao longo do curso.

Em Buenos Aires

Fragmento de 62/modelo para armar

Julio Cortázar

[...] Entro sin saber cómo en mi ciudad, a veces otras noches
salgo a calles o casas y sé que no es mi ciudad,
mi ciudad la conozco por una expectativa agazapada,
algo que no es el miedo todavía pero tiene su forma y su
perro y cuando es mi ciudad
sé que primero habrá el mercado con portales y con tiend-
das de frutas,
los rieles relucientes de un tranvía que se pierde hacia un
rumbo
donde fui joven pero no en mi ciudad, un barrio como el
Once en Buenos Aires,
un olor a colegio,
paredones tranquilos y un blanco cenotafio, la calle Veinti-
cuatro de Noviembre
quizás, donde no hay cenotafios pero está en mi ciudad
cuando es su noche.

[...]

Disponível em: <<http://www.lexia.com.ar/cortazar-poemas.htm>>

Glossário

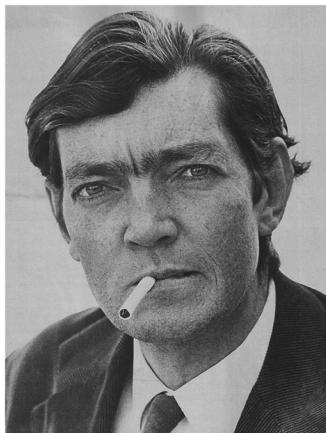
agazapada: (adj., C. Rica) hipócrita.

cenotafio: (m.) monumento funerario en el cual no está el cadáver del personaje a quien se dedica.

paredón: (m.) pared que queda en pie, como ruina de un edificio antiguo

riel: (m.) carril de una vía férrea.

tranviam: (m.) vehículo que circula sobre raíles en el interior de una ciudad o sus cercanías y que se usa principalmente para transportar viajeros.



Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Julio_Cort%C3%A1zar

Julio Cortázar

Romancista e contista, filho de argentinos, nascido na Bélgica, em 1914, sua obra questiona o convencional, procurando um conhecimento que dispense o auxílio da lógica. É tido como um dos maiores representantes do realismo fantástico e como um dos escritores que mais contribuiu para a atual expansão da literatura latino-americana em todo o mundo, ao lado de Mario Vargas Llosa, Gabriel García Márquez e Jorge Luis Borges.

Estreia na literatura com o poema dramático *Los Reyes* (1949), já prenunciando a abordagem de temas fantásticos. Publica, entre outros, os livros *Bestiario* (1951), *Historias de cronopios y de famas*, (1962), mas é reconhecido a partir de *Rayuela* (1963), sua obra-prima. O autor destaca-se por mesclar narrativa, crônica, poesia e ensaio, como em *La vuelta al día en ochenta mundos* (1967) e *62, modelo para armar* (1968), do qual você leu um pequeno fragmento. Nos anos 1960, apoia líderes políticos como Fidel Castro, Salvador Allende e faz parte do Tribunal Internacional Russell, que estuda violações de Direitos Humanos na Hispanoamérica.

Um pouco antes de morrer, publica seu livro de poemas *Salvo el crepúsculo* (1984) e o artigo "Argentina, años de alambradas culturales" (1984).

Em 1996, seu ensaio "Imagen de John Keats" foi publicado postumamente e em 2009 sua primeira esposa encontra *Papeles inesperados*. "Qualquer um que não leia Cortázar está condenado; não lê-lo é uma doença grave e invisível que, com o tempo, pode ter terríveis consequências. Não quero que essas coisas aconteçam comigo, então devoro avidamente todas as invenções, mitos, contradições e jogos mortais do grande Júlio Cortázar" (Pablo Neruda).



Escute um pouco do autor, falando sobre sua obra em: <http://www.youtube.com/watch?v=w4-LVYUVdjY>.



Atividade _____

Atende ao objetivo 3

Responda as questões a seguir.

1. Pode-se identificar o gênero do texto ao qual pertence o fragmento? Se você respondeu que sim, indique-o.

2. No trecho de Cortázar, pode-se dizer que o autor, de certo modo, “descreve” a cidade onde viveu quase toda a vida. Qual(is) é (são) o(s) elemento(s) mais importante(s) para a construção dessa descrição?

3. Retire do texto os substantivos que você entende estarem relacionados especificamente ao léxico, ao vocabulário de uma cidade.

4. Como você foi capaz de relacionar essas palavras a esse universo semântico?

5. Indique um possível sentido para a palavra *tienda* e explique como as palavras que as especificam permitiram que você chegasse a essa conclusão.

Resposta comentada

1. Ainda que não seja possível identificar exatamente o gênero, pois o fragmento é pequeno e poderia ser de um conto, um romance, um poema, uma crônica, é possível afirmar que se trata de um texto que faz parte dos gêneros relacionados à literatura, você concorda?

2. Na descrição em questão, ao contrário do que acontece de costume, que é a abundância de adjetivos, os elementos principais são os nomes, os substantivos, que remetem ao léxico de cidade. Além deles, os possessivos *mi* e *su*, vistos na Aula 6, também têm um papel fundamental para criar essa atmosfera do que ele sente ou não sente como a sua cidade, veja a seguir:

[...] Entro sin saber cómo en *mi* ciudad, a veces otras noches
salgo a calles o casas y sé que no es *mi* ciudad

Nesse fragmento, ele o poeta/enunciador, não sabe que elementos o fazem reconhecer quando está e quando não está na SUA (*MI*) ci-

dade. Há outro possessivo em quizás, donde no hay cenotafios pero está en mi ciudad cuando es su noche.

Falando da sua cidade, mas especificamente em sua noite.

3. Há também algumas locuções adjetivas – tiendas de frutas e adjetivos, como agazapada e relucientes, por exemplo.

Há diversas palavras relacionadas à cidade no textos: calles, casas, mercado, tiendas, tranvias, barrio, paredones.

4. Como possíveis respostas temos:

Por proximidade do português: casas, mercado, barrio. Cuidado porque mercado está mais relacionado a feiras, a lugares que vendem algo em um dia específico. Pela expressão que a determina: tienda de frutas, pois ainda que não saibamos o que é uma tienda, imaginamos que é um lugar que vende frutas.

5. Como foi dito antes, pela expressão que a caracteriza: tienda de frutas, pois ainda que não saibamos o que é uma tienda, imaginamos que é um lugar que vende frutas. Portanto, pode ser mercado, armazém, feira. Nesse caso seria mais próximo do nosso mercado. Pode ser uma loja de roupas, também. Cuidado, porque como vimos, o espanhol é falado em muitos países e por isso temos que tomar muito cuidado com o vocabulário que varia muito de um lugar para o outro!

Podemos identificar, no fragmento do texto sobre Buenos Aires de Julio Cortázar – ao lado de Jorge Luis Borges – um dos maiores escritores argentinos, ainda que nascido na Bélgica e com nacionalidade francesa –, diversas palavras, como você mesmo apontou, relacionadas ao léxico de cidade. E há muitas.

Pelas *avenidas* e *calles*, nos deslocamos *en autobuses, ómnibus, colectivos, busetas, tranvías, subtes ou metros* ou vamos *a pie*. também, quando temos *dinero* ou *plata*, podemos ir *en taxi*. compramos *con la tarjeta de crédito en supermercados, tiendas en general, mercados*, mas não *en las ferias*.

Em todas as línguas existem variações lexicais, de vocabulário, de região para região e há palavras que não devemos usar em alguns lugares. Uma delas está relacionada a transportes: para usar um “*medio de transporte*” *yo lo cojo, lo tomo o lo agarro*, dos verbos *coger, agarrar o tomar*, os dois últimos regulares e

o primeiro apenas troca o G pelo J antes de a/o. Você ainda verá ao longo das próximas aulas a construção dos verbos irregulares. No entanto, devemos evitar o uso do verbo *coger* na Argentina, México e outros países por ele ter uma conotação sexual o que não acontece, na Espanha, por exemplo.

Neste *link* você encontrará um depoimento bem divertido que ilustra bem essa questão do verbo *coger*: http://www.youtube.com/watch?v=_E2y1UITwhl.



Nesta aula, você pode perceber como é possível dividir os marcadores de tempo em dois tipos. Os dêiticos espaciais, elementos linguísticos que indicam o lugar e só podem ser entendidos dentro de uma situação de comunicação, a partir de informações ancoradas. E as expressões que servem para dizer onde estamos e aquelas que nos ajudam quando precisamos ir de um ponto a outro.



Atividade final

1. Vamos aproveitar o que estudamos nesta lição, e um pouco nas anteriores, para que você monte dois itinerários para duas pessoas com características distintas, tomando como base dois entre os três mapas. Isto é, com base em um dos três mapas, você deve pensar em dois perfis, a partir das hipóteses que você mesmo criou na Atividade 1, e depois montar dois itinerários, considerando o que seria interessante em cada uma delas.
2. Abaixo temos o mapa do metrô, ou como já vimos, o *subte* de Buenos Aires. Com base nele faça o que se pede em seguida.

Aula 7 • Mi Buenos Aires querido: como caminhar pela cidade

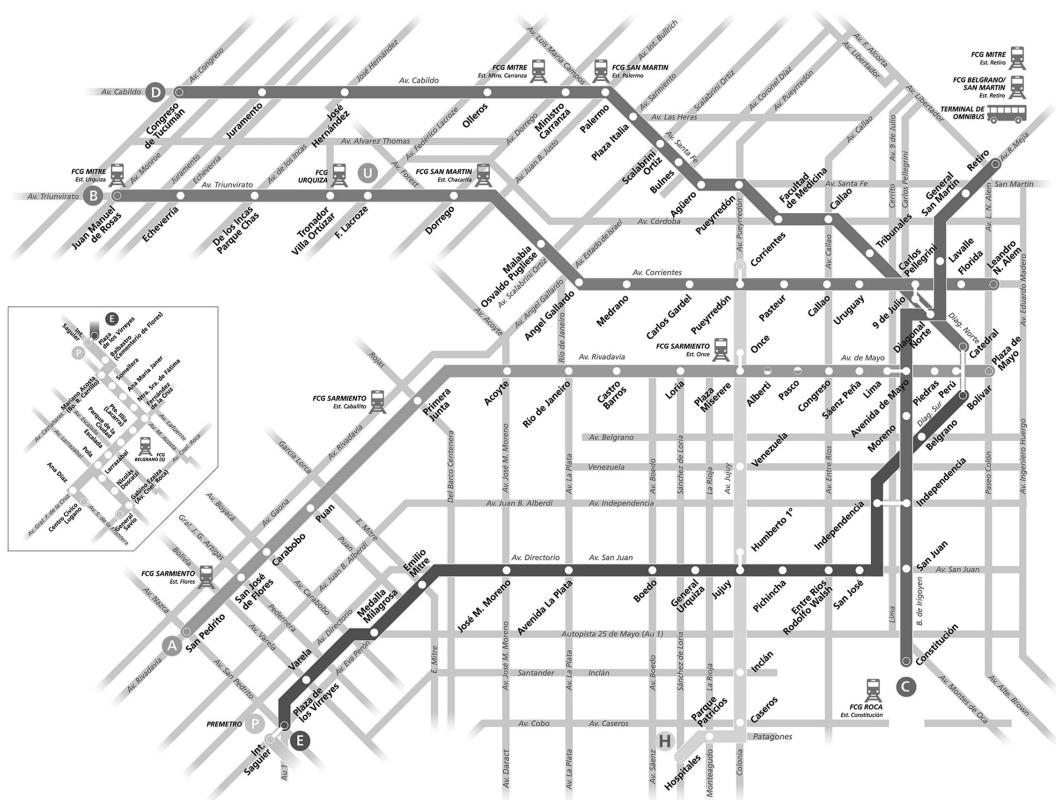


Figura 7.6: Mapa do metrô de Buenos Aires.

Fonte: <http://www.subte.com.ar/contenido/subte-pocketmap.pdf>

Atenção: utilize as expressões em espanhol já aprendidas.

- a) Alguém que está na estação Belgrano e precisa chegar à Avenida Dorrego lhe pede informações. Qual(is) é (são) sua(s) opção(ões)?

- b) Um amigo seu está na estação Nazca e quer chegar à estação Lavalle, fazendo o percurso com menos paradas. Que trajeto deve fazer?

Resposta comentada

1. Para esta atividade, precisamos nos lembrar de algumas coisas da Aula 6. Se compreendemos o processo de designar como mecanismo da linguagem que usamos para particularizar pessoas, objetos e suas mudanças a partir de pontos de vista diversos, ele estará estritamente relacionado com nossos dois roteiros, já que foi pedido a você que os relacionasse a dois perfis de pessoas diferentes. Ou seja, você precisou, primeiro, pensar nessas pessoas, nas suas características, para pensar, depois, a partir do olhar de um futuro profissional de turismo, roteiros que atendessem às necessidades dessas duas pessoas. Vamos a um exemplo:

Um casal de meia-idade cujo marido vai trabalhar em Buenos Aires por um ano e tem dois filhos. Um vai para a universidade e outro vai frequentar a escola normal.

Em primeiro lugar, qual mapa seria mais adequado para ele? Certamente, o terceiro, porque tem informações mais detalhadas sobre o cotidiano da cidade.

Itinerario:

Nuestro itinerario comienza en una bella calle de esa tranquilla ciudad, la calle Santa Fe. Cerca están la Facultad de Ciencias Sociales, la Facultad de Ciencias Económicas y la Facultad de Ciencias Médicas, todas instituciones renombradas. Esa zona residencial tiene también tres hospitales bien equipados. Torcemos a la derecha en la Avenida Pueyrredón, pasamos delante de la Facultad de Ingeniería. Giramos a la izquierda y estamos en la imponente Avenida Las Heras. Después de caminar un poco tenemos el bonito Jardín Botánico que está a la izquierda y a la derecha está el moderno Jardín Zoológico. En la Plaza de Italia giramos a la derecha y tomamos la Avenida Sarmiento. Seguimos recto hasta la amplia Avenida Libertador. Giramos hasta la izquierda y seguimos hasta el tradicional Hipódromo Argentino, que está a la derecha. Por la noche se puede ir hasta el espacio Ciudad Cultural Konex, interesante complejo cultural donde conviven y se interrelacionan todo tipo de expresiones artísticas con el objetivo común de aportar enriquecimiento cultural y artístico a la comunidad.

É claro que não esperamos que você escreva desse modo, esse foi um exemplo para ampliar seu vocabulário e seu conhecimento da cidade, mas há questões básicas que você já é capaz de abordar: a) entender a relação entre o perfil dos turistas e o roteiro que traçar, por exemplo, como mostrar facilidades para uma família que tem um filho que está prestes a ir a estudar na cidade e atrações para jovens e crianças como zoológico, Jardim Botânico e o centro cultural; b) o uso dos verbos haber, tener e estar; c) as expressões girar, torcer, seguir recto, cerca, delante de; d) uso de adjetivos, que deve

ser adequado aos possíveis interesses dos coenunciadores. Nesse caso foram usados bela calle, tranquilla ciudad, zona residencial, instituciones renombradas, imponente Avenida, bonito Jardín Botánico, moderno Jardín Zoológico, amplia Avenida Libertador, tradicional Hipódromo Argentino, interessante complejo, pensando no casal como coenunciadores.

Já um grupo que já conhece Buenos Aires, formado por engenheiros que têm particular interesse em Puerto Madero, e cujas mulheres os acompanharam com específico interesse de fazer compras, usaria o mapa 2, pois há mais informações sobre compras e sobre o porto.

2. a) Há mais de uma possibilidade, eis alguns exemplos:

- Usted debe tomar el subte en la estación Belgrano, sentido Bolívar, bajar en la estación Bolívar y (debe) hacer la combinación con la línea D; ahí debe tomar el subte, sentido Congreso de Tucumán, seguir hasta la estación Ministro Carranza y bajar; la Avenida Dorrego está muy cerca.*
- Usted debe tomar el subte en la estación Belgrano, sentido Plaza de los Virreyes, bajar en la estación Jujuy y (debe) hacer la combinación con la línea H; debe seguir hasta la estación Corrientes, bajar para hacer la combinación con la línea B; (debe) seguir en el sentido Villa Urquiza hasta la estación Dorrego y bajar justo en la Avenida Dorrego.*

b) Debes tomar el subte en la estación Nazca, sentido Plaza de Mayo, seguir hasta la Lima, donde debes hacer la combinación con la línea C; después debes seguir, sentido Retiro, hasta la estación Lavalle.

Cuidado com o tratamento: a primeira pessoa era desconhecida, então USTED; já a segunda, um amigo, TÚ!



No site <http://www.subte.com.ar/tarifas/subtepass.asp>, você pode conhecer, se tiver interesse, detalhes sobre mapas, horários, tarifas, frequência, dentre outros itens, bem como visualizar diversos tipos de passagens e ver todas as explicações de como funciona o *subte* de Bueno Aires.

Resumo

Nesta aula, trabalhamos diversos marcadores espaciais: dêiticos e expressões de localização, que são aquelas que servem para dizer onde estamos e aquelas que nos ajudam quando precisamos ir de um ponto a outro, lembra? Vimos também as semelhanças do verbo haver em português e espanhol, e as diferenças de uso entre haver, ter e estar, em termos de localização. Discutimos sobre o gênero mapa, e conhecemos a partir deles e da visão de um fragmento de um texto de Julio Cortázar, um pouco mais sobre a cidade de Buenos Aires, aproveitando para ampliar nosso vocabulário sobre cidades.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, você irá conhecerá um pouco sobre as relações que podem ser feitas entre o turismo e a internet, e também será apresentado a alguns novos pronomes da língua castelhana. Até lá!

8

Um *click*, um *link*: 1.000 lugares para conhecer antes de...

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Abordar as relações estabelecidas entre o turismo e a internet. Expor as características do gênero discursivo *site turístico*. Apresentar atividades de compreensão leitora, relacionadas ao gênero do discurso *site turístico*.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer as relações estabelecidas entre o turismo e a internet;
- 2 identificar as características do gênero discursivo *site turístico*;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos escritos em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar os conceitos de gêneros do discurso e de tipologias textuais apresentados na Aula 3.

Introdução

Nesta aula, você irá refletir um pouco sobre a relação existente entre o turismo e a internet. Também “navegará” pelo gênero discursivo *site* turístico, que certamente estará presente em sua prática como profissional do turismo. E a partir de atividades de leitura e análise, poderá aplicar o conteúdo aprendido. Vamos lá?

O turismo e a internet



Kolobsek

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1397453>

“A viagem começa pelo sonho.” Você já ouviu essa expressão? Ela está presente na fala de sujeitos que estão relacionados ao universo do turismo, seja na qualidade de profissional da área ou na de turista. A partir dela podemos entender que, antes mesmo de começarmos as ações concretas referentes a uma viagem, como a compra da passagem que nos levará ao destino pretendido, a busca e seleção do hotel no qual ficaremos hospedados e a escolha de determinadas atrações turísticas que desejamos conhecer no próprio local selecionado, já iniciamos o processo de idealização de algo que queremos tornar real. O sonho é o primeiro passo, o princípio de tudo e é a partir da ambição de conhecermos um determinado lugar ou cultura, que passamos a agir para que se torne realidade.

Uma das primeiras ações que pomos em prática, logo após sonharmos com um lugar de destino, é a busca por informações

que nos possibilitem conhecer um pouco mais sobre as suas particularidades, como por exemplo:

- o clima;
- a gastronomia;
- as festas típicas;
- os monumentos;
- os atrativos naturais;
- os costumes locais;
- o período de alta temporada etc.

O conhecimento sobre esses e outros elementos referentes ao lugar que pretendemos experimentar é que nos auxiliará a “desenhar” a nossa viagem. Certo?

Dentre os diferentes veículos de informação aos quais podemos recorrer em busca de maior conhecimento a respeito do nosso “sonho”, a internet vem se configurando como um dos principais instrumentos que nos possibilita o acesso a diversos conteúdos sobre diferentes lugares e culturas. Ela é uma ferramenta que participa do dinamismo do mundo moderno, pois reúne uma grande quantidade de informações que podem ser buscadas, selecionadas e lidas de modo muito rápido e praticamente em qualquer lugar. Além de contribuir com a projeção da viagem que desejamos realizar, na medida em que disponibiliza dados sobre diferentes países e culturas, também pode estar relacionada à sua concretização, uma vez que, por meio dela, podemos comprar passagens aéreas, fazer reserva de hotel, adquirir pacotes de viagens etc.

No que diz respeito à atuação dos profissionais do turismo, as formas de divulgação de conteúdos e as possibilidades de interação entre pessoas propiciadas pela internet vêm se consolidando como importantes instrumentos em sua prática.

Essa ferramenta possibilita que as empresas do ramo turístico:

- disponibilizem informações atualizadas sobre os seus serviços;
- ofertem atendimento ao cliente por 24 horas de modo rápido e com custo reduzido;

- atendam ao mercado local e global, testem novos produtos e serviços;
- realizem ações de venda;
- executem estratégias de marketing;
- obtenham retorno dos clientes etc.

Enfim, todo o planejamento e execução de uma viagem podem ser realizados via internet sem que haja a necessidade do contato direto, ou seja, pessoal, entre cliente e funcionários de uma empresa.

Quanto ao turista em potencial, caso deseje organizar a sua própria viagem, sem contar com os serviços de empresas do ramo turístico, ele também pode realizar uma série de ações por meio da internet de modo que venha a concretizá-la:

- comprar passagens;
- reservar hotel;
- alugar veículo;
- efetuar pagamentos;
- elaborar o seu próprio *tour*;
- obter informações sobre quilometragem e quantidade de combustível que necessitará utilizar numa viagem feita de automóvel etc.

Como vemos, o turismo e a internet estão diretamente relacionados. O diálogo estabelecido entre ambos já não pode ser desconsiderado, pois podemos perceber que a partir dele a atividade do turismo vem se dinamizando cada vez mais, atendendo à demanda do mundo atual, que exige rapidez e eficiência na prática das ações de nosso cotidiano. Torna-se relevante, portanto, considerarmos esta realidade em nosso estudo, já que você está prestes a se tornar um profissional do turismo e a integrar toda a sua engrenagem.



Sachin Ghodke

Fonte: [http://www.sxc.hu/
photo/ 1287371](http://www.sxc.hu/photo/1287371)

Por isso, no próximo tópico, abordaremos o gênero do discurso *site turístico*, que está presente em sua prática tanto na língua materna, como em outras línguas. Mas, antes, vamos a uma atividade?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Abaixo, você vai ler um texto autêntico, ou seja, que realmente circula em nosso contexto sócio histórico. Após a sua leitura, responda às questões propostas.

The screenshot shows a website page with a light gray background featuring a faint map of Cuba. At the top, the word "Hola" is written in a large, elegant cursive font. Below it, there is a block of Spanish text:

Te damos la bienvenida a nuestro portal de Cuba en México. Aquí encontrarás toda la información para que elabores un plan de viaje seguro.

Con información de ciudades, playas, actividades, consejos para viajar, itinerarios de vuelos, los mejores paquetes de la temporada que te ayudarán a que tu viaje se convierta en una gran experiencia.

En esta Isla de Cuba también conocida como la Llave del Golfo, y considerada entre las más grandes del mundo, siempre encontrarás sonrisas francas y los brazos abiertos que te esperan para conocer la "Auténtica Cuba", que es una mezcla vibrante de historia y música, poesía y pasión, aventura y asombrosa riqueza natural y cultural

Fonte: <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>

- a) Qual parte do texto nos permite afirmar que ele foi retirado da internet? Apresente um **fragmento** que justifique a sua resposta.



Fragmento: devemos retirá-lo do texto tal qual está escrito e colocá-lo entre aspas. Se o texto está escrito em espanhol, ele deverá ser apresentado em espanhol, sem adaptações ao português. Se quiser, você pode assinalar/destacar algumas de suas palavras, indicando que aqueles elementos são os que mais chamam a atenção.
Um fragmento que é pedido como justificativa de uma resposta não precisa ser necessariamente todo um parágrafo, ele pode ser uma frase ou até mesmo uma expressão, desde que nele esteja contida a informação que justifica aquilo que foi solicitado.

- b) Que elementos presentes na constituição do texto indicam que ele faz parte de um *site* de turismo?

- c) Na constituição do texto, podemos perceber o emprego da tipologia textual descritiva (lembra-se da Aula 3?). Indique um parágrafo em que aparece empregada e apresente uma de suas possíveis funções.

Resposta comentada

- a) O primeiro parágrafo do texto é a parte que nos permite afirmar que foi retirado da internet. Ele traz como informação introdutória a sua inserção num portal de site turístico, conforme podemos observar no fragmento: "Te damos la bienvenida a nuestro portal de Cuba en México."
- b) O parágrafo inicial do texto – "Aquí encontrarás toda la información para que elabores un plan de viaje seguro" – apresenta elementos que anunciam o tipo de informação ofertada/disponibilizada pelo portal que integra, o que nos auxilia a associá-lo e/ou caracterizá-lo como um site de turismo. Aliado a isso, o segundo parágrafo expõe novos elementos, os quais explicitam ao coenunciador que o portal apresenta informações sobre praias, atividades, conselhos para viagem, itinerários de voos, pacotes da temporada etc., o que amplia e confirma a sua caracterização como um texto integrante de um site de turismo.
- c) O segundo parágrafo é predominantemente descritivo e a sua função é a de apresentar ao coenunciador as informações disponibilizadas pelo site de turismo. O terceiro parágrafo também é predominantemente descritivo e a sua função é a de fazer uma pequena apresentação da ilha de Cuba, por meio de uma descrição curta, mas possivelmente capaz de despertar o interesse inicial do leitor/turista em potencial pelo local descrito.

Hipertexto

É o termo que remete a um texto em formato digital, ao qual se agregam outros conjuntos de informação na forma de blocos de textos, palavras, imagens ou sons, cujo acesso se dá através de referências específicas denominadas *hiperlinks*, ou simplesmente *links*. Esses *links* ocorrem na forma de termos destacados, no corpo de texto principal, ícones gráficos ou imagens e têm a função de interconectar os diversos conjuntos de informação, oferecendo acesso sob demanda às informações que estendem ou complementam o texto principal.
Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hipertexto>

O gênero discursivo site turístico

O que é um *site* turístico? Que objetivos ele pode apresentar? Quais são suas características estruturais? Você conseguiu responder a essas perguntas enquanto as lia? Possivelmente, alguma delas sim! Minimamente você pensou na imagem de alguma página da internet que tenha como tema o turismo, não é mesmo? Que tal aprofundar um pouco mais o seu conhecimento a respeito desse gênero discursivo e responder a todas elas? Vamos lá!

O *site* turístico é um **hipertexto**, ou seja, um texto digital associado a vários outros textos por meio de *links*, que tem como principal objetivo disponibilizar informações a respeito de lugares e de suas culturas, com a intenção de promover o turismo.

Alguns desses *sites* estão diretamente relacionados a empresas de turismo que, além de apresentarem características de lugares e culturas, objetivam oferecer e vender os seus serviços. Outros *sites*, por exemplo, estão relacionados ao governo de diferentes cidades, estados, países etc., que também disponibilizam informações locais e culturais sem necessariamente ofertarem serviços turísticos, mas que indiretamente têm o interesse de incentivar o turismo de modo a movimentar a sua economia.

Como você pode ver, o gênero *site* turístico, dependendo de quem o enuncia, se empresa ou governo, pode se apresentar de diferentes modos, ainda que o objetivo central seja o mesmo, informar para incentivar a realização do turismo.

Você poderá observar, a seguir, a página inicial do *site* oficial do Ministério do Turismo de Cuba. É a partir de sua leitura que observaremos as principais características estruturais desse gênero.



Figura 8.1: Recorte da página inicial de um *site* turístico.
Fonte: <http://www.cubatravel.cu>



Você terá a possibilidade de acessar o conteúdo completo do *site*, digitando o endereço: <http://www.cubatravel.cu>.

Inicialmente, você pode perceber que o *site* turístico é organizado a partir de uma relação entre a linguagem verbal (escrito) e a não verbal (imagens/**símbolos**). Uma complementa a outra!

Nele, as imagens aparecem, por exemplo, exercendo a função de mostrarem aquilo que está sendo comunicado por meio do verbal. Veja, abaixo, o recorte de um dos *links* de notícia contidos no *site* turístico sobre Cuba:

- Em seu título – parte verbal – é mencionado o fato de que hotéis da rede Iberostar de Cuba foram ganhadores dos prêmios Travellers' Choice de 2013.
- Ao seu lado está associada a imagem da fachada de um dos hotéis ganhadores do prêmio – parte não verbal –, sua função é apresentar ao coenunciador do *site* uma parcela da hospedagem anunciada pelo título e sobre a qual se falará no decorrer da notícia que o segue. As informações apresentadas pela notícia e a imagem a elas aliada permitem que esse coenunciador imagine um dos hotéis do qual poderá desfrutar caso viaje para o país cubano.



Hoteles
IBEROSTAR Cuba
galardonados en
los Premios
Travellers' Choice
2013

Figura 8.2: Recorte de *link* de notícia da página inicial de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.cubatravel.cu>

Símbolo

Designa um tipo de signo ou ícone que busca representar algo que faz parte de nosso contexto sócio-histórico (nações, religiões, clima, espaço físico etc.). Embora existam símbolos que são reconhecidos internacionalmente, outros só são compreendidos dentro de um determinado grupo ou ambiente social. A representação específica para cada símbolo pode surgir como resultado de um processo natural ou pode ser convencionada de modo a que o coenunciador (uma pessoa ou grupo específico de pessoas) consiga fazer a interpretação do seu significado implícito e atribuir-lhe determinada conotação. Pode também estar mais ou menos relacionada fisicamente com o objeto ou ideia que representa, podendo não só ter uma representação gráfica ou tridimensional como também sonora ou mesmo gestual.

Fonte: Adaptado de <http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADmbolo>.

Os símbolos são empregados no *site* de turismo, por exemplo, para sinalizar serviços ou informações por ele disponibilizados. Se você observar o recorte apresentado a seguir (símbolos situados no canto superior do lado direito do *site*), identificará bandeiras de diferentes países.

O seu conhecimento prévio (lembra-se da Aula 2?) lhe permite inferir que as ilustrações das bandeiras indicam que o *site* pode ser lido no idioma referente ao país que cada uma delas representa. Isso se configura como um serviço oferecido pela página, que busca atender a uma demanda diversificada de turistas em potencial, os quais estão espalhados por diferentes países.



Figura 8.3: Recorte do canto superior direito da página inicial de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.cubatravel.cu>

Agora você pode ver outro recorte (símbolos situados no canto inferior direito do *site*), o qual indica que a página disponibiliza informações referentes a:

- voos;
- aluguel de automóveis;
- pacotes de viagem para a família;
- lojas em que o turista poderá encontrar artigos para presente.

Mais uma vez, é o seu conhecimento prévio que lhe auxiliará a fazer previsões sobre as informações contidas em cada um desses ícones (desenhos de: avião, carro, pessoas/família e presente), nos quais poderá clicar para ter acesso a informações diversas ofertadas pelo *site*.



Figura 8.4: Recorte do canto inferior direito da página inicial de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.cubatravel.cu>

Certamente, não podemos deixar de considerar que as imagens fotográficas presentes nos *sites* de turismo acabam exercendo, além da função descritiva do lugar e de sua cultura, um papel convidativo, quase que dizendo: “Veja que beleza! Você não deseja ver isso de perto?!”

Desse modo, elas auxiliam a argumentar sobre as razões pelas quais o coenunciador precisa conhecer o local sobre o qual está pesquisando. Algumas dessas fotografias aparecem em movimento, alternando-se na página inicial dos *sites* de turismo, como é o caso do *site* que estamos utilizando em nossa aula. Se você entrar em sua página, poderá observar que diferentes imagens fotográficas de Cuba vão surgindo e se alternando enquanto realizamos a leitura das informações contidas no *site*. Isso, de certa forma, termina auxiliando a aguçar ainda mais o nosso desejo em conhecer as belezas do país.

Em outros *sites*, há *links* que disponibilizam arquivos de imagens fotográficas, que são acompanhadas por legendas que as complementam. O recorte apresentado a seguir é um exemplo de *link* que apresenta fotografias de Cuba. Nele há a expressão *Échale un vistazo*, que em língua portuguesa pode ser compreendida como “Dê uma olhada”.



Figura 8.5: Recorte de parte de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>

Podemos perceber, então, que na organização estrutural dos sites de turismo, a utilização das imagens (não verbal) aliada ao emprego da linguagem verbal, termina possibilitando um “jogo” entre a descrição, a narração e a argumentação (lembra-se da Aula 3?). Tipologias textuais aplicadas para descrever o lugar e sua cultura, para contar sobre suas histórias e costumes e para “seducir” o coenunciador a gozar de todo o descrito e narrado.

Outra característica dos *sites* turísticos é a apresentação de uma listagem de nomes de lugares/atrativos, que são opções de turismo a serem desfrutadas no lugar de destino. Podemos clicar em cada um deles e ter acesso a diversos *links*, os quais disponibilizam orientações sobre cultura, clima, natureza, entretenimento, alimentação, hospedagem etc. Por meio desses *links*, o coenunciador poderá seguir diferentes caminhos de pesquisa, o que indica a possibilidade de uma busca personalizada por informações que podem contribuir com as escolhas e com a ampliação de conhecimento sobre lugares e culturas que são do interesse desse turista em potencial.

A seguir, você pode observar um recorte do *site* de turismo que estamos utilizando em nossa aula para as exemplificações das

características do gênero. À esquerda há a listagem dos nomes de diferentes lugares/atrativos que podem ser visitados em Cuba.

Ao clicarmos no primeiro deles, “Pinar del Río”, somos direcionados a um *link* que traz uma série de informações que descrevem o seu espaço físico e natural e que indicam aquilo que poderemos fazer no local (“¿Qué hacer en Pinar del Río?”): náutica e mergulho, natureza, cultura, entretenimento, excursões, saúde, onde comer e hospedagem. E também podemos clicar sobre cada uma dessas opções, que nos guiarão a novos *links*.

Daí afirmarmos que o *site* de turismo é um hipertexto, pois nele há uma infinidade de textos aos quais poderemos ter acesso cada vez que clicarmos num dos diferentes *links* aí presentes.

The screenshot shows a website layout. On the left, there's a sidebar with a list of destinations: Pinar del Río, La Habana, Varadero, Península de Zapata, Cayo Largo, Villa Clara, Cienfuegos, Trinidad de Cuba, Jardines del Rey, Santa Lucía de Cuba, Camagüey, Las Tunas, Holguín, Granma, Santiago de Cuba, and Guantánamo. The main content area has a title "Pinar del Rio" and a paragraph describing its location: "Pinar del Río se encuentra en la porción más occidental de la isla, limita al norte con el golfo de México, al sur con el golfo de Batabanó, al oeste con el estrecho de Yucatán y al este con la provincia de La Habana." Below this is a link "Leer más...". To the right, there's a section titled "¿Qué hacer en Pinar del Río?" with links to various activities: Náutica y Buceo, Naturaleza, Cultura, Entretenimiento, Excursiones, Salud, ¿Dónde comer?, and Hospedaje.

Figura 8.6: Recorte de parte de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.cubatravel.cu>

Além da listagem dos nomes de lugares/atrativos, o *site* turístico apresenta uma barra de ferramentas com diferentes elementos que também auxiliam ao turista em potencial a ampliar as informações sobre o destino que pretende conhecer.

The screenshot shows a navigation bar at the top of a website. It includes a search bar with a magnifying glass icon and the placeholder "Buscar...", followed by links for "Sobre Cuba", "Hospedaje", "Eventos", "Oficinas en el Exterior", "¿Qué Hacer?", and "Conózcanos".

Figura 8.7: Recorte de parte de um *site* turístico.

Fonte: <http://www.cubatravel.cu>

Na figura anterior, você pode observar os *links* disponibilizados na barra de ferramentas do *site* que estamos analisando nessa aula (parte superior da página).

Há a oferta de acesso a uma busca rápida e direta, que procura atender à curiosidade ou à pesquisa específica do coenunciador (“Buscar...”); de informações gerais sobre Cuba; das possibilidades de hospedagem; dos eventos locais; das agências situadas no exterior, que oferecem serviços de turismo em Cuba; de sugestões sobre aquilo que o turista pode usufruir no país cubano; e de uma breve apresentação sobre o enunciador do *site* (“Conózcanos”).

Cada vez que clicamos num desses *links*, temos acesso a novos textos e informações. É uma infinidade de caminhos a serem percorridos pelos coenunciadores do *site*!

Naturalmente, nenhum *site* turístico será idêntico a outro. Mas, como vimos na Aula 3, os gêneros do discurso mantêm uma certa estabilidade, e a partir destes traços estáveis é que procuramos apresentar as principais características dos *sites* de turismo.

Então, retomando o exposto, elaboramos um quadro que procura deixá-las mais claras.



Você precisa saber que um *sítio* turístico...

- É um hipertexto, pois se trata de um texto digital associado a vários outros textos digitais por meio de *links*.
- Disponibiliza informações sobre lugares e suas peculiaridades.
- Oferece orientações sobre deslocamento, hospedagem e entretenimento, referentes ao lugar de destino pretendido.
- Objetiva promover o turismo.
- Apresenta como enunciadores: empresas de turismo ou órgãos governamentais.
- Direciona-se a turistas em potencial.
- Possibilita uma pesquisa personalizada, pois oferta diferentes caminhos de acesso à informação, por meio dos inúmeros *links* que o integram.
- Organiza-se por meio de uma relação entre a linguagem verbal e a não verbal.
- Estrutura-se a partir de um “jogo” existente entre as tipologias textuais descrição, narração e argumentação.

Agora, vamos fazer atividades que nos permitem observar as características do gênero discursivo *site* turístico?! Sigamos!



Atividade

Atende ao objetivo 2

A partir da leitura do texto abaixo, faça a atividade proposta (sugerimos que você acesse o *site*, cujo endereço eletrônico é apresentado na fonte):



Fonte: <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>

Marque V (verdadeiro) ou F (falso) para cada uma das afirmações apresentadas:

- Verificamos que a presença de uma barra de ferramentas com diferentes *links* é um dos elementos que caracterizam o texto como um hipertexto, o que possibilita ao coenunciador a realização de uma pesquisa personalizada. ()
- Constatamos que não é disponibilizado nenhum telefone ou endereço a partir dos quais o turista em potencial possa entrar em contato com os responsáveis pelo *site* turístico. ()
- Notamos a presença de símbolos que indicam a existência de uma relação entre o *site* de turismo e as redes sociais, bem como com *sites* que disponibilizam vídeos, o que ilustra uma das possibilidades de a página ampliar a divulgação de seus serviços. ()
- Percebemos que, além de exercerem uma função descritiva, as fotografias de elementos característicos da natureza

de Cuba (a folha da palmeira, o fundo de água cristalina e o pássaro) e a imagem de crianças felizes, funcionam como uma argumentação. ()

e) Observamos que não há a oferta de nenhum *link* que disponibilize fotografias e vídeos sobre Cuba, a partir dos quais o coenunciador do *site* possa ampliar as suas informações a respeito do lugar. ()

f) Identificamos a presença de informações sobre diferentes atrativos cubanos e suas peculiaridades, o que permite ao turista em potencial planejar quais lugares visitará quando estiver em Cuba. ()

g) Detectamos a presença de elementos linguísticos que indicam um tratamento informal estabelecido entre o *site* de turismo e o seu coenunciador, cuja intenção é a de causar uma relação de proximidade com o turista em potencial. ()

Resposta comentada

a) **Verdadeiro:** No texto, há a apresentação de uma barra de ferramentas que disponibiliza o acesso a diferentes links que trazem informações sobre o país a ser pesquisado (“Conoce Cuba”) e orientações sobre: os destinos/atrativos turísticos cubanos; as atividades turísticas que podem ser realizadas nesses diferentes atrativos; o planejamento da viagem; os eventos anuais/mensais que ocorrem na ilha cubana, etc. Esses links são elementos que caracterizam o texto como um hipertexto.

b) **Falso:** Na barra de ferramentas há um link intitulado “Contáctanos,” ele indica que o site de turismo oferece a possibilidade de contato com os seus responsáveis.

c) **Verdadeiro:** No canto superior direito do *site* de turismo há símbolos que representam o Facebook (página que integra as redes sociais) e o YouTube (portal que disponibiliza vídeos pertencentes a diferentes gêneros do discurso), o que comprova a sua relação com sites que auxiliam na divulgação de seus serviços.

d) **Verdadeiro:** As fotografias de elementos característicos da natureza de Cuba (a folha da palmeira, o fundo de água cristalina e o pássaro) e a imagem de crianças felizes também funcionam como uma argumentação, na medida em que apresentam ao coenunciador razões pelas quais deve conhecer o país cubano. É como se as imagens dissessem: “A nossa natureza é bela! Aqui é lugar de fazer gente feliz! O que você está esperando para vir nos conhecer?!”

e) **Falso:** O coenunciador do site pode ampliar as suas informações a respeito de Cuba ao clicar no link “Multimedia,” que disponibiliza fotografias e vídeos sobre o país.

f) **Verdadeiro:** Na barra de ferramentas do site turístico há um link intitulado “Destinos,” que disponibiliza informações sobre diferentes atrativos cubanos e suas peculiaridades, o que permite ao turista em potencial planejar quais lugares visitará quando estiver em Cuba.

g) **Verdadeiro:** Os elementos linguísticos que indicam um tratamento informal estabelecido entre o site de turismo e o seu coenunciador são: a frase “**Tu lugar feliz**” e os títulos dos links “**Conoce Cuba**”, “**Planea tu Viaje**” e “**Contácta nos**”. Neles está evidente o emprego de pronomes e verbos referentes à 2ª pessoa do singular – TÚ –, que na língua espanhola é usada como um tratamento informal. Ao empregá-lo, a página deixa clara a intenção de causar uma relação de proximidade com o turista em potencial.



Atividade

Atende ao objetivo 3

O texto abaixo é parte de um site turístico. Leia-o atentamente e, de acordo com o seu conteúdo, marque a opção correta.

En hermosas playas, exuberante naturaleza, cayos casi vírgenes y múltiples facilidades hoteleras, Cuba tiene creada todas las condiciones para que su boda o luna de miel sea una experiencia inolvidable.

Los atractivos naturales de la mayor de las Antillas se complementan con la experiencia en la organización de ofertas para jóvenes parejas que sueñan con casarse en un paraíso tropical.

La imaginación en Cuba no tiene límites para los enamorados, quienes pueden disfrutar desde las más lujosas y confortables habitaciones hasta las más económicas posibilidades de viajar a través de la Isla.

¿Qué puede ser más romántico que una boda en una isla tropical? Ya sea una boda extravagante con una lujosa recepción o un íntimo intercambio de votos en la playa, los organizadores de bodas de la amplia gama de hoteles y centros vacacionales de Cuba pueden ayudarle con cada detalle. Y como ya se encuentra en el paraíso, también su luna de miel sin duda será perfecta.

Pregunte por los paquetes de boda y luna de miel cuando haga las reservaciones para su viaje. La mayoría de hoteles, incluyendo Hotel Brisas del Caribe en Varadero, Club Amigo Ancón cerca de Trinidad y Cubanacán Versalles cerca de Santiago ofrecen tarifas especiales y extras como champán y fotografía profesional.

Fonte: <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>

1. Você deve ter notado que o texto está sem o seu título... Considere as informações nele presentes e indique qual das opções abaixo o apresenta?

- (a) Bodas y Lunas de Miel
- (b) Experiencia y Organización de Eventos
- (c) Atractivos Naturales
- (d) Paquetes para la Isla Tropical

2. Considerando as informações contidas no texto, você pode afirmar que o seu objetivo principal é:

- (a) Recomendar atrativos naturais da ilha tropical cubana como uma possibilidade de viagem romântica.
- (b) Apresentar a possibilidade de oferta de pacotes de viagem que estão voltados para a organização e realização de casamentos e de lua de mel na ilha cubana.
- (c) Evidenciar a experiência na organização de eventos realizados no paraíso tropical cubano.
- (d) Sugerir opções de hospedagem em hotéis que possuem quartos luxuosos e confortáveis para a realização de uma lua de mel.

3. Notamos que o enunciador do texto “fala” com um coenunciador em especial... Você pode identificar quem é ele?

- (a) Jovens interessados nos atrativos naturais cubanos.
- (b) Empresas de turismo que buscam parceria na organização de eventos.
- (c) Jovens casais apaixonados.
- (d) Hotéis que querem integrar a rede de hospedagem oferecida a jovens turistas.

4. Você se lembra das tipologias textuais – descrição, narração e argumentação – estudadas na Aula 3? Marque a alternativa que apresenta de que modo elas aparecem empregadas na organização do texto...

- (a) A narração é utilizada em grande parte do texto para auxiliar na apresentação dos argumentos destinados ao convencimento do coenunciador.

(b) A descrição, a narração e a argumentação são empregadas na mesma quantidade de vezes ao observarmos a organização do texto.

(c) A argumentação é a única tipologia textual não identificada na organização do texto.

(d) A descrição é utilizada em grande parte do texto para auxiliar na apresentação dos argumentos destinados ao convencimento do coenunciador.

5. O mapa abaixo é parte de um *site* turístico e integra o *link* “*Contáctanos*”, que explica – dentre outras informações – como você pode chegar ao escritório que oferta os serviços apresentados pelo *site*. Leia-o atentamente e faça a questão proposta (sugerimos que você vá ao *site*, para observá-lo melhor. O endereço está na fonte do texto).



Fonte: <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>

Você se lembra da Aula 7? Nela você estudou o gênero discursivo mapa e os dêiticos referentes à localização, não é mesmo? Com base nesse conhecimento e na leitura do mapa, preencha as lacunas do texto com as palavras contidas na caixa.

lejos verdes estaciones de ferrocarril Museo de Arte Moderno
Shakespeare cuerpo de bomberos cerca Avenida Legaria

La oficina de turismo está en la calle _____, nº 71. Vamos a ver qué hay a su alrededor... Hay estaciones de metro _____ del Monumento a Cuauhtémoc y del Hospital de la mujer. El museo y el hospital están _____ uno del otro. También hay estaciones de metro cerca de la Avenida Paseo de la Reforma, que auxilian al turista a llegar al _____, que es una atracción cultural. Además del metro, el barrio tiene _____ como oferta de medio de transporte. El símbolo de una llama de fuego indica que en la región también hay _____ cerca del Monumento a Cuauhtémoc y de la estación Tacuba. El turista también puede conocer el Deportiva Pensil, ubicado en la _____, espacio dedicado a la práctica de deportes. Además, el turista puede disfrutar de áreas _____, como aquella ubicada cerca del Rincón del Bosque.

Resposta comentada

As opções corretas são:

1. (a) *Bodas y Lunas de Miel / Este título está relacionado diretamente ao tema do texto, que é a possibilidade de oferta do serviço de organização e realização de casamentos e lua de mel em Cuba.*
2. (b) *Apresentar a possibilidade de oferta de pacotes de viagem que estão voltados para a organização e realização de casamentos e de lua de mel na ilha cubana. / Durante todo o texto, o enunciador deixa claro que Cuba é um paraíso natural, perfeito para a realização do casamento e da lua de mel do seu coenunciador. Ademais, explicita a oferta do serviço de organização e realização de casamentos e lua de mel em Cuba.*
3. (c) *Jovens casais apaixonados. / O fragmento “para jóvenes parejas que sueñan con casarse en un paraíso tropical” (2º. parágrafo) indica um dos trechos do texto em que o coenunciador deixa claro para qual público de turistas esta parte do site é dedicada.*
4. (d) *A descrição é utilizada em grande parte do texto para auxiliar na apresentação dos argumentos destinados ao convencimento do coenunciador. / Estruturalmente, o texto é organizado a partir do emprego da tipologia descritiva em predomínio, a partir da qual são apresentadas, basicamente, características de Cuba, a experiência da empresa em organização e realização de casamentos e lua de mel, e os pacotes relacionados a essa oferta. Toda essa descrição é utilizada de modo a apresentar ao coenunciador argumentos que lhe convençam a usufruir do serviço ofertado.*
5. *As lacunas do texto devem ser preenchidas seguindo a seguinte ordem: Shakespeare / cerca / lejos / Museo de Arte Moderno / estaciones de ferrocarril / cuerpo de bomberos / Avenida Legaria / verdes.*

Agora, você fará a Atividade Final da aula, que retoma tanto o seu conteúdo como o de aulas anteriores... Vamos lá?!



Atividade final

O texto a seguir foi retirado de um *site turístico* (sugerimos que você entre no endereço da fonte para uma melhor visualização). Leia-o atentamente e faça as questões propostas.

Paquete de viaje La Habana y Varadero



Playa de Varadero, en el hotel Meliá Varadero

Este paquete combina la estancia en dos de los principales destinos turísticos de Cuba: La Habana y Varadero, el balneario mas conocido de la isla y una de las playas mas bellas del Caribe. Es ideal para el viajero que desea conocer la real Cuba y su vibrante cultura y al mismo tiempo disfrutar de una estancia en una magnifica playa y en un balneario pleno de atractivos y atracciones de todo tipo. Como dice la gente "Varadero es donde la acción está..."

Duración total: 7 noches y 8 días; Ud puede modificar el tiempo de estancia y los hoteles en función de su interés, solo haganoslo saber en el campo de comentarios del formulario de reserva.

El paquete incluye:

- Transfer del Aeropuerto de La Habana al hotel.
- Alojamiento por 3 noches en un hotel de La Habana con desayuno incluido.
- City tour. Recorrido de 4 horas por La Habana Colonial y Moderna acompañado por guía.
- Traslado La Habana-Varadero-La Habana en bus climatizado.
- Alojamiento por 4 noches en hotel 3, 4 o 5 estrellas y plan Todo Incluido, en Varadero. El plan Todo Incluido cubre bebidas y comidas, entretenimientos y shows nocturnos, deportes náuticos y el equipo relacionado.
- Transfer del hotel al Aeropuerto de La Habana.

El paquete NO incluye:

- Vuelo internacional a Cuba. Consulte ofertas en [Reservar vuelos a Cuba](#).
- Visa o tarjeta de turista.
- Servicios no especificados.

Fonte: <http://www.hicuba.com/havana-varadero.php>

a) Nesta aula, vimos o quanto a internet e o turismo estão diretamente relacionados, certo? Com base nisso, indique dois elementos do texto que ilustram essa relação.

b) O texto, como seu próprio título já indica, foi retirado do *link "Paquetes"* (Pacotes). Pensando nisso, apresente o seu principal objetivo.

c) Qual tipologia textual aparece em predomínio na constituição do 1º parágrafo do texto? Qual é a função desse parágrafo?

d) Agora, assinale verdadeiro (V) ou falso (F) para cada uma das opções apresentadas a seguir:

- I. O tratamento estabelecido entre o site turístico (enunciador) e o turista (coenunciador) é informal. ()
- II. Caso seja de seu interesse, o turista pode modificar o tempo de estadia e os hotéis nos quais ficará hospedado no momento de aquisição do pacote. ()
- III. Ao adquirir o pacote apresentado, com duração total de 7 noites e 8 dias, o turista passará 3 noites em *La Habana* e 4 noites em *Varadero*. ()
- IV. Com a aquisição do pacote, o turista tem direito a um CityTour por *La Habana* e por *Varadero* acompanhado por um guia. ()
- V. Tanto em *La Habana* como em *Varadero*, o turista terá incluídos em seu pacote: bebida, comida, entretenimento, *shows*, esportes náuticos (com equipamento incluso). ()
- VI. O pacote inclui, dentre os seus serviços, o voo a Cuba, que pode ser reservado por um *link* disponibilizado pelo site turístico que o oferta.

Resposta comentada

a) *Dois elementos do texto que ilustram a relação existente entre a internet e o turismo são: (1) a oferta de um pacote de viagem por meio de um link de um site turístico; (2) a breve apresentação de dois lugares de destino turístico em Cuba: La Habana e Varadero, por meio de suas principais características.*

b) *O principal objetivo do texto é apresentar os serviços contidos num dos pacotes oferecidos por um site turístico de Cuba (“Paquete de viaje La Habana y Varadero”).*

c) *A tipologia predominante na constituição do 1º parágrafo é a descritiva. Sua função é apresentar – resumidamente – as principais características dos dois lugares de destino apresentados no pacote de viagem oferecido pelo site turístico: La Habana e Varadero, de modo a torná-los sedutores aos seus leitores (turistas em potencial).*

d) As respostas são:

I. **Falso.** O tratamento estabelecido entre o site turístico (*lenunciador*) e o turista (*coenunciador*) é formal, como podemos observar no fragmento: “Ud. Puede modificar el tiempo de estancia y los hoteles en función de su interés.”

II. **Verdadeiro.** O turista pode modificar o tempo de estadia e os hoteis nos quais ficará hospedado no momento de aquisição do pacote, conforme indicado no fragmento: “Ud. Puede modificar el tiempo de estancia y los hoteles en función de su interés.”

III. **Verdadeiro.** O turista passará 3 noites em La Habana e 4 noites em Varadero, de acordo com os fragmentos: “*Alojamiento por 3 noches en un hotel de La Habana*” / “*Alojamiento por 4 noches en hotel (...) en Varadero*”.

IV. **Falso.** O turista tem direito a um CityTour somente por **La Habana**, como indicado no fragmento: “*City tour. Recorrido de 4 horas por La Habana Colonial y Moderna acompañado por guia.*”

V. **Falso.** O turista terá incluídos em seu pacote: bebida, comida, entretenimento, shows, esportes náuticos (com equipamento incluso) somente em Varadero, conforme descrito no fragmento: “*plan Todo Incluido, en Varadero (...) cubre bebidas y comidas, entretenimientos y shows nocturnos, deportes náuticos y el equipo relacionado.*”

VI. **Falso.** O pacote não inclui, dentre os seus serviços, o voo a Cuba, ainda que possa ser reservado por um link disponibilizado pelo site turístico que o oferta. Vejamos o fragmento: “*El paquete NO incluye: Vuelo internacional a Cuba. Consulte ofertas en Reservar vuelos a Cuba.*”

Resumo

Na Aula 8, você viu as relações existentes entre a internet e o turismo. Também pôde aprofundar seus conhecimentos sobre o gênero discursivo *site de turismo*, que está inserido no contexto dessa relação. Ademais, realizou atividades de compreensão leitora que lhe auxiliaram a aplicar o conteúdo estudado nesta aula e em aulas anteriores.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, faremos uma revisão sobre os conteúdos estudados nas aulas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 e 8. Você fará atividades sobre cada uma dessas aulas e reforçará aquilo que aprendeu até agora.
Boa revisão!

9

Recalculando...

*Charlene Cidrini Ferreira
Fabio Sampaio de Almeida
Maria Cristina Giorgi
Rosane Manfrinato de Medeiros Dias*

Meta da aula

Revisar conteúdos estudados nas aulas anteriores a partir de atividades de compreensão leitora de textos escritos em língua espanhola.

Objetivo

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 construir sentidos a partir da leitura de textos escritos em língua espanhola e das atividades de revisão propostas.

Pré-requisitos

Para a realização das atividades desta aula, você precisa ter estudado os conteúdos das aulas anteriores, porque eles serão retomados.

Introdução

Nesta aula, você terá a oportunidade de (re)aplicar conteúdos estudados nas aulas anteriores por meio de atividades que visam retomá-los. Vamos lá?! Boa revisão!

Leio, logo existo!

Na Aula 2, refletimos sobre o conceito de leitura, adotado neste curso, bem como as três competências que acionamos para que nossa compreensão de um texto em língua estrangeira seja eficiente. Vamos exercitar esses conceitos junto com alguns conteúdos que você já aprendeu até agora?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Leia o texto a seguir com atenção e faça a atividade.

Huaraz: alumnos de colegio La Libertad empezaron el año en las calles

Según denuncian padres y docentes, las obras de remodelación todavía no terminan y las medidas de contingencia del **Minedu** no han sido satisfactorias

Minedu

Termo usado para referir-se ao Ministério da Educação peruano.



Archivo El Comercio

Hoy, lunes 4 de marzo, ha sido el primer día del año escolar en la gran mayoría de colegios a nivel nacional, a excepción de algunas regiones donde se han aplazado por varias emergencias. Sin embargo, en el Colegio Nacional La Libertad, en Huaraz, los alumnos no pudieron ocupar aulas por la remodelación de su local.

Según informó Canal N, los jóvenes estudiantes iniciaron clases en plena vía pública, en una alameda cercana, ya que las labores educativas están paralizadas en el colegio por la remodelación dispuesta por el Ministerio de Educación por S/.30 millones.

Los padres de familia y docentes decidieron, hace pocos días, a través de una asamblea general el iniciar clases en la vía pública, tanto primaria como secundaria, ya que todavía no se han entregado todos los módulos que servirían como aulas provisionales. Hasta la fecha solo cuentan con 18 de los 43 prometidos por el Minedu.

Asimismo, rechazaron el acoplarse al inicio de clases en otro colegio de manera provisional por una incompatibilidad entre los alumnos.

"Habíamos previsto desde julio del 2012 que esta nueva construcción del emblemático colegio había nacido muerta porque no hubo plan de contingencia", acusó el presidente de la asociación de padres de familia, Boris Amanca.

Disponível em: <<http://elcomercio.pe/actualidad/1545335/noticia-huaraz-alumnos-colegio-libertad-empezaron-ano-calles>>

a) Considere as informações contidas em "Huaraz: alumnos de colegio La Libertad empezaron el año en las calles" e responda:

• A quem se dirige o texto?

• Quem o escreveu?

• Com que possível objetivo?

b) Considerando o contexto de produção e circulação do texto, identifique os elementos linguísticos que situam o tempo e o espaço aos quais ele se refere.

c) Como você viu na Aula 2, quando lemos um texto, três competências são acionadas: a competência enciclopédica ou conhecimento de mundo, a competência genérica e a competência linguística. Claro que as três interagem ao mesmo tempo no processo de leitura, mas vamos observar separadamente como cada uma delas funciona.

- Competência enciclopédica: você conseguiria identificar um conhecimento prévio que você acionou para a leitura do texto anterior? Qual seria?

- Competência genérica: você classificaria o texto em que gênero do discurso? Que elementos ajudaram você a chegar a essa conclusão?

- Competência linguística: pelo contexto e conhecimento já adquirido até aqui, tente inferir os significados das palavras destacadas: *calles/aplazado/aulas* sem usar dicionário ou tradutor. Agora responda: você conseguiu entender o texto como um todo, mesmo sem conhecer todas as palavras? Comente.

Resposta comentada

a) O texto se dirige à sociedade como um todo, e mais especificamente aos moradores de Huaraz (Peru). O texto não apresenta indicação de autor individual, mas sim autoria institucional, portanto, falando em nome de um coletivo, como se pode identificar pela fonte: elcomercio.pe. Seu objetivo é informar a decisão de pais e mestres de, como forma de protesto pela não conclusão das obras do Colegio La Libertad, iniciar o período letivo com aulas na rua.

b) Os elementos linguísticos que se referem ao tempo são: "Hoy, lunes 4 de marzo". Eles sinalizam não apenas o dia em que se inicia o calendário escolar, mas também o dia em que o texto foi publicado. Já, os elementos linguísticos que se referem ao espaço são "a nível nacional". É possível identificar que se trata do Peru, já que o texto é de uma peruana, identificado pelo "pe", usado na referência ao endereço eletrônico da página do jornal.

c) • Para a competência encyclopédica, vamos listar aqui algumas possibilidades, já que não há uma resposta fechada: escolas funcionam segundo um calendário escolar; escolas públicas dependem de reformas e outras benfeitorias por parte de órgãos como o Ministério da Educação; os pais dos alunos podem e devem participar de decisões sobre a gestão escolar por intermédio de entidades como associações etc.

• O texto pode ser classificado no gênero notícia. Alguns dos elementos que contribuem para tal afirmação são: o relato de um fato de interesse público; as referências a um evento recente; a falta de autoria individual; a organização textual contendo título, resumo, texto em prosa e imagem ilustrativa; a remissão a palavras de especialistas e pessoas envolvidas.

• As palavras destacadas podem ser compreendidas como significando calles = ruas, aplazado = atrasado ou suspenso, aulas = salas de aula. Certamente, você conseguiu compreender o texto, mesmo que não tenha entendido todas as palavras.

Língua e identidade cultural

Vimos na Aula 4 que as línguas estão intimamente relacionadas com as identidades culturais dos distintos grupos que as falam, seja como língua materna, segunda língua ou mesmo língua estrangeira. Aprendemos que a língua espanhola /castelhana, em toda a sua diversidade, é falada por inúmeros povos em vários continentes.

Nesta parte da nossa aula de revisão, falaremos um pouco sobre um povo originário da região onde atualmente se encontra a Índia, os ciganos. Vamos começar listando algumas informações sobre esse povo e sua cultura:

- São considerados, atualmente, a maior minoria étnica da União Europeia. Eles também estão presentes em outros continentes, como as Américas.

- São denominados, em espanhol, *gitanos*, *romaníes*, *zíngaros* ou *pueblo gitano*, e em sua própria língua de origem, o *romani*, se autodenominam *rom* (singular) e *roma* (plural).
- Possuem uma cultura muito rica e diversificada e uma forte relação com a música e a dança.
- Uma das principais características culturais do povo cigano é o *nomadismo*.

Nomadismo

Diz respeito à prática de vida de povos nômades, isto é, que não possuem habitação fixa e vivem permanentemente mudando de lugar. Como qualquer conceito cultural, é preciso relativizar o nomadismo cigano, já que há representantes desse povo, em "adaptação" às normas culturais de onde estão, que permanecem durante longos períodos nos mesmos lugares, chegando a fixar habitação.

Como não seria possível abranger muita coisa sobre o povo cigano aqui, falaremos um pouco sobre os ciganos que vivem na Espanha.

Estima-se que o povo cigano tenha chegado à Espanha no século XV. Ao longo de sua história, passaram por períodos de muita opressão e perseguição e ainda hoje lutam contra o preconceito étnico e racial. Além do *castellano* e de outras línguas faladas na Espanha, os ciganos espanhóis também falam o caló, uma variante do romaní. O flamenco, famoso ritmo espanhol, tem sua origem relacionada aos ciganos da região de Andaluzia.



Juliana Chang

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/juchang/2932800201/sizes/m/in/photostream>



Para assistir a uma apresentação de flamenco, acesse: https://www.youtube.com/watch?v=vhg7ND0_yiA.

Para entender melhor o que na contemporaneidade significa ser cigano, leremos dois textos que servirão de base para a atividade. Vamos nesta?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Texto 1:

Ser gitano es...

mayo 9, 2012

Por nomadasfsg

El mes pasado estuvimos trabajando sobre una de las definiciones que la RAE ofrece sobre el término gitano ("Que estafa u obra con engaño"). Los integrantes de Nómadas coincidíamos en lo inapropiado de generalizar y adjetivar de forma peyorativa a determinados colectivos, insistiendo en la idea de cuidar el lenguaje para construir sociedades más justas en las que ninguna persona se sienta discriminada.

Así, creímos que gitanos y payos podíamos ofrecer, desde nuestras diferentes miradas, realidades y experiencias, nuevas definiciones en forma de relato que vinieran a plasmar lo que significa ser gitano. Aquí os dejamos el resultado:

"Ser gitano es, por vocación, ser nómada, recorrer medio mundo subido a sus carretas, para alcanzar los suburbios de las grandes ciudades de Europa ¿Es este su final de viaje?" – por V. R. M.

"Ser gitano es... pensar en los prejuicios como raza o religión, y eso los convierte en duros. Se sienten distintos aunque tengan tanto en común con nosotros. Viven en grupos, se sienten solos y pasan su vida realizando cosas, porque estar solos acrecienta su soledad" – por A. H. DL

"Ser gitano es ser como nosotros, hay algunos buenos y otros malos" – por F. M. A. y A. D. CH.

"Ser gitano es ser un 'rara avis' que vuela por todo el planeta en búsqueda de su verdadera identidad, profundidad espiritual y su música, que es un canto a la esperanza, es inconfundible, y nos traslada a un mundo diferente y alucinante" – por D. J. B.

"Ser gitano es ser especial y pasional, música y poesía romántica, amor para siempre" – por D. J. B.

"Es saber llevar tu raza con orgullo y hacer que los demás vean, que además de eso, eres persona" – por D. A. S.

"Ser gitano es un orgullo, nacer canastero, andar ríos y tener corazón y palabra. Entre los gitanos nos regimos por nuestra palabra, la razón es la que manda y Dios nos juzga, por eso nosotros no juzgamos" – por M. H. G.

"Ser gitano es pertenecer a una etnia que lleva toda la vida en nuestro país y en otros, que ha estado siempre discriminada, siendo el punto de mira de la sociedad en la que hoy en día aún hay mucho rechazo" – por C. CH. M.

Disponível em: <<http://nomadasfsg.wordpress.com/2012/05/09/ser-gitano-es/>>.

Glossário

Estafa (*v. estafar*): dar calote.

RAE: sigla para Real Academia Española, a academia de letras espanhola.

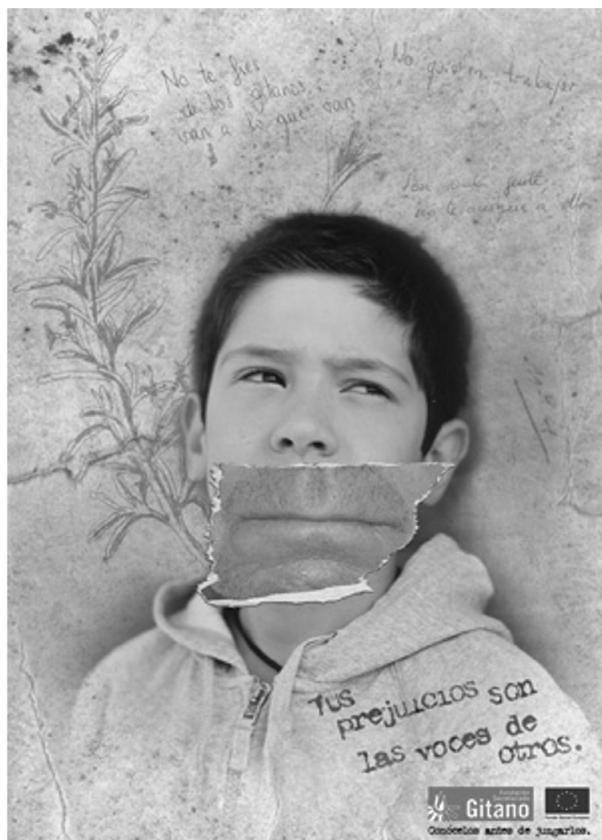
payos: designação usada pelos *gitanos* para se referir àqueles que não são *gitanos*.

aunque: ainda que

rara avis: expressão latina usada para designar pessoa ou coisa singular, exceção à regra.

canastero: ambulante

Texto 2:



Fonte: <http://www.gitanos.org/conocelos/web/piezas.php?t=1&p=1>

1. Explicite o ponto de vista dos autores do Texto 1 sobre a definição da palavra “gitano” apresentada pela RAE: “Que estafa u obra con engaño.”

2. Os dois primeiros parágrafos do Texto 1 se distinguem dos demais tanto por sua fonte enunciativa (diferentes enunciadores) quanto pela tipologia textual empregada.

Observando as marcas de tempo, é possível afirmar que o primeiro bloco (primeiro e segundo parágrafos) e o segundo bloco

(a partir do terceiro parágrafo) podem ser classificados, respectivamente como sequências:

- (a) narrativas e argumentativas
- (b) narrativas e descritivas
- (c) descritivas e narrativas
- (d) argumentativas e descritivas

3. As aspas presentes nos fragmentos do segundo bloco do Texto 1 indicam que se trata de enunciados citados e as iniciais ao final de cada parágrafo sinalizam, de modo anônimo, os autores que enunciam de diferentes pontos de vista (*gitanos* ou *payos*). Releia cada fragmento e complete o quadro abaixo seguindo o modelo:

Parágrafos	Marca de pessoa usada pelo enunciador para se referir a “los gitanos”	Marca de pessoa usada pelo enunciador para se referir a si mesmo.	A identidade étnica assumida pelo enunciador (<i>gitano</i> ou <i>payo</i>)
3º	él/ellos	não se marca	sem identificação clara
4º			payo
5º		nosotros	
6º			
7º			
8º			
9º			
10º			

4. Considerando gênero do Texto 2 (campanha publicitária) e os seus elementos verbais, explique o efeito de sentido produzido pela sobreposição da imagem de uma boca sobre a foto de um menino.

Resposta comentada

1. Os autores do texto criticam a definição elaborada pela RAE. Para eles tal definição seria inapropriada, pois generaliza e adjetiva de forma pejorativa o coletivo cigano, sendo assim discriminatória.

2. A resposta correta é a letra b (narrativas e descriptivas). Nos primeiros dois parágrafos, os autores narram um evento passado, situando as ações realizadas com o uso do tempo passado. Já nos fragmentos seguintes, os diferentes autores produzem definições, ou seja, descrições do “ser gitano”, usando para tal o presente atemporal.

3. No 3º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como él/ellos, não se marca como primeira pessoa e não se identifica claramente como gitano ou payo.

No 4º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como ellos, se marca como nosotros e se identifica como payo.

No 5º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como ellos, se marca como nosotros e se identifica como payo.

No 6º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como él, se marca como nosotros e não se identifica claramente como gitano ou payo.

No 7º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como él, não se marca como primeira pessoa e não se identifica claramente como gitano ou payo.

No 8º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como tú, não se marca como primeira pessoa e não se identifica claramente como gitano ou payo.

No 9º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como él, se marca como nosotros e se identifica como gitano.

No 10º parágrafo, o enunciador se refere aos gitanos como él, se marca como nosotros e não se identifica claramente como gitano ou payo.

4. A imagem de uma boca de outra pessoa sobre a boca de um menino em diálogo direto com a parte verbal produz o sentido de que os nossos preconceitos não são nossos, mas de outros. Todos nós ouvimos e repetimos discursos, especialmente os mais jovens que acabam por reforçar preconceitos presentes nas vozes de pessoas mais velhas.

Vamos ao Chile?!

Na Aula 5, você estudou – dentre outros elementos – os processos de nomeação, os gêneros do discurso folheto turístico e conversa telefônica, certo? Vamos rever alguns desses conteúdos por meio de atividades? Sigamos!



Figura 9.1: Santiago – capital do Chile.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Santiago_en_invierno.jpg



Atividade

Atende ao objetivo 1

1. Leia o texto a seguir e responda às perguntas:

DESCUBRE LAS MEJORES EMOCIONES



Uno de los más modernos centros de esquí de América.

Valle Nevado tiene el área esquiable más grande del Hemisferio Sur y la mejor nieve gracias a su orientación y altura.

Muy cerca de Santiago de Chile, en el corazón de los Andes, Valle Nevado está ubicado a 3.205 metros sobre el nivel del mar con 31 kilómetros de pistas de distintos grados de dificultad.

Las actividades son snowpark, halfpipe para la práctica de esquí acrobático, esquí de estilo libre, salto en esquí y snowboarding.

Puedes disfrutar actividades de invierno y verano.

Puedes aprovechar para conocer la tienda Valle Nevado Store, donde puedes encontrar todo tipo de souvenir, recuerdos y regalos junto a las mejores marcas especializadas en ropa de nieve, outdoor y casual. La tienda está abierta todos los días del año.

Valle Nevado Store abierto entre las 10:00 y las 18:00 hrs.

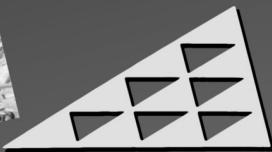


SERVICIOS

- alojamiento
- gastronomía
- alquiler de equipos
- transporte

Cómo llegar:

A 46 km de Santiago, sigue por el camino pavimentado a Farallones que recorre 32 km hasta el desvío a Valle Nevado. A partir de este punto, son 14 km para llegar al centro de esquí. Durante el invierno, el tránsito tiene horarios específicos para ascender (de 8 a 14 horas) y descender la montaña (de 14 a 20 horas). El uso de cadenas para nieve es obligatorio.



VALLE NEVADO
SKI RESORT CHILE

Chile tour - Reservas: (+56 2) 123 45 67

Você pode encontrar vários vídeos desse incrível centro de esqui na página: <http://www.vallenevado.com/es/videos/>. Vale a pena conferir e conhecer!



a) A que gênero pertence o texto?

b) Qual é o possível objetivo do texto?

c) Que recursos não verbais são utilizados? Qual o papel desses recursos para o público-alvo do texto?

d) A partir das descrições feitas, escreva – de forma resumida – como é o lugar apresentado.

2. Agora que já trabalhamos com os aspectos do gênero, vamos exercitar outros conteúdos vistos na Aula 5?

Encontramos muitos substantivos no texto. A partir do contexto e do seu conhecimento de mundo, tente inferir o significado dos substantivos destacados do folheto:

- *tienda*:
- *regalos*:
- *alojamiento*:
- *alquiler de equipos*:

3. Vamos conhecer um pouco mais sobre o Chile e trabalhar com o vocabulário do turismo? O texto a seguir fala um pouco sobre a *Isla de Pascua*, território chileno, localizado no oceano Pacífico. Com base em sua leitura, faça o que se pede.

a) Retiramos alguns substantivos do texto. Você tem de – pelo contexto – encaixá-los nos espaços, completando-o adequadamente.

mes	clima	mundo	lluvia
temperaturas	territorio	mar	niveles

Isla de Pascua constituye uno de los lugares del _____ cuyas bellezas naturales y tradiciones la hacen especialmente atractiva. Está ubicada en medio del Océano Pacífico, frente al Puerto de Caldera, formando parte del _____ insular de Chile.

La Isla de Pascua presenta un _____ tropical lluvioso, con una temperatura media que sobrepasa los 23°C en los meses de verano y de 18°C en invierno, teniendo así una amplitud térmica anual de sólo 5°C. El _____ más cálido es febrero y el más frío agosto, distinto a lo que sucede el gran parte del resto del país debido a la influencia oceánica.

En cuanto al régimen pluviométrico la Isla presenta cantidades importantes de _____ durante todo el año, siendo los meses de abril a junio los más lluviosos y octubre, noviembre y enero los más secos.

La influencia del _____ y las altas _____ convergen en los altos _____ de humedad que registra la zona durante todo el año, con valores que no bajan del 77%. (Dirección meteorológica de Chile)



Moais são estátuas gigantescas de pedra espalhadas pela Ilha de Páscoa, no Chile. Construídas por volta de 1200 d.C. a 1500 d.C. pelo povo Rapanui.



Fonte: <http://www.turismochile.cl/isla-de-pascua/version-en-espanol/index.html>



Los meses del año:

Enero
Febrero
Marzo
Abril
Mayo
Junio
Julio
Agosto
Septiembre /setiembre
Octubre
Noviembre
Diciembre

b) Com base na leitura do texto preenchido:

- Indique como é o clima na *Isla de Pascua*.

-
- Relacione a presença da tipologia descritiva na organização do texto com o seu objetivo.
-
-



Vamos conhecer as estações do ano em espanhol? São elas: primavera, verano, otoño, invierno. Lembrando que as estações em cada hemisfério são sempre opostas! Enquanto no Brasil é verão, na Espanha é inverno, por exemplo.

Resposta comentada

1. a) O gênero é o folheto turístico.
- b) Seu objetivo é levar o leitor a querer conhecer o lugar nele divulgado.
- c) Os principais recursos não verbais utilizados são as fotografias. O papel desse recurso – integrante do texto – é auxiliar no convencimento direcionado ao público-alvo das qualidades do destino turístico.

d) É um lugar com neve, que está localizado no Chile e possibilita a prática de esqui e vários outros esportes de inverno.

2. •tienda: *lugar onde se vendem coisas; loja.*

•regalos: *lembranças, presentes.*

•alojamiento: *alojamento, meio de hospedagem.*

•alquiler de equipos: *aluguel de equipamentos.*

3. a) A estratégia da inferência de palavras é muito importante quando aprendemos uma língua estrangeira. O contexto e nosso conhecimento sobre o assunto tratado nos ajudam a identificar os significados desconhecidos. Assim, o texto preenchido de forma adequada é: (1) mundo; (2) territorio; (3) clima; (4) mes; (5) lluvia; (6) mar; (7) temperaturas; (8) niveles.

b) • O clima da Isla de Pascua é tropical, com muitas chuvas. A temperatura varia de 18 graus, no inverno, a 23 graus, no verão.

• A descrição é importante, pois o texto tem como objetivo informar as características de uma região do Chile, de modo a torná-lo atraente para o coenunciador (provável turista) e sem essas descrições, não é possível saber detalhes do lugar, neste caso, em sua maioria, sobre o clima da região.

Mi Buenos Aires Querido...

Você se lembra de que, nas Aulas 6 e 7, você “passeou” por Buenos Aires e estudou – dentre outros elementos – os dêiticos de lugar e de espaço e o gênero do discurso mapa? Agora, você terá a oportunidade de revisar esse conteúdo por meio de atividades de leitura. Vamos lá?!



Figura 9.2: Buenos Aires – capital da Argentina.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Buenos_Aires_Photo_Montage.png



Atividade

Atende ao objetivo 1

1. No centro do mapa apresentado a seguir, há um balãozinho com a letra A, sinalizando que ali está o Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires, situado à Av. del Libertador, nº 1473.

Observe os elementos presentes ao seu redor e, de acordo com as informações contidas no mapa, marque um (x) nas opções corretas (sugerimos que você entre no endereço da fonte para uma melhor visualização):

Texto 1:



Fonte: [http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&tab=w1](http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&tab=wl)

- a) Caminando por la Av. del Libertador, a la izquierda del Museo de Bellas Artes, es posible llegar a las plazas República de Chile y Grand Bourg.
- b) Para llegar a la Iglesia Nuestra Señora del Pilar, tomamos la Av. del Libertador hasta llegar a la Av. Pueyrredón. Giramos a la derecha y seguimos recto hasta la Plaza Rep. del Paraguay.
- c) Para llegar a la Universidad de Buenos Aires / Abogacía, tomamos la Av. del Libertador en dirección al Palais de Glace, giramos a la izquierda, en la Av. Pueyrredón, seguimos recto hasta la Av. Pres. Figueroa Alcorta, giramos a la izquierda y seguimos adelante hasta la portada de la universidad.

d) Del Hospital General de Agudos B. Rivadavia al Museo Nacional de Bellas Artes es necesario hacer el siguiente camino: salimos de la Av. Gral. Las Heras, tomamos la Av. Austria en dirección a la Plaza Naciones Unidas, hasta llegar a la Av. del Libertador. Giramos a la derecha y seguimos recto hasta la portada del museo.

2. Leia o texto a seguir e faça o que se pede:

Texto 2:

MUSEOS DE FIESTA

¿Para qué sirve un museo? Para muchas cosas. Los museos son como las cajas de recuerdos de las ciudades: ahí se guarda, y en buena medida se construye, la memoria colectiva. La idea misma de qué es cultura, qué es arte y qué es historia para una sociedad se discute y toma forma en los museos.

Tradicionalmente, son lugares para visitar, para recorrer calladito, en medio de un silencio de misa, y con las manos detrás de la espalda. En su versión más prototípica, son lugares para mirar, que no es poco. Son, sin duda, lugares para aprender, para conocer y también reconocer. Pero también, de un tiempo a esta parte, se han convertido – algunos más, algunos menos – en espacios participativos, con perspectiva propia y sentido del humor, que invitan a meterse y pispear otras realidades desconocidas, por pasadas o simplemente por diferentes. Así, a las ya tradicionales muestras y exposiciones suelen sumarse espectáculos teatrales y musicales, junto a visitas guiadas que ayudan a comprender el significado de lo que se ve e, incluso, a pensar en nuevos significados.

[...]

Este domingo 18 de mayo, los museos de todo el mundo celebran su día, en conmemoración a la Cruzada de los Museos, una campaña informativa organizada en 1951 por la Unesco y el Consejo Internacional de Museos (Icom), con el propósito de generar conciencia del papel que corresponde a estos establecimientos en la sociedad. Y si hay fiesta, Buenos Aires no va a quedarse afuera. Los museos dependientes del Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad se plegarán a la celebración con decenas

de actividades gratuitas: visitas guiadas, exposiciones, espectáculos teatrales y musicales, concursos y muestras varias. Por ejemplo, el Museo de Arte Español Enrique Larreta invita a homenajear al cantor Miguel de Molina, "el rey de la copla"; el Museo de la Ciudad hace lo mismo con el tangurero Ignacio Corsini; en el Museo de Arte Criollo José Hernández se puede disfrutar de una demostración en vivo de filetes; en la Casa de Carlos Gardel hay una muestra de cine y tango. Y más: en el Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco se estrena el unipersonal "Es-pantapájaros", basado en el libro de poemas homónimo de Oliverio Girondo; el Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori presenta actividades para chicos. Y más...

Por supuesto, no alcanza un solo día para recorrer todos los museos, conocer todo el patrimonio y disfrutar de todas las actividades. Pero no hay mal que por bien no venga: los museos seguirán ahí todos los días, dispuesto a recibir al público. La fiesta del domingo, entonces, será apenas una prometedora primera cita.

Fonte: Adaptado de <http://www.blogs.buenosaires.gov.ar/viaja/buenosaires/2008/05/13/museos-de-fiesta/>.

- a) Todo texto tem uma função e é produzido a partir de um objetivo específico de quem o enuncia. Pensando nisso, identifique os principais objetivos do texto.

- b) Você estudou que todo enunciado é produzido num dado espaço e momento (AQUI/AGORA). Considerando isso, siga as pistas linguísticas contidas no texto e informe: onde e quando o texto foi escrito? Como você chegou a essa resposta?

- c) No texto, há partes em que o seu enunciador utiliza a tipologia descritiva para explicar – de acordo com a sua visão – o que é um museu e para que ele serve. Com base nessas descrições, responda: o que é um museu? Para que ele serve?

d) Durante a leitura do texto, você pode ter encontrado dificuldade para entender o significado de algumas de suas palavras. Mas, mesmo sem compreendê-las, foi possível ler o seu conteúdo como um todo, certo? Apresentamos, a seguir, algumas palavras retiradas do texto. Você deve – a partir do contexto em que estão empregadas – inferir o significado de cada uma delas e correlacionar as colunas A e B. Vamos lá?

Coluna A	Coluna B
1. espalda	a. () gerar
2. pispear	b. () estrear
3. generar	c. () render
4. plegarán (v. plegar)	d. () observar
5. estrena (v. estrenar)	e. () espantalho
6. espantapájaros	f. () costas

e) O fragmento apresentado, a seguir, é parte do texto “Museo de Fiesta”. Ele foi separado dos demais fragmentos que o compõem porque está com alguns espaços em branco... Você pode nos ajudar a solucionar esse problema, preenchendo as lacunas com as palavras que estão na caixa? ¡Muchas gracias!

Ciencias Naturales	canto a la variedad	disfrute lúdico
humor gráfico	reflexión dolorosa	“Prohibido no tocar”
Museo Nacional de Bellas Artes		

Los museos porteños son un _____. Hay más de noventa, entre públicos y privados que van desde el enorme y maravilloso _____, con la mayor colección de pintura argentina, hasta el Museo de la Caricatura Severo Vaccaro, un emprendimiento pequeño y modesto pero muy activo y divertido en el mundo del _____. Hay algunos ideales para chicos, como el Museo Participativo de Ciencias, que desde la entrada invita con un _____, o el de _____, que exhibe con orgullo esqueletos reconstruidos de dinosaurios. Algunos llevan a una _____, como el Museo del Holocausto o el Penitenciario, y otros a un _____, como el Museo de la Pasión Boquense o el Museo del Cine.

Resposta comentada

1. As opções corretas são: a; c; d, pois nelas estão as coordenadas que não apresentam problema no que diz respeito ao ponto de partida e o de chegada.

2. a) Os principais objetivos do texto são: (1) ampliar o significado dos museus e as suas funções, demonstrando que eles podem ser uma possibilidade de entretenimento diferente daquela que comumente lhes atribuímos. (2) Divulgar a realização de atividades em diferentes museus de Buenos Aires, organizadas para comemorar o dia do museu.

b) O texto foi escrito em Buenos Aires, no dia 13 de maio de 2008. É possível chegar a essas respostas a partir de elementos linguísticos presentes no texto, como: "Y si hay fiesta, Buenos Aires no va a quedarse afuera"; "Este domingo 18 de mayo"; <http://www.blogs.buenosaires.gov.ar/viajabuenosaires/2008/05/13/museos-de-fiesta/>.

c) De acordo com a visão do enunciador do texto, os museus são espaços que guardam recordações e participam da construção da memória coletiva de um lugar. Eles não servem apenas para possibilitar o acesso a conhecimentos de um modo tradicional/convencional, por meio da observação de seu acervo, de mostras e de exposições. Também se apresentam como um espaço ao qual podem ser somados espetáculos teatrais e musicais e visitas guiadas que permitem ao público a ampliação de sua visão sobre o novo e o desconhecido.

d) As colunas se correlacionam de acordo com a sequência a seguir:
1-F; 2-D; 3-A; 4-C; 5-B; 6-E.

e) As palavras da caixa são empregadas no texto na seguinte ordem: (1) canto a la variedad; (2) Museo Nacional de Bellas Artes; (3) humor gráfico; (4) "Prohibido no tocar"; (5) Ciencias Naturales; (6) reflexión dolorosa; (7) disfrute lúdico.

Um click, um link!

Você se lembra de que na Aula 8 nós estudamos a respeito das relações estabelecidas entre o turismo e a internet e sobre o gênero discursivo *site turístico*?

Agora, com base na leitura de dois textos retirados do *site* oficial do Ministério do Turismo e Esporte do Uruguai, você fará atividades de compreensão leitora, que possibilitam uma aproximação com a língua espanhola. Vamos lá?!



Figura 9.3: Praça Independência em Montevidéu – capital do Uruguai.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:PlazaIndependencia2.jpg>



Atividade final

1. Leia o texto 1 atentamente e, com base em suas informações, faça as atividades propostas.

Texto 1:

EL TANGO

El tango es una de las más genuinas y originales expresiones culturales del Río de la Plata. Nacido de la fusión de las tradiciones musicales de origen africano y de los ritmos e instrumentos europeos y criollos, es un fiel testigo de la historia cultural de la región.

La gestación del tango ocurrió tanto en Buenos Aires como en Montevideo.

Y un ejemplo tangible lo constituye la obra “La Morocha” compuesta en Buenos Aires en 1905 por el uruguayo Enrique Saborido, y “Mi Noche Triste”, escrita en Montevideo por el argentino Pascual Contursi en 1916.

El “himno” de todos los tangos, “La Cumparsita”, fue escrita por el uruguayo Gerardo Matos Rodríguez; del mismo

modo, Carlos Gardel, de reconocimiento internacional, es considerado el más grande intérprete uruguayo de la historia del tango.



Rafael Leitreger

Figura 9.4: Tango en Uruguay.

Fonte: <http://www.turismo.gub.uy/opciones-turisticas-4/cultura/tango>



Você poderá ter acesso às letras de tango citadas no texto e a outras informações sobre o tradicional ritmo, entrando no endereço: <http://www.todotango.com>.

- a) Considerando que o texto foi retirado de um *site* de turismo, em qual de seus *links* ele poderia estar inserido? Por que você acha isso?

- b) Podemos perceber que o texto termina apresentando dois objetivos principais... Você consegue identificá-los? Quais são?

c) Você notou que no texto aparecem algumas palavras e expressões escritas entre aspas? São elas: "La Morocha"; "Mi Noche Triste"; "himno"; "La Cumparsita". Observe o contexto em que cada uma delas está empregada e explique a razão de aparecerem assinaladas dessa maneira.

d) Você pode observar que o texto é composto pelo verbal e pelo não verbal, certo? Apresente a relação existente entre essas duas linguagens empregadas em sua organização.

2. O texto a seguir foi retirado do *link* "Turismo Social", integrante do *site* oficial do Ministério do Turismo e Esporte do Uruguai. Para que você possa fazer a sua leitura, é preciso que preencha os espaços do texto com as palavras da caixa abaixo. Vamos lá?

Turismo estudiantil – Turismo para trabajadores – Turismo para adultos mayores – Turismo joven – Turismo para quinceañeras

Texto 2:

Programas de Turismo Social 2012

Jueves, 05 de enero de 2012.

El proceso tendiente a crear un Sistema Nacional de Turismo Social nace con el propósito de hacer accesible al mayor número de personas el disfrute del tiempo libre y la recreación, posibilitando el viaje a lugares turísticos de calidad y a precios accesibles. Es un proceso que aspira a que las personas que – habitualmente – no ejercen su derecho al turismo, viajen en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad; materializándose así, este, como un Derecho Humano.

Desde Junio de 2009 hasta la fecha, han viajado más de 5000 personas através de nuestros diferentes programas. Durante 2012 seguimos ampliando la oferta turística ofreciendo actualmente los siguientes productos:
(1) _____: Este programa ofrece a familias de

bajos ingresos paquetes turísticos de calidad a menos de la mitad de su precio habitual, con el fin de extender el derecho al ocio y la recreación. Pueden viajar trabajadores públicos o privados y sus familias, cuyo ingreso por grupo familiar, no supere los \$ 25.000.

(2) _____: Dirigido a jóvenes en 2 modalidades:
A. Jóvenes de 18 a 29 años de edad: estudiantes de instituciones públicas o privadas, o trabajadores cuyo ingreso mensual no supere los \$ 12.000. B. Niños y Adolescentes vinculados a organizaciones que desarrollan actividades de promoción social y cultural.

(3) _____: Dirigido a alumnos de terceros y sextos años de centros educativos públicos de Educación Secundaria y UTU, que desean realizar su viaje grupal de fin de cursos a un costo accesible.

(4) _____: Viaje para quinceañeras beneficiarias de Asignaciones Familiares. (integrantes de familias cuyos ingresos sean menores a 10 BPC, aproximadamente \$ 24,000).

(5) _____: Dirigido a jubilados y pensionistas afiliados al BPS. Se puede acceder a estos paquetes en forma individual o a través de Asociaciones, Clubes y Organizaciones sociales.

Fonte: Adaptado de <http://www.turismo.gub.uy/?Itemid=71>.

3. Agora, após ter preenchido os espaços do texto com as palavras da caixa e feito a sua leitura, responda:

a) O que são os programas de turismo social descritos no *site*?

b) Quem os oferece? Para quem são oferecidos?

c) Considerando a data de publicação do texto e o início da realização dos programas, há quanto tempo eles estão sendo oferecidos (no contexto do texto!)? Como você chegou a essa resposta?

Resposta comentada

1. a) O texto faz parte do *link* “Cultura” e está inserido em: “Opciones Turísticas”, que faz parte de um dos *links* da barra de ferramentas do *site* de turismo. Se você prestou atenção na fonte do texto, pôde chegar muito facilmente a essa resposta, sem precisar entrar no endereço do *site*, pois ela está lá! Então, esteja atento a todas essas informações presentes nos textos das atividades de leitura! Bem, além de chegar à resposta observando a fonte do texto e indo diretamente ao endereço do *site*, você poderia ter considerado o tema abordado – tango – e o modo com ele é desenvolvido... O fragmento ilustra isso: “El tango es una de las más genuinas y originales expresiones culturales del Río de la Plata.”

b) Você pode identificar como objetivos do texto: 1) explicar – brevemente – como surgiu e o que representa o tango para os uruguaios e 2) apresentar títulos de tangos famosos e os nomes de seus compositores / intérpretes, para demonstrar que o surgimento do ritmo ocorreu tanto em Montevideo quanto em Buenos Aires.

c) “La Morocha”; “Mi Noche Triste” e “La Cumparsita” aparecem entre aspas porque são títulos de tangos famosos, citados pelo enunciador do texto. Já a palavra “himno” está entre aspas porque “La Cumparsita”, ainda que seja considerado o hino de todos os tangos, não é realmente um hino, com todas as características desse gênero. Esta é a forma de dizer que dentre todos os tangos, esse é aquele mais famoso, que todos conhecem, ouvem e cantam.

d) A parte não verbal do texto é uma fotografia que evidencia um casal dançando tango. Ela dialoga com o verbal porque representa uma parte (dança) daquilo que está sendo abordado no texto, que é o tango.

2. A ordem em que as palavras aparecem no texto é: (1) *Turismo para trabajadores*; (2) *Turismo joven*; (3) *Turismo estudiantil*; (4) *Turismo para quinceañeras*; (5) *Turismo para adultos mayores*.

3. a) Os programas de turismo social são um meio de procurar tornar o turismo uma atividade acessível ao maior número de pessoas possível. Considerando o turismo como um direito humano, os programas buscam viabilizar a pessoas que habitualmente não exercem esse direito, viagens cômodas e seguras, que estejam adequadas as suas condições econômicas.

b) Os programas são oferecidos pelo Ministério do Turismo e do Esporte do Uruguai, que disponibiliza em seu *site* o *link* “Turismo Social”, de onde foi retirado o texto. A oferta se destina a diferentes grupos de pessoas (trabalhadores, jovens, estudantes,

aniversariantes de 15 anos e adultos idosos) que precisam de pacotes de viagens adequados às suas realidades econômicas.

c) Os programas estão sendo oferecidos (no contexto do texto!) há dois anos e meio. É possível chegar a essa resposta considerando a data de publicação do texto – janeiro de 2012 – e a data do início da realização dos programas – junho de 2009 (exposta no texto!).

Resumo

Nesta aula, você teve a oportunidade de revisar os conteúdos trabalhados nas aulas anteriores e exercitar o seu conhecimento por meio de atividades. Esperamos que você tenha se saído bem!

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, você estudará a respeito de textos publicitários de venda de viagem e os aspectos linguísticos e discursivos a eles relacionados. Até lá!

10

Quem tem boca vai a Roma? Entre o desejar e o planejar uma viagem

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Analisar os efeitos de sentido produzidos em publicidades turísticas e textos de planejamento de viagem em língua espanhola com ênfase em verbos no presente do indicativo, presente do subjuntivo e futuro do indicativo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar as características da publicidade turística em língua espanhola e seus efeitos de sentido;
- 2 distinguir o uso das formas verbais no presente do indicativo, presente do subjuntivo e futuro do indicativo como diferentes modos de marcar a subjetividade enunciativa;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos em língua espanhola.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar os principais aspectos verbais produzidos no uso do presente do indicativo (Aula 4) e as características que compõem os gêneros do discurso (Aula 3).

Introdução

As viagens estão presentes no cotidiano humano desde muito tempo. É comum conhecermos pessoas, inclusive nós mesmos, que têm como sonho a realização de uma viagem, seja por motivos pessoais, isto é, para descansar, se divertir, aprender coisas novas, ou profissionais, como trabalho ou estudo. A escolha do destino também varia conforme as circunstâncias e, principalmente, de acordo com o que deseja o turista.



Kolobsek

Estereótipo

É uma representação coletiva cristalizada, isto é, são imagens preconcebidas e generalizadas tomadas de uma fração limitada das coisas e dos seres. É a imagem que se atribui a um povo ao dizer que os argentinos são arrogantes, os portugueses burros e os alemães frios e insensíveis, por exemplo. Os estereótipos são normalmente a base de preconceitos de todos os tipos, por isso são extremamente perigosos, devendo ser assim evitados.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1416932>

Nesta aula, vamos discutir um pouco o papel da linguagem e das mídias publicitárias turísticas na construção desse desejo. Estudaremos o modo como a categoria dos verbos nos tempos do presente do subjuntivo e do futuro do indicativo funcionam em gêneros que contribuem para tal construção gerando imagens positivas dos destinos divulgados.

Também falaremos um pouco de como um lugar pode ser produzido como um **estereótipo**. Para tal, contextualizaremos essa aula falando um pouco sobre a Colômbia e de como esse país tem promovido seu turismo. Vamos lá?

Publicidade, desejo e viagem

Provavelmente, você já ouviu ou leu a frase “a propaganda é a alma do negócio”. Você sabe o que é uma propaganda? E publicidade? São palavras que cotidianamente são usadas como sinônimos, mas possuem significados diferentes. Veja só:

- Propaganda refere-se ao ato de divulgar ideias, conceitos e valores sem fins lucrativos. Campanhas institucionais (sejam de um governo, de uma organização não governamental, de uma entidade religiosa ou de caridade) em favor do meio ambiente ou no combate à dengue, por exemplo, são formas de propaganda.
- Já a publicidade possui como objetivo promover a venda de bens ou serviços a um determinado público consumidor.

E é essa última que nos interessa nesta aula.

As publicidades estão por toda a parte, em diferentes suportes e utilizam-se de diversas modalidades de linguagem. São, em certa medida, responsáveis por um mecanismo de *produção da necessidade* de adquirir coisas, como roupas de marca, eletrônicos do momento, automóveis, ou serviços, como viagens ao exterior.

Como assim produção da necessidade?

Para entendermos essa ideia, será preciso distinguir dois conceitos fundamentais: consumo e consumismo. Vamos então recorrer ao sociólogo Zigmunt Bauman (2008) que pensa ser o consumo uma condição permanente e inalienável dos seres vivos, ou seja, uma necessidade. Buscando a manutenção de nossas vidas biológicas, consumimos todo o tempo.

Já o consumismo é definido pelo autor como um atributo da sociedade em que vivemos. Ele desempenha um papel central na dinâmica do modo de estar no mundo dos países capitalistas, isto é, o consumismo ocupa um lugar preponderante na constituição do estilo de vida social que as pessoas levam.

Então, por que falamos em produção?

Falamos produção porque um estilo de vida é fruto e resultado de mudanças históricas complexas, impulsionadas pelo

desenvolvimento da sociedade, ele não é algo natural, mas produto de escolhas conscientes ou não.

O discurso publicitário difundido pelas mídias desempenha um papel fundamental na formação e manutenção dos estilos de vida, isto é, na constituição do desejo de ter um carro da marca tal ou qual, de conhecer um determinado país, de praticar certo esporte, etc.

Segundo Waiteman (2006) uma publicidade pode conter os seguintes elementos em sua organização textual:

- **Titulo ou chamada:** uma frase usada para atrair a atenção do leitor e provocar seu interesse. É normalmente a síntese da ideia criada sobre o produto ou serviço anunciado.
- **Imagen:** pode conter ilustrações, fotos, gravuras e outros elementos não verbais.
- **Texto:** o desenvolvimento da ideia contida na chamada.
- **Slogan:** frase concisa que caracteriza um produto ou a campanha.
- **Assinatura:** identificação de quem assina a peça, o anunciante.

Além de sua organização textual, é preciso compreender que a publicidade, como todo gênero de discurso, pode ser descrita a partir das demais características apresentadas na Aula 3:

- **Finalidade reconhecida:** toda publicidade visa “vender” um produto ou serviço.
- **Estatuto de parceiros legítimos:** as publicidades possuem como interlocutores um enunciador anunciante que fala em nome de uma marca de uma empresa ou produto e um coenunciador consumidor que pode ser generalizado ou especializado conforme a situação.
- **Lugar e momento legítimos:** a publicidade pode falar a partir de um espaço e tempos bem diversificados.
- **Suporte material:** a internet, a TV, jornais, revistas, outdoors, etc.

Explorando tal mecanismo, o turismo enquanto atividade econômica faz uso extensivo da publicidade para difundir destinos e produzir em potenciais turistas o desejo de conhecê-los, ou seja, de consumir.

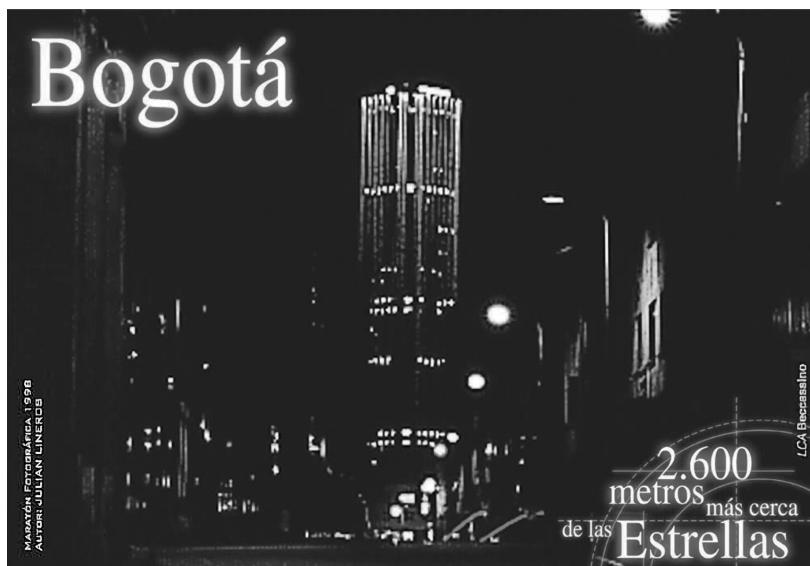
Agora vamos analisar uma publicidade turística?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Observe atentamente o texto abaixo e responda às questões que seguem.



Fonte: http://estrategica.com.co/blog/?attachment_id=11813

- a) Identifique os elementos da organização textual presentes na publicidade e os descreva.

- b) Há na publicidade um elemento diferente daqueles apresentados por Waiteman (2006). Identifique-o e explique sua função.

- c) Que produto está sendo anunciado na publicidade e como se constrói sua imagem?

Resposta comentada

a) *Título ou chamada:* é o uso da palavra “Bogotá” que chama a atenção para a cidade.

Imagen: apresenta uma parte urbana da cidade de Bogotá centrada em uma torre que parece bem moderna, durante a noite, com destaque para a iluminação.

Texto ou slogan: “2600 metros más cerca de las estrellas” – aqui é possível confundir, já que só temos um fragmento. Refere-se à altitude da cidade, localizada na região dos Andes.

Assinatura: “LCA Beccassino” – aqui temos uma assinatura da empresa que elaborou a publicidade.

b) O elemento diferente é a fonte da fotografia com indicação do responsável, da empresa e o ano em que foi tirada.

c) O produto anunciado é a própria cidade de Bogotá. A imagem construída é a de uma cidade ao mesmo tempo moderna e romântica, já que fica próxima das estrelas.

O que sabemos sobre a Colômbia?

Ao tentar responder a essa pergunta, é muito provável que venha à nossa mente palavras como “narcotráfico”, “guerrilha” e “violência”. Tais palavras reforçam uma imagem negativa, estereotipada do país, amplamente difundida pelos meios de comunicação. Mas o que mais sabemos sobre esse país? Talvez não muita coisa, não é mesmo? Então vamos elencar alguns dados disponíveis no verbete Colômbia da Wikipédia:

- oficialmente República da Colômbia (*República de Colombia*), é uma república constitucional localizada no noroeste da América do Sul;
- com uma população de mais de 45 milhões de pessoas, tem a

29^a maior população do mundo e a segunda maior da América do Sul, depois do Brasil;

- seu território está dividido em 32 departamentos e um distrito capital, sua capital é Bogotá;
- é o terceiro país mais populoso com a língua espanhola como idioma oficial (depois de México e Espanha) e tem a quarta maior comunidade de língua espanhola no mundo, depois de México, Estados Unidos e Espanha;
- possui ainda 101 outros idiomas listados no país, sendo oitenta deles vivos e 21 extintos. Cerca de 500.000 pessoas são falantes de idiomas indígenas;
- seu território foi originalmente habitado por nações indígenas, incluindo os Chibchas, Quimbaya e Tairona;
- possui a quarta maior economia da América Latina, embora a desigualdade de renda seja prevalente e a riqueza mal distribuída;
- possui diversidade étnica e um rico patrimônio cultural produzido pela interação entre os descendentes dos primeiros habitantes indígenas, colonos espanhóis, africanos trazidos como escravos e imigrantes do século XX vindos da Europa e do Oriente Médio;
- destaca-se pela produção de café, petróleo, carvão, ouro e esmeraldas;
- sua geografia é bastante variada. A maior parte dos centros urbanos está localizada nos Andes, mas o território colombiano também abrange a floresta amazônica, pastagens tropicais e os litorais do Caribe e do Pacífico. Ecologicamente, a Colômbia é um dos 17 países megadiversos do mundo (os de maior biodiversidade por unidade de área);
- durante muitos anos, graves conflitos internos armados dissuadiram os turistas de visitarem a Colômbia, com alertas oficiais de governos contra viagens ao país. No entanto, nos últimos anos, o número de turistas tem aumentado acentuadamente, graças às melhorias na segurança resultantes da estratégia “segurança democrática” do presidente Uribe, que incluiu aumentos significativos na força militar e na presença da polícia em todo o país e empurrou os grupos

rebeldes para longe das grandes cidades, estradas e locais turísticos capazes de atrair visitantes internacionais;

- as atrações turísticas mais populares incluem o distrito histórico de Candelaria no centro de Bogotá, a cidade murada e as praias de Cartagena, as cidades coloniais de Santa Fe de Antioquia, Popayán, Villa de Leyva e Santa Cruz de Mompox, o Santuário de Las Lajas Sé e Catedral de Sal de Zipaquirá. Os turistas também são atraídos por inúmeros festivais na Colômbia, incluindo o Festival de Flores de Medellín, o Carnaval de Barranquilla, o Carnaval de Negros e Brancos em Pasto e o Festival de Teatro Ibero-Americanano em Bogotá. Também por causa do melhor estado da segurança no país, os navios de cruzeiro do Caribe, agora param em Cartagena e Santa Marta. A grande variedade de geografia, flora e fauna em toda a Colômbia também resultou no desenvolvimento de uma indústria de ecoturismo, concentrados em parques nacionais do país.



Figura 10.1: Mapa da Colômbia.

<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/20/Co-map.png>



Atividade

Atende ao objetivo 3

Agora que já sabemos um pouco mais sobre a Colômbia, vamos analisar uma campanha publicitária promovida por *Proexport Colombia* (<http://www.proexport.com.co/>), uma entidade encarregada da promoção do turismo internacional no país.

Observe atentamente à publicidade a seguir e responda às questões que seguem:



<http://blogsdelagente.com/blogfiles/randomperez/colombia.jpg>

Glossário

quedarse: ficar

- a) Considerando o slogan da publicidade “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”, identifique o estereótipo que é retomado pela palavra *riesgo*.

- b) Toda publicidade busca atribuir características positivas ao produto anunciado. Explique como o slogan exalta a Colômbia.

c) Explique como a imagem contribui para esse processo.

Resposta comentada

a) Podemos afirmar que o uso da palavra “riesgo” (risco) no slogan da campanha retoma e opõe-se a um discurso estereotipado sobre a Colômbia. Aquele que a caracteriza como um lugar perigoso, hostil, tomado por narcotraficantes e guerrilheiros.

b) Ao dizer que o risco é que o turista queira ficar, o enunciador valoriza a Colômbia como um lugar agradável, belo e interessante, dentre outros adjetivos positivos, já que seria esse o tipo de lugar no qual a maioria das pessoas gostaria de viver.

c) A imagem contribui para esse processo ao mostrar uma Colômbia repleta de cultura e beleza, representada na imagem pela mulher em trajes típicos ou festivos, pelos tecidos, cores e pelo patrimônio arquitetônico histórico.



Sergio Carracedo



<http://www.sxc.hu/photo/485395>

Para conhecer os vídeos promocionais da campanha turística colombiana, acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=8kUU-DWOqml>; <https://www.youtube.com/watch?v=RrpgPxzGiSc&list=PL1606B2AEF8E7CBDC>.

Ampliando nossa competência linguística: vamos falar um pouco mais sobre verbos?

Você já deve ter percebido que a categoria dos verbos é fundamental no conhecimento de qualquer língua, já que por intermédio deles atribuímos características, narramos eventos, fazemos planos, damos instruções entre outras ações. Todas essas ações são situadas em um tempo (presente, passado e futuro) e enunciadas a partir do ponto de vista (modo e aspecto) de um sujeito que fala ou escreve.

Na Aula 4, vimos que os verbos, além da categoria de tempo, podem ser classificados conforme o modo e o aspecto verbal. Vimos também que o modo Indicativo expressa as ações, do ponto de vista do enunciador, como certezas ou fatos, que aconteceram, acontecem, estão acontecendo ou acontecerão. Diferentemente, o modo Subjuntivo, expressa as ações como possíveis, desejáveis, hipotéticas, irreais.

Vejamos novamente o slogan da campanha publicitária turística da Colômbia:

Colombia, el riesgo es que te quieras quedar.

Esse slogan apresenta dois verbos conjugados em tempos e modos diferentes. O primeiro deles, “es”, você já conhece, estudamos na Aula 4, lembra?

É o verbo *ser* conjugado na terceira pessoa (nesse caso a não pessoa Él/Ella) do Presente do Indicativo com um aspecto de presente atemporal. Isto significa uma atribuição de característica, enunciada como fato, isto é, o enunciador afirma a existência de um risco associado à Colômbia, sem deixar margem a dúvidas.

Já o segundo verbo é “*quieras*”, conjugado na segunda pessoa do singular (Tú) do Presente do Subjuntivo. A primeira questão a ser colocada é a mudança de uma não pessoa para uma segunda pessoa do discurso, isto é, o enunciador passa a falar diretamente com seu coenunciador, no caso da publicidade escrita, com um leitor projetado como possível turista. Já o uso do modo verbal

Subjuntivo altera a forma como o enunciador se relaciona com o que diz. Se no Presente do Indicativo ele afirma a existência de algo, no subjuntivo ele formula uma hipótese, uma possibilidade. Veja que há uma diferença bem marcada entre o Indicativo e o Subjuntivo: no segundo, o enunciador não afirma que o coenunciador ficará, mas sim aponta a possibilidade de que ele queira ficar na Colômbia. E essa possibilidade é colocada como complemento e atributo de “riesgo”, o que leva à ressignificação dessa palavra.

Considerando o que já falamos até aqui, em espanhol, o Presente do Subjuntivo possui, segundo a *Gramática Española* (2002), os seguintes usos principais:

1. Expressar possibilidade/hipótese no presente ou futuro.
 - *¿No há venido Fermín? Talvez esté enfermo.*
 - *O quizás llegue más tarde; hay mucho tráfico.*
2. Solicitação de permissão.
 - *¿Le importa que abra(yo) la ventana? ¡Hace mucho calor!*
3. Falar do futuro (cuando + subjuntivo).
 - *Quiero hablar contigo: llámame cuando puedas, por favor.*
4. Falar da finalidade.
 - *Te lo digo para que lo sepas.*



Presente do Subjuntivo (verbos regulares)

O paradigma verbal do Presente do Subjuntivo, em espanhol, como em português, forma-se a partir da conjugação do Presente do Indicativo.

As terminações do Presente do Subjuntivo e do Indicativo são iguais, porém trocadas, conforme a conjugação:

- Os verbos da primeira conjugação (-ar) no Presente do Subjuntivo são conjugados como os da segunda (-er) e terceira (-ir) conjugações no Presente do Indicativo.
- Já os verbos da segunda (-er) e terceira (-ir) conjugações do Presente do Subjuntivo são conjugados como os da primeira conjugação (-ar) no Presente do Indicativo.

Vejamos nos quadros a seguir...

Verbos da primeira conjugação:

	Presente do Indicativo	Presente do Subjuntivo
HABLAR		
Yo	hablo	→ hable
Tú	hablas	→ hables
Vos	hablás	→ hables
Usted	habla	→ hable
Él /Ella	habla	→ hable
Nosotros / Nosotras	hablamos	→ hablemos
Vosotros / vosotras	habláis	→ habláis
Ellos / Ellas	hablan	→ hablen
Ustedes	hablan	→ hablen

Verbos da segunda conjugação:

	Presente do Indicativo	Presente do Subjuntivo
COMER		
Yo	como	→ coma
Tú	comes	→ comas
Vos	comés	→ comas
Usted	come	→ coma
Él /Ella	come	→ coma
Nosotros / Nosotras	comemos	→ comamos
Vosotros / vosotras	coméis	→ comáis
Ellos / Ellas	comen	→ coman
Ustedes	comen	→ coman

Verbos da terceira conjugação:

	Presente do Indicativo	Presente do Subjuntivo
PARTIR		
Yo	parto	→ parta
Tú	partes	→ partas
Vos	partís	→ partas
Usted	parte	→ parta
Él /Ella	parte	→ parta
Nosotros / Nosotras	partimos	→ partamos
Vosotros / vosotras	partís	→ partaís
Ellos / Ellas	parten	→ partan
Ustedes	parten	→ partan

Do desejo ao planejamento de uma viagem: falar do futuro

Agora que já falamos sobre o papel que a publicidade desempenha na produção do desejo de viajar e conhecer outros destinos, seguiremos falando de outra dimensão fundamental na atividade do turismo: o planejamento de viagem.

O turista pode adquirir um pacote de viagem pronto ou personalizado em uma agência de viagens ou, com toda a relativa facilidade que a internet dispõe atualmente (como vimos na Aula 8), ele mesmo pode planejar sua viagem.

O planejamento de uma viagem é uma atividade que envolve o levantamento de informações sobre o destino, o translado, a hospedagem, a alimentação, a documentação necessária, o custo, dentre outras coisas. Enfim, o planejamento é um texto no qual se projeta o que se pretende fazer no futuro.

Para que você possa falar em língua espanhola sobre qualquer ação a ser realizada no futuro há para isso basicamente duas estruturas linguísticas bastantes semelhantes às do português:

1. **O futuro do Indicativo:** esse tempo verbal é usado para expressar uma ação ou evento que acontecerá em algum ponto do futuro a partir do momento da enunciação. Exemplos:

- Saldremos del país por 2 meses.
- Te pasaré a buscar en tres horas.

2. **A fórmula verbal ir A + infinitivo:** muito comum, assim como na nossa língua, é usada principalmente para coisas imediatas ou iminentes. Exemplos:

- Voy A hablar con Pedro.
- Mi hermana va A viajar por la noche.



Futuro do Indicativo (verbos regulares)

O paradigma verbal do Futuro do Indicativo, em espanhol, como em português, forma-se acrescentando as terminações de futuro aos verbos no infinitivo das três conjugações, como se pode ver no quadro a seguir:

	hablar	comer	partir
Yo	hablaré	comeré	partiré
Tú	hablarás	comerás	partirás
Vos	hablarás	comerás	partirás
Usted	hablará	comerá	partirá
Él /Ella	hablará	comerá	partirá
Nosotros/Nosotras	hablaremos	comeremos	partiremos
Vosotros/vosotras	hablaréis	comeréis	partiréis
Ellos/Ellas	hablarán	comerán	partirán
Ustedes	hablarán	comerán	partirán

É muito comum junto ao Futuro do Indicativo usar expressões que funcionam como marcadores temporais tais como:

el	próximo	mes año domingo
la	próxima	semana vez reunión fiesta
dentro de		dos días un mes tres semanas



Atividade

Atende aos objetivos 2 e 3

Para entendermos um pouco sobre como pode ser possível planejar uma viagem com sucesso, leia o texto a seguir e responda às questões.

Cómo organizar un viaje perfecto y sobrevivir a los imprevistos

18-abr-2010

Nuria Vilalta

No importa que sean escapadas de fin de semana o un viaje a otro país, aquí van algunos consejos que te ayudarán a programar unas vacaciones inolvidables.

Viajar es la actividad estrella de las vacaciones. A la mayoría se nos ilumina la cara cuándo pensamos en abandonar la rutina y lanzarnos a descubrir nuevos lugares o vivir otras aventuras. Pero cualquier viaje, sea de las características que sea, puede convertirse en una pesadilla si los planes no salen bien. Hay aquí algunas indicaciones para tener en cuenta antes de viajar y así asegurarnos una llegada feliz a destino.

Lo que hay que tener en cuenta antes de empezar

Tanto si eres de lo que necesitas programar hasta el último detalle cómo si prefieres dejar que el azar te guíe, es importante un mínimo de organización y previsión antes del viaje. El clima, la situación política y las condiciones de salud del destino son factores imprescindibles a tener en cuenta. Elegir bien la temporada y consultar la previsión meteorológica te ahorrará sorpresas y te ayudará a hacer el equipaje.

Si estás pensando en viajar a un país desconocido asegúrate, antes de comprar los billetes, si es necesario acceder con un visado o permiso especial. Son trámites que no siempre pueden, como es el caso de Tailandia, hacerse en el aeropuerto. A veces, según la situación política del país, requieren de un pedido especial o demoran más de lo es-

tipulado por lo que conviene consultar en las embajadas o en alguna agencia de viajes.

Lo mismo sucede con las vacunas y los medicamentos. Hay países en los que si no presentas la cartilla de vacunación contra enfermedades concretas y epidemias no te permitirán entrar. A veces, como en el caso de Brasil, solo se requieren vacunas específicas para regiones concretas del país, como sucede con la fiebre amarilla en Amazonas. Hay vacunas de varias aplicaciones por lo cual es necesario ponérselas con la suficiente antelación.

Los seguros de viaje no son imprescindibles pero según la duración y el nivel de aventura a la que se vaya a estar expuesto es interesante contar con un seguro médico. Dependiendo del país las tasas de atención médica varían, en Cuba, por ejemplo, la atención es excelente y gratuita pero los medicamentos caros para extranjeros. Sin atención médica una gastroenteritis o un esguince pueden volverse problemas graves y arruinarnos algo más que las vacaciones.

[...]

Fonte: Adaptado de: <http://suite101.net/article/como-organizar-un-viaje-perfecto-y-sobrevivir-a-los-imprevistos-a14800#axzz2PQYLpvVX>.

Glossário

inolvidable: (adj.) Que no puede olvidarse.

olvidar: (v.) Dejar de tener en la memoria lo que se tenía o debía tener.

ahorrar: (v.) Evitar un gasto o consumo mayor.

a) A quem se destina o texto e qual a forma de tratamento usada?

b) Enumere cinco aspectos apresentados no texto que devem ser levados em conta ao planejar uma viagem.

c) Analisando o uso dos verbos no texto, complete o quadro abaixo com fragmentos que apresentem ações que constituam:

“Verdades” atemporais	Hipóteses ou possibilidades	Eventos a serem realizados

d) O turismo é uma esfera de atividade humana com características, gêneros e vocabulário específico. A partir da leitura do texto, complete a lista a seguir com as palavras e locuções equivalentes em espanhol, compondo assim um pequeno glossário técnico que certamente lhe será útil. Procure não usar dicionário ou tradutor, todas essas palavras e locuções estão no texto!

Aeroporto – _____

Agência de viagens – _____

Bagagem – _____

Carteira de vacinação – _____

Embaixadas – _____

Férias – _____

Passagens – _____

Permissão especial – _____

Seguros de viagem – _____

Taxas de atendimento médico – _____

Visto – _____

Resposta comentada

a) *O texto se destina a qualquer pessoa que queira realizar uma viagem. A forma de tratamento é informal, como se pode ver pelo uso dos pronomes de segunda pessoa em “algunos consejos que te ayudarán.”*

b) *Para responder a essa questão corretamente, você deve listar cinco dentre as características apresentadas abaixo:*

- *Obter informações sobre o clima.*
- *Obter informações sobre a situação política.*
- *Obter informações sobre as condições de saúde.*
- *Escolher bem a temporada.*
- *Consultar a previsão metereológica.*
- *Comprar as passagens com antecedência.*

- *Se necessário, conseguir visto ou permissão especial.*
- *Contar com um seguro médico.*
- *Apresentar carteira de vacinação contra doenças e epidemias existentes.*

c) Para resolver esta questão é necessário considerar o sentido que o uso de determinados modos, tempos e aspectos verbais produzem no texto. É preciso destacar três de cada tipo solicitado no quadro. O que se apresenta aqui são algumas possibilidades para cada tipo. Os verbos foram destacados para facilitar a identificação.

- *Verdades atemporais:*

“*Viajar es la actividad estrella de las vacaciones.*”

“*El clima, la situación política y las condiciones de salud del destino son factores imprescindibles a tener en cuenta.*”

“[...] es importante un mínimo de organización y previsión antes del viaje.”

“*Hay países en los que si no presentas la cartilla de vacunación contra enfermedades concretas y epidemias no te permitirán entrar.*”

- *Hipóteses ou possibilidades:*

“*No importa que sean escapadas de fin de semana o un viaje a otro país (...)*”

“*Pero cualquier viaje, sea de las características que sea, puede convertirse en una pesadilla si los planes no salen bien.*”

“[...] si prefieres dejar que el azar te guíe [...]”

“*Los seguros de viaje no son imprescindibles pero según la duración y el nivel de aventura a la que se vaya a estar expuesto [...]*”

- *Eventos a serem realizados:*

“[...] aquí van algunos consejos que te ayudarán a programar unas vacaciones inolvidables.”

“[...] te ahorrará sorpresas [...]”

“[...] y te ayudará a hacer el equipaje.”

d) Para responder a esta questão, você deve ler o texto com bastante atenção e usar as estratégias que já conhece: seu conhecimento do gênero, do tema e das estruturas estudadas.

Aeroporto – aeropuerto

Agência de viagens – agencia de viajes

Bagagem – equipaje

Carteira de vacinação – cartilla de vacunación

Embaixadas – embajadas

Férias – vacaciones

Passagens – billetes

Permissão especial – permiso especial

Seguros de viagem – seguros de viaje

Taxas de atendimento médico – tasas de atención médica

Visto – visado

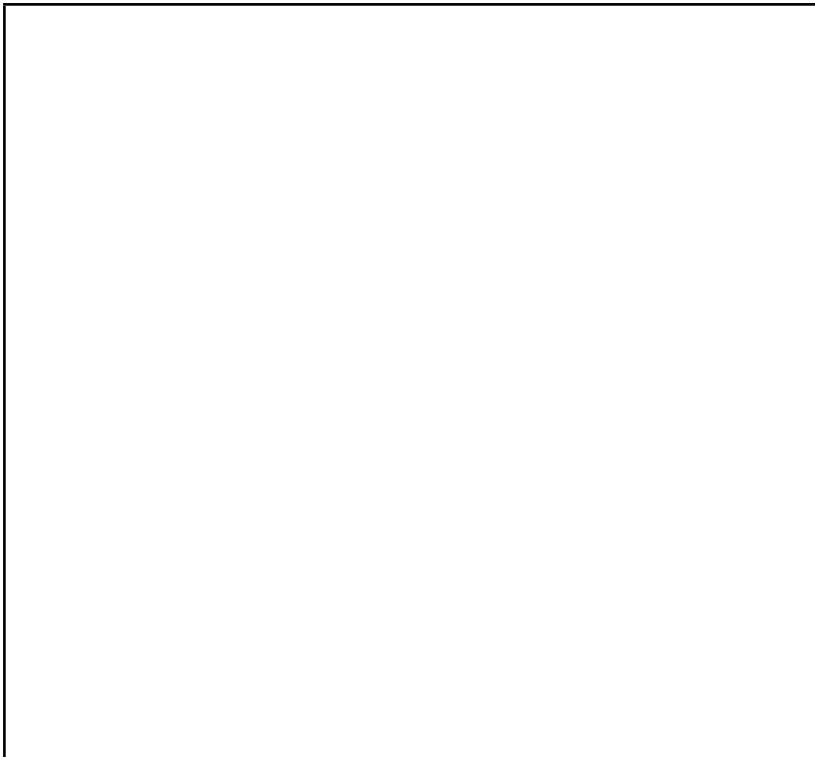
Para concluir, é preciso afirmar, como já dissemos em outras aulas, que uma língua não é apenas um meio de comunicação, mas uma poderosa ferramenta intelectual e social de produção cultural. As escolhas linguísticas que fazemos, como adjetivos, pronomes e verbos, mostram qual é o nosso posicionamento. Por isso, é fundamental tomar cuidado com o que falamos ou escrevemos para não acabarmos reforçando estereótipos e preconceitos.



Atividade final

Elabore em espanhol uma publicidade turística para sua cidade. O desafio é promover sua cidade a partir de um ponto de vista diferente dos estereótipos já conhecidos. Procure criar um slogan interessante. Você pode usar uma foto tirada por você mesmo ou por outra pessoa.

Use o espaço a seguir como rascunho.



Resposta comentada

Para fazer esta atividade você pode usar como base a publicidade de Bogotá estudada nesta aula. Sua publicidade poderá além de slogan e imagem, ter título, assinatura e outros elementos que julgar necessários ao gênero. Para a parte textual, lembre-se do que você já estudou até aqui sobre verbos, pronomes e designações. Também é importante pensar no interlocutor, estrangeiro falante de espanhol, e na forma de tratamento a ser usada.

Resumo

Nesta aula, discutimos o papel que desempenha o discurso publicitário na produção do desejo de consumir.

Vimos também o modo como certos discursos constituem estereótipos que são usados negativa ou positivamente pela publicidade. Estudamos a organização textual das publicidades e identificamos que elas podem ser compostas de: título ou chamada, imagem, texto, slogan e assinatura, dentre outros possíveis elementos.

Ampliamos nossos conhecimentos enciclopédicos sobre a Colômbia e analisamos o modo como este país, por intermédio da publicidade turística, buscou romper com um estereótipo associado à violência para valorizar elementos culturais e naturais seus.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, estudaremos o gênero discursivo manual de instruções e alguns de seus aspectos linguísticos e discursivos, tais como o modo Imperativo e as perífrases verbais modais de obrigação/necessidade. Até lá!

11

Faça o que eu digo: leia o manual de instruções!

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Analisar as características do gênero discursivo manual de instruções. Apresentar as perifrases verbais modais de obrigação/necessidade, o modo Imperativo da língua espanhola e as suas relações com o gênero do discurso manual de instruções.

Propor atividades de compreensão leitora de textos em espanhol, relacionadas ao gênero discursivo manual de instruções, que visam a analisar os aspectos linguísticos e discursivos presentes em sua constituição.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar as características do gênero discursivo manual de instruções;
- 2 reconhecer as peculiaridades das perifrases verbais modais de obrigação/necessidade e do modo Imperativo da língua espanhola bem como seu funcionamento no gênero do discurso manual de instruções;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos escritos em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar os conceitos de gêneros do discurso e de tipologias textuais apresentados na Aula 3. Além disso, é necessário rever o Presente do Indicativo (Aula 4) e o Presente do Subjuntivo (Aula 10).

Introdução

Nesta aula, você estudará as principais características do gênero do discurso manual de instruções, que está diretamente relacionado ao universo do turismo, como veremos mais adiante.

Além disso, conhecerá alguns elementos linguísticos e discursivos presentes na constituição desse gênero. Vamos lá?

O manual de instruções: características e funções

Você já se deu conta de que as instruções estão muito presentes em nosso cotidiano? Não? Então, pense conosco...

Imagine que você está na sua cidade e precisa deslocar-se até um determinado local ao qual não sabe chegar. Naturalmente, você buscará informações que lhe auxiliarão a ir e vir desse lugar, certo? Essas informações podem ser obtidas de diferentes maneiras: desde o acesso a *sites* da internet, que orientam a respeito de como se mover de um ponto a outro, até aquela simples consulta ao vizinho, que parece conhecer a cidade de norte a sul... Tanto as informações presentes na internet como as fornecidas pelo vizinho serão transmitidas por meio de instruções de como se deslocar, que lhe ajudarão a sair de seu ponto de origem e a retornar até ele.

Esse é apenas um exemplo de como as instruções estão presentes em nosso dia a dia! Há muitas outras situações em que somos instruídos e instruímos as outras pessoas. Contudo, nesta aula, você irá aprofundar os seus conhecimentos a respeito de um gênero instrucional específico e que está relacionado ao universo do turismo: o manual de instruções.

Por que afirmamos que o manual de instruções está relacionado com o universo do turismo? Pelo fato de, durante o processo de organização de uma viagem e ao longo da mesma, termos disponibilizada uma série de orientações formalizadas por escrito, que podemos ou devemos seguir, para que tudo funcione. Vejamos alguns exemplos de instruções relacionadas ao ato de viajar:

Que rota rodoviária seguir numa viagem planejada para ser feita de automóvel?

- Como ajustar o cinto de segurança do assento do avião numa primeira experiência de viagem aérea?
- Como montar o equipamento de mergulho para aproveitar as maravilhas submarinas da região litorânea eleita como destino de viagem?
- Como acionar o plano de saúde, em caso de acidente numa viagem internacional?

Mas o que é um manual de instruções? Para que ele serve?

Bem, ele é um texto apresentado em forma de livreto, folheto ou arquivo digital que tem, como principal objetivo, orientar-nos a respeito de como realizar uma determinada ação de modo que consigamos chegar a um fim.

Ele serve para nos ajudar a executar diferentes tipos de tarefas. Por exemplo, quando você programa uma viagem na qual pretende ficar num acampamento e adquire uma barraca de *camping* nova, certamente precisará montá-la (tarefa) pela primeira vez, fazendo a leitura do seu manual de instruções.

Então, esse manual tem um objetivo específico: fazer com que você monte a barraca adequadamente a partir do seu passo a passo... E, se você não seguir direitinho as suas orientações, corre o risco de ser acordado durante sua noite de sono, porque a barraca desmontará sobre sua cabeça!

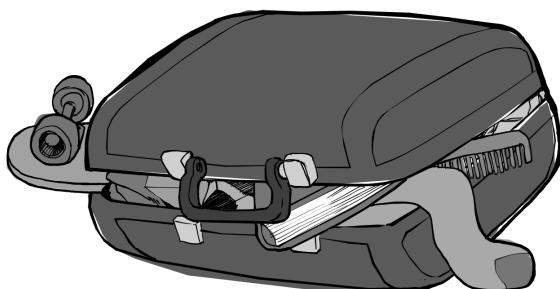


Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:CampingNearTheBeach.jpeg>

No que diz respeito à organização textual do manual de instruções, é necessário considerarmos que as suas características estruturais são definidas pelos seus objetivos específicos (Você se lembra da Aula 3?).

O que queremos dizer? Que há manuais de instruções destinados à orientação da montagem de objetos, como no exemplo da barraca de *camping*. Outros são destinados à instrução de como realizar uma ação que não está propriamente relacionada com a montagem de algo. Por exemplo, quando vamos viajar, precisamos arrumar as nossas malas, correto?

Um “marinheiro de primeira viagem” pode ficar desorientado diante dessa tarefa e procurar orientações sobre “como arrumar uma mala”. E, certamente, podemos encontrar manuais que nos auxiliarão a fazer isso!



Esses manuais podem nos fornecer orientações sobre:

- as roupas mais adequadas para serem levadas a um lugar cujo clima é/está frio;
- a quantidade de peças que deve colocar na bagagem, levando em consideração o seu tempo de permanência no lugar de destino;
- a identificação da bagagem, para que seja fácil a sua localização no momento de retirá-la da esteira rolante do aeroporto, etc.

Você notou, por meio desses dois exemplos, como a estrutura desses manuais de instrução pode ser diferente? Contudo, ambos têm algo em comum: instruem por meio de um “passo a passo”, de um “como fazer?”. É isso que faz com que afirmemos que as

características do gênero do discurso manual de instruções são *relativamente estáveis!* Porque parte delas é definida a partir dos objetivos específicos que cada manual apresenta.

Você observará, primeiramente, as principais características que um manual de instruções voltado para a montagem de um objeto pode apresentar. Vamos lá?

- organização por meio de itens em sequência;
- exposição de imagens do objeto montado;
- ilustração das peças que o compõem e de partes do “passo a passo”;
- explicação a respeito das funções do objeto a ser montado (Para que serve?/Este objeto serve para...);
- apresentação das diferentes partes que o compõem (O objeto é composto por...);
- descrição das funções de cada uma dessas partes (A peça C serve para...);
- orientação sobre o encaixe das partes para a montagem (A peça A deve ser encaixada no lado esquerdo da peça B...)/O “passo a passo”;
- precauções quanto ao uso do objeto (Esse objeto deve ser utilizado...);
- instruções de limpeza e conservação/tempo de vida útil do objeto (Limpar o objeto com um pano úmido.../Não expor ao calor...).

O que você acha de, agora, fazer uma atividade que o auxilie a observar essas características a partir da leitura e análise de um manual de instruções de um objeto, escrito em língua espanhola? Vamos nessa?



Atividade _____

Atende ao objetivo 1

Leia o texto a seguir e, de acordo com as informações nele presentes, faça aquilo que se pede:

80-778-1

Para instrucciones en alemán, francés, español, italiano, holandés y japonés, diríjase a www.msrgear.com/tents/ownersmanual

Instrucciones de montaje de la TIENDA DE CAMPAÑA NOOK™

Las siguientes instrucciones le guiarán únicamente en el proceso de montaje. Para obtener instrucciones completas sobre el cuidado y uso de su tienda de campaña, consulte el manual del usuario en la página www.msrgear.com/tents/ownersmanual.

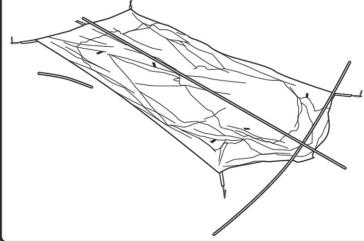
Puede ver en video las instrucciones de montaje de la tienda Nook en www.msrgear.com/Nook

EL PAQUETE CONTIENE:
1 tienda de campaña, 1 doble techo, 1 varilla cruzada, 5 piquetas, 1 varilla de reparación, 1 adaptador para bastones de trekking

**© 2012 Cascade Designs, Inc.
4000 First Avenue South
Seattle, WA 98134 USA
1-800-531-9531 or 1-206-505-9500
MOUNTAIN SAFETY RESEARCH®**

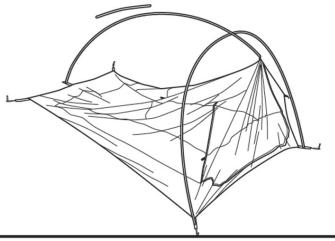
1 PREPARE EL MONTAJE

- Extienda la tienda de campaña; clave bien las piquetas en las esquinas.



2 MONTAR TIENDA DE MARCO

- Introduzca las puntas de la varilla del arco delantero en los ojales situados en las esquinas delanteras de la tienda de campaña.
- Introduzca las puntas de la varilla del arco principal en el ojal posterior y en el ojal encima de la puerta.



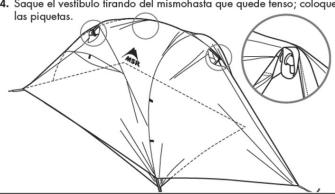
3 FIJE LOS CLIPS

- Introduzca la varilla cruzada corta en los dos ojales situados en la parte central del techo de la tienda de campaña.
- Enganche todos los clips a la estructura de la tienda de campaña.
- Acople el adaptador del bastón de trekking a la parte central del bastón.
- Acople el adaptador del bastón de trekking a la parte central del bastón.
- Fije las cintas de laspiquetas posteriores en el mango y la punta del bastón y extiéndalo hasta que la tienda de campaña quede tensa.
- Introduzca la varilla del arco principal en el ojal del adaptador.



4 INSTALE EL DOBLE TECHO

- Coloque el doble techo sobre la tienda de campaña y acople los ojales de los respiraderos en ambos extremos de la varilla cruzada corta.
- Fije el ojal en la parte superior del vestíbulo en la varilla del arco principal encima de la puerta.
- Monte el doble techo en la tienda de campaña y tense ajustando todos los lazos de las piquetas.
- Saque el vestíbulo tirando del mismo hasta que quede tenso; coloque las piquetas.



Note: Todas las tiendas de campaña requieren la colocación de piquetas. En caso de instalar la tienda sin piquetas, ésta podría sufrir daños a causa del viento. En determinadas condiciones extremas, podría ser necesario el uso de piquetas y tensores adicionales. Podría también ser necesario el reajuste de las piquetas y del doble techo, para que la tienda se mantenga tenso y completamente a salvo de inclemencias. Las bases (Footprints) ayudan a mantener su tienda de campaña limpia, seca y protegida de roces. Si sigue estos consejos prolongará la vida útil de su tienda de campaña.

Fonte: http://media.cascadedesigns.com/pdf/Nook_ES.pdf

- O manual instrui a montagem de qual objeto? Que elementos presentes no texto auxiliaram a chegar a essa resposta?

2. Você já estudou a respeito das características que podem estar presentes na organização de um manual de instruções de um objeto, certo? Com base nisso, assinale as alternativas que estão presentes na organização do texto lido:

- (a) organização por meio de itens em sequência;
- (b) exposição de imagens do objeto montado;
- (c) ilustração do “passo a passo”;
- (d) explicação a respeito das funções do objeto a ser montado;
- (e) apresentação das diferentes partes que o compõem;
- (f) descrição das funções de cada uma dessas partes;
- (g) orientação sobre o encaixe das partes para a montagem;
- (h) precauções quanto ao uso do objeto;
- (i) instruções de limpeza e conservação.

3. Agora, apresente características presentes na estruturação do manual de instruções lido, mas que não foram expostas dentre aquelas estudadas anteriormente.

Resposta comentada

1. *O manual instrui a montagem de uma barraca de camping. O título do próprio manual de instruções (Tienda de Campaña Nook) e as imagens do objeto a ser montado (barraca de camping) são elementos do texto que nos auxiliam a chegar a essa conclusão.*

2. *As alternativas presentes na organização do manual da barraca de camping são: a; b; c; e; g; h.*

3. *Características particulares do manual de instruções da barraca de camping: (1) exposição do endereço de um site no qual o coenunciador pode fazer a leitura do manual em outros idiomas; (2) informação de que as instruções completas referentes ao cuidado e ao uso da barraca de camping estão disponíveis numa página eletrônica, cujo endereço do site está disponibilizado; (3) apresentação da possibilidade de ter acesso às instruções de montagem da*

barraca de camping por meio de um vídeo disponível no site referido anteriormente; (4) presença da marca do fabricante do produto e dos seus contatos (endereço e telefones).

Você viu, até aqui, características estruturais do manual de instruções voltado para a montagem de objetos, certo? Que tal ver, agora, a estruturação do manual de instruções direcionado para a realização de outras ações? Vamos nessa?

Bem; há elementos presentes nos manuais de instruções voltados para a montagem de objetos que são comuns a outros tipos de manual. Notamos, contudo, que a sua estrutura é um pouco mais simples. Vejamos suas características estruturais básicas:

- introdução a respeito daquilo que se pretende orientar / instruir;
- apresentação de uma sequência de tópicos / itens a serem seguidos (“passo a passo”);
- exibição de imagens relacionadas à ação orientada;
- ilustração das etapas presentes na sequência do “passo a passo”;
- exposição de uma pequena conclusão.

Vamos fazer uma atividade de leitura e análise de um texto em língua espanhola, que auxiliará na observação dessas características?



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 3

Leia o texto a seguir e faça as questões propostas:

Botiquín Al Maletín

Siempre en todo viaje que se haga es necesario llevar consigo mismo un botiquín que nos sirva de primer auxilio en caso de que se tenga un percance de cualquier tipo, por eso es necesario meter una serie de elementos que aquí os describimos.



Hoy en día se necesita una serie de utensilios necesarios para cada viaje. Hoy quiero detenerme en el botiquín, el cual siempre es necesario y útil para cualquier viaje, sea de un fin de semana o de un mes. De entre lo esencial se debe de llevar consigo mismo una serie de cosas que les voy a enumerar.

Elementos de primeros auxilios como: esparadrapo, vendas, tiritas, antiséptico limpiador de heridas, tijeras, apó-sitos estériles, también es muy útil meter un termómetro para las tan inesperadas fiebres o gripes.

Debemos de meter algún medicamento sin receta como los analgésicos (tipo ibuprofeno), antipiréticos contra la fiebre (paracetamol), laxantes y antidiarreicos, gotas para los ojos, tratamiento para las picaduras de insectos (así como repelentes), antihistamínicos, descongestionantes nasales, pastillas contra el mareo.

Es de vital importancia llevar medicamentos abundantes si estamos siguiendo un tratamiento para no quedarnos sin ellos durante la estancia.

Atención al consumo de agua porque no todos los países tienen el agua de la misma calidad que aquí y son focos de infecciones. Debe beberse agua embotellada.

Si sufre deshidratación debe de llevar sales minerales.

Espero que estos pequeños consejos los tengan en cuenta y estos días descansen que seguro que se lo merecen.
¡Disfruten de sus vacaciones!

Fonte: Adaptado de <http://www.paseosyviajes.com/equipaje-y-accesorios/100808-botiquin-al-maletin.html>.

Aula 11 • Faça o que eu digo: leia o manual de instruções!

1. O que você acha de ampliar o seu vocabulário em língua espanhola? Correlacione as colunas A e B, para saber se consegue inferir o significado das seguintes palavras que aparecem no texto:

COLUNA A	COLUNA B
1. <i>Botiquín</i>	() a) Tira adesiva utilizada para cobrir pequenos ferimentos (<i>band-aid</i>).
2. <i>Maletín</i>	() b) Curativo de gaze ou algodão utilizado para aplicar remédio ou para cobrir ferimentos.
3. <i>Percance</i>	() c) Caixa ou maleta usada para guardar ou transportar medicamentos.
4. <i>Tiritas</i>	() d) Tesouras
5. <i>Tijeras</i>	() e) Maleta pequena
6. <i>Apósito</i>	() f) Comprimidos
7. <i>Pastillas</i>	() g) Contratempo; imprevisto
8. <i>Mareo</i>	() h) Engarrafada
9. <i>Embotellada</i>	() i) Enjoo

2. Agora, após a inferência de significado de algumas palavras presentes no texto, responda:

a) O que as orientações presentes no texto nos auxiliam a realizar?

b) Que elementos presentes no texto permitiram chegar a essa resposta?

3. Você já estudou a respeito das características que podem estar presentes na estruturação de instruções dissociadas do ato de montagem de um objeto, não é mesmo? Com base nisso, assinale as alternativas que estão presentes na organização do texto:

- a) introdução a respeito daquilo que se pretende orientar/instruir;
b) apresentação de uma sequência de tópicos / itens a serem seguidos (“passo a passo”);

- c) exibição de imagens relacionadas à ação orientada;
- d) ilustração das etapas presentes na sequência do “passo a passo”;
- e) exposição de uma pequena conclusão.

Resposta comentada

1. A correlação entre as colunas A e B é a seguinte: a-4; b-6; c-1; d-5; e-2; f-7; g-3; h-9; i-8.
2. a) As orientações presentes no texto nos auxiliam a organizar uma caixa de primeiros socorros para ser levada em nossa bagagem durante a realização de uma viagem;
b) A imagem de objetos relacionados aos primeiros socorros e o campo semântico (conjunto de palavras unidas pelo sentido, por uma área de significação) a ela relacionado são elementos do texto que nos permitem chegar a essa conclusão.
3. As alternativas presentes na organização do texto são: a; b; c; e.

Até aqui, você observou a organização textual do gênero do discurso manual de instruções, certo? Agora nós vamos ver os principais elementos linguísticos e discursivos empregados em sua constituição.

O manual de instruções: elementos linguísticos e discursivos

Durante esta aula, você já teve a oportunidade de ler que o gênero discursivo manual de instruções tem como objetivo instruir/orientar a respeito da realização de diferentes tarefas, não é mesmo? Essa instrução/orientação é feita por meio de elementos linguísticos e discursivos que tornam possível a produção de sentidos estabelecida entre aquele que orienta (enunciador) e aquele que recebe as orientações (coenunciador). Vimos isso na Aula 2, você se lembra? Há dois elementos muito característicos no que diz respeito à organização de textos voltados para a instrução/orientação:

- as perífrases verbais modais de obrigação/necessidade;
- o modo Imperativo.

Você vai estudá-los a partir de atividades que permitirão a sua observação e compreensão. Podemos prosseguir? Então, lá vamos nós!

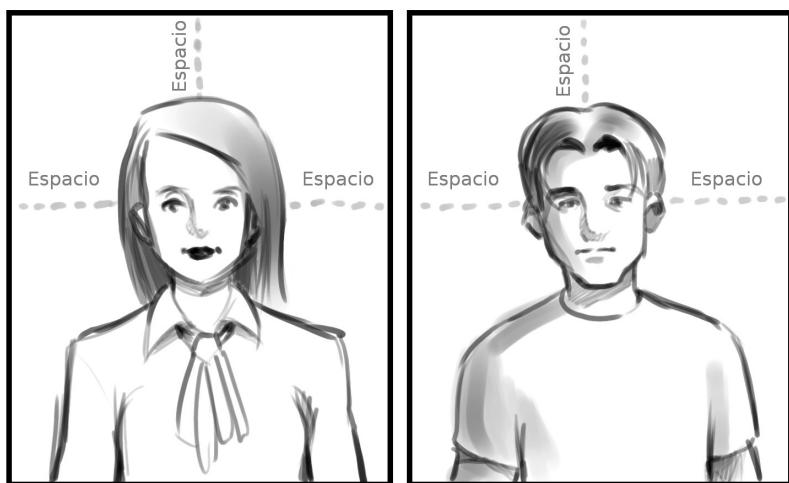


Atividade

Atende ao objetivo 2

Leia o texto a seguir e faça as questões propostas:

Fotos correctas para el pasaporte



- en Brasil, las fotos deben tener 7x5 de tamaño;
- las fotos tienen que presentar el fondo totalmente blanco;
- debes estar de frente;
- debes evitar usar ropa clara y deportiva;
- tienes que mantener la frente despejada y los ojos abiertos;
- no debes sonreír;
- no debes llevar anteojos.

Glossário

frente: testa

despejado(a): descontraído(a)

anteojos: óculos

1. O texto oferece orientações referentes a quê? Que elementos presentes no texto auxiliaram chegar a essa resposta?

2. No texto, há emprego de expressões que indicam a obrigação/necessidade da realização de determinadas ações. Elas explicitam aquilo que o enunciador (orientador) espera que seu coenunciador (orientado) faça. Você deve sublinhar cada uma dessas expressões que aparecem no texto.

3. Agora, com base nas expressões sublinhadas no texto, explice:

- a) qual pessoa do discurso (1^a, 2^a, 3^a / singular ou plural) o enunciador do texto se dirige;

- b) qual é o tipo de tratamento (formal/informal) estabelecido entre o enunciador e o coenunciador;

- c) que marcas linguísticas permitiram-lhe chegar a essas respostas.

Resposta comentada

1. O texto oferece orientações referentes a como deve ser tirada a fotografia utilizada no passaporte de viagem. O título do texto (*Fotos correctas para el pasaporte*), as imagens nele presentes (*semelhantes à fotografias*) e o seu campo semântico (*conjunto de palavras unidas pelo sentido, por uma área de significação*) são elementos que nos auxiliam a chegar a essa conclusão.

2. As expressões que indicam obrigação/necessidade são as seguintes (na ordem em que aparecem no texto):

- “*las fotos deben tener*”;
- “*las fotos tienen que presentar*”;
- “*debes estar*”;
- “*debes evitar*”;

- “tienes que mantener”;
- “No debes sonreír”;
- “No debes llevar”.

3. a) O enunciador do texto se dirige à 2ª pessoa do singular –TÚ–.
b) O tratamento estabelecido entre o enunciador e o coenunciador do texto é o informal.
c) As marcas linguísticas que nos permitem chegar às respostas anteriores estão presentes nos verbos utilizados na estruturação do texto, os quais indicam à qual pessoa o enunciador do texto se dirige e de que modo, como podemos ver em: (tú) “debes” e (tú) “tienes”.

Expressões de obrigatoriedade/necessidade

Na atividade anterior, você teve a possibilidade de observar e analisar o emprego de algumas expressões que indicam obrigatoriedade/necessidade, não é mesmo? Essas expressões recebem o nome de: *perífrases verbais modais de obrigação/necessidade*. Elas são construções formadas pelos verbos auxiliares da língua espanhola, *tener*, *haber* e *deber*, seguidos de um verbo no infinitivo, como, por exemplo, no fragmento “*No debes sonreír*”, onde “*debes*” é o verbo auxiliar e “*sonreír*” é o verbo no infinitivo.

Os verbos auxiliares são responsáveis por indicar a pessoa do discurso para quem se fala. Já os verbos no infinitivo são responsáveis pelo conteúdo, pelo significado presente na perífrase verbal.

Entre os verbos auxiliares e os verbos no infinitivo pode haver um conectivo. O que é isso?

É um elemento linguístico – uma conjunção ou uma preposição – que serve para conectar um verbo a outro. No fragmento “*Tienes que mantener la frente despejada y los ojos abiertos*”, o verbo auxiliar “*tener*” indica à qual pessoa do discurso o enunciador se dirige (2ª pessoa do singular – tú –/tratamento informal) e o verbo no infinitivo “*mantener*” explicita aquilo que se espera do coenunciador.

Essas perífrases verbais informam sobre a atitude do falante diante da ação verbal. O que isso quer dizer? Que, através delas, é possível identificar aquilo que ele espera de seu coenunciador.

Mas o que isso tem a ver com o gênero do discurso manual de instruções? É simples! As perifrases verbais modais de obrigação/necessidade aparecem na estruturação das instruções, servindo para indicar aquilo que tem, que deve, que precisa ser feito para que se consiga chegar a um determinado fim. Vamos observar o quadro a seguir:

Verbos Auxiliares	Conectivos	Verbos no Infinitivo
Tener	que	poner
Haber	de / que	llegar
Deber	de / Ø	llevar [...]

Exemplos:

- tienes que poner en el maletín los objetos de primer auxilio;
- hay que llegar al aeropuerto una hora antes del vuelo para evitar problemas;
- debe llevar el mapa del barrio en que se hospedará.

Em cada uma dessas frases, é possível identificar a quem se fala e com qual objetivo; basta analisar as marcas linguísticas presentes em cada uma das perifrases verbais modais de obrigação/necessidade:

- Na primeira frase, o enunciador é a 2ª pessoa do singular – *tú*, o que indica a informalidade estabelecida entre o orientador e o orientado. Podemos chegar a essa conclusão considerando a desinência de pessoa do verbo “*tener*”: *tú tienes*. Espera-se que o orientado ponha em sua maleta uma caixa de primeiros socorros. A expressão é dirigida àqueles que estão arrumando ou pretendem arrumar a mala de viagem.
- Na segunda, a perífrase “*hay que*” é genérica, ou seja, dirige-se a um público em geral, sem especificar a pessoa para quem se fala. É uma orientação destinada a todos aqueles que farão uma viagem aérea.
- Já na terceira frase, o enunciador se dirige à 3ª pessoa do singular, conforme indica a desinência de pessoa do verbo “*deber*”:

debe llevar. Ela faz referência ao *usted* e indica um tratamento formal. Por que afirmamos que a perífrase verbal é destinada ao *usted* e não a *él/ella*? Porque as instruções só podem ocorrer entre as duas pessoas participantes do ato da enunciação (*eu <> tu/você*) e não é possível estabelecê-las com uma pessoa que está fora dela. Aqui, a orientação é dirigida a uma pessoa que não conhece o lugar em que ficará hospedada.

Bem; agora que você teve a oportunidade de entender a relação existente entre as perífrases verbais modais de obrigação/necessidade e o manual de instruções, vamos estudar a sua ligação com o modo Imperativo. Mas iniciaremos o estudo por meio de uma atividade. Vamos lá?



Atividade

Atende ao objetivo 2

Leia o texto a seguir e faça as questões propostas:

Reanimación cardio pulmonar (RCP)

La RCP combina respiración boca a boca, que suministra oxígeno a los pulmones de la víctima, y compresiones cardíacas, que mantienen la sangre oxigenada circulando hasta que se puedan restablecer la respiración y las palpaciones cardíacas en forma efectiva.



Si un niño no está respirando:
cubre firmemente con la boca, la boca del niño;
cierra la nariz con los dedos;
mantén la barbillla levantada y la cabeza inclinada;
da 2 insuflaciones. Cada insuflación debe tomar alrededor
de un segundo y hacer que el pecho se levante;
aplica 30 compresiones, permitiendo cada vez que el pe-
cho se levante completamente;
la intensidad de las compresiones debe ser menor que la
aplicación en adultos.

Fonte: Adaptado de <http://tuvidacuida.blogspot.com.br/2009/11/reanimacion-cardio-pulmonar-rcp.html>.

1. O texto oferece orientações referentes a quê? Que elementos presentes no texto auxiliaram a chegar a essa resposta?

2. Estabeleça uma relação entre o texto e o universo do turismo.

3. No texto, há o emprego de perífrases verbais modais de obrigação/necessidade. Quais são as orientações transmitidas por meio delas?

4. No texto, além do uso de perífrases verbais, também há utilização de verbos que indicam uma série de ações que devem ser seguidas para que a orientação presente no texto possa ser concretizada.

- a) Identifique cada um deles.

b) Explique, resumidamente, a ação que o enunciador do texto espera que o seu coenunciador realize a partir do emprego de cada um desses verbos.

Resposta comentada

1. O texto oferece orientações referentes a como realizar o procedimento de reanimação cardiopulmonar. O título do texto (*Reanimación cardio pulmonar*), a imagem nele presente e o seu campo semântico (conjunto de palavras unidas pelo sentido, por uma área de significação) são elementos que nos permitem chegar a essa resposta.

2. Podemos afirmar que há uma relação entre o texto e o universo do turismo, porque numa viagem ou até mesmo numa atividade turística – como a realização de uma trilha ou de um mergulho –, podem ocorrer situações em que seja necessária a execução da reanimação cardiopulmonar. Isso ressalta a importância da necessidade de profissionais do turismo e também de os turistas conhecerem e saberem aplicar procedimentos de primeiros socorros.

3. As orientações transmitidas por meio das perífrases modais de obrigação/necessidade são:

- Cada insuflação (sopro de ar) dever levar em torno de um segundo e fazer com que o peito se levante.
- A intensidade das compressões (impulsos no peito) deve ser menor que a aplicada nas crianças.

4. a) Os verbos que indicam ações a serem seguidas são “cubre”; “cierra”; “mantén”; “da”; “aplica”;

b) As ações esperadas pelo enunciador do texto são:

Que o coenunciador: (a) cubra a boca da criança firmemente com a sua; (b) feche o seu nariz com os dedos; (c) mantenha seu queixo levantado e sua cabeça inclinada; (d) dê duas insuflações (sopros de ar); (e) aplique 30 compressões (impulsos em seu peito).

O modo Imperativo

Na atividade anterior, você observou o emprego de verbos que servem para indicar aquilo que *deve/precisa* ser feito, não é mesmo?

Esses verbos estão conjugados no modo Imperativo! Normalmente, o imperativo é compreendido como um modo utilizado para dar ordens, para mandar. Mas ele não tem apenas essa função! Também é possível empregar o modo Imperativo para fazer pedidos, dar conselhos e sugestões!

Como vimos, *ele aparece na estruturação das instruções*, não para ordenar ou mandar, mas *para orientar o passo a passo de ações* que precisam ser realizadas se pretendemos chegar a um determinado fim. Então, notamos que o modo Imperativo é usado para indicar aquilo que o enunciador espera de seu coenunciador: ordenando, mandando, pedindo, aconselhando, sugerindo, instruindo etc.

Vamos ver de que maneira se forma a conjugação do modo Imperativo? Observe o quadro a seguir:

Presente do Indicativo		Imperativo		Presente do Subjuntivo
1ª conjugação: AR <u>cerrar</u> Yo cierro Tú cierras Él/ella/usted cierra Nosotros(as) cerramos Vosotros(as) cerráis Ellos/ellas/ustedes cierran	→ →	Ø <u>cierra tú</u> <u>cierre usted</u> <u>cerremos nosotros</u> <u>cerrad vosotros(as)</u> <u>cierren ustedes</u>		Que... Yo cierre Tú cierras Él/ella/usted cierre Nosotros(as) cerremos Vosotros(as) cerráis Ellos/ellas/ustedes cierren

Certamente, observando o quadro anterior, você notou as particularidades da formação do modo Imperativo, não é mesmo?

Vamos organizá-las a seguir?

- o Imperativo é formado a partir do Presente do Indicativo e do Presente do Subjuntivo (Você se lembra das Aulas 4 e 10?);
- não há a conjugação da 1ª pessoa do singular – *yo*;
- a 2ª pessoa do singular – *tú* – é formada a partir do Presente do Indicativo. Suprime-se a letra *s* ou as letras *es* (como veremos em outros exemplos) finais do verbo conjugado;
- a 2ª pessoa do plural – *vosotros(as)* – também é formada a partir do Presente do Indicativo. Substitui-se a letra *r* final de cada verbo no infinitivo pela letra *d*;

Aula 11 • Faça o que eu digo: leia o manual de instruções!

- a 3^a pessoa do singular – *usted* –, a 1^a pessoa do plural – *nosotros(as)* – e a 3^a pessoa do plural – *ustedes* – são formadas a partir do Presente do Subjuntivo.



Vamos ver, agora, a conjugação de verbos da 2^a e da 3^a conjugações no modo Imperativo?

Presente do Indicativo		Imperativo		Presente do Subjuntivo
2 ^a conjugação: ER <u>mantener</u> (irregular)				<u>Que...</u>
Yo mantengo Tú mantienes Él/ella/usted mantiene Nosotros(as) mantenemos Vosotros(as) mantenéis Ellos/ellas/ustedes mantienen	→	Ø <u>mantén tú</u> <u>mantenga usted</u> <u>mantengamos nosotros</u> <u>mantened vosotros(as)</u> <u>mantengan ustedes</u>	← ← ←	Yo mantenga Tú mantengas Él/ella/usted mantenga Nosotros(as) mantengamos Vosotros(as) mantengáis Ellos/ellas/ustedes mantengan

Observação: O verbo *mantener* é derivado do verbo *tener*, estudado nas aulas anteriores.

Presente do Indicativo		Imperativo		Presente do Subjuntivo
3 ^a conjugação: IR <u>cubrir</u>				<u>Que...</u>
Yo cubro Tú cubres Él/ella/usted cubre Nosotros(as) cubrimos Vosotros(as) cubrís Ellos/ellas/ustedes cubren	→	Ø <u>cubre tú</u> <u>cubra usted</u> <u>cubramos nosotros</u> <u>cubrid vosotros(as)</u> <u>cubran ustedes</u>	← ← ←	Yo cubra Tú cubras Él/ella/usted cubra Nosotros(as) cubramos Vosotros(as) cubráis Ellos/ellas/ustedes cubran

Agora, que você conhece as principais características do gênero discursivo manual de instruções e os elementos linguísticos e discursivos presentes em sua constituição, vamos fazer atividades sobre o que estudou?



Atividade

Atende aos objetivos 1, 2 e 3

Leia o texto a seguir e faça as questões propostas:

Cómo desinfectar el equipaje para un viaje

Por Borja Lopez



La mayoría de las personas que viajan en tren, avión o autobús saben sobre la importancia de lavarse las manos después de usar el baño, antes de comer una comida o tomar un tentempié. Un elemento que alberga varios tipos de gérmenes que a menudo se pasa por alto, es el equipaje. Si el suyo es una maleta de cuero o una bolsa de lona o de nylon, deberá tener en cuenta que la superficie del equipaje es manejada por varias personas antes de que llegue de nuevo a usted. Desinfectar el interior y exterior del equipaje le protegerá de una posible enfermedad durante o después del viaje.

Instrucciones

1. Saque el contenido de la maleta que quiere desinfectar, incluyendo la ropa, artículos de tocador y los zapatos.
2. Combine una cucharada de jabón suave y dos tazas de agua. Si está en una habitación de hotel y no hay jabón para lavar platos a mano, puede hacerlo con un limpiador facial suave o gel de baño. Asegúrese de que los detergentes y productos de jabón de belleza no contengan tintes fuertes o perfumes.

Aula 11 • Faça o que eu digo: leia o manual de instruções!

3. Sumerja un paño suave en la mezcla y límpie el interior y exterior de cada maleta. Prestar especial atención a las áreas que están más expuestas a los gérmenes, como las ruedas, correas y manijas.

4. Deje que el equipaje seque y rocíe todo el exterior y el interior de la pieza con spray desinfectante. Si su bolso está fabricado en piel, pruebe primero en un área poco visible para asegurarse de no causar daños.

Fonte: Adaptado de <http://ocio.uncomo.com/articulo/como-desinfectar-el-equipaje-para-un-viaje-2808.html>.

1. Possivelmente, você pode ter encontrado um pouco de dificuldade para compreender o significado de algumas palavras do texto, não é mesmo? Com base no contexto em que aparecem empregadas, infira o significado das palavras apresentadas a seguir, relacionando as colunas A e B.

COLUNA A	COLUNA B
a. Equipaje	1. () Hospedar; guardar
b. Tentempié	2. () Mistura
c. Alberga (v. albergar)	3. () Bagagem
d. Tocador	4. () Borrifar
e. Cucharada	5. () Lanche; tira-gosto
f. Tazas	6. () Xícaras
g. Mezcla	7. () Penteadeira; toucador
h. Manijas	8. () Cabo; alça
i. Rocíe (v. rociar)	9. () Colherada

2. Qual é a instrução passada por meio do texto? Quais elementos nele presentes auxiliaram a chegar a essa resposta?

3. Qual tratamento (formal/informal) é estabelecido entre o enumerador do texto e seu coenunciador? Que elementos do texto permitiram chegar a essa resposta?

4. As instruções presentes na constituição do texto são passadas, em sua maioria, pelas perifrases verbais modais de obrigação/necessidade ou pelo modo Imperativo?

5. Sublinhe, no texto, os elementos linguísticos que, de acordo com a resposta da questão anterior, aparecem em predomínio em sua constituição.

6. Agora, de acordo com o conteúdo do texto, marque verdadeiro (V) ou falso (F) para cada uma das afirmativas apresentadas a seguir.

1. () A bagagem é um elemento que contém vários tipos de germes, o que passa despercebido por nós.
2. () Para desinfetar a bagagem, basta combinar uma colherada de sabão suave com duas xícaras de água e esfregar a mistura em sua superfície com uma escova de *nylon*.
3. () Na ausência de sabão suave, as alternativas para substituí-lo na composição da solução de limpeza da bagagem são o sabonete facial suave ou o gel de banho.
4. () É preciso estar atento ao tipo de material de que é composta a bagagem, pois ela pode ser danificada ao borrifarmos *spray* desinfetante em sua superfície.
5. () As áreas mais expostas à contaminação por germes são as rodas, as correias e as alças da bagagem; por isso, devemos prestar atenção especial a esses elementos no momento em que estivermos fazendo a sua limpeza.

Resposta comentada

1. A correlação entre as colunas A e B é a seguinte: 1-c; 2-g; 3-a; 4-i; 5-b; 6-f; 7-d; 8-h; 9-e.

2. A instrução passada pelo texto é a de como desinfetar a bagagem para uma viagem. O título do texto (*Como desinfectar el equipaje para um viaje*), a imagem nele presente e o seu campo semântico (conjunto de palavras unidas pelo sentido, por uma área de significação) são elementos que nos permitem chegar a essa resposta.

3. O tratamento estabelecido entre o enunciador e o coenunciador do texto é o formal. O pronome pessoal usted ("la superficie del equipaje es manejada por varias personas antes de que llegue de nuevo a usted"), o pronome possessivo SUYO ("Si el suyo es una maleta de cuero") e os verbos conjugados no imperativo ("saque"; "combine"; "sumerja"; "deje"; etc.), que indicam a 3^a pessoa do singular, são elementos que nos permitem chegar a essa resposta.

4. As instruções presentes no texto são passadas, em sua maioria, pelo modo Imperativo.

5. Os verbos conjugados no modo Imperativo, os quais aparecem em predomínio com relação às perifrases verbais modais de obrigação / necessidade são "saque"; "combine"; "asegúrese"; "sumerja"; "limpie"; "deje"; "rocíe"; "pruebe".

6. As afirmativas são: 1-V; 2-F; 3-V; 4-V; 5-V.

A afirmativa correta do nº 2 seria: Para desinfetar a bagagem, basta combinar uma colherada de sabão suave com duas xícaras de água, mergulhar um pano suave na mistura e fazer a sua limpeza.

Agora, após ter estudado a respeito do gênero discursivo manual de instruções, da perífrase verbal modal de obrigação/ necessidade e do modo Imperativo, você fará uma Atividade Final, na qual poderá aplicar os conhecimentos adquiridos na aula.

Boa sorte!



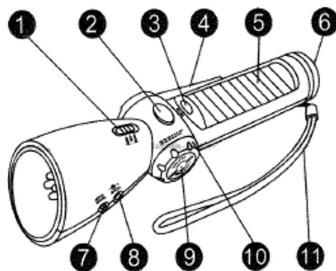
Atividade final

Leia o texto a seguir e faça as questões propostas:



— Patent No:200730131801.2 —

■ Descripción de las partes



- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| ① Selector de funciones | ⑦ Puerto p/carga de celulares |
| ② Encendido/Ap. de linterna | ⑧ Puerto para Cargador DC |
| ③ Selector banda de radio | ⑨ Perilla de Volumen |
| ④ Manija Dinamo | ⑩ Sintonizador de radio |
| ⑤ Celdas Solares | ⑪ Cordón - Antena |
| ⑥ Bocina para Radio | |

1. Instrucciones para Uso de Radio
 - 1) Girar la perilla de Volumen ⑨ para encender la radio. Ajuste el volumen
 - 2) Presione el botón selector de banda de radio ⑩ y use la perilla para sintonizar ⑩ la estación deseada.
2. Instrucciones para la Lámpara y la Sirena

Presione el botón de encendido de linterna ② y vuelva a presionarlo para apagarla.

IMPORTANTE: Al terminar de utilizar la función de radio o sirena, esperar 20 segundos antes de activar la función de linterna. NO se recomienda utilizar las funciones de radio y linterna al mismo tiempo

3. Métodos de Carga

1) Oriente las celdas solares hacia la luz del sol (o a una fuente de luz artificial blanca). Se sugiere exponer al sol únicamente la zona de celdas solares, a fin de evitar el sobrecalentamiento del material plástico del resto del equipo. Mientras más fuerte sea el brillo del sol, más alta será la eficiencia de carga. Bajo un estándar de luz solar de 1000W/m², la batería interna puede ser cargada completamente en 8 horas.

2)Despliegue la manija dinamo ④ sostenga el cuerpo, y gire la manija en cualquier sentido, a 120 vueltas por minuto (2 por seg)
IMPORTANTE: La única manera de cargar un celular o dispositivo es utilizando el dinamo!

3)Puede ser cargada mediante un eliminador / adaptador de corriente directa DC, tan solo insertando el conector en el socket de carga (DC IN). Tiempo de carga: 2-5 horas.

■ Características

1. Diseño estilizado y elegante. Herramienta básica para todos los viajes familiares
2. Equipo ecológico que utiliza las energías mecánica y solar para generar electricidad, de alta eficiencia
3. Utiliza 7 LEDs de luz blanca de alta intensidad y bajo consumo
4. Radio AM/FM, con bocina de sonido claro
5. Puede cargar dispositivos y celulares Samsung, Nokia, Motorola, así como otros dispositivos móviles
6. Con la carga completa, la linterna puede alumbrar continuamente durante 6 a 8 horas. 1 minuto de giros con el dinamo puede proporcionar 10 minutos de luz
7. Integra funciones de luz intermitente de emergencia, cargador de celulares y dispositivos compatibles, sirena de emergencia y cargador solar.

■ Especificaciones Técnicas

- 1) Alcances de Radio: FM 88Mhz -108Mhz
 AM 540 - 1600Khz
- 2) Voltaje de Bocina: 0.25 W
- 3) Vida de LEDs: Más de 10 mil horas
- 4) Potencia de batería solar: Más de 0.24 W
- 5) Medidas: 245 X 64 X 68mm
- 6) Peso: 274gr

Cuidados Especiales

1. Este producto no debería de ser utilizado por menores de 8 años de edad.
 2. Mantener el equipo protegido cuando no esté en uso
 3. Se sugiere no utilizar el equipo en ambientes demasiado fríos, calientes, polvorientos o húmedos.
 4. No usar líquidos abrasivos para su limpieza, sólo líquido limpiador neutro y un paño suave.
- Recordatorio: Asegúrese de apagar completamente todas las funciones al guardar el equipo, de lo contrario, las baterías internas podrían dañarse irreparablemente

Fonte: <http://ideas-para-llevar.blogspot.com.br/2011/04/manual-de-operacion-en-espanol-de.html>

1. O manual de instruções que você leu orienta sobre a utilização de qual objeto? Como você chegou a essa resposta?

2. Estabeleça uma relação entre o texto e o universo do turismo.

3. A orientação dada pelo enunciador indica que ele estabelece uma relação de formalidade ou de informalidade com o seu coenunciador? Justifique sua resposta com base em elementos presentes no texto.

4. O que é mais utilizado na organização estrutural do texto: as perífrases verbais modais de obrigação/necessidade ou o modo Imperativo?

5. Sublinhe, no texto, os elementos linguísticos que, de acordo com a resposta da questão anterior, aparecem em predomínio em sua constituição.

6. Você já estudou a respeito das características que podem estar presentes na organização de um manual de instruções de um objeto, certo? Com base nisso, assinale as alternativas que estão presentes na organização do texto lido:

- (a) Organização por meio de itens em sequência.
- (b) Exposição de imagens do objeto montado.
- (c) Ilustração do “passo a passo”.
- (d) Explicação a respeito das funções do objeto a ser montado.
- (e) Apresentação das diferentes partes que o compõem.
- (f) Descrição das funções de cada uma dessas partes.
- (g) Orientação sobre o encaixe das partes para a montagem.
- (h) Precauções quanto ao uso do objeto.
- (i) Instruções de limpeza e conservação.

7. Agora, apresente características presentes na estruturação do manual de instruções lido, que não foram expostas dentre aquelas estudadas anteriormente.

Resposta comentada

1. *O manual instrui sobre a utilização de um objeto que possui tripla função. Ele é, ao mesmo tempo, uma lanterna, um rádio e uma sirene. É possível chegarmos à resposta a partir da imagem, das descrições e das explicações presentes no texto.*

2. *A relação que podemos estabelecer entre o texto e o universo do turismo diz respeito ao uso do objeto apresentado no manual de instruções. A lanterna/rádio/sirene pode ser muito útil em determinados tipos de viagem, nos quais há a prática do camping, a realização de trilhas, escaladas, etc.*

3. *A relação estabelecida entre o enunciador e o coenunciador é formal, conforme podemos observar nos verbos conjugados no modo Imperativo, os quais estão na 3ª pessoa do singular – USTED –: "presione"; "use"; "oriente"; "despliegue", etc.*

4. *O modo Imperativo é o mais empregado nas instruções presentes no texto.*

5. *Os verbos no Imperativo que aparecem na constituição do texto são "ajuste"; "presione"; "use"; "vuelva"; "oriente"; "despliegue"; "sostenga"; "gire"; "asegúrese".*

6. *As alternativas que estão presentes na organização do manual são: a; b; d; e; h; i.*

7. *O manual de instruções apresenta as seguintes características particulares:*

- *Instruções sobre como usar o aparelho.*
- *Orientações a respeito de como carregar a sua bateria.*
- *Apresentação de características extras, como o seu designer, o seu modelo ecológico, etc.*
- *Exposição de especificações técnicas detalhadas.*

Resumo

Nesta aula, você estudou a respeito do gênero discursivo manual de instruções e sobre as perifrases verbais modais de obrigação/necessidade e o modo Imperativo (elementos presentes em sua constituição). Refletiu acerca da relação estabelecida entre esse gênero e o universo do turismo, além de realizar atividades de compreensão leitora que lhe permitiram observar e analisar o conteúdo abordado.

Informações sobre a próxima aula

Na próxima aula, você estudará sobre o gênero do discurso publicidade, bem como elementos linguísticos presentes em sua constituição. Vamos lá?

12

Publicidade: leia, escolha, compre!

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Retomar o gênero publicidade e os elementos linguísticos e discursivos característicos de sua organização, por meio de atividades de compreensão leitora.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar os elementos principais de uma publicidade;
- 2 conhecer as principais estratégias argumentativas utilizadas na publicidade para o convencimento do leitor;
- 3 reconhecer verbos no modo imperativo e seu uso nas publicidades;
- 4 construir sentidos a partir da leitura de textos escritos em língua espanhola e das atividades propostas.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar os conceitos de gêneros do discurso apresentados na Aula 3 e, especificamente, o gênero publicidade, apresentado na Aula 10. Também será importante retomar as explicações do modo Imperativo da língua espanhola, expostas na Aula 11.

Introdução

Na Aula 10, você trabalhou com o gênero de discurso publicidade e seu papel no turismo como atividade econômica, com o intuito de difundir destinos e produzir, em potenciais turistas, o desejo de conhecê-los. Você também estudou, nessa aula, a categoria dos verbos nos tempos do Presente do Subjuntivo e do Futuro do Indicativo e como esses contribuem para a construção de imagens positivas dos destinos divulgados, certo?

Agora, na Aula 12, vamos continuar falando de publicidades que promovem destinos, mas focando aquelas com o fim de promover serviços de turismo e/ou temas relacionados, como restaurantes, eventos culturais, hotéis e transporte. Vamos discutir as estratégias argumentativas nelas utilizadas e continuar estudando o imperativo, já conhecido na Aula 11, como uma forma verbal muito comum em textos publicitários, importantes no ato de persuadir.

Você, como profissional dessa área, precisa familiarizar-se com esse tipo de texto, uma vez que estará muitas vezes em contato com ele no seu trabalho.

A publicidade: um pouco mais...

Vamos começar esta aula já com algumas perguntas: você conhece a imagem a seguir? Sabe de que se trata?



Sensacional!

Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/multimidia/logotipos_marcas/marca_brasil.html

Você já deve ter visto essa imagem circular em muitos ambientes de turismo, não é mesmo? Em revistas, televisão, jornais, internet, etc. Ela é a “Marca Brasil”, elaborada para a difusão e promoção do Brasil como destino turístico no mercado nacional e internacional.

Ela é utilizada em ações de promoção no Brasil e no exterior. Digamos que ela seja a “cara” da publicidade do turismo no Brasil.

Segundo o Ministério do Turismo (2010, p. 5):

A Marca Brasil é uma marca de difusão e promoção do Brasil como destino turístico no mercado nacional e internacional. Ela deverá ser utilizada em ações de promoção no Brasil e no exterior.

A Marca Brasil está presente numa campanha para promover o turismo no Brasil, chamada “Vire fã”. Segundo o site do Ministério do Turismo, “dividida em três fases e veiculada entre 2005 e 2007, a campanha publicitária *Vire fã* mostrou personagens reais que visitaram o Brasil e ficaram encantados pelo País”. Encontramos versões em diferentes línguas. Veja algumas em espanhol:



Figura 12.1: Publicidade da Praia de Pipa, no Rio Grande do Norte.

Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/multimidia/campanhas_publicitarias/vire_fa.html



Figura 12.2: Publicidade da cidade de Foz do Iguaçu, no Paraná.

Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/multimidia/campanhas_publicitarias/vire_fa.html



No site http://www.visitbrasil.com/index.html?_locale=es, você pode encontrar diversas informações sobre o turismo no Brasil e um link voltado exclusivamente para o profissional de turismo. O que está esperando para conhecer mais sobre nosso país?

Voltemos à imagem da Marca Brasil. Você sabia que cada traço foi pensado para representar algo? Segundo o manual de uso da Marca (BRASIL, 2010), as curvas representam a sinuosidade das montanhas, a oscilação do mar, o desenho das nuvens, das praias. A curva envolve e aconchega, é receptiva. Quer passar a ideia de que o turista que vem ao país se sente acolhido... O colorido se deve ao fato de o Brasil ser um país luminoso, brilhante e colorido. Quer representar a alegria do povo. Também retrata ponto de encontro de raças e culturas, ressaltando que o Brasil é um país “mestiço”. Os pontos que serviram de base para sua

construção foram: alegria – sinuosidade/curva (da natureza, do caráter do povo) –; luminosidade/brilho/exuberância – encontro de culturas/ mistura de raças.

Viu como por trás de uma marca há muitos sentidos? Mas sabe o que é interessante nisso? Apesar de terem sido esses pontos os inspiradores dessa marca, isso não quer dizer que todas as pessoas vão compreendê-la da mesma forma. Pelo contrário, cada um, de acordo com sua subjetividade, com seu conhecimento de mundo, vai construir um sentido próprio.

Quando um texto circula, podemos dizer que seus sentidos não pertencem mais ao enunciador que o criou, mas sim aos coenunciadores, os leitores. Você tinha pensado que essa marca buscava representar esses sentidos? Como você a compreendeu?

É somente para que você reflita...

Retomando o que você já viu na Aula 10, a publicidade é eminentemente persuasiva, pois tem o objetivo de convencer o seu interlocutor a fazer uma determinada ação. É um texto predominantemente argumentativo, pois a adesão do público-alvo depende de um conjunto de estratégias argumentativas, e não unicamente da qualidade do que se deseja promover. Dessa maneira, a elaboração da publicidade, além de apresentar as características daquilo que pretende “vender”, apela para a subjetividade de seu público-alvo. Por essa razão, algumas vezes, custa-nos entender o objetivo das publicidades a que temos acesso ou, então, pensamos: “Nossa, que criatividade! Como conseguiram ter essa ideia?”. Também podemos ser convencidos por uma e não por outra, etc. Enfim, cada sentido depende daquela relação triangular: quem fala, quem lê, onde e quando.

A publicidade e as redes sociais

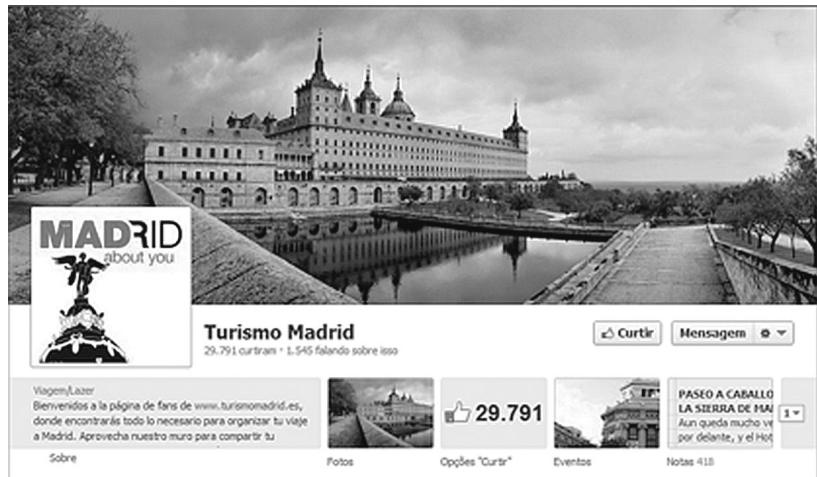
O nosso atual contexto histórico – repleto de tecnologias – tem sido determinante para quem fala e para quem se fala no mundo publicitário. O setor de turismo vem ocupando cada vez mais lugar na internet, e as redes sociais não estão ficando de fora.

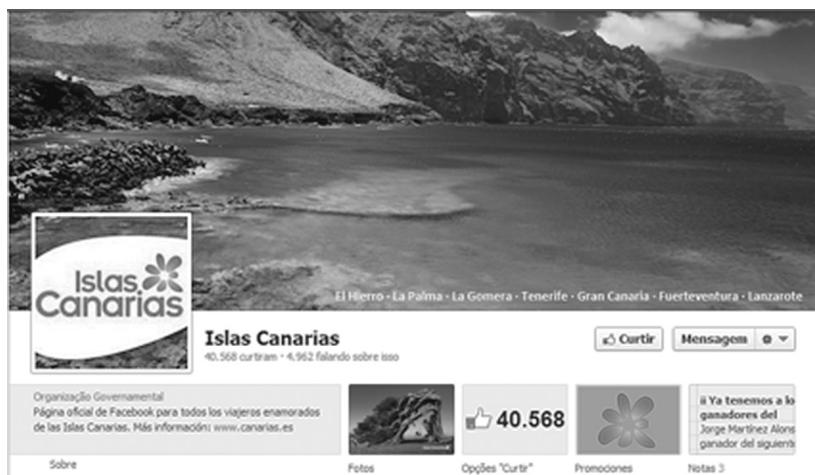
Elas são um espaço em que se constituem novos gêneros, e nele, a publicidade pode alcançar um número grande de pessoas a todo instante. Dessa maneira, as pessoas podem trocar informações, postar fotos, dicas, vídeos relacionados e muito mais. Ou seja, é um espaço de pura interatividade. Essas páginas já possuem milhares de seguidores de diferentes destinos turísticos.



Veja no *link* a seguir um vídeo interessante que apresenta estatísticas das redes sociais: <https://www.youtube.com/watch?v=PTm4lEdBqxU>.

Com isso, podemos dizer que surgiu um novo espaço disponibilizado para a publicidade na era da tecnologia. Hoje, já há, inclusive, diversos estudos sobre de que modo as empresas de turismo usam as redes sociais para promover seus serviços. Observe alguns exemplos na rede social Facebook:





Fonte: <https://es-la.facebook.com/canarias.es>.



Se você tiver um perfil no Facebook, pode entrar nas páginas apresentadas, para conhecer mais sobre os lugares em destaque e interagir com as pessoas nos comentários. Aproveite para exercitar o espanhol: <http://www.facebook.com/TurismoMadrid?ref=ts&fref=ts> e <http://www.facebook.com/canarias.es?ref=ts&fref=ts>.

Lendo essas páginas, não há quem não tenha vontade de visitar os lugares promovidos, não é mesmo? Vamos observá-las e responder a algumas perguntas.



Atividade

Atende ao objetivo 4

Sobre os textos anteriores, responda:

- Explique de que modo a quantidade de seguidores (pessoas que “curtiram” a página) se relaciona ao fato de as redes sociais se configurarem como um novo espaço para a publicidade voltada para o turismo.

2. Por meio das fotos utilizadas, que imagens podem ser construídas dos lugares em destaque?

Resposta comentada

1. Atualmente, as redes sociais se configuram como um espaço de interação, onde muitas pessoas, em todo o mundo, a cada instante, têm acesso. A publicidade voltada para o turismo tem o objetivo de divulgar um determinado lugar turístico e, quanto mais gente tiver acesso e “curtir” a página, tornando-se um “seguidor”, melhor será o alcance publicitário. Outra característica importante a destacar nas redes sociais é que, a cada instante, o número de seguidores pode se modificar. Isso quer dizer que, no momento em que você está realizando esta atividade, a quantidade de pessoas que “curtem” as páginas em destaque já não é a mesma. Ela aumentou, indicando que, a cada dia, mais gente tem acesso às informações divulgadas.

2. A foto principal utilizada, de Madri, constrói uma possível imagem de um lugar histórico, de construções arquitetônicas imponentes. O céu nublado escuro, a vegetação e a ausência de pessoas provocam um efeito de um lugar frio e sem tumulto, vazio. Já por meio da foto utilizada das Ilhas Canárias, podemos construir uma imagem de um lugar paradisíaco, onde a natureza é predominante e sem intervenção humana. O mar de águas cristalinas, sem ondas, provoca o efeito de um lugar calmo e tranquilo. Já as montanhas, ao fundo, fazem o contraste de cores no encontro com o mar azul, exaltando a beleza do lugar.

Exercitando os elementos principais de uma publicidade

Vamos agora exercitar um pouco mais os elementos constituintes de uma publicidade, já vistos na Aula 10. Você se lembra deles?

- título ou chamada;

- imagem;
- texto;
- *slogan*;
- assinatura.

Além desses elementos, podemos acrescentar o logotipo. Começamos a aula com a Marca Brasil, não foi? Geralmente, quando se quer promover algum serviço ou produto, cria-se uma representação gráfica do nome da marca desse. Essa representação explora especialmente os elementos não verbais, como tipografia das letras, desenhos, formas e cores. A essa representação gráfica chamamos de logotipo. Este é uma das formas de se apresentar a assinatura da publicidade. Ele tem um papel fundamental, pois basta o coenunciador visualizá-lo para reconhecer o que está sendo promovido, mesmo sem ler o conteúdo da publicidade. Isso acontece com várias marcas conhecidas atualmente.

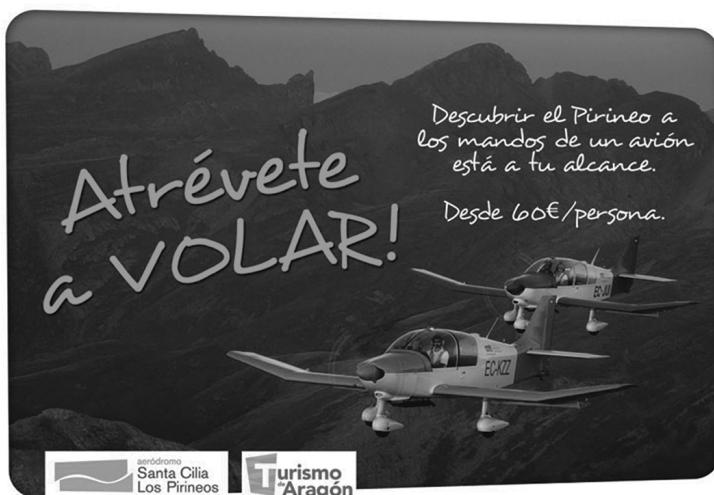


Atividade

Atende aos objetivos 1 e 4

Utilizando como base as publicidades a seguir, faça o que se pede:

I)



Fonte: <http://www.garabatoestudio.com/Publicidad-Turismo-de-Arag%C3%B3n-not.html>

II)



Fonte: <http://mapeando.es/>

1. Identifique os elementos listados anteriormente, que aparecem nas publicidades (título ou chamada, imagem, texto, *slogan*, assinatura e logotipo).

2. O que está sendo anunciado em cada uma? Que elementos lhe permitiram chegar a essas respostas?

3. Tomando como base a publicidade "II", relate a imagem principal (a maior) com seu *slogan*.

Resposta comentada

1. Publicidade I:

"Atrévete a volar" – slogan

"Descubrir el Pirineo...alcance"; *"Desde 60 por persona."* – texto

Aviões e montanhas são as imagens

"Santa Cecilia"; "Turismo Aragón" – Logotipo e assinatura

Publicidade II:

"Sientes que estás en las nubes" – slogan

"Cuando piensas que el sueño es...viviendo" – Título ou chamada

"Relájate em Costalegre... www.jaliscoesmexico.mx" – texto

A foto de um homem no mar, em tamanho maior, bem como as fotos menores na parte inferior da publicidade são as imagens.

"Vive México"; "Jalisco sucede dentro de ti" – Aqui temos a junção de três elementos em cada: assinatura, logotipo e slogan.

2. Na publicidade I, o anúncio é de um serviço de voo de avião para turistas sobre os Pireneus (uma cordilheira no sudoeste da Europa) na região de Aragón, na Espanha. As imagens de aviões sobre as montanhas e o slogan convidando o leitor a se atrever a voar, juntamente com a informação sobre o preço por pessoa, indicam que é um serviço a ser pago e é oferecido a turistas.

Na publicidade II, o anúncio é de um estado chamado Jalisco, que fica no México. Os elementos que ajudam a responder são o nome do lugar no canto inferior "Jalisco" e o logotipo "Vive México", no canto direito superior, indicando que o estado destacado fica nesse país. As atrações destacadas do lugar para atrair a visita de turistas também contribuem para a compreensão.

3. A imagem principal da publicidade II mostra um homem entrando no mar com ondas. Essas ondas são brancas e se assemelham ao formato das nuvens do céu, estabelecendo a relação com o slogan "Sientes que estás en las nubes" (Você sente que está nas nuvens). Em outras palavras, a publicidade compara a sensação de estar no mar de Jalisco com a sensação de estar no céu, nas nuvens. Comparação que ressalta a característica positiva do lugar.

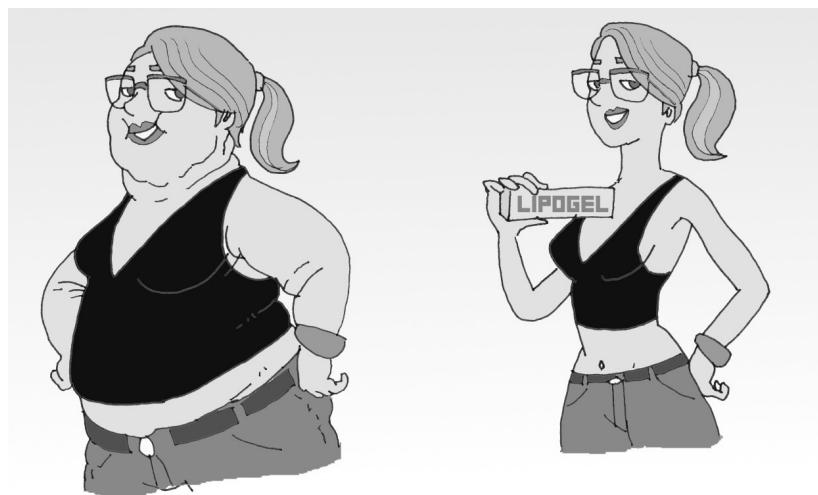
Estratégias argumentativas

Como já foi dito, para a construção do efeito persuasivo, os textos publicitários utilizam-se de diferentes estratégias argumentativas.

Antes de começarmos a focar as publicidades no campo do turismo, vamos destacar as estratégias mais comuns em diferentes exemplos.

Dados estatísticos, descrição de detalhes, imagens

Os dados estatísticos, a descrição de detalhes e as imagens são estratégias bastante usadas na publicidade, pois a venda de um produto ou serviço adquire mais validade quando sua eficácia é devidamente comprovada. Se há uma prova concreta de sua qualidade, será mais fácil convencer o coenunciador a adquirir aquele serviço, certo? Em algumas situações, o concreto se mostra pela narração de fatos ou descrição de detalhes de lugares, pessoas ou coisas. É importante que haja exemplificações daquilo que se está afirmando e apresentando. Por isso, esses recursos podem fortalecer a persuasão. É o caso de um produto para emagrecer, por exemplo. Se você mostra uma mulher gorda e, depois, a mesma mulher magra após tomar o remédio, você aumentará a credibilidade do produto.



Voz de autoridade

Quando uma publicidade recorre a um especialista em determinada área, para ajudar a vender um produto ou um serviço, ela aumenta a sua credibilidade, fazendo com que o coenunciador se convença mais rápido. Assim, se um dentista participa da publicidade de uma escova de dentes, podemos dizer que há a presença de um argumento de autoridade. Nesse caso, essa pessoa deve ser um especialista da área do serviço ou produto.

Se essas recomendações são dadas por quem entende do assunto, podemos confiar, não é?



Testemunho

Você já viu uma publicidade em que uma pessoa comum conta sua experiência? Ou em que aparece um artista famoso, falando sobre o que está sendo anunciado? Isso é muito comum, não é?

Essa estratégia tem uma semelhança com a anterior; no entanto, os depoimentos são dados por pessoas comuns ou famosas, e não por especialistas. Por exemplo, uma dona de casa, falando sobre uma marca de comida ou de um produto de limpeza, faz com que nos identifiquemos com ela, pois também somos pessoas comuns que realizam as mesmas atividades cotidianas. O ato de recorrer a uma pessoa famosa visa a fazer com que o coenunciador seja convencido mais facilmente, porque admira e deseja ser parecido com ela. Além disso, como um artista não pode “manchar” a sua imagem, o produto adquire uma “garantia” de que é confiável.



Afirmções, verdades absolutas

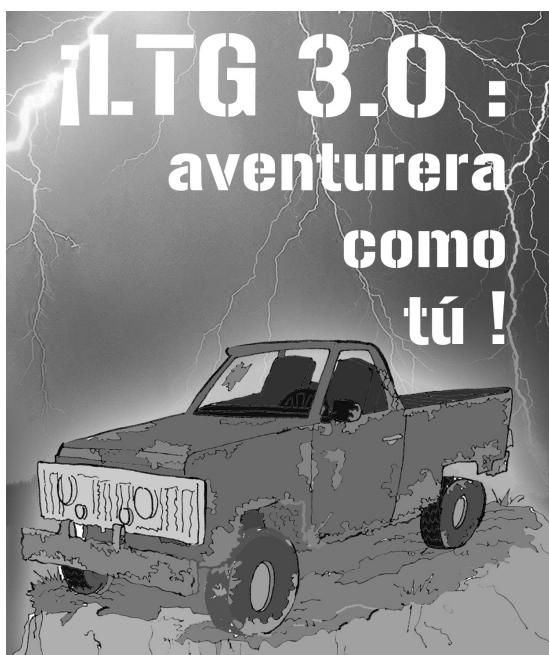
A utilização de afirmações de caráter incontestável é muito comum nas publicidades. É claro que não há verdade absoluta, mas as construções linguísticas devem provocar o efeito de não haver contestação sobre o dito. Para que a afirmação tenha um caráter persuasivo, é preciso que seja construída de maneira taxativa. Apesar de sabermos que um serviço possa ser contestado ou invalidado, na publicidade não há espaço para isso. Não é difícil encontrarmos frases como: “Melhor preço” e similares. Isso não quer dizer que a negação não apareça nas publicidades; ela pode, sim, ter seu efeito persuasivo, dependendo do objetivo e da análise de uma possível razão de ser usada. Dizer “Não há lugar melhor!” em uma publicidade turística pode provocar o efeito de excluir todos os outros lugares que o leitor-turista possa estar em dúvida para fazer a decisão de visitar, por exemplo.



Designações

Como vimos na Aula 6, a forma como designamos algo depende das escolhas que fazemos. E elas estão marcadas de subjetividade, lembra-se? Pois, é! As escolhas de palavras ou expressões para caracterizar um produto ou serviço não podem ser aleatórias; são feitas de acordo com o objetivo da publicidade, com o coenunciador-alvo, com o tempo e espaço em que se situam os interlocutores (EU-VOCÊ).

As escolhas das palavras para a construção de uma publicidade devem chamar atenção, criar um apelo, provocar a identificação e o desejo de conquistar aquilo. O uso da palavra pode ser decisivo no processo de convencimento.



Tratamento formal ou informal

Na Aula 4, você aprendeu que, em espanhol, muito mais do que em português, o uso de pronomes e verbos indica a forma de tratamento utilizada pelo enunciador para com seu coenunciador. Ela pode ser formal ou informal.

Na publicidade, determinar para quem se fala é fundamental para o uso adequado dos pronomes *tú* ou *usted* e alcançar a persuasão. Se você usar o tratamento informal, causará o efeito de aproximação, intimidade ou identificação por parte do coenunciador. Mas se você falar formalmente, esse tratamento provocará o efeito de distanciamento social ou demonstração de respeito. Dependerá da relação que a publicidade deseja estabelecer.



→ “Le”, “usted” e “su” – marcas do tratamento formal.

Uso do Imperativo

Utilizando-se da forma imperativa, o coenunciador é quem deverá ocupar o papel de sujeito de tal ação. Como é uma forma mais personalizada, o enunciador se dirige diretamente a ele, dando a sensação de que a interação estaria ocorrendo face a face. Assim, os enunciados se aproximam ao campo da ordem. “Compre isso!”, “Não perca as promoções!” etc.



Mais à frente, vamos voltar a discutir esse modo verbal e sua relação com a publicidade.

Vale lembrar que essas estratégias não são as únicas; são apenas as mais comuns no universo publicitário, nos diferentes canais, como televisão, rádio, *outdoor*, *sites*, revista, jornal, folhetos, folders, etc. Outro ponto importante é que a mesma publicidade pode apresentar diferentes estratégias argumentativas ao mesmo tempo. Você já deve estar se perguntando: mas como se dão essas estratégias nas publicidades relacionadas ao turismo?

Vamos observar isso?



Atividade

Atende ao objetivo 2

Marque a opção correta e depois justifique sua resposta.

1. O *slogan*: “La Mejor Cocina Tradicional Española en Veracruz” apresenta, como principal estratégia argumentativa, a/o:



Fonte: <http://www.clicklunch.com.mx/Espanola/CocinaEspanola.html>

- () testemunho
- () voz de autoridade
- () afirmação
- () tratamento informal



Já que a imagem mostra uma comida, vamos aprender o vocabulário sobre as refeições do dia e seus horários?

Por la mañana – el desayuno
Al medio día / por la tarde – la comida o el almuerzo
Por la tarde o la mañana – la merienda
Por la noche – la cena

2. A imagem de um casal deitado na areia de uma praia (a seguir) apresenta, como principal estratégia argumentativa, a/o:



Fonte: <http://adcafepublicidad.blogspot.com.br/2010/04/aprovecha-la-venta-nocturna-de-brisas.html>

- () testemunho
- () voz de autoridade
- () afirmação
- () tratamento informal

Resposta comentada

1. No slogan “La Mejor Cocina Tradicional Española en Veracruz,” a estratégia principal é a afirmação. Esta construção linguística de forma taxativa adquire um caráter de verdade incontestável, ao afirmar que é a melhor comida tradicional espanhola.
2. Na imagem de um casal deitado na areia de uma praia, a estratégia principal é o testemunho. Ainda que seja uma imagem, e não um texto verbal, podemos considerar como um testemunho, uma vez que mostra pessoas comuns desfrutando do serviço promovido. É como se estivessem “contando” sua experiência naquele lugar. Recorrer à utilização da imagem de um casal formado por pessoas comuns faz com que o coenunciador se identifique e deseje poder estar na mesma situação.



Atividade

Atende ao objetivo 4

Responda às questões seguintes, com base nas publicidades das questões 1 e 2 da Atividade anterior.

1. Qual é o objetivo de cada publicidade?

2. A quem se dirigem?

3. Sobre a publicidade da letra “a”, estabeleça uma possível relação da imagem com o *slogan*.

4. Segundo a publicidade da letra “b”, o que se deve fazer para desfrutar do desconto oferecido?

Resposta comentada

1. A publicidade da questão 1 tem o objetivo de divulgar um restaurante de comida espanhola, e a publicidade da questão 2 tem o objetivo de divulgar uma rede de hotéis e resorts.

2. A publicidade da questão 1 dirige-se a qualquer pessoa que goste ou deseje experimentar a comida típica espanhola. Já a publicidade da questão 2 dirige-se a turistas em férias (vacaciones).
3. A imagem mostra um casal deitado numa praia, aproveitando o lugar. O slogan "Siéntelo" quer dizer "Sinta-o". Uma possível relação entre os dois é o fato de o casal estar fazendo exatamente o que o slogan convida-o para fazer: tendo sensações boas no lugar que, segundo a publicidade, pode proporcionar as férias da sua vida.
4. Entrar na página web indicada no período de 18 a 21 de abril de 2010, durante a noite (de 20h a 8h).

O modo Imperativo na publicidade

Na aula passada, você aprendeu o modo verbal Imperativo, lembra-se? O Imperativo é empregado para ordenar, oferecer, dar conselhos, convidar, dar instruções, fazer pedidos, etc. É preciso estar atento, porque o significado do seu emprego muda a partir do gênero discursivo em que é utilizado.

Você já trabalhou com o uso desse modo em manuais de instruções; agora, vamos observar o seu uso nas publicidades. Como vimos na seção Uso do Imperativo, para conseguir persuadir o leitor de seu objetivo, geralmente o discurso publicitário se utiliza de verbos nesse modo, já que, assim, o enunciador consegue dirigir-se diretamente ao coenunciador com o fim de levá-lo a executar determinada ação.

Vamos retomar o texto de uma das publicidades apresentadas ainda há pouco:

Siéntelo
¡Aún es tiempo de obtener las vacaciones de tu vida!
Gran venta nocturna de Primavera
18 al 21 de abril de 2010
Solo entra en nuestra página web
www.brisas.com.mx
de 8 de la noche a 8 de la mañana
y obtén un 25% de descuento sobre tarifas
Vacaciones Brisas y Soles y Brisas Plan

Você consegue reconhecer os verbos que estão no Imperativo? Vamos identificá-los juntos?

São eles: "Siéntelo", "entra" y "obtén".

Conseguimos reconhecê-los quando observamos que se dirigem ao coenunciador, que passa a ser o sujeito das ações de sentir, entrar e obter. O seu uso tem como objetivo convencer o coenunciador a fazer o que sugere.

Agora, a partir da aula passada, você pôde observar que os verbos estão em segunda pessoa (tú), o que indica que o tratamento utilizado pela publicidade é informal.

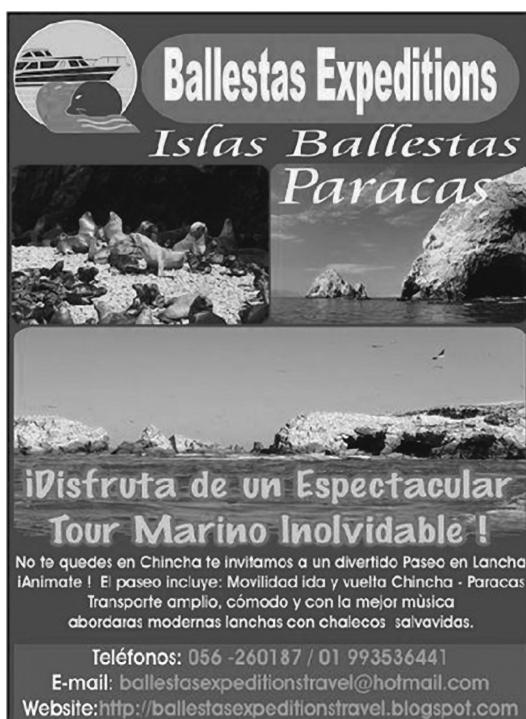
Vamos observar o uso desse modo verbal em diferentes publicidades de temas relacionados ao campo do turismo.

Atividade

Atende ao objetivo 3

Com base nas publicidades a seguir, faça o que se pede.

I)



The advertisement is for Ballestas Expeditions, featuring whale watching tours in the Islas Ballestas and Paracas. It includes a logo with a whale silhouette, text in Spanish, and images of the coastline and marine life.

Ballestas Expeditions
*Islas Ballestas
Paracas*

**iDisfruta de un Espectacular
Tour Marino Inolvidable !**

No te quedes en Chincha te invitamos a un divertido Paseo en Lancha ¡Animate ! El paseo incluye: Movilidad ida y vuelta Chincha - Paracas Transporte amplio, cómodo y con la mejor música abordadas modernas lanchas con chalecos salvavidas.

Teléfonos: 056 -260187 / 01 993536441
E-mail: ballestasexpeditionstravel@hotmail.com
Website: <http://ballestasexpeditionstravel.blogspot.com>

Fonte: <http://www.turismo20.com/profiles/blogs/publicidad-1>



As Islas Ballestas são um grupo de ilhas compostas por formações rochosas, localizado no oceano Pacífico, a 260 km ao sul de Lima (Peru), nas proximidades da cidade de Paracas, na província de Pisco. Adaptado de http://es.wikipedia.org/wiki/Islas_Ballestas e <http://www.paracas.com/turismo/attractivos-turisticos/islas-ballestas/>.

II)

ANTICIPATE Y PAGÁ MENOS

SALIDAS DESDE BUENOS AIRES

Comprá hasta el 9 de marzo y volá de abril a junio.

MIAMI/MÉXICO AR\$ 4799 Ó 12 cuotas de AR\$ 400 Ó 70.000 KMS. LANPASS	SAN FRANCISCO AR\$ 5049 Ó 12 cuotas de AR\$ 421 Ó 70.000 KMS. LANPASS	LOS ÁNGELES AR\$ 5549 Ó 12 cuotas de AR\$ 463 Ó 70.000 KMS. LANPASS
---	--	--

PRECIOS 100% FINALES IDA Y VUELTA

¡Ofertas que vuelan! Comprá antes del 9/3
Consultá por salidas desde otras ciudades

ANTICIPATE Y PAGÁ MENOS
Comprá hasta el 9 de marzo
Consultá por más destinos

MIAMI
AR\$ 4799
Ó 12 cuotas de AR\$ 400
Ó 70.000 KMS. LANPASS
Precio final - Ida y vuelta
Ver restricciones

NUEVA YORK
AR\$ 6059
Ó 12 cuotas de AR\$ 505
Ó 70.000 KMS. LANPASS
Precio final - Ida y vuelta
Ver restricciones

LONDRES/
FRANKFURT
AR\$ 6059
Ó 12 cuotas de AR\$ 505
Mirá más destinos a Europa
Precio final - Ida y vuelta
Ver restricciones

Fonte: http://www.lan.com/es_ar/sitio_personas/index.html.

III)

!Disfruta de los 15 días de intensa Actividad Cultural!

Festival Cultural DE MAYO 2012

México · Canadá · Puerto Vallarta · Québec
¡Puerto Vallarta está LATIENDO!

Danza Teatro Pintura Poesía Música

Fonte: <http://visitapuertovallarta.com.mx/>

IV)



Fonte: <http://merida.evisos.com.ve/ofrecemos-publicidad-a-hoteles-posadas-cabanas-restaurantes-id-60187>

1. Que produto, serviço ou ideia promovem?

2. As publicidades são destinadas a que público?

3. No texto da letra “b” explique um sentido que se pode construir a partir da imagem de um dedo caracterizado como turista no canto inferior esquerdo.

4. Ainda sobre a letra "b", estabeleça uma possível relação entre a frase "*¡Ofertas que vuelan!*" com o objetivo da publicidade.

5. Localize os verbos que estão no Imperativo nas publicidades, informando se estão no tratamento formal ou informal. Justifique com elementos do texto.

6. Agora, explique o uso desse modo verbal nas publicidades.

Resposta comentada

1. A publicidade I promove um passeio de lancha pelas Ilhas Ballestas, no Peru. A publicidade II promove a venda de passagens aéreas com saída de Buenos Aires para diversos destinos internacionais. A publicidade III promove a realização de um festival cultural durante 15 dias em 2012. A publicidade IV promove um serviço de classificados para estabelecimentos na internet.

2. A publicidade I dirige-se a turistas que estão no Peru e que desejem conhecer as Islas Ballestas. A publicidade II está direcionada aos moradores de Buenos Aires ou pessoas que estão de passagem nessa cidade e que desejam viajar internacionalmente. A publicidade III dirige-se a qualquer pessoa que aprecie cultura, como dança, teatro, pintura, poesia e música. Por fim, a publicidade IV dirige-se a anunciantes que buscam divulgar seus estabelecimentos na internet.

3. A imagem de um dedo caracterizado como turista pode construir um sentido de que o residente de Buenos Aires, com apenas um click, pode se tornar um turista e visitar diversos destinos. Para isso, basta utilizar o dedo, para comprar a passagem pela internet.

4. O objetivo da publicidade é anunciar uma promoção na compra de passagens aéreas com saída de Buenos Aires durante um período limitado, como podemos ver em "Comprá hasta el 9 de marzo y volá de abril a junio". Dessa maneira, "Ofertas que vuelan" (Ofertas que voam) indicam que, se o coenunciador não comprar a passagem rápido, elas vão acabar, ou seja, as ofertas vão "voar". Além

disso, podemos fazer uma relação do verbo voar, com o produto divulgado na publicidade: voos internacionais.

5. Publicidade I: Disfruta/No te quedes/Anímate. Tratamento informal. Os verbos no Imperativo estão conjugados na segunda pessoa do singular (tú), além do pronome de segunda pessoa “te.”

Publicidade II: Antecipate/pagá/comprá/volá/consultá/mirá. Tratamento informal. Os verbos no Imperativo estão conjugados na segunda pessoa do singular (vos), marca característica de alguns países da América, como Argentina. Além do pronome de segunda pessoa “te.”

Publicidade III: Disfruta. Tratamento informal. O verbo no Imperativo está conjugado na segunda pessoa do singular (tú).

Publicidade IV: Anúncie. Tratamento formal. O verbo no Imperativo está conjugado na terceira pessoa do singular (usted).

6. Em todos os textos, o modo Imperativo é empregado para convencer o coenunciador a realizar a ação desejada pela publicidade, como comprar um passeio ou passagens aéreas, anunciar estabelecimentos ou participar de um evento cultural.



Atividade final

Leia o texto seguinte e faça o que se pede:

Ryanair se burla de la crisis española para vender vuelos

En su publicidad se ve al tío Sam señalándonos y junto a él unos mensajes que rezan “Este año quédate en España, ¡Te necesita!”

Ryanair ha decidido vender billetes de avión, y lo que se tercie, a base de una campaña cuánto menos polémica. La compañía aérea ha decidido tirar de la crisis que asola España para promover la venta de pasajes de avión a 13 euros en trayectos nacionales.

En su publicidad se ve al tío Sam señalándonos y junto a él unos mensajes que rezan “Este año quédate en España, ¡Te necesita!” “Oferta de rescate en vuelos nacionales”. El intento de hacer un chiste con el posible rescate a España

no ha hecho gracia a nadie y los usuarios de redes sociales no han tardado en demostrar su enfado con la campaña.

La compañía ha querido salir al paso de las críticas, "este verano instamos tanto a españoles como a demás vecinos europeos a que se queden en España y pasen sus vacaciones en territorio español. Con esta oferta de rescate, Ryanair invita a viajar a destinos españoles ya que cada granito de arena cuenta", ha declarado Luis Fernández-Mellado, responsable de Marketing y Ventas de la aerolínea en España.

No es la primera vez que la compañía 'low cost' se presenta como adalid de los rescates. Cuando Spanair quebró, sacó lo que llamó 'tarifa rescate' y consistía en que si acreditaban tener un vuelo de la aerolínea quebrada, optaban a billetes al precio de 42 euros.

Disponível em: <http://www.estrelladigital.es/espana/Ryanair-crisis-espanola-vender-vuelos_0_1198680164.html>.

A publicidade que se refere ao texto lido é a seguinte:

RYANAIR Información d

VUELOS ALQUILER DE COCHES HOTELES SEGUROS ALBERGUES Y B&B TARJETA PREPAGO

ESTE VERANO QUÉDATE EN ESPAÑA, ¡TE NECESITA!

OFERTA DE RESCATE EN VUELOS NACIONALES

12,99 €

RESERVA HASTA LA MEDIANOCHE DEL LUNES, VIAJAR EN JULIO-AGOSTO. TARIFAS POR TRAYECTO DESDE. TÉRMINOS Y CONDICIONES APLICABLES. EL PRECIO NO INCLUYE CARGOS OPCIONALES. [PINCHA AQUÍ](#)

Fonte: www.huffingtonpost.es

Transcrição da parte escrita no final:

Reserva hasta la medianoche del lunes, viaja en julio-agosto. Tarifas por trayecto desde términos y condiciones aplicables. El precio no incluye cargos opcionales. [Pincha aquí.](#)



Tio Sam é a personificação nacional dos Estados Unidos e um dos símbolos nacionais mais famosos do mundo. O nome Tio Sam foi usado primeiramente durante a Guerra anglo-americana de 1812, mas só foi desenhado em 1852.

Ele é geralmente representado como um senhor de fisionomia séria com cabelos brancos e barbicha. Está vestido com as cores e elementos da bandeira norte-americana – por exemplo, uma cartola com listras vermelhas e brancas e estrelas brancas num fundo azul, e calças vermelhas e azuis listradas.

Em 1917, o artista James Flagg desenhou-o em um cartaz com o dedo em riste e com a frase “I Want You for U.S. Army” (“Eu Quero Você para o Exército dos EUA”), encomendado pelas Forças Armadas americanas, que recrutavam soldados para a Primeira Guerra Mundial. Tio Sam foi um símbolo histórico do exemplo de poder dos EUA.



Cartaz “I want you” mostrando o Tio Sam, na Primeira Guerra Mundial, ilustrado por James Flagg, em 1917.

Fonte: Adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Tio_Sam.

1. É possível que você tenha encontrado um pouco de dificuldade para compreender o significado de algumas palavras do texto, não é mesmo? Com base no contexto em que aparecem empregadas, infira o significado das palavras apresentadas a seguir, relacionando as colunas A e B.

COLUNA A		COLUNA B
a. burlar	1. ()	apontar
b. señalar	2. ()	piada
c. chiste	3. ()	líder
d. adalid	4. ()	zombar

2. Se você desconhecesse que a Ryanair é uma companhia aérea, seria possível identificá-la como tal a partir somente da publicidade? Justifique.

3. Segundo o texto, a quem se dirige a publicidade?

4. Qual seria uma possível razão para o uso da imagem do Tio Sam na construção da publicidade, dentro do contexto da crise espanhola? Segundo o texto, seu uso foi aprovado pelos espanhóis? Explique.

5. Identifique os verbos no modo Imperativo que aparecem na publicidade.

6. Os verbos que você destacou na questão anterior estão no tratamento informal. Por quê? Justifique com elementos do texto.

Resposta comentada

1. Os significados das palavras são:

COLUNA A		COLUNA B
a. burlar	1. (b)	apontar
b. señalar	2. (c)	piada
c. chiste	3. (d)	líder
d. adalid	4. (a)	zombar

2. Sim. Porque na publicidade encontramos palavras-chave como “vuelos,” “reservas,” “tarifas,” “trayecto,” características de uma companhia aérea.

3. A publicidade se dirige aos espanhóis ou residentes na Espanha e proximidades, pois as ofertas são para voos nacionais e há um apelo para que o coenunciador fique na Espanha (“Este verano, Quédate em España”).

4. O Tio Sam é um símbolo muito famoso dos EUA. Uma possível razão para o seu uso na publicidade está no fato de ter o “poder” para mandar que as pessoas fiquem na Espanha comprando voos nacionais e, assim, ajudem a melhorar a crise, já que representa a maior potência econômica do mundo. Seu uso não foi aprovado pelos espanhóis, pois foi utilizado com o fim de vender voos da companhia por meio de uma brincadeira com a crise espanhola. A imagem do Tio Sam apontando para o leitor causa polêmica, porque pode representar o domínio dos Estados Unidos sobre as decisões econômicas da Espanha.

5. “Quédate,” “Reserva,” “Viaja” e “Pincha.”

6. Os verbos destacados estão no tratamento informal, pois estão conjugados na segunda pessoa do singular (tú). Também encontramos a presença do pronome “te” em “quédate,” marca de segunda pessoa.

Resumo

Nesta aula, tivemos como foco as publicidades no meio do turismo. Você relembrou os principais elementos que as compõem e refletiu sobre algumas estratégias argumentativas para alcançar o objetivo de convencer o leitor a adquirir determinado serviço ou produto. Observamos que o uso do Imperativo é frequente nesse gênero discursivo, uma vez que se dirige diretamente ao coenunciador, para convencê-lo a realizar a ação determinada na publicidade. Trabalhar com esse gênero de discurso é fundamental para o profissional do turismo, pois é a partir dele que diversos aspectos relacionados ao turismo podem ser promovidos e divulgados. As publicidades são um meio de atingir o público-alvo do turismo, interferindo e auxiliando nas escolhas e decisões pelos serviços, lugares que se pretende visitar.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, vamos refletir um pouco sobre aquilo que se diz e que se espera do trabalho do profissional de turismo.

Até lá!

13

Tudo que você precisa saber para ser um bom profissional de turismo

Charlene Cidrini Ferreira

Fabio Sampaio de Almeida

Maria Cristina Giorgi

Rosane Manfrinato de Medeiros Dias

Meta da aula

Analisar os efeitos de sentido, produzidos em textos em língua espanhola sobre o trabalho/trabalhador da área de turismo com ênfase em categorias nominais de verbos ou derivadas de verbos.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar características discursivas de textos normativos em língua espanhola sobre o trabalho/trabalhador da área do turismo com ênfase nas categorias do infinitivo e dos substantivos derivados de verbos;
- 2 identificar as identidades/perfis profissionais atribuídos ao trabalhador da área de turismo;
- 3 construir sentidos a partir da leitura de textos em língua espanhola.

Pré-requisitos

Para um bom aproveitamento desta aula, é importante você relembrar os aspectos verbais relacionados ao uso do infinitivo (Aula 11) e o papel do substantivo como elemento de designação (Aula 5).

Introdução

Nesta aula, falaremos um pouco sobre as relações estabelecidas entre a linguagem e o trabalho no turismo. Nossa foco irá voltar-se especificamente para os discursos que se referem ao trabalho e ao trabalhador da área do turismo. Estudaremos o modo como tais discursos produzem determinadas identidades profissionais, definindo assim características e competências, modos de ser e de fazer considerados adequados ao “bom profissional”.

Analisaremos também a organização de textos normativos, considerando a predominância da tipologia descritiva e o papel dos elementos linguísticos privilegiados em sua construção.

O papel da linguagem na profissionalização do turismo

Você sabe a origem da palavra turismólogo? Segundo o site turismologos.org.br, o termo surgiu em meados da década de 1970 para categorizar uma formação acadêmica que começava a desenvolver-se em nosso país. Apesar de o turismo já existir há muito tempo como prática social e econômica, podemos afirmar que como campo de estudos acadêmicos e como área profissional organizada é bastante recente.

É interessante observar que, apesar de as pessoas atuarem em diversas atividades relacionadas ao turismo, antes da criação desse termo, tal profissão simplesmente não existia. Isto é, aqueles que trabalhavam com turismo podiam ser definidos como um conjunto de trabalhadores, mas não como um coletivo profissional que se reconhece como tal.

É por intermédio da linguagem que se cria e organiza a atividade do turismólogo e muitas outras atividades profissionais. Pois é através do discurso que se definem, constituem-se e delimitam-se as identidades, as competências e as atividades dos trabalhadores de um determinado campo. Isso acontece de diversos modos e por intermédio de diferentes gêneros do discurso.

Um dos gêneros fundamentais nesse processo e que estudaremos nesta aula é a lei. Leis são normas ou conjuntos de normas jurídicas, criadas através de processos próprios do ato normativo e estabelecidas pelas autoridades competentes para serem cumpridas por uma coletividade social.



Turismólogo

No Brasil, a profissão de turismólogo foi reconhecida e teve suas atividades definidas pela lei nº. 12.591, de 18 de janeiro de 2012. No entanto, é preciso observar que os artigos primeiro, terceiro e quarto, cujos objetivos eram definir os requisitos para o exercício da profissão, foram vetados pelos órgãos competentes, por serem considerados inconstitucionais, tendo em vista a compreensão de que a atividade turística deve ser exercida livremente por qualquer pessoa. Assim, a profissão de turismólogo não é representada por nenhum conselho profissional da classe e quem a exerce está dispensado de qualquer registro ou filiação em qualquer ente público ou privado.

A única profissão na área do turismo efetivamente regulamentada por lei no Brasil é a de Guia de Turismo (Lei n. 8623/93). As pessoas que têm interesse em trabalhar como guia devem procurar cursos, em instituições de ensino, devidamente regulamentados pelo Ministério do Turismo.



Para saber mais sobre a profissão de turismólogo, você pode consultar os seguintes endereços eletrônicos:

Lei nº. 12.591: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12591.htm

Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo: <http://www.abbtur.com.br/abbtur/>

Instituto Brasileiro de Turismólogos: <http://www.turismologos.org.br/p7267.aspx>

A lei como gênero do discurso

O contexto de produção das leis, em nosso país, constitui-se de várias etapas estabelecidas na Constituição Federal. Nesse processo, temos:

- **Iniciativa:** é a etapa de proposição da lei.
- **Discussão:** é a etapa de análise do projeto de lei.
- **Votação:** nessa etapa o projeto pode ser rejeitado ou aprovado.
- **Revisão:** se aprovado, o projeto passará por revisões.
- **Sanção ou veto:** nessa etapa, o projeto pode ser totalmente aceito, ter partes vetadas ou ser totalmente vetado.
- **Promulgação:** essa etapa transforma o projeto em uma lei efetivamente.
- **Publicação:** etapa em que a lei é publicada no Diário Oficial.

Uma lei representa muitas vozes e tem como coenunciadores a sociedade. Com relação à sua organização textual, podemos afirmar que se trata de um texto normativo ou prescritivo, dividido em seções hierarquicamente organizadas, tais como artigos e parágrafos. A tipologia textual predominante é a descriptiva. As leis descrevem procedimentos e normas que os membros da sociedade devem conhecer e respeitar. De todo modo, é preciso considerar que as leis não são imutáveis e infalíveis, elas podem e devem ser alteradas sempre que se tornem inadequadas a um contexto.

Vamos conhecer uma lei em espanhol?



Atividade

Atende ao objetivo 1

Leia o texto a seguir e responda às questões.

Ley N. 5.795

EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE LOS PROFESIONALES
DEL TURISMO

Córdoba, 27 DE NOVIEMBRE DE 1974

BOLETIN OFICIAL, 30 DE DICIEMBRE DE 1974

El Senado y Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba, reunidos en Asamblea General, sancionan con fuerza de Ley: N. 5.795

Artículo 1 - En todo el Territorio de la Provincia el ejercicio de las actividades de los Profesionales del Turismo, queda sujeto a lo que prescribe la presente Ley y su Reglamentación.

Artículo 2 - La actividad profesional a los efectos de esta Ley, sólo podrá ser ejercida con la prioridad que se establece y por quienes se determine seguidamente: a) Por aquellas personas que se hubieren graduado en ésta u otra Provincia o en la Capital Federal, en carreras o especialidades de turismo sean Universidades, Escuelas o Institutos Nacionales, provinciales o municipales, estatales o privados legalmente reconocidos. b) Por aquellas personas de reconocida idoneidad en materia turística que al tiempo de promulgación de la presente Ley, se encuentren desempeñando funciones en esta Provincia, en cualquiera de las actividades que la misma prevé conforme a la reglamentación, que se establezca. c) Por quienes habiéndose graduado en Universidades o Institutos Superiores de otros países en la especialidad que se refiere el inciso a), tuvieran revalidados sus títulos o los mismos les fueren reconocidos en virtud de acuerdos o tratados internacionales por nuestro país.

Artículo 3 - Los cargos nuevos y las vacantes que se produzcan en organismos y Entes Oficiales que requieran los servicios de Profesionales de Turismo, serán cubiertos por las personas comprendidas en el artículo 2 por concurso de título, antecedentes y oposición.

Artículo 4 - Se entiende por actividad profesional, toda tarea realizada en forma individual o colectiva que consista en el ofrecimiento y prestación de servicio turístico en forma independiente o en relación de dependencia, la derivada del desempeño de cargo en entes y organismos de la administración pública provincial y/o municipal y cualquier otra tarea que suponga, requiera o compromete la aplicación de los conocimientos propios de las personas comprendidas en el artículo 2.

Artículo 5 - Son profesionales en turismo y pueden ejercer sus actividades como tales los Guías, Asistentes de Viajes, Técnicos en Turismo, Licenciados en Turismo y cualquier otro especialista en la materia que posea título habilitante conforme al Art. 2.

Artículo 6 - Entiéndese por: 1) **Guía de Turismo:** A toda persona habilitada para cumplir funciones de conducción, orientación o información de grupos de turistas. 2) **Asistente de Viajes:** Toda persona que acompañe a un grupo de turistas en representación del organismo, ente o empresa organizadora del viaje a efectos de ejecutar y administrar el mismo para resolver los problemas que pudieran originarse durante su desarrollo. 3) **Técnico Superior en Turismo:** Toda persona habilitada para cumplir: a) Funciones de asesoramiento, participación, dirección, creación, ejecución, control y evaluación de proyectos turísticos. b) Ejecución, control y evaluación de la planificación turística en el ámbito oficial y privado. c) Funciones de organización, programación y control de viajes y excursiones en entes y organismos públicos y privados. d) La enseñanza del turismo en el ámbito y jurisdicción que se determinen en la reglamentación pertinente. 4) **Licenciado en Turismo:** Los profesionales que se hubieren graduado en universidades, los que podrán realizar; a) Asesoramiento, participación y dirección de las tareas propias del planeamiento en el ámbito oficial y privado. b) Elaboración, fijación, ejecución y evaluación de las pautas, objetivos y estrategias de la política turística. c) Investigación de los problemas y posibilidades del turismo, en su más alto nivel académico. d) Enseñanza del turismo en todos los niveles y jurisdicciones.

Artículo 7 - Para ejercer la profesión en cualquiera de sus especialidades, además de los establecidos en el Art. 2 se exige estar inscripto en la matrícula de la Dirección de Profesionales de Turismo, dependiente de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia, la que además ejercerá como órgano de contralor y aplicación de la presente Ley y su Reglamentación.

Artículo 8 - El incumplimiento o transgresión a las normas de la presente Ley, serán sancionados de acuerdo a lo establecido y con los alcances fijados en su reglamentación.

Artículo 9 - Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FIRMANTES

Gazagne - Crast - Zavala - Raschetti Titular del Poder Ejecutivo: Lacabanne. Decreto de Promulgación N. 6.471/74

a) Qual o objetivo da Lei nº. 5.795?

b) Especifique sua abrangência territorial.

c) Marque V para verdadeiro e F para falso:

() A atividade profissional de turismo poderá ser exercida apenas por pessoas graduadas na província de Córdoba.

() Após a promulgação da lei, pessoas formadas em outras carreiras que não turismo também poderão começar a exercer atividades profissionais ligadas ao turismo.

() A atividade profissional também poderá ser realizada por pessoas que, independente da formação, à época da promulgação da lei se encontravam atuando no turismo.

() Os formados em instituições estrangeiras também poderão atuar desde que seus títulos sejam revalidados ou reconhecidos na Argentina.

d) O artigo 4 estabelece uma definição do que se entende por atividade de trabalho do profissional de turismo, tomando por base dois critérios. Identifique-os.

Resposta comentada

a) Conforme o artigo primeiro, objetivo da Lei nº 5.795 é prescrever e regulamentar a atividade de profissionais de turismo na província.

b) A abrangência territorial da lei é a província de Córdoba na Argentina.

c) A ordem correta é:

F – Pessoas formadas em outras regiões da Argentina também poderão exercer atividades profissionais na área de turismo.

F – Pessoas formadas em outras carreiras não poderão exercer atividades profissionais em turismo.

V – Pessoas de reconhecida idoneidade e que já trabalhavam com turismo antes da promulgação da lei poderão continuar a exercer mesmo que não sejam formados na área.

V – Desde que revalidados os diplomas, os formados em outros países poderão atuar em turismo na província de Córdoba.

d) Os dois critérios presentes na definição de atividade profissional são:

I. o oferecimento ou prestação de serviços turísticos e;

II. qualquer tarefa que suponha, requeira ou comprometa a aplicação de conhecimentos próprios de pessoas formadas em turismo.

Descrever atividades de trabalho

Ciências do Trabalho

É uma expressão que remete a um conjunto de áreas de estudo que tem o trabalho como objeto de pesquisa. Algumas delas são a Psicologia do Trabalho, a Sociologia do Trabalho, a Ergonomia e a Ergologia.

Com base em estudos realizados pelas *Ciências do Trabalho*, podemos afirmar que toda atividade de trabalho comporta pelo menos duas dimensões:

1. o trabalho prescrito ou tarefa
2. o trabalho real ou atividade.



Fonte: <http://www.flickr.com/photos/65919810@N05/6005360788/sizes/m/in/photostream/>

O trabalho prescrito diz respeito àquilo que o trabalhador deve fazer, aquilo que se espera dele, aquilo que se estabelece que ele faça. Por exemplo, é esperado que uma recepcionista de hotel se dirija aos hóspedes de um determinado modo, explique o que precisam saber e domine um certo conjunto de ferramentas, tais como programas de computador, estilos profissionais de linguagem e certos gêneros orais e escritos. Tudo isso faz parte de sua tarefa e são-lhe prescritos em diversos momentos e de vários modos. Podem ser aprendidos durante a formação acadêmica, podem estar escritos em algum manual, podem ser ensinados em algum treinamento ou passados por um colega mais antigo e experiente. Todos esses modos de prescrição fazem parte do que se convencionou chamar ***normas antecedentes***.



Fonte: <http://www.flickr.com/photos/corcovado20/3745373862/sizes/m/in/photostream/>

Normas antecedentes

Dizem respeito aos saberes técnicos, científicos e culturais, acumulados pela sociedade ao longo da história de uma atividade.

Tais normas, segundo Brito (2009), constituem um movimento de antecipação da atividade de trabalho pelo coletivo social.

Já o trabalho real diz respeito a tudo que o trabalhador faz para dar conta de sua tarefa. Para atender e realizar o *check-in* de um hóspede, por exemplo, a nossa recepcionista precisa colocar em ação tudo o que ela sabe sobre esta tarefa, considerando sempre que uma atividade nunca é, em todos os seus aspectos, idêntica ao modo como foi prescrita.

Apesar de ser a mesma tarefa, a atividade muda, conforme o contexto, ou seja, a recepcionista, intencionalmente ou não, está sempre adequando sua atividade, ao seu estilo profissional, aos diferentes hóspedes, ao que eles dizem, ao modo como se comportam, a possíveis imprevistos etc.

Por isso, diz-se que o trabalho real é sempre um debate de normas, isto é, uma renormalização. O trabalhador ao lançar mão de sua competência, conhecimentos e experiência acaba por refazer as normas antecedentes. É preciso entender que essa renormalização não é um problema, mas a condição para que a atividade seja realizada.

Nessa perspectiva, a qualidade do trabalho depende diretamente do engajamento do trabalhador em atualizar as normas às necessidades de cada situação.

A lei que estudamos nesta aula é um bom exemplo de norma antecedente que estabelece, entre outras coisas, tarefas para diferentes tipos de profissionais formados em turismo. Observando o modo como tais tarefas são descritas no documento chegamos a duas categorias linguísticas centrais nesse gênero: verbos no infinitivo e substantivos derivados de verbos. Tomemos como exemplo o primeiro item do artigo 6 da lei argentina.

1. Guía de Turismo: A toda persona habilitada para cumplir funciones de conducción, orientación o información de grupos de turistas.

Ao normatizar o trabalho de *Guías de Turismo*, o enunciador da lei utiliza-se da forma verbal infinitiva *cumplir* para estabelecer um sentido prescritivo, isto é, de ordem ou de permissão, como é o caso. Ou seja, no fragmento lido em lugar de dar uma ordem direta, o enunciador indica as possibilidades de atividades que esse profissional pode exercer.



Vamos relembrar o que você já sabe sobre o infinitivo?

- É uma forma verbal impessoal e atemporal, ou seja, não possui desinências que marquem a pessoa gramatical ou o tempo verbal.
- Possui as terminações *ar* (*cantar*), *er* (*comer*) e *ir* (*partir*), conforme a primeira, segunda ou terceira conjugação.
- Pode funcionar como um substantivo, sendo precedido por artigos e atuando como sujeito gramatical. Exemplo: “El amanecer tiene una grandeza misteriosa, que consiste en un residuo de sueño y de un principio de pensamiento” Víctor Hugo.
- Pode ser usado em instruções como equivalente ao imperativo. Exemplo: Girar a la derecha y seguir todo recto.

Desse modo, no fragmento da lei argentina, entendemos que o verbo *cumplir* introduz a prescrição do que os *Guías de Turismo* podem fazer, isto é, suas tarefas ou *funciones*. Tarefas são sempre ações a serem realizadas e na língua espanhola, bem como na portuguesa, a categoria que nomeia ações é a dos verbos. No entanto, o enunciador não faz referência às tarefas dos guias com verbos, e sim com substantivos. Vamos entender por quê?

Em uma língua, a função de designar é realizada, principalmente, por substantivos. E nesse caso, não se trata de quaisquer substantivos, mas daqueles que são derivados de verbos. Desse modo, tais substantivos também possuem em seu significado a ideia de uma ação.

Vejamos as tarefas prescritas pela lei para a atividade dos *Guías de Turismo* que atuam na província argentina de Córdoba e os verbos primitivos das quais são derivadas:

Acciones	Funciones de los Guías de Turismo	
Verbos primitivos	Sustantivos derivados	Complemento
<i>Conducir</i>	<i>Conducción</i>	<i>de grupos de turistas</i>
<i>Orientar</i>	<i>Orientación</i>	
<i>Informar</i>	<i>Información</i>	

Os três substantivos derivados em questão são formados pelo acréscimo do sufixo *-ción* ao radical dos verbos. Apesar de não ser o único sufixo possível, é um dos mais produtivos em língua espanhola.



Atividade _____

Atende ao objetivo 1

Tomando como base o artigo 6 da lei argentina com as tarefas prescritas para os diferentes profissionais de turismo, responda às questões que seguem.

1. Explique o sentido do uso de substantivos derivados de verbos no artigo 6 da lei em questão.

2. Usando sua competência linguística, complete o quadro a seguir com dois substantivos derivados de verbos que não utilizem o sufixo *-ción*.

Substantivo derivado	Sufixo	Verbo primitivo

Resposta comentada

1. *O uso dos substantivos derivados de verbos serve para indicar as tarefas dos profissionais de turismo, já que toda tarefa é uma ação e tal categoria possibilita designar as ações de modo impersonal e atemporal.*

2. *Os substantivos derivados de verbos que não terminam em -ción usados para indicar tarefas de profissionais de turismo são:*

- *asesoramiento/-miento/asesorar*
- *enseñanza/-anza/enseñar.*

Outras prescrições sobre a atividade do profissional do turismo

Vimos que a lei é um gênero fundamental na constituição do trabalho e do trabalhador de uma determinada área como o turismo. No entanto, as leis não são os únicos textos que prescrevem o trabalho desses profissionais. Há inúmeros outros textos oficiais e não oficiais que se põem a falar sobre como devem ser e agir os trabalhadores. Estudaremos a seguir três diferentes textos que buscam cumprir tal função:

- O primeiro é uma reportagem publicada em um *site* espanhol, no formato de comunidade, sobre carreiras acadêmicas.
- O segundo é uma proposta de perfis de futuros alunos e confluentes de um curso superior de turismo de uma universidade do Peru.
- Já o terceiro é a transcrição de algumas perguntas e respostas de uma entrevista a uma profissional de turismo e hotelaria também do Peru.



Brad Perkins

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/br5ad/7678280550/sizes/m/in/photostream/>

Por que estudar turismo...

O texto a seguir foi extraído de uma comunidade virtual que pretende agregar estudantes que estão em busca de informações sobre que carreira seguir.

O próprio *site* define-o como pertencente ao gênero reportagem. Vejamos o texto!

ESTUDIARTURISMO

Paula YAQ - 30/10/2009

lejano

a – que está longe,
distante;

cercano

a – que está perto,
próximo;

desarrollar

desenvolver.

Extrovertido; comunicador; con un gran interés por lo ***lejano*** y exótico, así como por las rutas y lugares con encanto más ***cercanos***; con dominio de tres y hasta más idiomas... Estas son algunas de las principales cualidades de un buen profesional del Turismo. Si te apetece dedicarte a ello, aquí encontrarás las pistas que necesitas.

Los profesionales del Turismo ***desarrollan*** su carrera en uno de los principales motores de la economía. Nuestro clima, geografía e historia hacen de España uno de los destinos preferidos por los turistas de todo el mundo, de ahí que este sea uno de los sectores con más crecimiento y de mayor importancia para nuestra economía.

Las posibilidades de trabajo que ofrece son muchas. Además de personal para atención al público, este sector necesita profesionales con capacidad de gestión y administración, de asumir responsabilidades directivas y de promoción tanto en empresas hoteleras, agencias de viaje, compañías de transporte como en otras empresas dedicadas al ocio.

Amplia oferta formativa

Las posibilidades que puedes encontrar para formarte en este campo son muchas:

1. Formación Profesional. La rama de Hostelería y Turismo te permite entrar a trabajar en este sector en puestos que no exigen una alta cualificación.

2. Escuelas privadas españolas y extranjeras. Ofrecen estudios tanto en el campo de la Hostelería como del Turismo, donde aprendes a dirigir y gestionar hoteles y restaurantes. Suelen combinar una amplia teoría con prácticas reales en empresas. Destacan por el enfoque práctico de los estudios que imparten y el contacto con las necesidades del mercado laboral. Antes de elegir conviene asegurarte de que sus estudios están homologados e informarte del prestigio del centro, puesto que será un factor que te ayudará en tu futura incorporación laboral.

3. Estudios universitarios. Desde hace relativamente poco (1996) se crearon los estudios universitarios de Turismo que proporcionan unos conocimientos globales para trabajar en este sector. A estos estudios puedes acceder desde todas las ramas de bachillerato y también teniendo el título de Técnico Superior de Formación Profesional de la Familia de Comercio y Marketing, Hostelería y Turismo, entre otros. Con el Proceso de Bolonia, estos estudios pasan de ser una diplomatura de tres años a un grado de cuatro, donde se estudian asignaturas como economía, gestión empresarial o marketing turístico. También aprendes gestión cultural y del patrimonio histórico. Lo más destacable es que tienes que aprender dos idiomas. El inglés siempre es materia obligatoria, además de una segunda lengua (como el alemán, francés o italiano). Además, durante los estudios universitarios también tendrás que realizar prácticas obligatorias en alguna empresa.

Aptitudes aconsejables

Para trabajar en este campo es muy importante tener un gran interés por otras culturas y países. Igualmente importante es el don de gentes, ser buen comunicador y tener facilidad para el aprendizaje de idiomas. La capacidad comercial y de negociación también te vendrá bien, sobre todo si aspiras a ocupar puestos de dirección.

Salidas laborales

Los titulados se preparan para realizar funciones de organización, planificación, gestión y dirección de actividades turísticas. Pueden trabajar en múltiples áreas: en hostelería y restauración; en agencias de viajes; en áreas de información turística; en organizaciones de esparcimiento, como camping, parques temáticos, parques recreativos, parques naturales, acuáticos, estaciones de esquí y residencias de verano; en empresas de animación turística; y en la Administración Pública, sobre todo en las Secretarías de Turismo. Además, pueden trabajar como autónomos como guías turísticos y como intérpretes.

También es interesante apuntar que actualmente se están demandando nuevos servicios de turismo, como puede ser el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura. Si te gustaría dedicarte a este sector y montar tu negocio, aquí tienes interesantes oportunidades para explorar.

Salario medio

Aunque el salario depende mucho del tipo de organización y de la experiencia profesional, una tendencia es que esté ligado a índices de productividad. Para que te hagas una idea de los salarios en los que se mueven los profesionales de este sector, los agentes de viaje tienen un salario anual bruto de unos 14.000€, mientras que los puestos de mayor responsabilidad como director de agencia de viajes están en torno a los 24.000€ y si se ocupa un puesto mayor como director de hotel, el rango de salario se mueve entre los 25.000€ y los 75.000€. Como es lógico, antes de llegar a desempeñar puestos de responsabilidad, hay que pasar por los diferentes niveles de la organización y la forma más habitual de entrar es a través de **prácticas**. ¡Aprovéchelas!

prácticas

Refere-se ao estágio obrigatório dos cursos de formação profissional e superior.

Fonte: <http://yaq.es/reportajes/estudiar-turismo>

Olha a educação!

A educação na Espanha está organizada da seguinte forma:

- Educación Infantil (0-6 años)
 - Educación Primaria (6-12 años)
 - Educación Secundaria Obligatoria (12-16 años)
 - Bachillerato (16-18 años)/Formación Profesional Técnica (16-20) años
- Educación Superior



O Bachillerato, citado no texto, é um curso posterior à Educação Básica, mesmo não sendo obrigatório, funciona como um dos pré-requisitos para as carreiras de nível superior. Ele é oferecido em três modalidades: Artes; Ciências e Tecnologia; Humanidades; Ciências Sociais.



Atividade

Atende aos objetivos 1 e 3

A partir da leitura do texto “Estudiar Turismo”, de Paula YAO, responda às questões propostas.

1. Qual a forma de tratamento (formal ou informal) usada no texto? Justifique sua resposta.

2. Que justificativa o texto apresenta para fundamentar seus argumentos em favor da atividade turística na Espanha?

3. A enunciadora dirige-se a leitores de que nacionalidade? Justifique sua resposta com um fragmento do texto.

4. Com relação à oferta formativa, explique as principais diferenças entre os três tipos apresentados no texto.

5. Complete a tabela com vocabulário apresentado no texto. Na coluna da esquerda entram as capacidades exigidas aos profissionais de turismo e na da direita as tarefas equivalentes. Preste atenção ao uso dos verbos. Para tal, siga o exemplo:

CAPACIDADES (infinitivos)	TAREAS (sustantivos)
administrar	administración

Resposta comentada

1. O tratamento usado no texto é o informal, marcado pelo pronome pessoal tú. O uso do pronome te em "Si te apetece dedicarte a ello, aquí encontrarás las pistas que necesitas" comprova tal afirmativa.
2. A justificativa apresentada pelo texto é o fato de o turismo ser uma das principais atividades econômicas do país, ou seja, o texto destaca sua relevância econômica.
3. A enunciadora do texto dirige-se a leitores espanhóis já que em alguns trechos faz referência à primeira pessoa do plural nosotros destacada no uso do possessivo em: "Nuestro clima, geografía e historia hacen de España uno de los destinos preferidos por los turistas de todo el mundo, de ahí que este sea uno de los sectores con más crecimiento y de mayor importancia para nuestra economía."
4. As principais diferenças entre os tipos de oferta formativa residem no fato de que a primeira (Formación Profesional) dá-se em serviço para atividades que não exigem altas qualificações, enquanto as outras duas são efetivamente cursos regulares. O que diferencia a segunda (Escuelas Privadas) da terceira (Estudios Universitários) é seu caráter mais prático e seu diálogo com o mercado de trabalho em oposição a uma formação mais global oferecida pelas universidades.
5. Você precisa destacar apenas quatro dentre as possibilidades apresentadas a seguir:

Gestionar > gestión;
Comunicar > comunicación;
Asumir (responsabilidades) > asunción;
Promover > promoción;
Dirigir > dirección;
Informar > información;
Negociar > negociación;
Organizar > organización;
Planificar > planificación.

Perfis, capacidades, competências... Construindo uma identidade profissional

No plano das normas antecedentes ao trabalho do profissional de turismo também se encontra a formação regular em cursos, escolas ou universidades. Todas as aulas, textos, livros, vídeos a partir dos quais se estuda para desempenhar uma atividade profissional

também fazem parte do que definimos como trabalho prescrito. Você como aluno deste curso está adquirindo conhecimentos que contribuem tanto para sua prática como futuro trabalhador da área quanto para construção de sua identidade profissional.

Certamente, os perfis variam conforme os interesses de grupos diversos, de concepções distintas, de modos diferentes de pensar esse (futuro) profissional, seja como aluno em formação ou graduado.

A partir de agora, vamos observar e analisar como se definem os perfis de entrada e saída de um curso Superior em Turismo e Hotelaria propostos por uma universidade peruana.

PERFIL DEL INGRESANTE

1. Tener capacidad de liderazgo y fomentarlo.
2. Disposición y compromiso para el dominio de idiomas.
3. Demostrar una vocación profesional de servicio.
4. Comprometerse a conservar y promocionar la riqueza del Patrimonio Natural y Cultural del país.
5. Espíritu viajero, observador del entorno natural y cultural capaces de investigar la realidad turística y de servicio con plena identificación cultural y amor a su patria.
6. Respeto al Patrimonio Natural y Cultural de nuestro país.
7. Actuar como agente de cambio de la actividad turística y de servicio, aplicando métodos y técnicas de administración y gestión empresarial sobre los recursos y el Patrimonio Turístico.
8. Dirigir, gerenciar los servicios turísticos con transparencia y profesionalidad.
9. Promocionar la actividad turística.
10. Planificación, organización y dirección de acciones de educación y capacitación en turismo.
11. Demostrar interés por organizar y participar en viajes de prácticas a lugares turísticos del Perú.

PERFIL DEL EGRESADO

a. Formación Humana

- Equilibrio emocional y pensamiento lógico
- Actitud crítica y reflexiva frente a los desafíos de su entorno
- Honestidad e integridad en el ejercicio profesional
- Autoestima para reconocer sus propias potencialidades y limitaciones
- Capacidad responsable de trabajo en equipo
- Capacidad de investigación y desarrollo para el turismo.
- Aptitudes para planificar y promocionar el turismo y los Servicios Turísticos
- Interés por la gestión, de nuevos productos turísticos.
- Creatividad y vocación de servicio.

b. Formación Académico-Profesional

- Dirigir, organizar y ejecutar las actividades de **guidismo** con profesionalismo
- Planificar, organizar y dirigir un sistema de información que permita evaluar las actividades de las empresas e instituciones de turismo.
- Organizar y dirigir empresas de fomento y animación turística.
- Producir guías y manuales informativos de lugares y acciones turísticas.
- Asesorar y dirigir actividades de protección, conservación y salvataje del Patrimonio Cultural histórico, artístico y de los recursos naturales de la región y del país.
- Organizar y gerenciar empresas de turismo, hospedaje y restauración

Guidismo

É o termo usado para designar a atividade de guiamento dentro do movimento de bandeirantes e escoteiros.

Fonte:http://www.ucsm.edu.pe/catolica/index.php?option=com_content&view=article&id=585&Itemid=731



Atividade

Atende aos objetivos 1, 2 e 3

1. Com relação ao *Perfil do ingressante*, é possível identificar, pelo menos dois tópicos que dizem respeito bem mais ao profissional atuante do que a um candidato cujo curso seja sua primeira aproximação com o turismo como atividade profissional. Identifique esses tópicos e explique a diferença.

2. Os tópicos do *Perfil del ingresante* estão construídos sem paralelismo, isto é, não usam uma mesma estrutura linguística. Buscando padronizar esses tópicos com o uso do infinitivo, reescreva os tópicos diferentes de modo a adequá-los. Acrescente verbos, caso seja necessário.

3. Considerando os tópicos presentes na lista perfil do egresso, é possível afirmar que o curso de Língua Espanhola tem contribuído para sua formação? Explique.

Resposta comentada

1. Os tópicos do Perfil del ingresante que apenas dizem respeito ao profissional atuante são 7, 8 e 10. Para responder corretamente, você precisa escolher dois desses e explicar por que se diferenciam dos outros.

O item 7 fala em atuação na atividade turística e aplicação de métodos e técnicas que apenas dizem respeito a um profissional em atuação.

O item 8 fala em dirigir e gerenciar serviços turísticos, prática que apenas profissionais em atuação executam.

O item 10 também se refere às atividades profissionais, só que voltadas para educação e capacitação profissional.

2. Eis os tópicos que precisam ser reescritos e uma possibilidade de fazê-lo é:

- 2. Presentar disposición y compromiso para el dominio de idiomas. Cultural del país.
- 5. Tener espíritu viajero, observador del entorno natural y cultural capaces de investigar la realidad turística y de servicio con plena identificación cultural y amor a su patria.
- 6. Respetar al Patrimonio Natural y Cultural de nuestro país.
- 10. Planificar, organizar y dirigir acciones de educación y capacitación en turismo.

3. A resposta é pessoal, mas deve considerar os textos e as atividades propostas nesta disciplina, bem como a interação na plataforma e com tutores como elementos que podem contribuir para sua formação profissional e cidadã.

O último texto a ser trabalhado trata-se de uma entrevista com uma profissional de turismo cujo contexto de produção é a comunidade *No Sé Que Estudiar* da rede social Facebook. As perguntas, propostas por seguidores da comunidade, foram escolhidas para compor a entrevista que foi realizada por editores do site carrerasconfuturo.com.

Para compor este material, selecionamos algumas respostas e transcrevemos. Você terá acesso a todo o vídeo, acessando o link no boxe multimídia.



Você terá acesso ao conteúdo completo da entrevista, a outros textos, vídeos e comentários no site: <http://www.carrerasconfuturo.com/2010/12/07/conversando-sobre-la-carrera-de-turismo-y-hotelaria-2/>.



Atividade final

Leia o texto e responda às questões a seguir.

Conversando sobre la carrera de Turismo y Hotelería

Cecilia Muñiz Carrillo responde a las dudas vocacionales de la comunidad No Sé Qué Estudiar, en Facebook, sobre la carrera de Turismo y Hotelería.

Cecilia Muñiz Carrillo se desempeña como Subgerente de Novotel, la importante cadena internacional de hoteles.

¿Puedo viajar el mundo estudiando esta carrera?

Muchas personas relacionan lo que es la carrera, el mundo del turismo, con viajes. Pero todo depende de lo que escojas realmente. Si escojas ser un agente de viajes o escojas ser un turoperador con seguridad vas a viajar muchísimo. Pero si escojas hotelería, por ejemplo, no necesariamente viajas porque puedes hacer operación de un hotel. Tiene también los cruceros en los que se puede realmente viajar. No es un viaje de placer, como todos imaginan, es un viaje de trabajo pero te da muchas posibilidades de conocer el mundo.

Quisiera saber sobre las cosas que puedes llegar a hacer cuando termines esa carrera.

Bueno, primero hay que entender que en hotelería y turismo hay que ir de poco en poco. Es mejor empezarlo de muy abajo para saber realmente que uno le gusta. Si le gusta lo que es cocina podría enfocar en un restaurante de

hotel o en un restaurante solo que se dedique en ofrecer cosas para el turismo, para ejecutivos que vengan a nuestro país, por ejemplo. O si te gusta la hotelería y la meta es ser gerente de un hotel y poder ver la operación más por el lado de ser recepcionista, trabajar con reservas, eventos o sí por otro lado te divierte más el hecho de viajar en un crucero, apuestas por cualquier área dentro de un crucero en que te permitirá desarrollarte en lo que has estudiado.

¿Qué falta para aprovechar el potencial que tenemos en nuestro país (Perú)?

Básicamente es educar. Desde que uno sale al colegio, desde que uno empieza una universidad, no es solo Machu Picchu, no es solo Sipán, no es solo Chan Chan, no es solo Pachacamac, lo que involucra al turismo, somos todos con el servicio desde que tomamos un taxi, desde que vamos a elección, desde que tenemos que ser un país seguro, detalles como siempre ser buenos anfitriones en nuestro país.

Escuché que se gana bien trabajando en cruceros. ¿Qué tan difícil es hacerlo?

En un crucero se puede ganar muchísimo dinero, sí, cierto, pero es el tipo de vida que llevas, es una vida sacrificada, es una vida en altamar, es una vida en que conozcas muchos países. Yo sí aconsejaría que las personas que estudian turismo sí la hagan porque es una manera muy buena de aprender muchas cosas que uno necesita para después.

Fonte: Adaptado de <https://www.youtube.com/watch?v=oKrpogdar-E&list=PLDC66856ECDB4F0B5&index=1>.

1. Qual o grau de formalidade usado na entrevista? Justifique com um fragmento do texto.

2. Explique o uso da primeira pessoa do plural “*nosotros*” no terceiro bloco da entrevista.

3. Que relação se estabelece no quarto bloco entre ganhar bem e dificuldade?

4. Usando a entrevista e todos os textos desta aula como base, descreva um perfil profissional, com no mínimo 5 tópicos, para um gerente de hotel. Para isso, você pode usar os verbos e/ou os substantivos já estudados.

Resposta comentada

1. Podemos identificar que a entrevista é informal, uma vez que o interlocutor é tratado por tú. Um fragmento que pode comprovar isso é: "No es un viaje de placer, como todos imaginan, es un viaje de trabajo pero te da muchas posibilidades de conocer el mundo."
2. A entrevistadora engloba em sua fala não apenas o interlocutor que elaborou a pergunta, mas a todos os peruanos que devem contribuir para desenvolvimento do turismo em seu país.

3. A relação que se estabelece segue a lógica de que quanto mais difícil é uma atividade, maior é a remuneração para ela. O trabalho em cruzeiros seria bem remunerado já que o trabalhador vive uma vida sacrificada, segundo a entrevistada.

4. Você deverá elaborar uma lista que considere as capacidades e competências de um gerente de hotel. Seguindo os textos desta aula, algumas possibilidades seriam:

- Tener un gran interés por otras culturas y países.
- Ser buen comunicador.
- Hablar otros idiomas.
- Tener capacidad comercial y de negociación.
- Tener capacidad de liderazgo.
- Respetar al Patrimonio Natural y Cultural de nuestro país.
- Ser capaz de actuar como agente de cambio de la actividad turística y de servicio.
- Dominar métodos y técnicas de administración y gestión empresarial.
- Dirigir, gerenciar los servicios turísticos con transparencia y profesionalidad.
- Promocionar la actividad turística.

- *Planificar, organizar y dirigir un sistema de información que permita evaluar las actividades de las empresas e instituciones de turismo.*
- *Organizar y dirigir empresas de fomento y animación turística.*
- *Producir guías y manuales informativos de lugares y acciones turísticas.*
- *Organizar y gerenciar empresas de turismo, hospedaje y restauración.*

Resumo

Nesta aula, discutimos o papel da linguagem na produção e organização do trabalho dos profissionais de turismo. Vimos que o trabalho pode ser pensado como um debate de normas, isto é, o uso dos conhecimentos, experiências e habilidades dos trabalhadores na atividade para executarem suas tarefas. Estudamos diversos textos oficiais e não oficiais que prescrevem, normatizam e/ou dizem como devem ser o trabalho e o perfil dos trabalhadores da área de turismo, constituindo assim suas identidades profissionais. Com relação à nossa competência linguística em língua espanhola para compreender e produzir tais textos, focamos nossa atenção nos verbos no infinitivo, que servem para descrever capacidades dos trabalhadores e tarefas a serem cumpridas, e nos substantivos derivados de verbo, cujo papel nesses textos é designar as atividades profissionais.

Informação sobre a próxima aula

Na próxima aula, estudaremos um pouco mais sobre as tipologias de narração e descrição, com foco nos verbos no passado e nos marcadores temporais. Até lá!

Referências

Espanhol Instrumental I

Aula 1

GRANADOS, V. M.; TOMÁS, L. *De Lengua Española: Manual de orientación universitaria.* Madrid: Rosas, 1982.

MORENO FERNÁNDEZ, F. *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje.* Barcelona: Ariel, 2002.

<http://br.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110710191247AAvrB2j>

http://cultura.elpais.com/cultura/2010/11/05/actualidad/1288911609_850215.html

http://www.dgt.es/portal/es/oficina_virtual/vehiculos/modelos_impressos/

<http://www.elcastellano.org/castesp.html>

<http://www.embarazoescosade2.es/descargas.jsp>

<http://www.rtve.es/noticias/20101129/cuantas-letras-tiene-alfabeto-espanol-27/376996.shtml>

<http://www.youtube.com/watch?v=Ik1tWHym4Ic&feature=related>

Aula 2

BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem.* São Paulo: Hucitec, 1995.

_____. *A estética da criação verbal.* São Paulo: Martins Fontes, 1992.

DAHER, D. C.; SANT'ANNA, V. L. A de. Reflexiones acerca de la noción de competencia lectora: aportes enunciativos e interculturales. *Revista Hispanista*, n. 11, 2002. Disponível em: <<http://www.hispanista.com.br/revista/artigo95esp.htm>>. Acesso em: 27 maio 2015.

FREITAS, L. M. de; VARGENS, D. P. de M. Ler e escrever: muito mais que unir palavras. In: BARROS, C. S. de; COSTA, E. G. de M. (Coord.). *Espanhol: ensino médio.* Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Coleção Explorando o Ensino, v. 16).

LOPES, L. P M. *Oficina de linguística aplicada.* Campinas: Mercado de Letras, 1996.

MAINQUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação.* 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MELLO, J. M; GONÇALVES, R. S. Importância do desenvolvimento de estratégias de leitura para a aprendizagem de espanhol a distância. *HOLOS*, ano 27, v. 5, p. 165-178, dez. 2011.

Aula 3

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BRANDÃO, H. N. Texto, gêneros do discurso e ensino. In: _____ (Coord.). *Gêneros do discurso na escola: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.) *Gêneros textuais e ensino*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- _____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, Désirée (Org.) *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

Aula 4

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- CORACINI, M. J. (Org.). *O jogo discursivo na aula de leitura: língua materna e língua estrangeira*. 2. ed. Campinas: Pontes, 2002.
- FLORES, V. do N.; TEIXEIRA, M. *Introdução à linguística da enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005.
- GARCÍA NEGRONI, M. M.; TORDESILLAS COLADO, M. *La enunciación en la lengua: de la deixis a la polifonía*. Madrid: Gredos, 2001.
- LOPES, L. P. da M.; BASTOS, L. C. (Org.) *Para além da identidade: fluxos, movimentos e trânsitos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- <http://www.soespanhol.com.br/conteudo/acentuacao.php>
- http://www.wikilengua.org/index.php/Tiempo_verbal

Aula 5

BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.

_____. *A estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

DAHER, D. C.; SANT'ANNA, V. L. A de. Reflexiones acerca de la noción de competencia lectora: aportes enunciativos e interculturales. *Revista Hispanista*, n. 11, 2002. Disponível em: <<http://www.hispanista.com.br/revista/artigo95esp.htm>>. Acesso em: 27 maio 2015.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

<http://pt.wikipedia.org/>

<http://viagem.uol.com.br/ultnot/2008/05/01/ult4466u248.jhtm>

<http://www.fundacionneruda.org/>

<http://www.vallenevado.com/es/>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u311762.shtml>

<http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp>

www.skitour.cl

www.wordreference.com

Aula 6

CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, P. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

GUIMARÃES, E. Designação e espaço de enunciação: um encontro político no cotidiano. *Revista Letras*, Santa Maria, n. 26, p. 53-62, 2003.

GUIMARÃES, E. *Os limites do sentido*: um estudo histórico e enunciativo da linguagem. Campinas: Pontes, 2002a.

GUIMARÃES, E. *Semântica do acontecimento*: um estudo enunciativo da designação. Campinas: Pontes, 2002b.

MAINGUENEAU, D. *Análises de texto de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

<http://www.linguisticaelinguagem.cepad.net.br/EDICOES/07/Arquivos/05.pdf>

Aula 7

- DEL GAUDIO, R. S. O mapa enquanto discurso e o discurso do mapa: algumas questões. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, n. 56, jan. 2006.
- GUIMARÃES, E. *Os limites do sentido*: um estudo histórico e enunciativo da linguagem. Campinas: Pontes, 2002a.
- GUIMARÃES, E. *Semântica do acontecimento*: um estudo enunciativo da designação. Campinas: Pontes, 2002b.
- JOLY, F. *A cartografia*. Campinas: Papirus, 1990.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

Aula 8

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BRANDÃO, H. N. Texto, gêneros do discurso e ensino. In: _____ (Coord.). *Gêneros do discurso na escola*: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.) *Gêneros textuais e ensino*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- _____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, Désirée (Org.) *Gêneros*: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- <http://tourdaexperiencia.blogspot.com.br/2012/09/o-turismo-e-internet.html>
- <http://www.conocecuba.com.mx/index.php>
- <http://www.cubatravel.cu>
- http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/dissertacoes_teses/detalhe/Turismo_Virtual_internet.html
- <http://www.hicuba.com/havana-varadero.php>

http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/56917_O+TURISMO+NAVEGA+NA+INTERNET

<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/19609>

Aula 9

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, P. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

DEL GAUDIO, R. S. O mapa enquanto discurso e o discurso do mapa: algumas questões. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, n. 56, jan. 2006.

GUIMARÃES, E. Designação e espaço de enunciação: um encontro político no cotidiano. *Revista Letras*, Santa Maria, n. 26, p. 53-62, 2003.

GUIMARÃES, E. *Os limites do sentido*: um estudo histórico e enunciativo da linguagem. Campinas: Pontes, 2002a.

GUIMARÃES, E. *Semântica do acontecimento*: um estudo enunciativo da designação. Campinas: Pontes, 2002b.

JOLY, F. *A Cartografia*. Campinas: Papirus, 1990.

MAINGUENEAU, D. *Análises de texto de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARCUSCHI, L. A. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

<http://elcomercio.pe>

http://es.wikipedia.org/wiki/Pueblo_gitano#Los_gitanos_en_España

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cigano>

<http://www.blogs.buenosaires.gov.ar/viajabuenosaires/2008/05/13/museos-de-fiesta/>

<http://www.linguisticaelinguagem.cepad.net.br/EDICOES/07/Arquivos/05.pdf>

<http://www.turismo.gub.uy/opciones-turisticas-4/cultura/tango>

Aula 10

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

FLORES, V. do N.; TEIXEIRA, M. *Introdução à linguística da enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005.

GARCÍA NEGRONI, M. M.; TORDESILLAS COLADO, M. *La enunciación en la lengua: de la deixis a la polifonía*. Madrid: Gredos, 2001.

GRAMÁTICA ESPAÑOLA. Barcelona: Santillana, 2002.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

GONZÁLEZ QUINTERO, C. Periodismo y moral. Una aproximación al discurso de prensa sobre el narcotráfico en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna, 6, 1998. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/78cata.htm>>. Acesso em: 1 abr. 2013.

WAITEMAN, F. *Manual prático e criação publicitária*. São Paulo: Nobel, 2006.

<http://www.bomespanhol.com.br/gramatica/modos-tempo-verbais/subjuntivo/presente>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Colômbia>

<http://www.guiapraticodeespanhol.com.br/2011/08/formacao-para-formar-o-presente-do.html>

Aula 11

BAKHTIN, M. *Os gêneros do discurso*. In: _____. Estética da criação verbal. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BRANDÃO, H. N. *Texto, gêneros do discurso e ensino*. In: BRANDÃO, H. N. (Coord.) *Gêneros do discurso na escola: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

- GRAMÁTICA ESPAÑOLA. Barcelona: Santillana, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.) *Gêneros textuais e ensino*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- _____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, Désirée (Org.) *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%ADfrasis_verbal
- http://media.cascadedesigns.com/pdf/Nook_ES.pdf
- http://pt.wikipedia.org/wiki/Manual_de_instru%C3%A7%C3%A7%C3%B5es
- <http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/morfologia/perifrasis/perifrasisverbales.htm>
- <http://www.rinconcastellano.com/tl/perifrasis.html>

Aula 12

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BRANDÃO, H. N. Texto, gêneros do discurso e ensino. In: BRANDÃO, H. N. (Coord.) *Gêneros do discurso na escola: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Manual de uso 2010 da Marca Brasil*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em 15 de abril de 2013.
- DAHER, D. C.; SANT'ANNA, V. L. A de. Reflexiones acerca de la noción de competencia lectora: aportes enunciativos e interculturales. *Revista Hispanista*, n. 11, 2002. Disponível em: <<http://www.hispanista.com.br/revista/artigo95esp.htm>>. Acesso em: 27 maio 2015.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- WAITEMAN, F. *Manual prático e criação publicitária*. São Paulo: Nobel, 2006.
- <http://www.turismo.gov.br>

Aula 13

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BRITO, J. Trabalho prescrito. *Dicionário da Educação Profissional em Saúde*. Fundação Oswaldo Cruz, 2009. Disponível em: <<http://www.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/trapre.html>> Acesso em: 10 de maio de 2013.
- CANGUILHEM, G. Meio e normas do homem no trabalho. *Proposições*, Unicamp, v. 12, n. 2-3, p. 35-36, jul.-nov. 2001. Disponível em: <<http://www.proposicoes.fe.unicamp.br/proposicoes/textos/3536-artigos-canguilhemg.pdf>> Acesso em: 10 maio 2013.
- CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- CLOT, Y. *A função psicológica do trabalho*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- FLORES, V. do N.; TEIXEIRA, M. *Introdução à linguística da enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005.
- GARCÍA NEGRONI, M. M.; TORDESILLAS COLADO, M. *La enunciación en la lengua: de la deixis a la polifonía*. Madrid: Gredos, 2001.
- GRAMÁTICA ESPAÑOLA. Barcelona: Santillana, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

