

## GÊNERO TEXTUAL, TIPOLOGIA TEXTUAL E SUPORTE

### GÊNERO TEXTUAL:

O gênero textual corresponde ao formato de texto que circula na sociedade, são formas discursivas diversas utilizadas para estabelecer a comunicação. Dependendo da finalidade da comunicação, elegemos um gênero textual específico para comunicar o que pretendemos.

A receita é um gênero textual utilizado para ensinar o preparo de algum alimento

A história em quadrinhos é um gênero textual utilizado para narrativas com personagens, enredo, imagens, com a finalidade de entreter.

A notícia é um gênero utilizado para contar um fato recente, informar os leitores sobre um acontecimento.

Assim, devemos perceber que o gênero textual circula em todas as esferas sociais, desse modo, existe uma infinidade de gêneros textuais, pois as situações de comunicação são inúmeras também.

Vejamos alguns exemplos:

### DIÁRIO:



"Domingo, 14 de junho de 1942

Vou começar a partir do momento em que ganhei você, quando o vi na mesa, no meio dos meus outros presentes de aniversário. (Eu estava junto quando você foi comprado, e com isso eu não contava.)

Na sexta-feira, 12 de junho, acordei às seis horas, o que não é de espantar; afinal, era meu aniversário. Mas não me deixam levantar a essa hora; por isso, tive de controlar minha curiosidade até quinze para as sete. Quando não dava mais para esperar, fui até a sala de jantar, onde Moortje (a gata) me deu as boas-vindas, esfregando-se em minhas pernas.”

Fonte: “Diário de Anne Frank”.

## NOTÍCIA:

### **Deslizamento no Nepal bloqueia rio e pode fazer enchente chegar à Índia**

Autoridades do Nepal instaram milhares de moradores de vilarejos a se deslocarem para locais mais seguros após um deslizamento de terra, provavelmente motivado por terremotos recentes, ter bloqueado um rio, levantando preocupações de uma enchente repentina e devastadora.

Autoridades do Nepal instaram milhares de moradores de vilarejos a se deslocarem para locais mais seguros após um deslizamento de terra, provavelmente motivado por terremotos recentes, ter bloqueado um rio, levantando preocupações de uma enchente repentina e devastadora.

O deslizamento na vila de Ramche, no distrito de Myagdi, cerca de 140 quilômetros a noroeste de Katmandu, ocorreu na noite de sábado e bloqueou o rio Kali Gandaki.

Fonte: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/05/deslizamento-no-nepal-bloqueia-rio-e-pode-fazer-enchente-chegar-india.html>

## TIPOLOGIA TEXTUAL:

Os textos fazem uso de uma determinada linguagem para a comunicação. Muitas vezes, essa linguagem pode ser verbal ou não-verbal, e ainda podem apresentar as duas linguagens ao mesmo tempo.

Inicialmente, vamos pensar na linguagem verbal. Essa pode ser materializada de diferentes formas a depender do tipo de texto que se escreve. Dessa forma, nós teremos algumas tipologias associadas à produção de alguns gêneros textuais.



Assim, podemos ter uma propaganda, por exemplo, que utiliza da descrição para vender seu produto:

“O sabão PLUS é cheiroso, agradável, envolvente! Sua composição é perfeita, e seu preço um atrativo!”

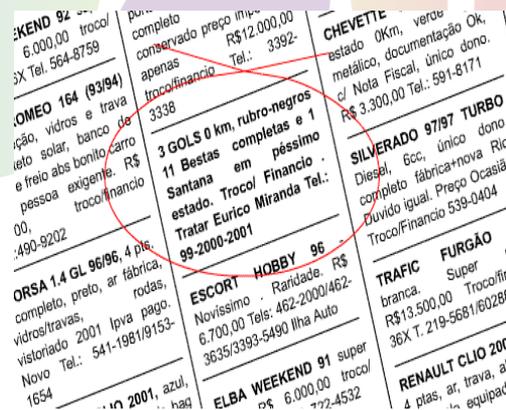
No entanto, é possível apresentar a mesma propaganda fazendo uso da narração para vender o produto:

“Era uma vez, um sabão sem igual. Seu perfume era tão agradável que nenhuma máquina de lavar se livrava de seu cheiro inigualável.”

Assim, fica evidente que o mesmo gênero textual pode fazer uso de diferentes tipologias, a depender sempre da intenção daquele que o produz. Vejamos algumas tipologias e os gêneros em que normalmente podemos encontra-las:

**DESCRITIVA:** tipologia utilizada para descrever objetos, seres, sentimentos, emoções, situações. Faz uso das adjetivações ao descrever personagens ou ambientações, por exemplo. É uma tipologia muito frequente em diversos gêneros textuais, pois os detalhes auxiliam na criação das imagens mentais daqueles que a leem.

Exemplos: Receita, Classificados, Lista de compras.



**DISSERTATIVA:** explanação sobre determinado assunto. Pode ser expositiva, quando apresenta conceitos sobre um tema; pode ser argumentativa, quando apresenta uma opinião sobre um assunto e apresenta explicações para justificar esse posicionamento.

Exemplos: Artigo jornalístico, reportagem, manifesto.



**MANIFESTO**

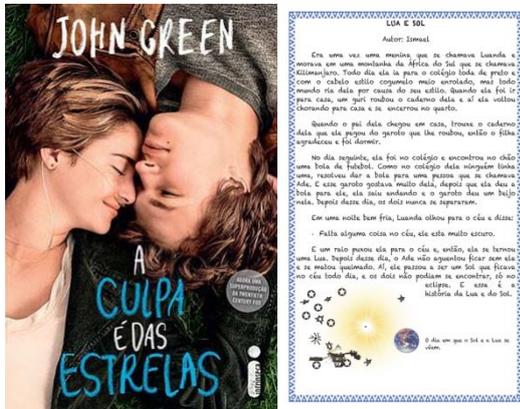
Houve um tempo em que marcas eram nomes, apenas nomes. Os avanços (e recuos) econômicos, a incansável concorrência por mercados, o mix de culturas e pontos acadêmicos por conferir às marcas um novo e crucial papel: o de transmitir ideias e ideias. Tais movimentos fizeram das marcas referências de valores e comportamentos, ícones que têm o poder de capturar e mobilizar a atenção, a atenção e a memória das pessoas. Marcas ultrapassaram assim as fronteiras de comunicação publicitária, constituindo experiências que podem ser vividas, namoradas e compartilhadas por seus consumidores. Hoje, marcas são conversações amplas, ricas, distribuídas, sobre as quais não há controle rígido – são essencialmente interativas, um tanto caóticas e inevitavelmente públicas. Marcas são coisas abertas, destinadas a interpretações. Por isso, perguntamos: será que a história do Linux, que surgiu da apaixonada copacopagem entre milhares de entusiastas espalhados pelo planeta, não tem algo a ensinar às marcas? Será que as marcas não têm o que aprender com esse exemplo de engajamento franco e livre? Acreditamos que sim. Acreditamos em Open Source Branding. Uma nova lógica que pede a participação das pessoas – estejam onde estiverem, no tempo que for, do jeito que quiserem. E aí que entram os meios digitais. Blogs, microblogs, comunidades, comunicadores instantâneos, caçadores, formam o habitat natural para esse novo modo de ser da Comunicação. Open Source Branding é um novo olhar, uma nova atitude na gestão de marcas. É assumir que a imagem de marca vai muito além do conteúdo oficial das campanhas. É abrir o coração e ter jogo de cintura para assimilar histórias, sentimentos, opiniões e reações lançadas pelos consumidores. É abrir a marca à inteligência que surge do coletivo.

AGÊNCIA/CC BY-NC-SA. Criação e desenvolvimento de conteúdo. Projeto de layout. Laboratório de Open Source Branding no Campus Pery Brasil, de 18 a 23 de Janeiro. Leitura: Hugo Moura, do departamento, realizada por quem lê esta sobre a vida. 22 anos e preparando a maratona. Mais informações em [www.abcsb.com.br](http://www.abcsb.com.br).



**NARRATIVA:** tipologia utilizada para contar um fato, fictício ou não. Faz uso de personagens, enredo, tempo, e outros elementos dependendo da narrativa. Os verbos, geralmente, estão no pretérito.

Exemplos: Contos, novelas, romances.



**INJUNTIVA:** tipologia utilizada para ensinar como determinada ação deve ser realizada, ou como um material deve ser usado, ou como algo deve ser feito. Os verbos, geralmente, estão no imperativo.

Exemplos: manuais, propaganda, receita.





**SUPORTE:**

O suporte é uma estrutura destinada a apresentar e/ou reunir alguns gêneros textuais. O suporte não é um gênero, mas algo que auxilia o ato de comunicação, ou seja, auxilia o gênero textual para que a finalidade do texto se realize.

Podemos mencionar alguns dos exemplos mais comuns:

**Jornal:** Nesse suporte, podemos encontrar reportagens, notícias, classificados, tirinhas, horóscopo, receita, entre outros. O suporte Jornal é de ampla circulação e tem diversas finalidades, a depender do gênero que o leitor procura.



**Revista:** Assim, como no jornal, podemos encontrar diferentes gêneros nesse suporte. Entretanto, dependendo da revista, os gêneros contidos dialogarão com o assunto da revista. Geralmente, uma revista científica trará gêneros textuais mais típicos da linguagem científica, como artigos, reportagens ou entrevistas.



**Outdoor:** esse suporte é utilizado, com mais frequência, para a propaganda, seria inviável como suporte de um romance, por exemplo. Assim, com mensagens curtas e fazendo auxílio de linguagem não-verbal, também, a propaganda é o principal gênero desse tipo de suporte.



Referência:

[http://www.uems.br/site/nehms/arquivos/53\\_2014-04-04\\_12-17-14.pdf](http://www.uems.br/site/nehms/arquivos/53_2014-04-04_12-17-14.pdf)

