



Idioma Instrumental para Comunicação

Idioma Instrumental para Comunicação

Louise Arosa Prol Otero

Adriana Andrade Junqueira de Brito Arantes

Presidente

Rodrigo Galindo

Vice-Presidente Acadêmico de Graduação e de Educação Básica

Mário Ghio Júnior

Conselho Acadêmico

Ana Lucia Jankovic Barduchi

Camila Cardoso Rotella

Danielly Nunes Andrade Noé

Grasiele Aparecida Lourenço

Isabel Cristina Chagas Barbin

Lidiane Cristina Vivaldini Olo

Thatiane Cristina dos Santos de Carvalho Ribeiro

Revisão Técnica

Daniela Delgado

Danusa Lopes Bertagnoli

Guilherme Alves De Lima Nicesio

Editorial

Camila Cardoso Rotella (Diretora)

Lidiane Cristina Vivaldini Olo (Gerente)

Elmir Carvalho da Silva (Coordenador)

Letícia Bento Pieroni (Coordenadora)

Renata Jéssica Galdino (Coordenadora)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O87i Otero, Louise Arosa Prol
Idioma instrumental para comunicação / Louise Arosa Prol
Otero, Adriana Andrade Junqueira de Brito Arantes.
– Londrina : Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.
232 p.
ISBN 978-85-522-1138-9

1. Inglês aplicado. 2. Espanhol aplicado. 3. Línguas
aplicadas à Comunicação. I. Otero, Louise Arosa Prol. II.
Arantes, Adriana Andrade Junqueira de Brito. III. Título.

CDD 370

Thamiris Mantovani CRB-8/9491

2018

Editora e Distribuidora Educacional S.A.

Avenida Paris, 675 – Parque Residencial João Piza

CEP: 86041-100 – Londrina – PR

e-mail: editora.educacional@kroton.com.br

Homepage: <http://www.kroton.com.br/>

Sumário

Unidade 1 Estruturas básicas da língua espanhola	7
Seção 1.1 - Introdução ao espanhol instrumental aplicado à Comunicação	9
Seção 1.2 - Aspectos textuais e linguísticos básicos da língua espanhola	27
Seção 1.3 - Conhecimento de vocabulário na leitura e escrita em língua espanhola	48
Unidade 2 Espanhol instrumental para comunicação	67
Seção 2.1 - Espanhol instrumental nos negócios - expressões formais e informais	69
Seção 2.2 - Formatação e aplicação dos textos em língua espanhola	86
Seção 2.3 - Espanhol aplicado à comunicação	100
Unidade 3 Estruturas básicas da língua inglesa	117
Seção 3.1 - Introdução ao inglês instrumental aplicado à comunicação	119
Seção 3.2 - Aspectos textuais e linguísticos básicos da língua inglesa	137
Seção 3.3 - Conhecimento de vocabulário na leitura e escrita em língua inglesa	154
Unidade 4 Comunicação e conhecimento cultural	175
Seção 4.1 - Inglês instrumental nos negócios – expressões formais e informais	177
Seção 4.2 - Formatação e aplicação dos textos em língua inglesa	194
Seção 4.3 - Inglês aplicado à comunicação	209

Palavras do autor

Olá a todos!

Neste momento, iniciamos nossa disciplina de idiomas estrangeiros com abordagem instrumental voltada para os estudos de Comunicação Social. Tais estudos deverão vincular-se às nossas três grandes áreas da Comunicação Social: o Jornalismo, as Relações Públicas e a Publicidade e Propaganda, além de Publicidade e Propaganda-Marketing. Os estudos instrumentais de línguas estrangeiras de nosso curso abrangem duas línguas: o espanhol e o inglês.

Tenha em conta que o estudo das línguas estrangeiras é de fundamental importância no contexto de nosso mundo contemporâneo globalizado; seja no contexto do jornalismo (nacional ou internacional), seja no contexto das organizações, seja no contexto do desenvolvimento de estratégias para a publicidade de produtos. Afinal, todo o mundo dos negócios tem o inglês como língua franca e, por outro lado, um contingente populacional imenso é falante de língua espanhola, incluindo a maior parte dos vizinhos continentais brasileiros, é a 2ª língua mundial em número de falantes, perdendo apenas para o mandarim que é uma língua asiática (de certa maneira, mais distante de nós).

Assim, no transcurso desta disciplina, você deverá desenvolver competências como a compreensão geral de textos simples em línguas espanhola e inglesa que se voltem para as diferentes áreas da Comunicação Social e o desenvolvimento de técnicas de leitura específicas da abordagem instrumental de línguas estrangeiras, além de ser capaz de compará-las com a língua portuguesa e de verificar de que modo as línguas se manifestam nas relações sociais formais e informais.

Para que isso ocorra, preparamos as seguintes unidades de estudos:

Unidade 1 – espanhol – iniciaremos nossos estudos de vocabulário, sistema verbal, coesão e coerência textuais, terminologia específica, cognatos e falsos cognatos e interpretação de textos.

Unidade 2 – espanhol – apresentará o espanhol para negócios e as importantes questões relativas à formalidade e à informalidade

nessa língua, também estudaremos as formas de organização textual em espanhol, as formas de adequação entre texto e contexto; bem como algumas manifestações textuais em espanhol específicas das subáreas da Comunicação Social.

Unidade 3 – inglês – também haverá o início por meio de estudos de vocabulário, porém para a língua inglesa, sistema verbal, coesão e coerência textuais, terminologia específica, cognatos e falsos cognatos e interpretação de textos.

Unidade 4 – inglês – a língua inglesa será estudada como base para negócios, as diferenças entre o modo mais formal e o informal, a adequação entre texto e contexto; bem como algumas manifestações textuais em inglês que são específicas da Comunicação Social.

Estude as duas línguas com afinco. Afinal, um comunicador deve ser, antes de qualquer outra coisa, uma pessoa “antenada” com o momento presente e com o entorno. O estudo das línguas estrangeiras, que agora está sob sua responsabilidade, é um grande trampolim para que se possa estar “por dentro” do mundo contemporâneo!

Bons estudos e,

Bienvenidos!

Welcome!

Estruturas básicas da língua espanhola

Convite ao estudo

¡Bienvenido! Nesta unidade, estudaremos as estruturas básicas da língua espanhola (tempos verbais, gêneros do discurso, palavras-chave na área de Comunicação Social etc.). Assim, você estará apto a compreender o contexto geral de um texto simples na área de comunicação, usando as técnicas do espanhol instrumental. Para isso, os conteúdos selecionados foram: vocabulário inicial, gramática (especialmente os tempos verbais), interpretação de texto (reconhecimento dos diferentes gêneros) e terminologia da área de comunicação. A essas alturas você deve estar se perguntando:

Mas como isso acontecerá? Bem, na verdade, mostraremos uma proposta a seguir. Veja só:

Fernanda e Cassia são duas estudantes de Comunicação da mesma classe, estão na segunda metade do curso e já começaram a fazer estágio. Com o desenrolar do curso perceberam a necessidade de aprofundar o estudo de línguas estrangeiras, particularmente o espanhol e o inglês. Fernanda tem maior interesse e facilidade para o inglês, principalmente por ser muito fã de *rock'n roll* das antigas (Fernanda tem mesmo é um jeitinho meio *vintage!*); enquanto Cássia prefere o espanhol. Pudera! Seu *abuelito Pepito* veio de Pamplona, capital de Navarra, Espanha, fugindo do franquismo lá pelos idos da década de 1950 e se instalou aqui no Brasil para o resto da vida, fincando raízes na cidade paulista de Sorocaba. E seu *Pepito* era um *abuelito* sensacional: declamava poesias de Antónío Machado, preparava uns tais *pintxos* sem igual e, nos sábados à tarde, quando reunia todos os netos, fazia *churros*

incríveis! Por conta disso, Cassia já tinha algum conhecimento da língua e cultura espanholas, algo sempre necessário para quem quer iniciar um estudo instrumental da língua. A decisão inicial, assim, ficou fácil: matriculou-se em um curso de espanhol instrumental. Mas, de fato, o conhecimento das duas línguas é importante para o contexto do mercado de trabalho contemporâneo. Assim, as duas se matricularam no inglês e no espanhol e decidiram estudar juntas para cada uma ajudar a outra no que fosse mais complicado.

Os conteúdos selecionados nesta unidade deverão, assim, encaminhar tanto as nossas personagens quanto a você a um patamar comum: o de compreender o contexto geral de um texto simples em língua estrangeira na área de comunicação, usando as técnicas do espanhol instrumental. São eles, em linhas gerais:

a) Introdução ao espanhol instrumental aplicado à Comunicação (vocabulário, verbos, coesão e coerência, etc.).

b) Aspectos textuais e linguísticos básicos da língua espanhola (repertório lexical, gêneros textuais, etc.).

c) Conhecimento de vocabulário na leitura e escrita em língua espanhola (terminologia, cognatos, etc.).

Vamos acompanhar os estudos linguísticos de Fernanda e Cassia, ao menos no que diz respeito ao espanhol, e vamos ver de que modo as coisas foram acontecendo e como elas foram evoluindo em sua busca por uma proficiência instrumental do idioma. Ao acompanhá-las você deverá alcançar os mesmos resultados que Cassia e Fernanda, qual seja: o desenvolvimento da capacidade de ler um texto na língua espanhola, conhecendo suas estruturas básicas. Acho que acompanhar os percursos de Cassia e Fernanda pode ser legal, não? Pense em sua experiência de estudante de Comunicação e reflita sobre a sua necessidade de ampliar o conhecimento de línguas estrangeiras.

Mas é tempo de começarmos a trabalhar. Vamos lá?

Seção 1.1

Introdução ao espanhol instrumental aplicado à Comunicação

Diálogo aberto

Como você já percebeu, Cassia e Fernanda estão passando por um momento de descoberta em relação à língua espanhola. A percepção dos diferentes termos da oração (substantivos, adjetivos, verbos, etc.), o modo de estruturação das frases, o estabelecimento das relações entre presente, passado e futuro nas construções verbais e, inclusive, a percepção dos modos de se estabelecer os nexos textuais (o uso de conectores, advérbios, etc.), é um fator importante para uma melhor compreensão de leitura do texto em espanhol, nossas amigas já se deram conta disso. Você também já observou esses aspectos? Pois foi por essas e outras que, para começar os estudos, Cassia foi pesquisar o conceito de língua instrumental e verificou que tal conceito vincula-se a uma aprendizagem aderente à leitura e produção escrita do idioma estrangeiro. E mais, tal estudo sempre atenderá a uma área específica do conhecimento, por exemplo, a área jurídica, a tecnologia digital, a comunicação social, etc.

Mas, para os estudos de língua espanhola, Cassia optou por partir de leituras textuais de temas gerais, num primeiro momento, para tentar localizar neles alguns elementos-chave para a sua compreensão, como o seu vocabulário básico (substantivos, adjetivos) e a compreensão das relações de tempo entre os verbos (passado, presente, futuro). Por fim, Cassia se decidiu por um texto publicado no El País mexicano para fazer a sua análise e interpretação textual. O que você acha de acompanhá-la nesse percurso? Leve em conta que Cassia se perguntou: qual a situação comunicativa pretendida no texto? Os elementos internos do texto estão bem relacionados? Há conexão entre as diferentes frases e os diferentes parágrafos dotando o texto de uma unidade de sentido? Quanto aos verbos, há uma relação temporal (passado, presente, futuro) bem estabelecida entre eles?

Veja um pequeno trecho do texto logo abaixo. Mas, para melhor interpretar o texto acesse o link:

PEREZ, David M. El premio Vargas Llosa se muda de Lima a Guadalajara. In: **El País**. Cultura. México, 11 abr. 2018 (em espanhol). Disponível em: <https://elpais.com/cultura/2018/04/11/actualidad/1523405291_821562.html>. Acesso em: 11 abr. 2018.

Faça a leitura do texto junto com ela e tente verificar o texto interpretando-o de modo a responder aos questionamentos propostos. Não deixe de fazer suas anotações e pesquisas a respeito para poder, em classe, discutir com os companheiros e professor.



El premio Vargas Llosa se muda de Lima a Guadalajara
[...]

Guadalajara acumula otra cita cultural a su agenda y engorda su condición de capital latinoamericana del libro. Cada noviembre, la ciudad mexicana acoge el mayor festival literario en español (FIL); y a partir del año que viene, cada mayo será también la sede -al menos durante las tres próximas ediciones- de la bienal Mario Vargas Llosa, un certamen que incluye un encuentro de escritores iberoamericanos y un premio dotado con 100.000 dólares.
[...]

*Nacido con la ambición de tomar el testigo del Premio Rómulo Gallegos y mirándose en el espejo de certámenes como el Man Booker Price, queda abierta su tercera convocatoria para novelas iberoamericanas publicadas entre enero de 2016 y diciembre de 2018. Los dos primeros galardones fueron para el escritor español Juan Bonilla, por *Prohibido entrar sin pantalones* (Seix Barral) y para el chileno Carlos Franz, por *Si te vieras con mis ojos* (Alfaguara).*
(PEREZ, 2018, [s.p.])

Não pode faltar

Bienvenido a nuestro curso de español instrumental. Iniciaremos os estudos relativos ao ensino instrumental de espanhol com o propósito de compreender os objetivos deste modelo de ensino e aprendizagem e suas especificidades junto à Comunicação Social. O estudo instrumental se estabelece a partir da consideração das motivações acadêmicas e profissionais do aprendiz. A propósito da motivação pessoal, é imprescindível comentar que ela é responsável pelo êxito da aprendizagem; da sua atitude, decorrerá o êxito na aprendizagem.

O que é o espanhol instrumental? Como ele é aplicado à Comunicação?

Com efeito, o ensino instrumental, também conhecido como língua estrangeira para fins específicos, objetiva capacitar o aluno para a leitura e interpretação de textos. Em contraste com os cursos tradicionais, cujo propósito está baseado nos níveis de proficiência gerais, os cursos instrumentais costumam ser mais curtos e buscam atender uma demanda imediata e específica do aluno em um tempo reduzido e aprendendo aquilo que realmente necessita, contudo, não se reduz a isto. Há diferentes escolhas possíveis, de acordo com as necessidades. Os cursos instrumentais podem prever o desenvolvimento da destreza escrita e a inclusão da oralidade e do desenvolvimento de destrezas comunicativas vinculadas à compreensão auditiva e à fala (é o caso, por exemplo, do espanhol voltado para o âmbito das negociações corporativas).



Reflita

Reflita sobre os mitos do espanhol instrumental: a) aprende-se uma língua diferente da que se aprende nos cursos gerais. Pelo contrário: aprende-se a mesma língua, mas com outro enfoque. O professor busca estabelecer os gêneros do discurso e as funções da linguagem a se trabalhar para cada público; b) volta-se exclusivamente para gramática, desconsiderando aspectos socioculturais. De forma diversa, o instrumental requer estudos que incorporem as reflexões sobre aspectos socioculturais importantes para compreender o idioma como um fato social e historicamente situado.

Tal posicionamento vale para os estudos gerais e para os estudos instrumentais; neste último caso, até mesmo por ser mais evidente a motivação daquele que se aproxima da língua, partindo dessa faceta prática. O que ocorre é que nos cursos de língua instrumental o ensino intercultural é tratado de forma objetiva e realista para estar mais próximo a você. A cultura é tratada como elemento expresso e integrado, analisando seus componentes com clareza para que este possa servir como referência ao aluno. E é deste modo que trabalharemos aqui. Assim, trataremos aqui do espanhol partindo, especialmente, da motivação pertinente aos estudantes de Comunicação. E esta motivação, sabemos, está muito próxima e muito implicada às questões socioculturais que norteiam as atividades cotidianas do comunicador social, qualquer que seja a sua

especialidade de atuação. No caso específico do espanhol, observar suas semelhanças e diferenças com o português e, especialmente, observar sua multiplicidade para não cometer equívocos e gafes.



Refleta

Vamos começar a pensar a respeito do mundo em espanhol? Tenha em mente que o espanhol é a segunda língua no mundo em número de falantes, perde numericamente para o mandarim, na China, e perde para o inglês como língua para os negócios. Ainda que seja língua oficial em diversos países, mantém um bom nível de uniformidade (especialmente na expressão escrita) graças ao trabalho da **Real Academia Española e da Asociación de Academias de la Lengua Española** presentes nos diversos países falantes da língua. As Academias se encarregaram de alterar ou preservar a língua quando necessário, mas, ao mesmo tempo, tratam de conservar a unidade entre os países hispano-falantes. As muitas variedades do espanhol são valorizadas sem que se produza um fenômeno de incomunicação entre os diversos falantes nativos de espanhol. Isto significa que há certa diversidade na unidade. Se há normas linguísticas comuns que garantem a comunicação entre todos há, por outro lado, singularidades de cada comunidade que não devem ser desconsideradas pelo estrangeiro sob pena de ser mal interpretado em suas intenções.

Desenvolveremos nossos estudos em função da leitura e interpretação textual em LE (língua espanhola), do conhecimento das estruturas gramaticais (morfossintaxe) essenciais para a compreensão das formas de coesão e coerência, do conhecimento, da leitura e produção textual nos diferentes gêneros discursivos que sejam do interesse da Comunicação, tais como reportagens, propagandas, entre outros, a partir da abordagem funcional; vale dizer sobre sua forma de funcionamento e seus usos reais nos diferentes países que têm a LE como língua nativa. Daí que nossa opção será pelo uso preferencial de textos autênticos e das diferentes regiões, para que, a partir deles, expresse-se a variedade da LE. Adotaremos uma concepção sociocultural do uso verbal que destaca a importância dos aspectos culturais e sociais da comunidade na qual se desenvolvem as práticas comunicativas. Daí a importância que atribuiremos, ao longo de todo o nosso estudo, às formas discursivas.

Vocabulário e gramática (entendendo as funções sintáticas no texto) - espanhol para Comunicação

Aprender uma língua estrangeira é exercitar uma tarefa gramatical. Há quem espere um ensino centrado no estudo da oração e do vocabulário. Embora façam parte do aprendizado, não é possível ignorar os aspectos discursivos e pragmáticos, vinculados aos usos e costumes da língua, pois há uma relação entre domínio linguístico e eficácia comunicativa. Para o enfoque comunicativo, ainda que numa perspectiva instrumental, uma língua requer o conhecimento do código (morfossintaxe) e de seu uso adequado à realidade social. Considere, caro aluno, que, para alcançar tal meta, devemos nos ater à gramática, por um lado, e a uma escolha de vocabulário que leve em conta as palavras mais utilizadas pelas comunidades falantes de LE. Sobre tudo se considerarmos seu uso no campo da Comunicação.

Tomemos como ponto de partida algumas questões relativas à gramática. É bem certo de que as palavras dos enunciados comunicativos não se combinam ao azar. Elas se encontram ordenadas em função de algumas regras determinadas. É da competência da sintaxe o exame e estudo das regras que regem o funcionamento das palavras na oração. E, do mesmo modo, que uma palavra pode ser simples, complexa ou mesmo composta, uma oração pode ser simples, complexa ou composta. Quando a oração se encontra contextualizada nos encontramos no território do discurso, da linguagem posta em ação para produzir determinados efeitos. Tal como ocorre em um editorial de jornal ou um artigo de opinião. Assim, o discurso é uma unidade comunicativa, configurado mediante determinadas regras sintáticas.



Refleta

Vejamos aqui dois parágrafos curtos publicados no *El País On line* uruguaio em que há uma eficácia comunicativa na exposição gramaticalmente bem organizada (arranjo sintático e escolha do vocabulário) da opinião do jornal:

Lula y la izquierda uruguaya

Seguramente se podrá decir que aún pesa la influencia comunista: esa que justificaba los crímenes de Stalin, mentía sobre lo que ocurría en el campo socialista en la Guerra Fría, y que sigue afirmando que Cuba y Venezuela son democracias. (EL PAÍS, 2018, [s.p.]).



España y la lengua

A finales de enero, el presidente del gobierno español Mariano Rajoy presentó en el Museo Reina Sofía una iniciativa prioritaria para su administración: el español como lengua global dentro de una propuesta más general enmarcada en lo que se ha definido como "Marca España". (BUREL, 2018, [s.p.]).

Observe e reflita, caro aluno, que em ambos se verifica uma comunicação direta com determinado público com marcas textuais objetivas. Tal como nos textos acima, nesta concepção sociocultural do uso linguístico, o conceito que se reveste de maior interesse para os nossos estudos é o de gênero discursivo, de acordo às propostas do linguista Mikhail Bakhtin; isto é, uma unidade de comunicação desenvolvida social e historicamente e que inclui tanto características de léxico (Seguramente, comunista, etc.) e sintaxe (... *para su administración...*) como características discursivas, como por exemplo, a escolha do registro culto – caso do uso da 3ª pessoa ou a seleção de dados utilizada (comunista, Guerra Fria, Venezuela, etc.).

O ensino de línguas, assim, pressupõe que você amplie seu conhecimento do léxico e da sintaxe com vistas a uma maior competência comunicativa. Elas precisam estar contextualizadas de uma forma significativa.



Assimile

Mas, o que é o léxico? Vamos explicitar o seu conceito: termo de origem grega que significa palavra, linguagem. Etimologicamente, poderíamos dizer que significa dicionário; isto é, conjunto de vocábulos pertencentes a um idioma. O léxico de uma língua está em constante mutação refletindo as mudanças sociais e culturais da sua comunidade falante.

Agora que você já assimilou o conceito de léxico, passemos a outros dois aspectos da gramática. Trata-se da classe gramatical e da função sintática dos termos da frase. Fique muito atento a este ponto, pois é muito comum encontrar quem faça confusão entre uma coisa e outra. Anote: embora possam andar juntas, classe gramatical é uma coisa e função sintática é outra!

A classe gramatical, ou de palavras, analisa a palavra de forma isolada, pertence, portanto, ao campo da morfologia (morfo = forma) + (logos = estudo). Assim, a morfologia se ocupa do modo pelo qual as palavras se formam (falaremos deste assunto com mais detalhe em outro momento) e a classificação de palavras analisa a categoria de pertencimento das palavras. E são nove as categorias ou classes de palavras existentes em espanhol. Assim temos:

- *Sustantivos*; - *Artículos*; - *Adjetivos*; - *Pronombres*; - *Preposiciones*; - *Verbos*; - *Adverbios*; - *Conjunciones*; - *Interjecciones*.

Por outro lado, a função sintática vai analisar as palavras em suas relações umas com as outras dentro das orações. Uma oração é uma palavra ou conjunto de palavras com sentido completo. Ao abordar uma frase em sua função sintática, analisamos os termos em conjunto, pois o importante é compreender a função que cada uma das palavras desempenha no meio de um determinado contexto linguístico. Deste modo, ao analisar a função sintática dos termos em uma frase, vamos nomear tais relações nos seguintes termos:

- *Sujeto*; - *Predicado (verbal o nominal)*; - *Núcleo del predicado (verbo)*; - *Objeto directo*; - *Objeto indirecto*; - *Predicativo*; - *Complemento de nombre, adjetivo, adverbio, directo, indirecto, circunstancial, agente, predicativo o de régimen*; - *Atributo*.

O que vimos acima servirá como guia para que você compreenda como se estrutura do ponto de vista da classificação gramatical e da sintaxe a língua espanhola contemporânea.



Exemplificando

Vejamos abaixo alguns exemplos interessantes de classificação gramatical e de estabelecimento da função sintática em língua espanhola. Para isso, como estamos iniciando, usaremos apenas algum vocabulário e/ou frases bastante simples e corriqueiras.

Clase gramatical:

- Sustantivos (o nombre) – alfombra, elefante, invierno, ojo, uña.
- Artículos – el, los, la, unas, lo.
- Adjetivos – amplio, elegante, inocente, oscuro, útil, pelirrojo.
- Pronombres – yo, me, mi, nosotros, vuestro, ellas.

- Preposiciones – a, con, hasta, bajo, desde, contra.
- Verbos – amar, envejecer, ir, orar, ubicar, escribir.
- Adverbios – antes, encima, ya, porque, despacio, allá.
- Conjunciones – al contrario, en cuanto, y, o sea, aunque, sino.
- Interjecciones – ah, eh, ¡vaya!, zaz, uf, ¡hostia!.

Función sintáctica

- **Sujeto** informa quem realiza, causa ou padece a ação do verbo:
Juanjo estudia mucho; el gato de Antón se llama "micifuz".

- **Predicado** é a parte da oração que informa sobre o que faz o sujeito:
Juanjo estudia mucho; el gato de Antón se llama "micifuz".

- **Complemento del Nombre** (C.N.) completa o significado de um substantivo: **Libro muy gordo.**; outro exemplo: **Tibia madrugada.**

- **Complemento de un adjetivo** (C.A.) completa o significado de um adjetivo: **Libre de obligaciones.**; outro exemplo: **Competente en ese terreno.**

- **Complemento del Adverbio** (C.a.) completa o significado de um adverbio: **Mañana martes me voy al museo.**

- **Complemento Directo** (C.D.) recebe diretamente a ação do verbo:
¿Qué celebramos nosotros?: **celebramos la victoria de River Plate.**

- **Complemento Indirecto** (C.I.) recebe a ação do verbo de forma indireta: *¿A quién regaló el libro?:* **Xoán regaló el libro a Meritxell.**

- **Complemento Circunstancial** (C.C.) informa sobre as circunstâncias nas quais transcorre a ação do verbo: **Partiremos el fin de semana.**; outro exemplo: **Iremos en esa dirección.**

- **Complemento Agente** (C.ag.) realiza a ação sobre o sujeito em *Orações Passivas*: **El orden ha sido apoyado por el cuerpo diplomático.**

- **Complemento Predicativo** (C.pvo.) funciona como Atributo y C.C. de Modo: **La estudiante contestó nerviosa.**

- **Complemento de Régimen** (*Suplemento*) acompanha a Verbos de regime preposicional: **Me habló muy bien de sus dotes artísticas.**

- **Atributo** atribui características ao sujeito em orações com verbos copulativos (*ser, estar y parecer*): **Martín es listo.** ; outro exemplo: **Martín está presente.** ; outro exemplo: **Martín parece muy tranquilo.**

Para encerrar esta parte, considere: podemos fazer as análises morfológicas (formação de palavras e classificação gramatical) e sintáticas de forma separada. Mas podemos fazer uma análise conjunta. A esta forma chamamos Morfossintaxe. Em todo o caso, para nós, mais importante que analisar gramaticalmente é compreender o funcionamento da LE em suas formas discursivas voltadas à Comunicação para realizar a leitura e/ou escritura em LE. Nossos estudos gramaticais servirão para alcançar competência de leitura e não uma capacidade analítica, afinal, não seremos gramáticos e não nos dedicaremos à sua pesquisa!

Coesão e coerência - espanhol para Comunicação

Pensemos agora em outros dois pontos importantes: a coesão e a coerência textuais. Para começar: o texto, cuja origem etimológica latina – *textum* – implica tecido, articulação, entrelaçamento, pode ser compreendido como conjunto de enunciados, ainda que nem todo conjunto de enunciados se constitua um texto. Isto porque se não houver a articulação necessária que dê esse aspecto de tecido ao texto, este não se concretizará, será tão somente um amontoado desconexo de enunciados.

A forma do texto tem a ver com os conceitos de gênero, discurso e tipo de texto; conteúdo, unidade de sentido, funcionamento e, com as dimensões social e histórica. Por fim, a coesão (sintaxe) e a coerência (semântica) textuais são dois procedimentos necessários para a organização do texto. As ideias presentes num texto não têm o mesmo *status*; existe entre elas certa hierarquia de maneira que uma ideia ocupa um posto superior ou de maior importância frente às demais. Assim, expressa-se uma diferença entre o que chamamos ideia principal e secundária.

Podemos usar o termo coerência para fazer referência às relações existentes entre os enunciados, aquilo que faz com que o texto seja percebido como uma unidade comunicativa. A coesão é o termo utilizado para indicar os mecanismos linguísticos que

revelam a relação coerente entre as diferentes partes de um texto. Deste modo, podemos vê-los em funcionamento conjunto, quando a coesão faz alusão aos elementos textuais que configuram um texto como uma unidade morfossintática; isto é, com uma estrutura facilmente delimitada no âmbito da linguística tradicional. A coesão nos propõe o uso de indicadores textuais que fornecem o nexo entre os termos que compõem um texto. A coesão, por seu turno, vincula-se ao grau de aceitação que os receptores têm de um texto. A coerência é uma propriedade do texto, de natureza pragmática por meio da qual se concebe o texto como uma unidade provida de sentido global. Vale dizer que os conceitos e as relações de significado que se dão em seu interior não entram em contradição.

A coesão e a coerência textuais se apoiam, sobretudo, nas categorias gramaticais que funcionam como marcadores sintáticos; conjunções, locuções adverbiais, entre outras figuras, cuja função é unir partes de um texto assegurando sua coesão. Coesão e coerência textuais guardam relação com a aceitabilidade gramatical de uma oração. A unidade interna que a aceitabilidade dá à oração é alcançada no texto pela coerência e a unidade externa da oração alcançada pela gramaticalidade é alcançada no texto pela coesão.



Pesquise mais

Para tornar sua percepção mais afiada acerca de coesão e coerência textuais em espanhol, sugerimos que você faça leituras de um texto argentino, um espanhol, um mexicano e um colombiano para observar as diferentes variedades do espanhol. Assim, os links abaixo poderão ajudar:

La Nación. (Argentina). Disponível em: <<https://goo.gl/6tVvQo>>. Acesso em: 4 maio 2018; **El País.** (Espanha). Disponível em: <<https://goo.gl/4ZTkRo>>. Acesso em: 4 maio 2018; **El Economista.** (México). Disponível em: <<https://goo.gl/oLvSah>>. Acesso em: 4 maio 2018; **Semana.** (Colômbia). Disponível em: <<https://goo.gl/7F5FTm>>. Acesso em: 4 maio 2018.

Identificação dos tempos verbais - espanhol para comunicação

O verbo é uma classe de palavras composta de duas partes que expressa ações, atitudes, mudanças ou movimento dos seres e das coisas. Faz referência às atividades que realizam ou padecem

os animais e as pessoas, assim como às situações ou aos estados em que estes se encontram, às mudanças que sofrem os objetos, às manifestações dos diversos fenômenos da natureza. É uma categoria de palavra cuja peculiaridade morfológica a singulariza frente às outras partes do discurso: apenas os verbos possuem um conjunto de flexões, as chamadas conjugações.

O verbo se divide em duas partes. O radical (porção inicial da palavra), em encontramos o seu significado, no qual repousa seu aspecto semântico e que se apresenta quase sempre de modo invariável – exceto nos verbos irregulares. Na terminação, identificamos o tempo em que se realiza a ação, o modo pelo qual se realiza, a pessoa que a realiza e o número (singular ou plural). Na oração, o verbo funciona como núcleo do predicado. Assim: **Acordar** – *acord* (radical invariável) + *ar* (terminação variável).

As palavras que complementam o sentido do verbo são chamadas complementos verbais. Podem ser: diretos, indiretos, circunstanciais. O complemento verbal costuma ser um conjunto de palavras que completa o significado do verbo. O complemento direto denota o objeto em que recai diretamente a ação do verbo. O indireto denota o objeto em que recai indiretamente a ação verbal e indica, igualmente, a pessoa ou a coisa que recebe o benefício ou o dano decorrente da ação. O complemento circunstancial expressa as circunstâncias em que recai a ação verbal e pode ser de modo, lugar, tempo, etc.

Quanto à forma de atuação, os verbos podem ser transitivos, quando a ação recai sobre outra coisa ou intransitivos, aqueles verbos de significado completo, quando a ação recai diretamente no próprio sujeito da ação não requerendo o uso de complementos. Assim:

- a) **El muchacho navega en la web.** (verbo transitivo)
- b) **El perro corría.** (verbo intransitivo)

Todos os verbos podem apresentar variações, os chamados acidentes do verbo. Elas podem ser de número (singular ou plural) ou de pessoa (1ª, 2ª, 3ª). Assim: **yo estudio** (singular / 1ª pessoa), **vosotros estudiais** (plural / 2ª pessoa).

É importante observar que para a forma singular existem 3 pessoas em espanhol: **yo** (1ª), **tú** (2ª) e **él/ella/usted** (3ª). E para a forma plural existem, igualmente, 3 pessoas: **nosotros/as** (1ª), **vosotros/as** (2ª) e **ellos/ellas/ustedes** (3ª). Fique atento a suas leituras, caro aluno,

pois há, ainda, uma forma atípica, caracterizada como **voseo**, que ocorre em alguns lugares de língua espanhola e corresponde à 3ª pessoa do singular: **vos**. Para esta forma existem formas especiais de conjugação verbal que não trabalharemos neste momento. Oportunamente dedicaremos espaço ao seu estudo.

Os verbos também variam em tempo e em concordância. No que respeita o aspecto temporal pode apresentar-se no presente, passado ou futuro. Quanto ao modo, pode variar de três formas distintas: indicativo, subjuntivo e imperativo. A estes modos podemos acrescentar as chamadas formas impessoais do verbo; o infinitivo, o gerúndio e o particípio.



Exemplificando

Os verbos no **infinitivo** são aqueles que aparecem sem conjugar, tal qual aparecem nos dicionários. Em espanhol, assim como em português, os verbos no infinitivo terminam em: **-ar**, **-er** ou **-ir**. Em função disso, são classificados em 1ª **-ar**, 2ª **-er** ou 3ª **-ir** conjugações.

Observemos alguns exemplos:

1ª *Conjugación* : verbos terminados em **-AR** (aceptar, caminar, engañar, hablar, averiguar, ahorrar, etc.).

2ª *Conjugación* : verbos terminados em **-ER** (encender, comer, llover, oler, querer, amanecer, etc.).

3ª *Conjugación* : verbos terminados em **-IR** (ocurrir, morir, sonreír, ir, venir, conducir, etc.).

O **modo indicativo** enuncia a realidade tal como ela é; isto é, o verbo evoca um fato certo, seja ele positivo ou negativo. Em espanhol, pode ser conjugado nos seguintes tempos: *Presente, Pretéritos perfecto e imperfecto, Futuro y Condicional (tiempos simples); Pretérito Perfecto Compuesto, Pretérito Pluscuamperfecto, Futuro Perfecto, Condicional (tiempos compuestos)*.

O **modo subjuntivo** expressa ações consideradas possíveis, desejáveis ou duvidosas; isto é, hipotéticas e que não fazem referência exata ao tempo real. O modo subjuntivo em espanhol se conjuga nos seguintes tempos: *Presente, Pretérito Imperfecto, Futuro, Pretérito Perfecto, Pretérito Pluscuamperfecto, Futuro Perfecto*.

O **modo imperativo** expressa ordem, comando ou instrução que deve ser cumprida por uma segunda pessoa. Há apenas um tempo para a conjugação do modo imperativo: o tempo *Presente* e suas formas originais de conjugação se reduzem às 2ª pessoas do verbo.

Gerúndio e **particípio** são formas impessoais do verbo. O primeiro expressa duração da ação do verbo e, na frase, pode funcionar como verbo ou pode assumir a função do advérbio. Já o segundo funciona como adjetivo. As terminações específicas do gerúndio são: **-ando** e **-iendo**. As terminações do particípio são: **-ado**, **-ido** e também, **-so**, **-to** e **-cho** para as formas verbais irregulares.

No que diz respeito à conjugação verbal, a exceção do **infinitivo** já abordado acima, podemos observar que os verbos em espanhol podem ser classificados em: **-verbos auxiliares** – **haber, ser, estar**; **verbos regulares** – que mantêm inalterada a sua raiz quando conjugado; **verbos irregulares** – que sofrem alteração de raiz quando conjugados; **verbos defectivos** – de conjugação incompleta; ou **seja**, não se conjugam em todos os modos.

E, por fim, caro aluno, para que possamos identificar os tempos verbais em espanhol é preciso observar suas terminações ou desinências. Reconhecer os tempos verbais permite situar de modo preciso o momento da ação expressa pelo verbo.



Assimile

TIEMPOS DE INDICATIVO

TIEMPOS SIMPLES

Presente Amo / He / Soy

Pretérito Imperfecto Amaba / Había / Era

Pretérito Perfecto Simple Amé / Hube / Fui

Condicional Simple Amaría / Habría / Sería

Futuro Simple Amaré / Habré / Seré

TIEMPOS COMPUESTOS

Pretérito Perfecto Compuesto

Pretérito Pluscuamperfecto

Pretérito Anterior

Condicional Compuesto

Futuro Compuesto

TIEMPOS DE SUBJUNTIVO

TIEMPOS SIMPLES

Presente Ame / Haya / Sea

TIEMPOS COMPUESTOS

Pretérito Perfecto Compuesto

Pretérito Imperfecto Amara / Hubiera / Fuera

Pretérito Pluscuamperfecto

Futuro Simple Amare / Hubiere / Fuere

Futuro Compuesto

O quadro anterior deverá funcionar como guia básico para que você possa estabelecer analogias entre todos os tempos verbais. Desta maneira, observe:

a) Há uma correspondência entre os tempos simples e compostos. Leve sempre isso em consideração.

b) O verbo amar nos servirá para criar a analogia para as 2ª e 3ª conjugação. Assim: **yo amaré/yo comeré / yo viviré, etc.**

c) O verbo **-haber** serve para a construção dos tempos compostos. Assim, se precisamos saber o futuro composto do subjuntivo temos que observar o seu tempo simples correspondente e usar o verbo **-haber** que ali figura **-hubiere** + o verbo principal no particípio: **yo hubiere comprado**. Ocorrerá a mesma coisa para todos os outros tempos compostos; usamos o verbo **-haber** conjugado em seu tempo simples correspondente e acrescentamos o verbo principal no particípio.

d) O verbo **-ser** nos servirá para a construção de frases na voz passiva. Para os tempos simples, usamos a forma do verbo **-ser** + o particípio: **yo fui considerado**. Para o caso dos tempos compostos usamos a forma correspondente do verbo **-haber** + o particípio do verbo **-ser** + o particípio do verbo principal (**yo había sido considerado**).

Neste primeiro momento, trataremos apenas das ocorrências temporais dos verbos regulares. Por isso, esteja atento aos exemplos sugeridos logo abaixo.



Pesquise mais

Acesse o link para observar as terminações verbais em espanhol de acordo ao modo e tempo em que se encontram conjugados por meio de uma tabela que mostra exemplos verbais nas 3 conjugações e em todos os tempos e modos. Você poderá salvar o pdf para usar como fonte de consulta sempre que for necessário. **Tiempos verbales. SABERIA.** Disponível em: <<https://mxfernandez.files.wordpress.com/2014/10/temposverbales.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

Sem medo de errar

A situação-problema se trata, como se viu, de um texto jornalístico informativo (notícia) que, por sua linguagem culta (registro em 3ª pessoa) e também pelo veículo em que se encontra inserido deixa clara sua proposta de alcançar um público amplo, adulto, cujo interesse se volte para a cultura e para a literatura (isso fica demonstrado na escolha do tema (a feira do livro), do léxico (certâmen, etc.), dos elementos ou seleção de dados utilizados (Cátedras, etc.).

Há o desenvolvimento de uma relação temática coerente ao longo do texto (1 Guadalajara, 2 A feira do livro de Guadalajara, 3 A criação de Certâmenes para a Feria do Livro, 4 O Certâmen deste ano, 5 A questão do financiamento do certâmen, 6 Projetos para os próximos anos, 7 Convocatória para a edição atual) ou de como o uso correto dos tempos verbais articula o texto atribuindo-lhe, também, coesão e coerência levando-o à construção de uma unidade de sentido.

Avançando na prática

Novos textos, novas leituras

Descrição da situação-problema

Agora que já vimos como Cassia realizou sua interpretação textual de um texto jornalístico informativo (notícia), o que você acha de realizar outra leitura interpretativa, utilizando o mesmo viés, mas com um texto diferente? O que é possível perceber, afinal?

Veja o texto abaixo:

1. MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS 1.1. INTRODUCCIÓN

Las relaciones públicas han visto como su teorización se iba realizando a medida que la propia sociedad demandaba una mejora de sus actuaciones y una aportación más rigurosa y contrastable. Frente a unos inicios en los que los precursores de las relaciones públicas actuaban sin ninguna fundamentación teórica y se basaban en la intuición y el instinto, la disciplina se fue desarrollando a medida que se generalizaba su uso en los ámbitos privado y público. En



una primera etapa, se acogía a los criterios de investigación de otras disciplinas para poder acometer unas actuaciones serias. Sería el caso de Edward Bernays que recurrió a la psicología -era sobrino de Freud- y principalmente, a la sociología. Su aportación teórica, sin embargo, continuaba siendo básicamente externa a la organización, dirigiéndose a la opinión pública. Posteriormente, otros investigadores comenzaron a profundizar en su estudio e investigación a partir de un modelo sistémico en el que se percibe a las organizaciones como un todo que está formado por diversas partes interrelacionadas entre sí. A esas partes el elemento que las mantiene unidas, en la consecución de unos objetivos comunes, es la comunicación. En consecuencia, se teoriza sobre la significación, tanto interna como externa, de las organizaciones. Sin embargo, la investigación en relaciones públicas que ha llevado a la formulación de teorías se ha venido realizando, esencialmente en la primera etapa, mediante estudios realizados al socaire de la mejora profesional (investigación aplicada) para progresar en las conductas y estrategias profesionales, dejando al margen la investigación básica. (CASTILLO, 2018, [s.p.]

Resolução da situação-problema

Aqui você poderá observar que o texto é de natureza muito diferente. Trata-se de um texto acadêmico, conforme o próprio título anuncia. Também aqui a linguagem é culta em razão do vocabulário utilizado e do uso da 3ª pessoa. Como é um texto acadêmico seu tema é bem delimitado (introdução aos estudos de RP), específico e voltado para um público específico também. É possível notar o encadeamento entre as frases e as relações de tempo estabelecidas pelos verbos, já que o texto propõe fazer um pequeno exame do desenvolvimento das teorias da área de Relações Públicas constatando que este se deu em função das demandas da sociedade e das organizações.

Faça valer a pena

1. Leia o trecho de texto a seguir:

“¿Por qué hay tantos tipos de plantas y animales en la selva tropical?

Las selvas tropicales sostienen la diversidad más grande de organismos vivos en la Tierra. A pesar de que cubren menos del 2 por ciento de la

superfície do planeta, as selvas tropicais albergam mais de 50 por cento das plantas e animais conhecidos na atualidade” (SELVA, 2013, [s.p.]).

O verbo haber aparece destacado no texto acima e conjugado no tempo presente em 3ª pessoa (com função de advérbio). Entre as alternativas abaixo, a que pode substituir o verbo no contexto em que aparece no texto é:

- a) compartilhar.
- b) encarcerar.
- c) existir.
- d) conseguir.
- e) poseer.

2. Leia o trecho a seguir:

*La escritora británica Joanne Kathleen Rowling se hizo célebre con su serie de novelas dedicadas a las aventuras de **Harry Potter**, uno de los mayores fenómenos literarios de la historia.*

[...]

*A punto de acabar el segundo libro de la serie, **entró en una fase crítica y llegó a pensar que estaba escribiendo «basura», según confesaría tiempo después en una entrevista.** Nada acostumbrada a manejar semejantes sumas de dinero ni a la presión de los medios de comunicación, Joanne se bloqueó y tardó en adaptarse a la nueva situación, hasta el punto de verse obligada a modificar su sencillo estilo de vida. Tuvo que dejar de escribir en el mismo café debido al acoso de admiradores y curiosos, que convirtieron el local en lugar de peregrinación, y adoptó una postura defensiva frente a las intromisiones en su vida privada. Después decidió dejar las clases definitivamente para dedicarse por entero a lo que siempre había anhelado: escribir. [...]. (BIOGRAFÍAS, 2018, [s.p.], texto adaptado)*

Considerando o fragmento de texto lido acima podemos afirmar que a vocação da autora da saga de fantasia do personagem Harry Potter é a de:

- a) cuidar dos filhos.
- b) relacionar-se com seus fãs.
- c) dar entrevistas.
- d) dar aulas para adultos.
- e) escrever.

3. Leia o trecho de texto a seguir:



*¿Sabías que entre 2011 y 2030 el consumo de electricidad en América Latina y el Caribe **crecerá** un 80%, y que solo en Centroamérica el crecimiento **será** de más del 120%? El aumento demográfico de la región **conllevará** a un incremento en el uso de aparatos electrodomésticos y eléctricos, lo que, sumado a una mayor actividad industrial, **disparará** la demanda de energía ¿Cómo cubrirla de manera sustentable y que no agudice los efectos que ya se sienten en la región por el cambio climático? Dos palabras: energías renovables. (EL PAÍS, 2017, [s.p.])*

Ao ler o texto acima, podemos verificar que os verbos destacados se encontram no:

- a) pretérito imperfecto de Indicativo.
- b) futuro simples de Indicativo.
- c) gerúndio.
- d) pluscuamperfecto de Subjuntivo.
- e) imperativo.

Seção 1.2

Aspectos textuais e linguísticos básicos da língua espanhola

Diálogo aberto

As estudantes e estagiárias de Comunicação, Fernanda e Cassia, perceberam a necessidade de aprofundar o estudo de línguas estrangeiras, sobretudo para o contexto do mercado de trabalho contemporâneo. E isso acabou acontecendo porque, certo dia, em uma dinâmica de classe, o professor de espanhol de Fernanda e Cassia perguntou a elas o que sabiam a respeito das semelhanças e diferenças entre comunicação verbal e comunicação não verbal. Fernanda comentou que comunicação não verbal é aquela que engloba o **uso da linguagem corporal e formas icônicas, mas titubeou um pouco quando precisou responder a respeito de comunicação verbal escrita**. Por conta disso, Cassia achou conveniente explicar a Fernanda algumas coisas importantes acerca do espanhol escrito.

Assim, vale a pena acompanhar a leitura feita por Cassia e Fernanda e pensar, a partir de tais leituras, algumas questões nas quais Cassia já vinha pensando há algum tempo, tais como: de que maneira os cognatos entre o espanhol e o português facilitam a leitura dos textos em espanhol para nós, brasileiros? Como fazer um pequeno glossário de cognatos partindo dos textos lidos? Além disso, Cassia também sugeriu à Fernanda observar gênero e tipologia textual de cada um deles. Assim sendo, coloque-se no lugar de Fernanda e escolha um dos textos sugeridos logo adiante para fazer sua análise. Opine acerca das questões de vocabulário, de gênero e de tipologia do discurso. Observe que são dois textos bastante diferentes entre si quanto ao tema; o texto 1 traz argumentos acerca de questões relativas à Publicidade e o segundo fala das Relações Públicas no mundo corporativo. No entanto, há entre eles certa semelhança. Dessa forma, leia os textos atentamente e não deixe de fazer suas anotações e pesquisas a respeito para poder, em classe, discutir com os companheiros e professor.

Texto 1 –

PASCUAL, Xavier. *Packaging*: La mejor carta de presentación de una marca. **El Publicista**. Artículos. 13 abr. 2018. Disponível em: <<http://www.elpublicista.es/articulos/packaging-mejor-carta-presentacion-marca>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

Texto 2 –

BARQUERO, J. D. et *alli*. *Las relaciones públicas empresariales en situaciones de crisis*. In: **Revista Internacional Administración & Finanzas**. v. 3. n. 1. México: UNAM, 2010. Disponível em: <<ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v3n1-2010/RIAF-V3N1-2010-7.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

Não pode faltar

Formas de linguagem (verbal e não verbal) - espanhol para Comunicação

Caro aluno, vamos falar de algo que você gosta: Comunicação. Hoje, ela avança a passos largos. Mas, não foi inventada ontem: existe desde sempre. O homem, para desenvolver melhor suas formas de comunicação, resolveu estudar, investigar aspectos da comunicação. Percebeu diferentes formas de comunicação: a verbal, a não verbal, a gráfica, a de massa, a intercultural e tantas outras que não teríamos espaço para enumerar. Afinal, para que a comunicação se estabeleça, não basta escrever ou falar. Precisamos considerar nos homens aspectos culturais, características pessoais, onde vivem, origens étnicas etc. Quanto às individualidades, o homem se comunica por meio de gestos, atitudes, movimentos corporais e faciais, discursos orais e/ou escritos, entre outros. Daí afirmar que a comunicação assume uma multiplicidade de formas, entre as quais, a verbal e a não verbal.

A comunicação verbal se realiza de duas formas: **oral** – por meio de signos orais e palavras faladas; ou **escrita** – por meio da representação gráfica dos signos. O choro e o riso são formas orais e se constituem formas primárias de comunicação. À forma oral mais desenvolvida, damos o nome de linguagem articulada (palavras, orações); aquela que forma todos os idiomas conhecidos. Mas, para interpretar corretamente as mensagens, é necessário que emissor e receptor conheçam o código.

A comunicação não verbal ocupa um espaço cada vez maior atualmente e se realiza por meio de imagens, sons, gestos,

movimentos de corpos etc. e mantém relações com a comunicação verbal. Mas os sistemas de comunicação não verbal e verbal, variam segundo a cultura em que estão inseridos. Vamos agora observar os sistemas de comunicação não verbal, são eles:

a) Linguagem corporal – gestos, movimentos, tom de voz, roupa e acessórios que usamos etc.

b) Linguagem icônica – a linguagem escrita **Braille**, o código Morse, os sistemas alfabéticos dos deficientes auditivos, os cartões vermelho e amarelo da arbitragem do futebol, o uso da cor negra para o luto, a figura da lupa sobre o papel na linguagem da informática, os **emojis**, uma Nossa Senhora para representar aspectos relativos à feminilidade, entre muitos outros.

Apenas parte da informação é transmitida pela linguagem verbal. A linguagem não verbal tem peso para a eficácia da informação e comunicação. Nas culturas de língua espanhola, de tradição historicamente católica, uma imagem de Nossa Senhora faz todo o sentido como representação do feminino. Contudo, não produz o mesmo efeito junto às mulheres de origem asiática, porque na comunicação intervêm os aspectos ancestrais e sociais vividos.



Exemplificando

Nas culturas de língua espanhola, o **caballero** é icônico e funciona como modelo de representação masculina. Tal figura pode ter um caráter histórico ou fictício, paródico ou sério, religioso ou secular, mas sempre terá atributos heroicos atrelados à ideia de força, valor moral ou honra e serão importantes nas manifestações e expressões do ser e estar do homem hispânico. Vejamos alguns desses exemplos:

Figura 1.1 | El Cid, Campeador de Castilla (a); Santiago Matamoros (b); Monumento ecuestre gaucho El Resero (c); Guevara (d)



(a)



(b)



(c)



(d)

Fonte: (a)Pequeño Cid. *El Cid, Campeador de Castilla*, 2014. Licenciado sob CC0 para Flickr. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/pcid77/23165252691/>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

(b)Juan de Flanders. *Santiago Matamoros*. Século XV. Licenciado sob Domínio Público via Wikimedia Commons. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Santiago_matamoros.jpg>. Acesso em: 12 abr. 2018.

(c)Emilio Jacinto Sarniguet. *Monumento ecuestre gaucho El Resero*, 2014. Photo: Roberto Fiadone. Licenciado sob CC-BY-SA 4.0 via Wikimedia Commons. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Monumento_ecuestre_EL_Gacho_Resero_01.JPG>. Acesso em: 12 abr. 2018.

(d) N/C. *Guevara*, 2012. Licenciado sob CC0 para Pixabay. Disponível em: <<https://pixabay.com/pt/guevara-rebelde-retrato-homem-face-62918/>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

“En un lugar de la Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor [...]” (CERVANTES, 2002, p. 3).

Observe ainda que, à exceção de Che Guevara, todos estão a cavalos – inclusive D. Quijote, que aqui aparece em linguagem verbal e não como ícone. A ideia e a figura de ser **caballero** (aqui reside o ícone/**ícono**) é a que importa. Mas afinal, Che pertence a uma época muito moderna para tal valorização do cavalo. Mas não podemos nos esquecer: Che era motoqueiro, estabelecendo-se, assim, uma releitura ou modernização do ícone.

Você pôde perceber que um discurso estruturado e eloquente é essencial para transmitir uma mensagem de maneira eficaz em qualquer língua. A maior parte da informação se obtém mediante a observação e a percepção dos elementos não verbais. Para que se alcance diferentes públicos é necessário aplicar as diversas ferramentas de comunicação; verbais ou não verbais. A linguagem verbal, contudo, é aquela responsável por organizarmos nosso pensamento. Assimilamos um conceito em função da capacidade de nomeá-lo. Daí a importância, no mundo globalizado, de conhecer diferentes idiomas e tomar contato com suas manifestações culturais e suas formas de expressão verbal e não verbal.



Para uma melhor compreensão sobre ícone/**ícono**, sugerimos assistir à série espanhola *El Ministerio del Tiempo*, em que *Alonso de Entreríos* (homem originário do século XVI), um dos heróis-protagonistas da série, ao transportar-se para século XXI se apaixona apenas por um objeto da contemporaneidade: a motocicleta.

Disponível em: <<http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>>.
Acesso em: 12 abr. 2018.

Domínio lexical espanhol: palavras cognatas, palavras-chave, repertório de vocabulário.

Você sabe o que são palavras cognatas? São aquelas que, em uma mesma língua, têm origem comum; isto é, nasceram juntas, partem da mesma raiz e, por isso, compartilham significados, ortografia e fonética. Mas, ainda assim, não são palavras idênticas. Veja o exemplo de palavras da língua portuguesa cuja origem é latina: **idem /idêntica / identificação / identidade**. São palavras que possuem significados correlatos ou são sinônimos; mantêm semelhanças entre os aspectos fonéticos e ortográficos. Mas os cognatos não existem apenas no interior de uma mesma língua. Há línguas próximas entre si, de mesma origem, que compartilham termos cognatos. É o caso das línguas românicas, que têm origem no latim.



As palavras podem ser decompostas para que analisemos suas partes. Cada parte é chamada de morfema ou de unidade significativa. Embora possamos oferecer explicações alongadas a respeito, faremos aqui uma esquematização simples do modo de estruturação das palavras para que você perceba as semelhanças e diferenças na formação de palavras entre as línguas portuguesa e espanhola.

1) radical – elemento ou morfema comum e irreduzível de todas as palavras de uma mesma família. No radical repousa o significado do termo. Como já dissemos, as palavras que apresentam o mesmo radical são palavras cognatas.

Ex – **dormir / dormido / dormilón** – **joya/joyero/joyería** – **cama/encamado/camilla**

2) Vogal temática nominal (para substantivos, etc.) – fecha a palavra primitiva: *mesa* / *cuadro*

3) Vogal temática verbal – *comprar* / *beber* / *vivir*

4) Afixos (prefixos /sufixos) – morfemas (pequenas unidades de sentido) que quando acrescidas ao radical modificam o seu sentido básico formando novas palavras. Podem ser divididos em:

a. Prefixos (alteram significados) – *componer* – ***des*componer** / *móvil* – ***in*móvil**

b. Sufixos (alteram classe gramatical) – *casa* – *caserón* / *puñal* – *puñalada*

5) Desinência Nominal – indica número (sing/pl.) e gênero (m/f.) – *perro*, *perros*, *perra*, *perras*

6) Desinência Verbal – indica modo, tempo, número e pessoa – *cantabamos*

As línguas portuguesa e espanhola têm origem no latim, língua original da Roma Antiga, que se espalhou por toda a Europa Ocidental e Mediterrânea (e isso inclui Portugal e Espanha, claro!) durante o domínio romano e que se perpetuou durante boa parte da Idade Média, embora com modificações. Podemos dizer modificações porque as línguas são dinâmicas e plurais, sofrem mudanças com o passar do tempo, com as alterações de lugar e com a força das circunstâncias. Você já deve ter reparado como o seu jeito de falar é diferente do jeito de falar dos seus avós! Mas, enquanto existem modificações, existem também as permanências. E é fato que o espanhol e o português, por conta de sua origem latina, são línguas emparentadas. E, sim, parecidas, num certo sentido. Vale dizer, entre essas duas línguas, além das semelhanças na estruturação sintática, existe uma semelhança lexical, vocabular. Existem muitas palavras cognatas, o que facilita a nossa aprendizagem. Aliás, palavras cognatas, em espanhol, se escreve ***palabras cognadas***. Vejamos agora uma lista bem curtinha com algumas das cognatas existentes entre português e espanhol:

COGNATOS	PORTUGUÊS	ESPAÑOL
VERBO	Mandar levar ser Comer beber pedir existir	<i>Mandar llevar ser Comer beber pedir existir</i>
SUBSTANTIVO	favor capital dentista idealismo turismo	<i>favor capital dentista idealismo turismo</i>
ADJETIVO	negativo verde ofensivo natural famoso explosivo generoso ignorante excelente ansioso hostil	<i>negativo verde ofensivo natural famoso explosivo generoso ignorante excelente ansioso hostil</i>
ADVÉRBIO	naturalmente nunca mal absolutamente apenas evidentemente também	<i>naturalmente nunca mal absolutamente apenas evidentemente también</i>

A origem comum do espanhol e do português deu margem a uma infinidade de cognatos; isto é, de significado igual mesmo que sua ortografia e fonética, em alguns casos, sofra alguma modificação.



Exemplificando

Há palavras que são chave na Comunicação Social, não é? Veremos abaixo algumas **palabras clave** que são de uso habitual

na área da Comunicação em espanhol. Mas, tal como ocorre contemporaneamente no Brasil, em muitos casos, as palavras-chave de língua inglesa são usadas nos países de língua espanhola também. E isto é cada vez mais frequente; sobretudo no México e nos países centro-americanos. *Agencia de noticias* – agência de notícias

Alcance orgánico – dado que avalia o impacto de uma publicação

Ambiente organizacional – ambiente organizacional

Banda sonora – trilha sonora

Buscadores de web – buscadores de páginas da internet

Carpeta de prensa – pasta ou kit de imprensa

Conferencia de prensa – roda de imprensa

Corresponsal – jornalista correspondente em outro país

Credibilidad de la fuente – credibilidade da fonte

Cultura corporativa – cultura corporativa

Curación de contenidos – elaboração e seleção de informações

Editorial – opinião do meio

Flujos de información – fluxos de informação

Hechos – fatos

Mapa político – Mapa político

Marca – marca

Marca personal – personal branding

Marketing de contenidos – marketing de conteúdos

Medios – meios

Mensaje – mensagem

Opinión pública – opinião pública

Periodismo/periodista – jornalismo/jornalista

Prensa amarilla – imprensa marrom

Sinopsis – sinopse

Target – público específico (**esta é uma palavra da língua inglesa, como se sabe. Pusemos aqui apenas para exemplificar a interferência do inglês na área de comunicação nos países de língua espanhola; há certamente muitos outros exemplos**).

Tirada – tiragem

Titulares - manchetes

Vehículo – espaços que compõem um meio

A aquisição de repertório em espanhol só ocorrerá se você se comprometer a realizar leituras frequentes de textos diversos.



Pesquise mais

Aqui algumas sugestões de sites, conhecidos em espanhol como sítios web, para que você possa acessar e realizar novas leituras de texto em espanhol na área de Comunicação.

Sobre jornalismo – Clasesdeperiodismo.com. Disponível em: <<http://www.clasesdeperiodismo.com/>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

Sobre Marketing digital – Amdia. Disponível em: <<http://amdia.org.ar/site/>>. Acesso em 24 abr. 2018.

Sobre Relações Públicas – ARPPR. Disponível em: <<http://relacionistas.com/?node=3>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

Sobre Publicidade e Propaganda – El Publicista. Disponível em: <<http://www.elpublicista.es/>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

Análise e interpretação de texto (reconhecimento do gênero textual e análise de sua função) - espanhol para Comunicação

Os gêneros textuais são fenômenos históricos, vinculados à vida cultural e social de uma comunidade. Fruto de trabalho coletivo, contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia. Os gêneros textuais são estruturas dinâmicas, culturalmente marcadas que se modificam conforme espaço e tempo. Os diferentes gêneros textuais ocorrem nas diversas línguas. É um instrumento

simbólico que mobiliza conhecimentos específicos do sujeito emissor e receptor. Por outro lado, os tipos textuais são aquelas estruturas mais ou menos fixas e/ou estáveis, como: a descrição, a argumentação, o diálogo e a narração. Os gêneros são reconhecíveis em qualquer idioma por suas características funcionais, organizacionais e contextos em que são utilizados. Segundo Bakhtin (1997, p. 279), são específicos em cada uma das esferas sociais. Por isso podemos falar em gêneros textuais do cotidiano (usados nas relações familiares), acadêmicos (usados na vida estudantil), jornalísticos (usados no âmbito da mídia), técnicos, jurídicos, entre outros.

Mas, tipo e gênero são termos diferentes que significam a mesma coisa? Bem, antes de qualquer coisa, é preciso saber que há diferença entre tipos e gêneros textuais. Muitas vezes não se faz distinção entre eles, mas são bem diferentes! Veja a tabela abaixo para ordenar esses conhecimentos:

Tabela 1.1 | Tipos e gêneros textuais

Tipos Textuais	Gêneros Textuais
Definem-se pelas propriedades linguísticas que caracterizam os gêneros: vocabulário, relações lógicas, tempos verbais, construções frasais etc.	Realizações linguísticas concretas que se definem por propriedades sociais e comunicativas; isto é, num contexto cultural e com função comunicativa.
Narração (relatar fatos) Argumentação (expor ideias, influenciar) Descrição (expor, contar em detalhes) Injunção (mandato ou prescrição) Exposição (texto informativo) Exortativo (persuadir, estimular, induzir)	Compreendem um conjunto praticamente ilimitado de características que são determinadas, entre outros aspectos, por: a) estilo do autor b) conteúdo c) composição d) função
Variam entre 5 e 9 tipos.	Alguns exemplos de gêneros, embora sejam infinitos: Sermão, carta comercial, anúncio, aula expositiva, romance, relatórios, conversa espontânea, sinopse de filme, inquérito policial, blog, e-mail, etc. Entre os gêneros textuais jornalísticos podemos citar: Anúncio classificado, anúncio publicitário, artigo de opinião, carta ao leitor, charge, crônica, editorial, notícia, reportagem, tira, entrevista, crítica (arte, música, cinema, etc.), manchete, horóscopo, entre muitos outros.

Fonte: elaborada pela autora.

As formas discursivas se modificam com o tempo, algumas deixam de ser usadas e outras são criadas em função do momento. Assim, a compreensão de um texto se processa a partir da materialidade da língua, de sua realização concreta. E a apreensão do sentido só se dará quando o leitor/receptor da mensagem tiver desenvolvido competência leitora para que ultrapasse o plano da codificação e atinja o plano das relações entre texto e contexto.



Reflita

Vejamos algumas formas textuais em espanhol e façamos uma reflexão a respeito:

Capricornio - A pesar de que muchas veces te has planteado cambiar y no lo has hecho (o no del todo), esta vez harás algo distinto con tu vida. Despertará en ti el hambre de progresar, la ambición de lograr, avanzar en ese sueño que desde hace tiempo quieres lograr. Sin embargo, el miedo te sigue paralizando cuando tienes que actuar. No temas, tienes todas las herramientas y el corazón para triunfar en lo que se te ponga al frente. (HOROSCOPO, 2018, [s.p.]).

Sangrienta discusión sobre fútbol en bar en San José
Salir a disfrutar de la jornada deportiva de este domingo casi le cuesta la vida a un hombre en el centro de San José, específicamente en Avenida 6, Calle 8.

El hecho ocurrió la tarde del domingo en un bar ubicado en el sector mencionado. En apariencia, el sujeto tuvo un altercado con otro cliente sobre el resultado de un partido de fútbol.

Luego de varios minutos discutiendo, el agresor terminó sacando un arma de fuego para herirlo en una ocasión.

Según detallaron en la Central de Comunicaciones de Cruz Roja, la víctima es un hombre adulto y el balazo lo recibió a la altura del fémur. Luego de estabilizarlo los cruzrojistas trasladaron en una ambulancia al paciente al Hospital San Juan de Dios. Al lugar también se presentaron los oficiales de Fuerza Pública quienes capturaron al sospechoso para remitirlo a la Fiscalía. (MATARRITA; CARTIN, 2018, [s.p.]).

O horóscopo é um texto prescritivo, em 2ª pessoa (relação de informalidade) para estabelecer uma relação direta com o receptor. Além disso, faz uso constante de verbos no futuro. Já o segundo texto pertence ao gênero informativo, uma reportagem. Tais formatos trazem uma narração dos fatos, informando o leitor do acontecimento. No jornalismo informativo, é importante objetividade e neutralidade para não haver distorção da realidade noticiada.

Leitura e entendimento do contexto de uma obra com o uso do conteúdo aprendido - espanhol

Veja que a diferença entre os tipos e os gêneros textuais se observa a partir de suas funções no discurso. Assim, os tipos constituem sua estrutura, a fim de torná-lo funcional e o gênero pertence ao contexto em que está inserido. O que você acha de usar este momento para observar exemplos de textos em espanhol das diferentes áreas da Comunicação Social?



Exemplificando

Veja abaixo as diferenças que se estabelecem nos textos em função do gênero. Para melhor compreender, leia o texto de forma integral, nos links:

TEXTO 1: EDITORIAL. Editorial: Donde dije 'dictadura'... **El Comercio**. 16 abr. 2018. Disponível em: <<https://elcomercio.pe/opinion/editorial/editorial-dije-dictadura-marco-arana-dictadura-venezuela-nicolas-maduro-frente-amplio-nuevo-peru-veronika-mendoza-izquierda-peruana-noticia-512392>>. Acesso em: 28 maio 2018.



Editorial: Donde dije 'dictadura'...

[...]

La incapacidad de reconocer la naturaleza dictatorial del régimen que encabeza Nicolás Maduro en Venezuela es una vergüenza que la enorme mayoría de la izquierda peruana arrastra desde hace años y que la ciudadanía conoce bien. Por cuestiones de sintonía ideológica, candidatos y congresistas que se ubican en ese lado del espectro político han modulado coartadas para la tiranía chavista desde los tiempos en que la acaudillaba su líder original y sin ruborizarse demasiado.

[...]

Donde un auténtico líder político dice 'dictadura', no

puede pretender después que quiso decir ‘verdura’ o cualquier otra palabra que rime con la que quiere borrar del registro de sus declaraciones. Arana ha regresado, pues, al rendil de los **vergonzantes apañadores** del chavismo y las imágenes que vimos de él días atrás, alejándose incómodo y apurado de un grupo de ciudadanos venezolanos que lo buscaron en el Congreso para reclamarle un pronunciamiento firme contra el régimen de **Maduro**, lo confirman. (EDITORIAL, 2018, [s.p.]).

TEXTO 2: ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS DE COMUNICACIÓN. **Comunicación interna 3.0**. 16 dez. 2015. Disponível em: <<http://www.dircom.org/actividades/comunicacion-interna-30>>. Acesso em: 28 maio 2018.

Comunicación interna 3.0

16 Diciembre 2015 16:15 - 18:30

Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, Zaragoza

Seminarios

[...]

Durante la sesión se ahondará en cómo detectar influencers internos y en el uso de las nuevas herramientas en las estrategias de Comunicación Interna.

Ponentes

José María Palomares

Vocal de Innovación de la junta Directiva de Dircom y Director de Comunicación Corporativa para España y Portugal de la Universidad Europea.

Experto en comunicación, marketing, relaciones públicas y RSE. Es un apasionado de la comunicación digital, la educación y la innovación. Ha trabajado como director de comunicación en empresas como Telefónica e ING Bank, entre otras, También es profesor de comunicación corporativa y gestión de reputación y habilidades para hablar en público. Cree profundamente en el enorme potencial de las redes y la colaboración.

[...]

Actividad Exclusiva para Socios de Dircom

Imprescindible confirmación de asistencia a Sandra García

aragon@dircom.org / 605279204. (DIRCOM, 2018, [s.p.]).

O primeiro texto, publicado no jornal digital peruano ***El Comercio***, é de tipologia argumentativa. O enunciador assume uma posição a respeito de um assunto polêmico (a questão do chavismo venezuelano e seu espectro de influência na esquerda peruana) e a defende. Trata-se de um texto do gênero editorial. Nele, observa-se um arranjo textual que não está necessariamente vinculado à notícia, mas a partir dela criam-se argumentos para analisar, avaliar e responder a uma questão cujo caráter é controverso (a permanência do chavismo). O editorial expõe a opinião do jornal que faz referência direta e explícita a um tema atual, relevante para os leitores do veículo. Alguns dos termos que destacamos no texto com grifo servem ao jornal para enfatizar suas posições. Interessa menos a apresentação dos acontecimentos, e mais a análise e posição do autor. O processo interativo está amparado pelo estabelecimento de um ponto de vista.

O texto 2 pertence a outro gênero e tipologia. Quanto ao gênero trata-se de uma Comunicação Interna. Um gênero textual pode abarcar mais de um tipo textual para cumprir com as funções comunicativas desejadas. Desse modo, neste texto, vê-se a presença do tipo exortativo que procura vender uma imagem, uma ideia e, assim, vender um produto (no caso, palestras ou seminários). O tipo exortativo cumpre a função de chamar o leitor para a ação, com a intenção de modificar ou mesmo provocar uma situação (a participação no seminário). Em seguida, o texto se desenvolve segundo o tipo descritivo, detalhando o currículo de cada um dos palestrantes do seminário. Mas note, caro aluno, que mesmo na descrição dos palestrantes, o texto desenvolve alguns aspectos exortativos, que procuram convencer o leitor do valor dos palestrantes e do seminário. Isso aparece evidenciado em alguns dos termos que destacamos com grifos.

Sem medo de errar

Quando pensamos em ensino e aprendizagem de língua estrangeira instrumental, tratamos, sobretudo, do texto em suas possibilidades de leitura e escritura, o que pressupõe, de algum modo, a ausência da linguagem corporal, mas, muitas vezes, a presença dos ícones.

Um texto escrito requer clareza naquilo que diz para que o leitor tenha a máxima possibilidade de compreensão e para

que o processo comunicativo se estabeleça. Desse modo, para solucionar esta situação-problema você deverá, em primeiro lugar, partir do vocabulário presente no texto e observar o rol de palavras cognatas entre o português e o espanhol ali presentes. Também é possível que o texto contenha algumas palavras-chave que podem estar tanto em espanhol como em língua inglesa, uma vez que vimos que a língua inglesa está hoje muito presente no mundo da comunicação. Dessa forma, e a título de exemplo, poderíamos organizar um pequeno glossário mais ou menos assim para o texto 2:

Cognatas (substantivos)

Artículo – artigo

Fruto – fruto

Demanda – demanda

Situaciones – situações

Empresas – empresas

Metodología – metodologia

Crisis – crise

Obs. – algumas palavras também têm origem comum no inglês, como demanda, fruto, metodologia etc. Outras observações que podem ser agregadas a uma reflexão sobre o texto indicariam, no caso do texto 2, a ausência de elementos icônicos, por um lado, e a presença de algumas palavras-chave, por outro, como por exemplo:

Relaciones públicas, comunicación.

No que respeita ao texto 2, pode-se observar que se trata de um texto pertencente ao gênero acadêmico; é um artigo acadêmico, como o próprio autor refere. Para tanto, o autor lança mão do tipo textual argumentativo-dissertativo para dar corpo ao gênero pretendido.

Você poderá fornecer esta e outras informações acerca da tipologia e gênero textual, analisando também, alguns elementos textuais específicos que revelam a sua tipologia e/ou o seu gênero textual de pertencimento.

Examinando partes das palavras...

Descrição da situação-problema

Neste momento, sugerimos que você faça uma reflexão acerca de algumas palavras em espanhol comparando-as, inclusive, com o português. Aproveite o trecho selecionado a seguir e observe as palavras destacadas buscando refletir e compreender o seu significado a partir de sua raiz, bem como de suas semelhanças com o termo correspondente em português.



Ocho cuentos para niños sobre la diversidad familiar

Álbumes ilustrados que nos hablan de la llegada de un hermanito, de la espera de una adopción, de familias recompuestas o de personas que viven solas

[...] En este cuento no se habla de ninguna familia, sino de algo completamente opuesto: la soledad. Por desgracia, en nuestras ciudades hay muchos hogares en los que vive gente mayor que al enviudar o por otras circunstancias de la vida se quedan solas. Sus hijos no les visitan demasiado ya sea porque viven lejos o por las excusas del día a día. Elisa es una de estos casos. Una señora mayor que con los años se ha vuelto solitaria, miedosa y poco confiada con el exterior. Pero por casualidades de la vida, un día recibe una visita inesperada a su casa. Un niño curioso irrumpe en el mundo de Elisa, y sin darse cuenta lo cambiará todo. Al inicio, a la protagonista no le hace mucha gracia esta presencia, pero poco a poco el niño enternece su corazón y le hace recordar tiempos pasados. Entre ellos nacen una comunicación fluida y una complicidad muy especial. Con la combinación de la ilustración y el *collage* podremos observar como el mundo gris de Elisa se va llenando de colores y vida por la llegada del niño.

[...] (BERT, 2017, [s.p.], grifo nosso).

Resolução da situação-problema

Como você pode observar, algumas palavras foram destacadas no texto e, todas elas, guardam relações com palavras em português. Assim, é possível estudá-las de forma comparativa e chegar a diversas e interessantes conclusões.

Para melhor compreender os termos destacados, considere em primeiro lugar as raízes ou radicais das palavras; isto é, o pedacinho dela no qual reside o seu significado, para depois observar afixos e/ou desinências e vogais temáticas. Assim você poderia concluir, por exemplo:

Recompuestas – do latim *componere* – compor ou por junto. O prefixo **-re** significa repetição daí a ideia de compor novamente. Uma coisa *recompuesta* é por que foi composta de novo. NO caso do termo no texto é palavra feminina e plural.

Soledad – do latim *solitas* – qualidade daquele que não está com ninguém mais. Radical (*solus*) e sufixo (*dad* – relativo à qualidade de). Assim, soledad é um adjetivo que qualifica alguém ou alguma coisa.

Gris – Aqui a palavra toda é o seu radical. Sua origem parece estar situada no provençal, dialeto na região da Provença, França, durante o período medieval. Significa: cor entre o negro e o branco. É usada desde o século XVI na Espanha, mas não se tornou usual em língua portuguesa, embora tenha deixado para o português uma de suas derivações: grisalho, referido a cabelos, mas com o mesmo sentido relacionado à cor. Trata-se, também, de um adjetivo, isto é, um termo qualificador.

Faça valer a pena

1. Confira a imagem e, em seguida, leia o texto abaixo:

Figura | Calavera Catrina



Fonte: Pixabay.

“La Catrina se convirtió en el _____ que identifica la celebración de Día de Muertos en México gracias a la intervención del muralista Diego Rivera quien la despojó de la crítica social que le dio origen y la dotó de la elegancia y figura con la que es conocida en todo el mundo.” (EL UNIVERSAL, 2018, [s.p.]).

Observe a figura acima e, em seguida, assinale a alternativa que complete o texto com o termo que falta na lacuna correspondente:

- a) ícono.
- b) discurso.
- c) vector.
- d) estilo.
- e) santo.

2. Leia o texto a seguir:



Lo que busca Reuters en un editor de contenidos sobre la comunidad LGBT

La agencia de noticias Reuters informó que está en búsqueda de un editor creativo y experimentado, con un buen criterio de noticias y comprensión de temas relacionados con la comunidad LGBT a escala internacional.

La organización necesita a una persona con sólidas habilidades de escritura y experiencia digital para encabezar un nuevo proyecto global que dará cobertura a los derechos LGBT.

[...]

Responsabilidades:

Trabajar en la implementación de la primera plataforma digital mundial, global y amigable con el móvil que produce y agrega noticias e información LGBT

Iniciar y supervisar una serie de noticias e historias de interés para los lectores de la Fundación Thomson Reuters
Escribir e investigar historias que resalten nuevos ángulos en historias poco reportadas en el área de los derechos LGBT.

[...]. (MORÁN, 2018, [s.p.])

Podemos afirmar que o texto anterior apresenta os seguintes aspectos quanto ao tipo textual:

- I – Trata-se de um texto descritivo (explica em detalhes).
II – Trata-se de um texto expositivo (fornece informações).
III – Trata-se de um texto exortativo (procura induzir o leitor).

Assinale a alternativa que apresenta as afirmativas corretas:

- a) Apenas a afirmativa I está correta.
b) Apenas a afirmativa II está correta.
c) Apenas a afirmativa III está correta.
d) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
e) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.

3. Leia o texto a seguir:

El pequeño ciclista de las botas de hule empieza a recibir apoyo

Con mucho agradecimiento, pero sin ocultar su timidez el pequeño ciclista de las botas de hule que se ganó el corazón de los guatemaltecos el pasado fin de semana, recibió la donación de un uniforme deportivo y otros regalos por parte de la Federación Nacional de Ciclismo y la Asociación de Chimaltenango.

Nery Ajsivinac, relacionista público de la Fedeciclismo, informó que ayer en horas de la tarde acudieron a la humilde vivienda de Édgar Estuardo Buch ubicada en la Colonia Nueva Esperanza en la zona 4 de Patzicía, Chimaltenango, para hacerle entrega de los regalos y que además lo invitaron a federarse sin ningún costo y así poder entrenar con otros atletas de la Asociación Departamental.

Cuando estaban reunidos, el pequeño relató que tenía mucho miedo que lo regañaran, pues el sábado al enterarse de la competencia, agarró sin permiso la bicicleta de su hermano mayor y salió dispuesto a pedalear con el corazón y competir.

Su madre, Cecilia Buch estaba preocupada por no saber nada del pequeño, pues regresó a su casa después de las 19 horas y fue hasta el día siguiente que se enteró de lo sucedido con su hijo.

El pequeño ciclista no quería salir de su humilde hogar portando el uniforme, porque además de sentirse raro,

por ser la primera vez que portaba uno, tenía miedo de que sus vecinos se fueran a burlar de él, ya que comentó que sufre de mucho bullying.

Pero lograron convencerlo y con una sonrisa en su rostro mostró su alegría por sus nuevos regalos. El pequeño que dejó sus estudios para ayudar a su familia, trabajando en el campo, afirmó que le gustaría mucho practicar ciclismo de montaña, porque en donde vive tiene muchos lugares para poder practicar, además de que a su mamá le da miedo que entrene en la carretera por los peligros que esto implica.

Al conocerse su historia, personas e instituciones se han acercado a la Federación para unir esfuerzos y apoyar a Édgar Estuardo y su familia. La próxima semana vendrá a la capital y se le entregará una bicicleta de montaña nueva.

Stuard Rodríguez presidente de la Fedeciclismo también comentó que una empresa le pintará su casa y quiere apoyar a la nueva promesa del deporte del pedal con estudios, mientras que otras personas donarán medicinas.

“Una de las metas es masificar tener más ciclistas. Llegar a todos lados y que puedan niños y niñas practicar Ciclismo. Recursos siempre faltan para poder ayudar y apoyar como se debe. Las bicis son caras, la federación está entregando esta semana 30 bicis nuevas a las asociaciones”, dijo Rodríguez. (CABRERA, 2018, [s.p.])

Após conferir os textos, leia atentamente as asserções a seguir:

De acordo com o texto acima, o pequeno ciclista guatemalteco receberá uma bicicleta de montanhismo...

Porque

Ele é a nova promessa do ciclismo guatemalteco o que o faz merecedor do presente.

Assinale a alternativa correta a respeito das asserções acima:

- a) As duas asserções estão erradas.
- b) As duas asserções estão corretas e a primeira é consequência da segunda.

- c) Ambas estão corretas, mas não configuram entre si uma relação de causa e efeito.
- d) A primeira asserção está correta e a segunda equivocada.
- e) A primeira asserção está errada e a segunda correta.

Seção 1.3

Conhecimento de vocabulário na leitura e escrita em língua espanhola

Diálogo aberto

Ao se aproximar o fim do semestre, as alunas do curso de espanhol, Fernanda e Cássia, tiveram de preparar uma apresentação para avaliação. Nessa apresentação, elas precisavam elencar listas terminológicas em língua espanhola e de falsos cognatos, também conhecidos como “falsos amigos” quando estamos falando do par de línguas espanhol/português. De acordo com a solicitação do professor, as listas terminológicas eram bastante específicas; a saber:

- a) Termos utilizados no mundo corporativo contemporâneo.
- b) Termos utilizados no mundo da comunicação social atual.

Já para a lista de falsos cognatos, o professor propunha um leque mais aberto, generalista. Assim, essa lista poderia abranger a quantidade e variedade de termos que Cassia e Fernanda quisessem. No entanto, tais listas deveriam ser feitas a partir da leitura articulada de alguns textos sugeridos pelo professor. São textos nos quais aparecem descritivos de cursos da área de Comunicação para que as meninas pudessem realizar uma interpretação do contexto ali apresentado. Os textos são os seguintes:

a) UNIVERSIDAD PRIVADA SAN FRANCISCO DE ASÍS. **Carrera de Comunicación Social**. Disponível em: <<http://www.usfa.edu.bo/pensum/Comunicacion.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

b) UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. **Licenciatura em Ciencias de la Comunicación Social**. Disponível em: <http://www.uba.ar/download/academicos/o_academica/carreras/lic-cscomunicacionsocial.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

c) UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO. **Plan de estudios: licenciatura en Comunicación social**. Disponível em: <http://www.unm.edu.ar/images/Plan_de_estudios_Comunicacion_Social.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Procure fazer a leitura dos textos que as meninas usaram para chegar às suas próprias conclusões. Ao final da atividade,

Fernanda e Cassia tiveram que responder à seguinte questão: qual a importância do conhecimento de vocabulário específico na área da Comunicação Social para o entendimento de um texto específico em língua espanhola? Procure se colocar no lugar de Cassia e Fernanda e responder à pergunta formulada acima e não deixe de fazer suas anotações e pesquisas a respeito para poder, em classe, discutir com os companheiros e professor.

Não pode faltar

Globalización (globalização), **migración** (migração), **Modernidad líquida** (Modernidade líquida) definem diferentes facetas do contemporâneo. Nele, as comunicações fluem com velocidade e é substancial o manejo consciente das palavras. A seguir, apontaremos sempre em *itálico* e em **negrito** diferentes termos em espanhol relacionados ao mundo da Comunicação em suas diferentes áreas de atuação e formas de significar. Lembre-se do que vimos anteriormente a respeito da origem etimológica dos termos, da presença de seu significado na raiz das palavras, para não perder o fio da meada!

Espanhol instrumental – lista de terminologias específicas (expressões) – Comunicação

O termo **comunicar/comunicación/comunicativo**, do latim *comunicare*, significa transmitir sinais em um código comum entre diferentes participantes do processo comunicativo. Deve-se conhecer também o significado de **emisor** (quem emite uma mensagem), **receptor** (quem recebe uma mensagem), **mensaje** (a informação que se transmite), **canal** (meio da transmissão da mensagem), **ruidos** (aspectos modificadores da mensagem), **contexto** (situação na qual se dá o ato comunicativo) e **código** (repertório de **signos** comum entre os participantes). Na perspectiva da **Teoría de la Comunicación** temos 10 áreas fundamentais de comunicação: interpersonal (interpessoal), **intrapersonal** (intrapessoal), **de equipo** (equipe ou time), **pública** (pública), **en las organizaciones** (nas organizações), en las entrevistas (nas entrevistas), **de masas** (de massas), **intercultural** (intercultural) e **ética y comunicación** (ética e comunicação).

Caro aluno: para se entender o mundo do **periodismo** (jornalismo) e das **Relaciones Públicas - RRPP** (Relações Públicas) é preciso

conhecer a terminologia específica, quase sempre interdisciplinar. Há outros termos, presentes no **periodismo** e **publicidad** formando o universo terminológico da Comunicação. Para não cometer gafes, é preciso conhecê-lo. Vejamos termos semelhantes ao português:

información (informação) – **innovación** (inovação) – **Nuevas tecnologías** (Novas tecnologias) – **soporte mediático** (suporte de mídia) – **gestión empresarial** (gestão empresarial) – **redactor** (redator) – **reportero** (repórter) – **presentador** (apresentador) – **guión de reportaje** (roteiro de reportagem) – **gabinete de prensa** (gabinete de imprensa) – **asesoría y mediación** (assessoria e mediação) – **gestor de portales** (gestor de portais) – **editor de contenidos** (editor de conteúdos) – **fuentes de información** (fontes de informação) – **diários y revistas** (jornais e revistas) – **organización/ONG's, empresas privadas y gubernamentales** (organização) – **segmentación de públicos** (segmentação de públicos) – **imagen corporativa** (imagem corporativa) – **cultura corporativa** (cultura corporativa) – **Recursos Humanos/RRHH** (recursos humanos) – **responsabilidad empresarial** (responsabilidade empresarial) – **relacionistas públicos** (profissional de relações públicas) – **tirada o tiraje** (tiragem) – **Suplemento** (suplemento) – **plan de médios** (plano de comunicação) – **líder de opinión** (formador de opinião) – **conferencia de prensa** (coletiva de imprensa) – **alcance** (alcance de uma mensagem) – **circulación** (circulação de exemplares) – **noticia** (notícia).



Assimile

Partindo da leitura dos termos acima, observe que as palavras terminadas em **-je**, tais como **mensaje** ou **reportaje** são sempre masculinas em espanhol: **el reportaje, el tiraje, el mensaje, el lenguaje**. A formação das siglas também ocorre de modo diferente: para termos singulares como **Organización No Gubernamental**, a formação da abreviatura é ONG. Para todos os termos de ocorrência no plural, tais como **Relaciones Públicas, Estados Unidos** ou **Recursos Humanos**, as formas de abreviar em espanhol também formam plural; assim: RRPP, EEUU e RRHH para os exemplos citados.

Por outro lado, podemos refletir acerca de termos que não necessariamente tem correspondência entre o espanhol e o português. Vejamos exemplos:



Almanaque organizacional: documento acerca da história de uma organização.

Auditoría de comunicación: atividades que permitem analisar a imagem da empresa.

Canales de comunicación controlados: canais que são controlados pelo emissor.

Canales de comunicación no controlados: canais que não estão sob o controle direto da companhia.

Diferenciación de producto: ações por meio das quais é feita uma distinção entre produtos pertencentes ao mesmo segmento de mercado.

Gacetilla: texto curto que comunica informações concretas e interessantes à mídia. Geralmente consiste em figuras duras e notícias verificáveis, claras e concisas.

Hoja de datos corporativos: documento que descreve os princípios, serviços, história, filosofia e detalhes de contato de uma empresa.

Identidad Corporativa: refere-se à personalidade da empresa, composta por sua ética, filosofia, história, comportamentos e padrões com os quais pode ser identificada.

Identidad de marca: personalidade de marca composta pela expressão de todas as informações conectadas a um produto ou serviço.

Imagen corporativa: Refere-se ao que uma empresa significa ou como é percebida. É criado por estratégias de RP, mas também jornalistas e mídia etc.

Medios pagados: além da publicidade tradicional inclui publicidade de mídia social.

Orden de inserción: autorização formal para lançar uma campanha publicitária.

Publicaciones horizontales: publicações de negócios que visam alcançar pessoas de interesses semelhantes em uma variedade de empresas ou indústrias.

Retorno de inversión: métrica do retorno econômico que uma empresa recebe em troca de seu investimento em relações públicas.

Sindicación: serviço de notícias que leva uma única história e a coloca em vários sites ou publicações nacionais ou internacionais.

Tanda: espaço publicitário na TV ou rádio.

Tracción: significa o interesse de um meio pela empresa, traduzido em pedidos de mais informação ou cobertura.

Valor de equivalencia de publicidad: montante que custaria uma história se aparecesse como publicidade.

Vuelo: tempo que dura uma campanha.

Espanhol instrumental – lista de falsos cognatos - Comunicação

A expressão “falsos amigos” costuma ser empregada nos estudos de tradução para referir-se a termos que apresentam certa semelhança (ortográfica e fonética) em duas línguas, mas cujo significado é consideravelmente diferente. Tal semelhança na expressão pode arrastar o tradutor a correspondências inadequadas. Daí, caro aluno, a importância dominar o significado de tais vocábulos. Contudo, para acompanhar os estudos de gramática contrastiva entre o espanhol e o português, tenha em consideração que questões relativas aos usos gramaticais dos termos, muitas vezes, revestem-se de maior importância para a compreensão do espanhol do que meramente a questão dos significados das palavras.



Assimile

Para melhor compreender a questão dos falsos amigos entre o espanhol e o português, observe os seguintes aspectos fonéticos da língua espanhola:

LL – tem o som do nosso “lh”

J – tem o som do nosso “rr”

Z – tem o som do nosso “ç”

H – é sempre muda, como em português

Ñ – tem o som do nosso “nh”

Assim, a palavra **calle** pode ser pronunciada como calhe. A palavra **jamón** como ramon. A palavra **azul** como açul. **Herramienta**, erramienta. E, finalmente, **mañana** como manhãna. Vamos então à enumeração de alguns termos importantes. A entrada sempre aparecerá em espanhol, seguida do significado em português.

Tabela 1.2 | Vocabulário

A Abonar : pagar Aceite : azeite, óleo Aceitar : passar óleo Acordarse : lembrar-se Acreditar : creditar dinheiro Alejar : afastar Almohada : travesseiro Alza : aumento Apellido : sobrenome Asignatura : disciplina escolar	B Barra : balcão (de bar) Beca : bolsa de estudo Berro : agrião Billete : ingresso Billón : trilhão Bolsillo : bolso Borracho : bêbado	C Cachorro : filhote de mamífero Cadera : quadris Camarero : garçom Cambio : troca, mudança Casco : capacete Chulo : legal, bonito Cinta : fita Cola : cola ou rabo Concertar : combinar Comisario : delegado Conozco : conheço Copa : taça Cubierto : talher Cueca : dança chilena Cuello : pescoço	D Desabrochar : desabotoar Despacho : gabinete Despejar : desocupar, esclarecer Despido : demissão Dirección : endereço Diseño : projeto
E Embarazada : grávida Embrollo : confusão Enojar : aborrecer Escritório : escrivaninha Exquisito : requintado Experto : perito	F Fecha : data Feria : feira Firma : assinatura Frente : Testa Funda : fronha	G Gira : turnê Goma : borracha Gracioso : engraçado Grasa : gordura	H Habitación : quarto de dormir Halagar : elogiar Hincha : torcedor
I Informe : relatório Inversión : investimento	J Jubilado : aposentado Judía : feijão Jugar : brincar	L Largo : comprido Latir : bater do coração Lentilla : lente de contato Listo : pronto	M Maestro : professor Mala : má Mostrador : balcão
N Neto : líquido (quantidade) Niño : bebê Novela : romance	O Oficina : escritório Olla : panela Oposición : candidatura Oso : urso	P Padre : pai Pasta : massa Pastel : bolo Pegar : colar Pelado : careca Pelo : cabelo Pipa : cachimbo Polvo : pó Presunto : suposto Pronto : logo Propina : gorjeta	Q Quitar : tirar
R Raro : esquisito Rato : momento Rasgo : traço característico Rico : encantador	S Saco : paletó Salada : salgada Salsa : molho, tempero Sino : senão Sítio : local, lugar Suceso : acontecimento Suspender : reprovar (na escola)	T Taller : oficina Tapa : tampa, capa Tapas : aperitivos, petiscos Tarjeta : cartão (de crédito) Tasa : taxa Taza : xícara Tirar : puxar Traído : trazido Todavía : ainda	V Vacío : vago Vago : preguiçoso ¡Vale! : de acordo Vaso : copo
Z Zurdo : canhoto			

Fonte: elaborada pela autora.

Importância do conhecimento de vocabulário para o entendimento de um texto em língua espanhola

Como você já deve saber, a aprendizagem de uma língua estrangeira nos conduz à percepção dialógica da linguagem e pode nos levar ao acesso de informações de natureza múltipla. Daí que, além do vocabulário, é necessário compreender o modo de funcionamento das línguas no nível da sintaxe e também características de estilo da língua para podermos compreender o desenvolvimento dos textos em suas propostas discursivas e em um contexto real de sociedade. Expressões idiomáticas (ou unidades fraseológicas) constituem uma categoria de unidades lexicais marcadas culturalmente e são, portanto, uma fonte incontestável de desigualdades translacionais que colocam problemas no momento da transferência para outro idioma.

Tanto por isso, nossa proposta, nesse momento, é a de que você conheça um bom conjunto de expressões idiomáticas que podem auxiliar na compreensão do modo de se manifestar do espanhol. Vejamos alguns exemplos logo abaixo e suas correspondências com nossa língua materna:

Tabela 1.3 | Expressões idiomáticas

ESPAÑHOL	PORTUGUÊS
A cada dos por três	Vira e mexe/Com frequência
Armarse la gorda / armarse un quilombo (Argentina)	Fazer uma confusão
Aguar la fiesta	Estragar, "melar"
Alucinar un colores/ flipar en colores (Espanha)	Ficar muito surpreso
A pierna suelta/pegarse a las sábanas	Dormir à vontade
Andar por las ramas	Desviar do assunto
A diestra y a siniestra	A torto e a direito
A simple vista	A olho nu
Buscarle cinco pies al gato	Procurar pelo em ovo
Cagar en la leche	Não estar nem aí
Costar un ojo de la cara	Custar os olhos da cara
Coger con los gastos	Pagar a conta
Cambiar la chaqueta	Atuar de forma diferente
Coger algo al vuelo	Entender rapidamente
Como quien oye llover	Como quem não quer nada
En pelos y señales	Em todos os detalhes
Contar faroles	Contar mentiras
Como anillo al dedo	Como uma luva

Dar la vuelta a la tortilla	Resolver uma situação
Dar el tostón	Molestar, incomodar
Dar en el clavo	Acertar algo
Dar la nota	Chamar a atenção negativa
Dar un punto	Deixar ser levado por um impulso
De fábula, viejo (Argentina)	Fantástico, pai
Dejar plantado	Ficar esperando
Devolver la pelota	Responder da mesma maneira
Echar de menos/extrañar	Sentir saudades
Estar hecho polvo	Cansaço físico
Esperar bajar la virgen (Espanha)	Esperar por um milagre
Fuerza de enchufes	QL, pistolão
Fulano, mengano, zutano, perengano	Fulano, cicrano e beltrano
Faltarle un tornillo a alguien	Ter parafuso a menos na cabeça
Golpe de gracia	Tiro de misericórdia
Hacer la vista gorda	Fazer que não está vendo
Hacer hincapié	Persistir
Hecho un Cristo	Ferido, sujo, exausto; enfim: acabado
Hombre, qué despiste	Cara que distração
Hoy no llevo prisa	Hoje não tenho pressa
Importar un pimiento	Nada importa
Ir con pies de plomo	Pisando em ovos
Jugar con dos barajas	Fazer jogo duplo
Levantar la liebre	Levantar a lebre
Mandar un emilio	Mandar um e-mail
Mala gana	Má vontade
Meter la pata	Cometer um erro
Meterselo en el bolsillo	Manipular a uma pessoa
Meterse en camisa de once varas	Complicar-se desnecessariamente
Mala leche	Mal humor
No acabar de entender	Não compreender
No hay mejor espejo que el amigo viejo	O melhor espelho é um velho amigo
No pegar ojo	Não dormir
Partir de cero	Começar do zero
Pasar un buen rato	Ter um bom momento
Qué chasco	Que fiasco
Qué despistado	Que desligado
Qué mala cara	Cara de enfezado
Qué pesado eres	Como você é chato
Qué rollo	Que chatice

Retomar el hilo	Retomar o fio da meada
Romper la cara	Quebrar a cara
Ser listo	Ser esperto
Ser pan comido	Ser muito fácil
Soy chiflado	Sou louco
Te toca a ti	É a tua vez
Temblar como un flan	Tremar de medo
Tirar la toalla	Dar-se por vencido
Vete a freir churros	Vai catar coquinho
Ver los toros desde la barrera	Assistir de camarote
Vaya, qué lata	Puxa, que chatice
Yo paso	Estou fora

Fonte: elaborada pela autora.



Pesquise mais

Para saber um pouco mais a respeito das expressões idiomáticas e dos países em que estas ocorrem, leia os seguintes artigos que sugerimos abaixo:

HORRILLO, E. A ver quién traduce esto: 14 expresiones que solo entendemos los españoles. In: **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/elpais/2016/05/03/icon/1462269209_967007.html>. Acesso em: 30 abr. 2018.

ESPARZA, P. 6 expresiones latinoamericanas que a los españoles nos cuesta entender In: **BBC Mundo**. Disponível em: <<http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37025329>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Leitura e interpretação do contexto geral de um texto usando espanhol instrumental aplicado à Comunicação

A noção de leitura que adotamos parte de uma perspectiva dialógica e enunciativa que considera o enunciado produzido por um sujeito enunciadador. Este se dirige a outro sujeito, o coenunciador, em um momento específico e em um tempo determinado. O enunciado corresponde a uma frase pertencente a um contexto particular com unidades verbais pertencentes a um gênero de discurso. Segundo Maingueneau (2002), ao procedermos a uma interação comunicativa, isto é, no nosso caso, ao procedermos a leitura de um texto, devemos lançar mão de três competências: a competência linguística, a competência enciclopédica e a competência genérica.

Tais competências atuam de forma interativa, possibilitando que o leitor entenda globalmente o texto.

a) Competência linguística - o conhecimento dos significados de todas as palavras e do funcionamento de sua estrutura sintática (competências semântica e gramatical) por si só não garantem o domínio da língua. Por muito que o espanhol e o português sejam próximos, isso não é suficiente para dominarmos essa língua. Os falsos amigos e expressões idiomáticas, estudados logo acima, indicam-nos que é perigosa a crença de que para um brasileiro é fácil aprender espanhol, por sua semelhança com o português. Assim, a competência linguística congrega, igualmente, as competências textual e pragmática; a saber: coesão e coerência textuais, intenções e formas de uso da língua.

b) Competência enciclopédica – relaciona-se com os saberes e conhecimento de mundo prévios construídos pelo sujeito coenunciador, no âmbito histórico, social e cultural.

c) Competência genérica – relacionada à nossa capacidade de identificar adequadamente os diferentes gêneros de discurso. Para Bakhtin (2003), aprendemos a falar/ler através de enunciados organizados em gêneros do discurso.



Exemplificando

Vejamos o texto abaixo transcrito para realizar uma leitura interpretativa.

LA OVEJA NEGRA

En un lejano país existió hace muchos años una Oveja negra. Fue fusilada. Un siglo después, el rebaño arrepentido le levantó una estatua ecuestre que quedó muy bien en el parque. Así, en lo sucesivo, cada vez que aparecían ovejas negras eran rápidamente pasadas por las armas para que las futuras generaciones de ovejas comunes y corrientes pudieran ejercitarse también en la escultura. (MONTERROSO, 1998, [s.p.]).

De sua leitura podemos observar que é um texto narrativo, pois conta uma história; o enunciador, neste caso, é um narrador. É também um texto de ficção, literário, pois o próprio título do livro em que se encontra inserido assim o denota. Seu conteúdo é político, mas o texto também fala de violência, de guerra. Sua linguagem é predominantemente

conotativa, apresentando um sentido figurado para diversos termos, a começar pelo título. Embora se possa reconhecer que Augusto Monterroso é um escritor centro-americano, o texto não faz referência explícita a nenhum lugar ou país específico. Por isso, sua leitura pode ser feita em relação a qualquer país do mundo; é possível recontextualizá-lo.

Em um texto, os vocábulos podem apresentar sentido conotativo (sentido figurado) ou denotativo (sentido literal); precisamos perceber o que está em jogo em cada texto.

Todo texto de qualidade é composto por três partes essenciais: introdução, desenvolvimento e encerramento.

Os ingredientes de um texto são: a estrutura (unidade e organização textuais), o conteúdo e, por fim, a expressão (vocabulário, estilo etc.).



Refleta

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre texto e contexto (FREIRE, 1985).

Sem medo de errar

Para resolver a esta proposta de trabalho, você deverá realizar a leitura de todos os textos e fazer, em primeiro lugar, junto a dicionários, a verificação do vocabulário. Para tanto, você poderá consultar os dicionários bilíngues (espanhol/português) ou mesmo dicionários monolíngues (espanhol/espanhol) disponíveis na web:

Diccionario de la Lengua Española. Madrid: Espasa-Calpe/RAE, 200. Disponível em: <<http://dle.rae.es/?w=diccionario>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Diccionario de español mexicano. Disponível em: <<http://dem.colmex.mx/moduls/Buscador.aspx?id=8>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Dicionário Reverso. Disponível em: <<https://dicionario.reverso.net/portugues-espanhol/super%20inteligente>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Como se trata de programas de cursos de comunicação, o vocabulário, embora específico, não é complicado como seria o caso do vocabulário de um texto acadêmico e teórico. Assim, você poderá fazer sua lista de termos que neles aparecem. Em seguida, você poderá verificar se há, nesses textos, termos aos quais podemos chamar de “falsos amigos”. Se houver, anote todos eles. Lembre-se de que você poderá anotar todos esses termos no seu glossário, iniciado nas seções anteriores.

Finalmente, você poderá refletir acerca do questionamento proposto pelo professor de Cassia e Fernanda: qual a importância do conhecimento de vocabulário específico na área da Comunicação Social para o entendimento de um texto específico em língua espanhola? E observar que conhecer bem a terminologia específica, além de contribuir para a formação individual, cultural e profissional dos sujeitos estabelece uma série de benefícios face aos programas de cooperação internacional, bolsas de estudo e à abertura do mercado de trabalho.

Avançando na prática

Dominando terminologias e conteúdos

Descrição da situação-problema

Para esta nova proposta de trabalho, você deverá ler o fragmento selecionado do seguinte material didático para estudantes de comunicação social no México:

4.1 LOS SIGNOS

El presente capítulo analiza un tema fundamental para quien se prepara a desarrollar su trabajo en el área comunicativa. El contenido de este segmento se estructura a partir de conceptos propuestos por diversos investigadores que han trabajado en una joven ciencia denominada como semiótica o semiología. El objeto de estudio de esta rama es los signos, cuyas unidades mínimas son llamadas semas. Los cimientos de la semiótica fueron puestos por dos importantes estudiosos a quienes se les considera, de manera totalmente justificada, padres fundadores de la ciencia de los signos; nos referimos a Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce. El primero de ellos, nacido en Suiza, descendió de geógrafos, físicos y naturalistas. Puede afirmarse que el interés por dotar de un

”

estatuto científico formal al estudio de los signos procedía de estas raíces, tan apegadas al rigor. De Saussure viene la idea de consolidar una ciencia que estudie “la vida de los signos en el seno de la vida social”. Por lo que respecta a Charles Sanders Peirce, es pertinente decir que fue hombre de indiscutible genialidad, y que entre sus méritos contaba con amplios conocimientos de lógica y matemáticas. Él, a diferencia de Saussure, estableció que la semiótica debía ocuparse de analizar la “apropiación significativa que el hombre hacía de la realidad”.⁸⁸ Con esta orientación, el investigador nacido en Pensilvania desarrolló un marco metodológico llamado “lógica especulativa”; en él, los elementos signícos se analizaban a través de la lógica de sus relaciones. Los tres elementos que apuntalaban el modelo de Peirce eran: el signo, el objeto al cual remite y su interpretante. Abordaremos las concepciones de ambos teóricos, tanto de Saussure como de Peirce, en un apartado posterior. Por el momento, reflexionemos el carácter indispensable de los signos en cualquier acto que realizamos, en todo pensamiento que estructuramos y en toda enunciación.

Los procesos comunicativos que llevamos a cabo cotidianamente son posibles sólo por nuestro conocimiento de los signos y el intercambio que hacemos de éstos en determinadas situaciones es lo que hace inteligibles, ante nosotros y ante los demás, nuestras palabras y actos. Es, pues, pertinente y exacta la afirmación Baylon y Fabre: “no hay sentido sin signo”. Los signos, elementos tan complejos, y a la vez tan indispensables en nuestra existencia, son descritos, como es lógico, de muchas maneras. En todos los conceptos, no obstante, hay características comunes. Veamos algunas definiciones: para Helena Beristáin, se trata de “todo fenómeno u objeto que representa algo que generalmente es distinto, a lo cual sustituye al referírsele”. La misma autora, en otro texto, nos ofrece una descripción menos sofisticada de lo que es un signo: “es algo que actúa como un estímulo, pues ya sea por su naturaleza o convencionalmente, nos hace pensar en otro algo. (GARCÍA, 2012, p. 104-105)

Partindo dessa leitura, você deverá observar se há, entre o português brasileiro e o espanhol mexicano, uma terminologia coincidente na área da Comunicação. Assim, verifique os termos específicos que aparecem no texto. Você consegue perceber se são termos coincidentes entre as duas línguas? Para a terminologia específica que aparece no texto em espanhol utilizado no México, é

possível observar o mesmo significado técnico utilizado em língua portuguesa? Se preferir, faça anotações a respeito para poder discutir em aula com os companheiros.

Resolução da situação-problema

A leitura dos textos direcionará seu pensamento. Sim, caro aluno, é certo de que há muitos termos específicos da comunicação social que são comuns às línguas espanhola e portuguesa. Se há, de um lado, os falsos amigos entre as duas línguas, há, também, as coincidências de terminologia e significados. E isso, não apenas em relação àqueles termos emprestados do inglês, há também aqueles que são mesmo de origem comum, que vieram do grego ou do latim e que foram incorporados tanto pelo espanhol como pelo português.

Faça valer a pena

1. Leia o trecho de texto a seguir:

De forma aislada y desde la más absoluta privacidad aparece un mensaje que progresivamente se va convirtiendo en noticia. No son ni las diez de la noche en Europa, en Estados Unidos está empezando a caer el día y en Oriente, desde donde se emite el mensaje, está entrando la madrugada, aunque poco importa el tiempo sino el ahora de la noticia. La amplitud espacial y las distintas zonas horarias nos confirman que la información alcanza dimensiones internacionales, pero nace, como casi siempre, desde lo local, por tanto el ahora se dilata en el tiempo y en el espacio, dándole un rasgo de inmediatez que prácticamente hace pública la noticia para millones de personas: Bin Laden ha muerto. La noticia se expande como cuando se susurra desde las montañas y el eco amplifica el grito. No importa, en ese momento, el medio sino el mensaje, pero sucesivamente se van confirmando, una vez más, las leyes de MacLuhan, las que nos anuncian que es difícil comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los **medios**. (CHAVES, 2011, p. 76)

Há no texto três palavras em destaque. Elas significam, em língua portuguesa, respectivamente:

Assinale a alternativa correta:

- a) Rasgo, senão, meios.
- b) Traço, sino, meios.
- c) Traço, senão, meios.
- d) Traço, senão, metade.
- e) Rasgo, sino, metade.

2. Leia o trecho de texto a seguir:



De forma aislada y desde la más absoluta privacidad aparece un mensaje que progresivamente se va convirtiendo en noticia. No son ni las diez de la noche en Europa, en Estados Unidos está empezando a caer el día y en Oriente, desde donde se emite el mensaje, está entrando la madrugada, aunque poco importa el tiempo sino el ahora de la noticia. La amplitud espacial y las distintas zonas horarias nos confirman que la información alcanza dimensiones internacionales, pero nace, como casi siempre, desde lo local, por tanto el ahora se dilata en el tiempo y en el espacio, dándole un rasgo de inmediatez que prácticamente hace pública la noticia para millones de personas: Bin Laden ha muerto. La noticia se expande como cuando se susurra desde las montañas y el eco amplifica el grito. No importa, en ese momento, el medio sino el mensaje, pero sucesivamente se van confirmando, una vez más, las leyes de MacLuhan, las que nos anuncian que es difícil comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios. (CHAVES, 2011, p. 76)

Assinale V para verdadeiro e F para falso para responder o quanto segue.

De acordo com o texto, a informação alcança dimensões internacionais, porque:

- () alcança diferentes zonas locais, apesar da madrugada.
- () alcança diferentes zonas horárias, apesar de ser um evento localizado.
- () a notícia se expande, apesar do sussurro do locutor.
- () a notícia se expande, pois os meios são como uma amplificação.
- () A mensagem, no momento de sua divulgação, é mais importante que o meio.
- () O tempo vem confirmando as leis de MacLuhan.

Assinale a alternativa correta:

- a) V – V – V – V – V – V.
- b) F – F – F – F – F – F.

- c) V – F – V – F – V – F.
- d) F – V – F – V – V – V.
- e) V – F – V – F – F – F.

3. Leia o trecho de texto a seguir:

De forma isolada y desde la más absoluta privacidad aparece un mensaje que progresivamente se va convirtiendo en noticia. No son ni las diez de la noche en Europa, en Estados Unidos está empezando a caer el día y en Oriente, desde donde se emite el mensaje, está entrando la madrugada, aunque poco importa el tiempo sino el ahora de la noticia. La amplitud espacial y las distintas zonas horarias nos confirman que la información alcanza dimensiones internacionales, pero nace, como casi siempre, desde lo local, por tanto el ahora se dilata en el tiempo y en el espacio, dándole un rasgo de inmediatez que prácticamente hace pública la noticia para millones de personas: Bin Laden ha muerto. La noticia se expande como cuando se susurra desde las montañas y el eco amplifica el grito. No importa, en ese momento, el medio sino el mensaje, pero sucesivamente se van confirmando, una vez más, las leyes de MacLuhan, las que nos anuncian que es difícil comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios. (CHAVES, 2011, p. 76)

Segundo se pode inferir da leitura do texto acima:

O imediatismo na divulgação de uma mensagem a converte em notícia...

Porque

A rapidez de funcionamento dos meios de comunicação assim o permite.

Assinale a alternativa correta a respeito das asserções acima:

- a) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa da I.
- b) As asserções I e II são proposições verdadeiras e a II é uma justificativa da I.
- c) Ambas as asserções estão corretas, mas não configuram entre si uma relação de causa e efeito.
- d) A asserção I é uma proposição falsa e a II é uma proposição verdadeira.
- e) As asserções I e II são proposições falsas.

Referências

- ALCARAZ, R. C. Do português ao espanhol: os prós e os contras da proximidade. In: SEDYCIAS, João (org.) **O ensino do espanhol no Brasil**: passado, presente, futuro. São Paulo: Parábola, 2005, p. 195-205.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BAPTISTA, L. M. T. R.; FERNÁNDEZ, G. E.; VIEIRA, M. E.; CALLEGARI, M. V.; RINALDI, S. **Expresiones idiomáticas**: valores y usos. São Paulo: Ática, 2004.
- BELTRÁN, B. A. Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español con fines específicos. **Carabela** v.44, p. 5-29. Madrid: SGEL, 1998.
- CHAVES, A. C. Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. In: **Tejuelo**, n. 12. Badajoz: Ed. Universidad de Extremadura, 2011.
- COROMINES, J.; PASCUAL, J. A. **Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico**. Obra en 6 volúmenes. Madrid: Gredos, 1980-1991.
- CURRÁS, E. **Tesauros**: linguagens terminológicas. Brasília: IBICT, 1995.
- FERRERO, A. M. D. La traducción de las paremias del portugués al español. In: L. F. Fernández & E. Ortega Arjonilla (eds.): **II Estudios sobre Traducción e Interpretación**, v. I, Málaga: Exma. Diputación de Málaga, 1998.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 15. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1985.
- GARCÍA, D. V. S. **Fundamentos de la Comunicación**. México: Red 3º Milenio, 2012, p. 104-105. Disponível em: <http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- GARCÍA, R. L. Escribir sin pensar, ni pensarlo! Organizar la expresión escrita. In: Fernández Colomer, M.J. y Albelda Marco, M.A. (org.), **Actas del Foro de profesores de E/ELE,3**. Valencia: Universitat de València, 2007.
- GARCÍA, R. L. La comprensión lectora, esa gran incomprendida!. In: Fernández Colomer, M.J. y Albelda Marco, M.A. (org.), **Actas del Foro de profesores de E/ELE,3**. Valencia: Universitat de València, 2008.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MOLINER, M. **Diccionario de uso de español**. Madrid: Editorial Gredos, S.A.U., 2007.
- MONTERROSO, A. **La oveja negra**. In: **La oveja negra y demás fábulas**. Madrid: Letra e, 1998. Disponível em: <<https://carmelourso.files.wordpress.com/2014/03/oveja-negra.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- REAL Academia Española: Bosque, I. **Nueva Gramática de la Lengua Española**. Morfología, Sintaxis I. Madrid: Espasa Libros, S.L.U., 2009.

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. **Licenciatura em Ciencias de la Comunicación Social**. [S.l.; s.d.]. Disponível em: <http://www.uba.ar/download/academicos/o_academica/carreras/lic-cscomunicacionsocial.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO. Plan de estudios: **licenciatura en Comunicación social**. Moreno: 2017. Disponível em: <http://www.unm.edu.ar/planes/plan_comunicacionsocial.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN FRANCISCO DE ASÍS. **Carrera de Comunicación Social**. [S.l.; s.d.]. Disponível em: <<http://www.usfa.edu.bo/pensum/Comunicacion.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

Espanhol instrumental para comunicação

Convite ao estudo

¡Hola! Bienvenidos todos.

Nesta unidade aprofundaremos nossos conhecimentos de espanhol instrumental. A ideia é, nesse momento, conhecer um pouco mais do mundo do espanhol para os negócios e para a vida empresarial/governamental/corporativa. Assim, iremos verificar alguma coisa do vocabulário da área, bem como um aspecto sintático-pragmático muito importante: o uso dos pronomes pessoais e respectivas conjugações verbais para as relações de formalidade e informalidade. Só então poderemos ver com mais detalhe as formatações discursivas em espanhol e, em particular, na área da Comunicação Social. Terminaremos esta unidade trabalhando com alguns textos específicos de cada área da comunicação social e que guarde relação com as questões de formalidade/informalidade e com as formatações discursivas anteriormente trabalhadas.

Por meio de tais atividades você deverá, ao final dos nossos estudos, ser capaz de reconhecer textos formais e informais em espanhol, diferenciando-os dos modelos existentes em língua portuguesa. E isso, caro aluno, porque as questões culturais, como você verá, têm um peso enorme na construção dos discursos.

E chegaram as férias de janeiro. As amigas Fernanda e Cassia, programaram diferentes viagens para o período. Fernanda e seu namorado compraram um pacote de 8 dias para a Argentina e Uruguai. O roteiro da excursão incluía Buenos Aires, com 1 noite de tango, Montevideo e Punta del Este. Já Cassia viajou só e fez um roteiro próprio de 12 dias,

hospedando-se em *hostels*, pois adora esse tipo de experiência e queria aproveitar para treinar um pouco de oralidade, já que seus estudos de espanhol instrumental não dão conta desse lado do aprendizado. Cássia foi para a Colômbia e visitou Bogotá, Cartagena de Índias e também o Caribe Antilhano, a Isla de San Andrés. As duas amigas aproveitaram para recolher material textual em suas viagens: folhetos turísticos, recortes de jornal, cardápios, revistas, fichas de hotel, panfletos de propaganda de todo tipo, bilhete de loteria, recibo de saque em caixa eletrônico, livros, programas de teatro, cópias das trocas de e-mails com os *hostels* e todo *un largo etecetera*, como se diz em espanhol, que certamente teria utilidade no semestre seguinte, nas aulas de espanhol instrumental.

A sugestão de recolher os materiais foi de Cassia, pois ela já sabia que seria interessante trabalhar com o que os professores chamam de material linguístico autêntico. E de fato o professor de espanhol adorou a ideia e decidiu utilizar o material trazido por elas para as aulas. Assim, vamos acompanhar o estudo desses materiais para ver quais foram os resultados alcançados.

Nesse sentido, Cassia e Fernanda, com suas andanças e reconhecimento do mundo da língua espanhola nos ajudarão a desbravar esses caminhos e a conhecer melhor as formulações discursivas em espanhol para o mundo dos negócios, diferenciando-o dos outros setores da sociedade e, sobretudo, conferindo a oportunidade de observá-lo e compará-lo com o mundo dos negócios brasileiro.

Seção 2.1

Espanhol instrumental nos negócios - expressões formais e informais

Diálogo aberto

Na volta às aulas, o professor de espanhol propôs estudar os tipos textuais, a fim de observar recursos de formalidade e de informalidade no ambiente das organizações. Assim, solicitou das alunas que pesquisassem a respeito. Como exemplo, o docente aproveitou *e-mails* trazidos por Cássia para estudar aspectos comunicacionais dessa produção textual, conforme é possível observar a seguir:

20 de junio de 2008
ALMACENES DEL ORIENTE
Ciudad

Estimados señores:

Desearíamos nos facilitara informes sobre la empresa Acosta Hermanos, S. L., que actúa en las provincias del sur en el campo de las conservas alimenticias y que ha solicitado recientemente un crédito con nuestra empresa. Aseguramos, por supuesto, la mayor discreción, y la exención absoluta de toda responsabilidad por parte suya. Según nos indica dicha empresa, ha mantenido con usted relaciones comerciales durante los dos últimos años. Como no tenemos datos completos acerca de la misma, nos sería de gran utilidad la colaboración que usted pueda prestarnos. Nos interesa conocer, en especial, su modo de trabajar en cuanto a la forma de pago, y la seriedad de sus relaciones en este sentido.

Quedamos a la espera de recibir pronto noticias suyas.

Cordialmente le saluda,

[...]

1 de julio de 2008
Sr. Mario Ortiz
Avenida General Rovira,
27 VALENCIA

”

Estimado señor Ortiz

En respuesta a su carta del día 20 de junio, me complace indicarle que la empresa Acosta Hermanos, S. L., radicada en la ciudad de Granada, goza de total respetabilidad moral y de solvencia probada en repetidas ocasiones.

En el boletín adjunto he intentado expresar de la manera más clara todas las operaciones que ha realizado en este último año, obtenidas, sin responsabilidad alguna, por fuentes allegadas a la misma. Por nuestra parte, en todos los casos en que hemos mantenido relación con ella ha cumplido fielmente las condiciones establecidas.

Confiamos en que esta información les sea de utilidad para iniciar sus gestiones con dicha empresa.

Sin otro particular por el momento, lo saludamos con nuestra mayor estima.

[...]

Estimados señores:

Les agradeceremos la reservación de una habitación doble, plan europeo, para el embajador salvadoreño Efraín González Pérez y señora, quienes llegarán a esa ciudad el jueves 23 de octubre, a las 10:00 horas, y dejarán el hotel el sábado 25.

Atentamente,

(MODELOS, 2018, [s. p.]).

Hola Driiiiiiiii, buenos días, días buenos!!! Jajajajajaja!!
Buenoooooooo, te cuento que logré terminar las dichas 20 cuestiones para cumplir con mi parte en la evaluación presencial.....

Así que, te mando el archivo adjunto para que las veas y, quizá ponga las tuyas junto a las mías.

A ver hija mía, ¿qué te parece?, a ver, a ver, a ver, si están buenas o no... Buf... Estoy a tope tía, y..... guah... cansadísima!! Hecha a polvo!!

¿Para la próxima evaluación será que tendremos más plazo? Guah...

Besos cariño, te quiero mucho!!

Marta

A partir da pesquisa, o professor propôs questionamentos como: quais os usos da comunicação formal e informal ou como distinguir textos formais de textos informais? E, por fim, o professor propôs a seguinte discussão: carta e e-mail são gêneros textuais diferentes entre si? Como distinguir se são formais ou informais? Quais as marcas distintivas de cada um dos formatos?

Tais solicitações do professor estão relacionadas e servem de embrião de pensamento a uma proposta de reflexão: ao realizar uma campanha de endomarketing, solicitando a participação dos funcionários do departamento de comunicação em um seminário sobre questões culturais da América Latina, que formato de texto o RP teria de usar para conseguir um bom número de participantes? Foi essa a proposta que deixou Fernanda e Cássia de cabelo em pé! Acompanhe o percurso de nossas amigas e comprove a veracidade das respostas encontradas. Assim, não deixe de refletir e fazer suas anotações e pesquisas a respeito para discutir, em classe, com os companheiros e professor.

Não pode faltar

Espanhol instrumental para negócios em geral

Estamos iniciando uma segunda etapa dos nossos estudos instrumentais de espanhol. E, nesse momento, falaremos acerca do chamado espanhol para negócios, que se caracteriza por uma linguagem que mistura aspectos técnicos com aspectos de uma linguagem voltada à divulgação. Esse recorte no uso da língua espanhola tem como finalidade, sobretudo neste mundo globalizado, a comunicação sobre temas econômicos e corporativos, considerando sempre a perspectiva cultural e social local e/ou aquela vinculada aos modelos mentais dos falantes de espanhol. No que diz respeito ao vocabulário vinculado à economia, o peso cultural se manifesta na frequente formação de metáforas, tais como: *paraíso fiscal*, *agujero presupuestario*, *turbulencia monetaria*, etc.



De estaciones de servicio a restaurantes: qué comercios permiten sacar efectivo

Ya sea a través del servicio Extra Cash que ofrece Visa o con el Cash Back Maestro de MasterCard, cada vez más comercios se suman a ofrecer la posibilidad de extraer efectivo cuando se efectúa una compra en el establecimiento y se paga con tarjeta de débito, lo que suma un total de más de 10.000 puntos de uso en todo el país.

El servicio - que gana visibilidad cada vez que los gremios bancarios anuncian un paro y corre riesgo el stock de billetes en los cajeros automáticos- fue adquirido por casi todos los rubros de la economía, desde supermercados y estaciones de servicios, a farmacias, cadenas de electrodomésticos, librerías, confiterías, restaurantes y locales de ropa.

McDonald's, con 225 locales en 12 provincias, fue el último gran actor en adherirse a la red que ofrece extraer hasta 5000 pesos diarios en el restaurante (el tope de extracción está sujeto al límite diario permitido de cada usuario y a la disponibilidad del comercio). [...] (DIAMANTE, 2018, [s. p.])

Viviendo entre números: 'Es la economía, estúpido'
[...]

Las proyecciones de los principales macroprecios así como del comportamiento de la producción nacional se presentan con altas vulnerabilidades y que han sido la preocupación de las agencias calificadoras de riesgo de cumplimiento de pago, poniéndonos en una perspectiva futura negativa y al borde de una nueva rebaja de la calificación internacional a niveles históricamente preocupantes.

Precisamente en vísperas de las elecciones de mañana domingo, tristemente los criterios de elección de nuestro futuro presidente se han circunscrito a temas, en mi opinión, a asuntos de índole personal, como la religión y el matrimonio igualitario, sin que el público, en general, se esté dando cuenta que esto pasa a un segundo nivel de prioridad, cuando lo que

está en juego es el sustento diario, la estabilidad económica y psicológica de los cerca de 1,5 millones de hogares que conviven en nuestro territorio y que dependen de sus empleos. [...] (CORRALES, 2018, [s. p.])

IMPRENSA ECONÔMICA: como podemos observar nos exemplos anteriormente transcritos – o primeiro retirado de uma publicação argentina e o segundo retirado de uma publicação da Costa Rica – no âmbito da economia geral se distinguem basicamente dois gêneros textuais definidos por sua finalidade; o que condiciona sua tipologia, a notícia que transmite informações de forma objetiva (função referencial da linguagem) e o artigo de opinião, no qual se pretende convencer o receptor de uma ideia concreta, segundo a ideologia do emissor (função apelativa da linguagem).

Por outro lado, como você já sabe, comunicação, cultura e as suas articulações são conceitos bem assentados nas organizações. E nestas, a dimensão sociológica é decisiva: o componente temático deriva da mistura de linguagem técnica, linguagem econômica, linguagem jurídica, linguagem negocial, etc. Além disso, os diferentes níveis comunicativos dependem das relações hierárquicas, dos diferentes valores atribuídos ao tempo, ao espaço, aos gestos e, até mesmo, a palavras aparentemente equivalentes, mas que levam a diferentes realidades culturais (como ocorre com frequência no conjunto vocabular de países como Espanha, Argentina e México). Do mesmo modo, podemos verificar, nos vários países de língua espanhola, diferenças no valor e uso de títulos – os chamados apelativos, como: **doctor(a), maestro(a), su excelência/excelentísimo, don/doña, señor(a), su majestad**, etc. Assim, a atribuição dos títulos respectivos é muito mais importante no México e Bolívia que na Argentina ou Uruguai, por exemplo. Assim como, de modo geral, na Espanha não se atribui grande importância a isso, salvo no caso dos títulos relacionados à família real e à nobreza.



Entre os muitos tipos textuais, um de especial interesse é o dos contratos. Acesse os links e observe que mesmo diferentes, por conta da origem – Colômbia e Honduras –, predomina a semelhança, uma vez que todo o sistema jurídico hispânico remonta ao Direito Romano, o que lhes confere semelhança terminológica.

TEXTO 1 - ***La responsabilidad precontractual en Colombia***

VELEZ, G. A. M. La responsabilidad precontractual en Colombia. In: **Opinión Jurídica**, v. 3, n. 5, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/DJZ3vP>>. Acesso em: 7 maio 2018.

TEXTO 2 - ***Contrato de consultoría individual***

COALIANZA. **Contrato de consultoría individual**. Tegucigalpa: Gobierno de Honduras, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/eYrh48>>. Acesso em: 7 maio 2018.

Técnicas introdutórias de textos formais e informais em espanhol

A existência das distintas formas de tratamento pronominais remonta ao século XVI, período no qual o espanhol se consolidava como língua autônoma, independente do latim. Naquela época se usavam: **tú**, **vos** e **vuestra merced** no singular. É dessa última forma que surgirá o **usted**. O antigo **vuestra merced**, imponente e reverente, caiu em desuso há mais de um século, dando lugar à forma cortês (ou de uso formal) usada atualmente em todos os países de língua espanhola, o **usted**. Assim, modernamente, temos as seguintes formas de tratamento ou cortesia pronominais:

SINGULAR

TÚ – registro informal em qualquer país hispano-falante. Ao uso desta forma chamamos **tuteo**.

VOS – registro informal: de uso corrente na Argentina e Uruguai. Na Colômbia e América Central existe o uso, contudo é considerado descortês e, muitas vezes, vulgar. Ao uso desta forma chamamos **Voseo**.

USTED – registro formal tanto na Espanha como nos países hispano-americanos. Ao uso desta forma chamamos **ustedeo**.

PLURAL

VOSOTROS – registro informal. Tem uso restrito; apenas na Espanha. Ressalte-se, no entanto, que seu uso é completamente disseminado em todo o território nacional.

USTEDES – registro formal e informal. Na Espanha funciona, estritamente, como marca de formalidade. Na América Hispânica pode funcionar em ambos os registros e a marcação de formalidade ou informalidade dependerá do contexto.

Assim, observe atentamente as formas de conjugação verbal em relação aos respectivos pronomes pessoais:

Quadro 2.1 | Formas de conjugação verbal

Pro. Pers.	Verbo		
	Comprar	Tener	Salir
Yo	Compro	Tengo	Salgo
Tú	Compras	Tienes	Sales
Vos	Comprás	Tenés	Salís
Él/ella/usted	Compra	Tiene	Sale
Nosotros	Compramos	Tenemos	Salimos
Vosotros	Compráis	Tenéis	Salís
Ellos/ellas/ustedes	Compran	Tienen	Salen

Fonte: elaborado pela autora.

Observe também as formulações dos pronomes pessoais, de objeto direto e indireto, preposicional e, também, os pronomes possessivos:

Quadro 2.2 | Formulações dos pronomes pessoais, de objeto direto e indireto, preposicionais e pronomes possessivos

Pro. Pers.	Dir.	Ind.	Prepos.	Posesivos
Yo	Me	Me	Mí	Mi(s)/mío
Tú	Te	Te	Ti	Tu(s)/tuyo
Él(a)/Usted(s)	Lo/la	Le	Él(a)/usted	su(a)s/suyo (a)

Pro. Pers.	Dir.	Ind.	Prepos.	Posesivos
Nosotros	Nos	Nos	Nosotros	nuestro(a) (s)
Vosotros	Os	Os	Vosotros	vuestro (a) (s)
Ellos(as)/ Ustedes (a)(s)	Los/las	Les	Ellos(as)/ uds.	Su(a) (s)/suyo

Fonte: elaborado pela autora.

Desse modo, podemos observar as seguintes construções frasais:

- Entre um (a) senhor (a) e alguém jovem:

— Doña Marta, ¿cómo **se encuentra** hoy?

— ¡Muy bien, cariño! ¿Y **tú, estás** bien?

- Entre gestores e subordinados, pacientes e médicos, entre desconhecidos e outras situações semelhantes, as formas podem variar. Aqui não cabem generalizações, pois os diferentes países têm diferentes costumes: na Espanha, há uma grande tendência a **tutear** e a estabelecer relações simétricas na maior parte das situações. Na Bolívia, Paraguai e Equador, por outro lado, há uma tendência maior ao **ustedeo** em relações entre desconhecidos ou entre pessoas de relações hierárquicas assimétricas. Os pronomes átonos que acompanham os verbos seguirão as regras de colocação pronominal; assim:

—¿Cómo **se llama** el editor jefe?

—¿Cómo **está** señora Santiago?

—¿**Es usted** la nueva profesora?

— Señor Hernández, ¿**usted participará** en la reunión?

— Martín, ¿**quieres** acompañarme al concierto de Fito Páez hoy?

— Rodrigo, hijo mío, y Pamela, querida, **vosotros necesitáis** llevar el documento hoy mismo para que el notario registre lo más pronto posible la fecha de la Boda.



O **voseo** se caracteriza pelo uso do **vos** no lugar do **tú**. Tem um sentido amigável e o seu uso é marcadamente coloquial. O **voseo** é utilizado basicamente no presente do indicativo e no modo imperativo e possui uma formulação específica. Nos outros modos e tempos verbais a conjugação não sofre modificação em relação às formas padrão, usando-se o pronome **vos** e o verbo conjugado na 2ª do singular; assim: **vos estabas, vos harías, vos saliste**, etc.

Distinção entre textos formais e informais em espanhol

Tenha em mente que negociar com um espanhol, um mexicano ou um peruano, por exemplo, são coisas muito diferentes entre si. Mas as diferenças estão marcadas, sobretudo, na oralidade e no comportamento dos interlocutores dessa ou daquela nacionalidade. No que diz respeito ao texto escrito, as diferenças são bem menores, embora, mesmo no texto escrito, os hispano-americanos tendam a ser sempre mais formais que os espanhóis.

Mesmo assim, a questão mais importante a se ter em conta para escrever, assim como para falar em espanhol é mesmo saber a diferenciação de uso do **tú** e do **usted**, pois o seu uso determina o tom da comunicação. É aqui que residem, de fato, as marcas de informalidade e formalidade e é aqui, também, que acontecem as muitas confusões, em função da variação de conjugação verbal para o uso do **tú**, informal, e o uso do **usted**, formal. Vejamos algumas situações de uso fora do âmbito corporativo. Analisemos, por exemplo, o uso do **vos**, do **tú** ou do **usted** na publicidade.



EX. 1 **Tú** – Pepsi (produto)

LA FAMA **TE** ESPERA. MOSTRA **TU** TALENTO CON PEPSI.

EX. 2 **Vos** – Filmus (política)

SI **TENÉS** CONVICCIONES, NADA ES IMPOSIBLE. FILMUS JEFE DE GOBIERNO.

EX. 3 **Tú** – Armarios Femeninos (produto)

*PUEDO COMPARTIR MI VIDA **CONTIGO**, PERO NO MI CLÓSET. SOY TOTALMENTE PALACIO – EL PALACIO DE HIERRO.*

EX. 4 *Usted* – Campanha ambiental pela cidade de Caracas.

*CARACAS **NECESITA** OJOS GRANDES PARA OBSERVAR. OJOS QUE EN EL FRAGMENTO, EL CAOS Y EL DESECHO, **VEAN** POSIBILIDADES. CARACAS **NECESITA** REMEDIOS. SUETER/BUFANDA **HECHOS** DE ALGODÓN Y/O FRANELAS REUSADAS.*

(RAMIREZ, 2018, [s.p.]).

A partir da leitura dos textos anteriormente reproduzidos reflita a respeito de sua estrutura e usos pronominais a fim de compreender porque há nos três primeiros casos uma procura pela aproximação entre emissor e receptor, isto é, o que no uso dos pronomes pessoais determina que o emissor procura estabelecer relações simétricas com o receptor e quais as diferenças, em relação ao exemplo 4, que levam o texto a alcançar certo discurso de autoridade ou de exposição de uma causa legítima e de todos.

Fique sempre atento, pois o grau de informalidade/formalidade em espanhol depende sempre de muitos fatores. No caso de textos empresariais, deve-se levar em conta que cada empresa tem o seu estilo e cada setor ou área requer uma textualidade diferente. Assim, os setores jurídicos costumam ser mais formais do que a área de marketing ou RH, por exemplo. Também o meio altera as relações de cortesia. Assim, um e-mail é sempre mais breve e menos formal do que uma carta ou um ofício, por exemplo. E considere sempre o motivo do texto, pois a situação e o interlocutor determinarão o tom da comunicação.

Cartas X e-mails - formal ou informal?

Caro aluno, fique atento: em pouco se diferencia ou pouco deveria se diferenciar um e-mail de uma postagem por correio. Uma carta é uma carta, um bilhete é um bilhete, um convite é um convite, não importa o seu meio de distribuição. Assim, como em

qualquer outro texto, ao compor um e-mail, seja breve. Há um dito em espanhol, de autoria do jesuíta do século XVII Baltasar Gracián, que diz assim: **“lo corto bueno, dos veces bueno”** (2009, [s.p.]). E isso é verdade: as frases muito longas, repletas de pontuação, costumam ser confusas e de difícil compreensão. Cuide sempre da linguagem, do uso de maiúsculas nas situações adequadas, da ortografia, da sintaxe (erros de concordância verbo-nominal são muito feios e prejudicam a compreensão). Para cada assunto, um parágrafo. Para cada item do assunto, uma frase.

Além do texto, tenha em conta que há normas de cortesia a seguir no uso dos **correos electrónicos** ou e-mails. Não responder a um e-mail recebido é a mais pura falta de cibereducação! Outra regra protocolar é especificar sempre com nitidez o assunto da mensagem a ser enviada. Além disso, as formas de cortesia para formas de tratamento oficiais ou para dirigir-se a autoridades e/ou outros destinatários com os quais há relações de assimetria hierárquica devem ser sempre utilizadas. Vejamos abaixo as normas de cortesia de apresentação e despedida para cartas, e-mails e afins.



Exemplificando

Observe as formas escritas de saudação e despedida que costumam ser utilizadas na língua escrita, para cartas e/ou outros textos. Veja que para despedidas muitas vezes se explicita o motivo da correspondência:

Encabezados de carta – (do mais formal ao mais informal):

- *Muy Señor/a mío/a, Muy Señores/as míos/as...*
- *Muy Señor/a nuestro/a, Muy Señores/as nuestros/as...*
- *Estimado/a señor/a, Estimado cliente, Estimado consultante, Estimado/a amigo/a, Estimado/a + nombre propio...*
- *Apreciado/a señor/a, Apreciado proveedor, Apreciado/a amigo/a, Apreciado/a + nombre de pila...*
- *Querido/a amigo/a, Querido/a + nombre propio - Querido Alberto, o bien Querida Patricia-, Queridos padres...*

Despedidas – (do mais formal ao mais informal):

- Cordialmente le saluda ... , Cordialmente se despide ...
- Esperando una breve contestación,
- Agradeciendo la atención dispensada, les enviamos un cordial saludo.
- A la espera de su resolución al respecto, lo saludamos atentamente.
- Quedamos a su total disposición y le enviamos un cordial saludo.
- Sin otro particular por el momento, lo saludamos con nuestra mayor estima.
- Com a consideração de sempre, firmamo-nos. Atenciosamente.
- Reciba un saludo de ...
- Atentamente se despide ... , Atentamente le saluda ...
- Aprovechamos este motivo para saludarle muy atentamente...
- Un cordial saludo..., Sin otro particular por el momento...
- Reiteramos nuestros más cordiales saludos...
- Un afectuoso saludo...

Por fim, observando o que vimos nas formas de apresentação e despedidas, tenha em conta que as cartas amistosas não têm regra para formalidade ou informalidade; uma boa carta será como um bate-papo, enquanto que as cartas comerciais têm sempre um propósito definido e, portanto, sua linguagem deve ser breve, clara e cortês; de preferência sem apresentar erros morfosintáticos.

Para começar e terminar bem as correspondências comerciais, sejam elas via correio ou por meio eletrônico, não se esqueça de usar:

- *Acusamos recibo de su carta...*
- *Me/nos complace referirme a usted que...*
- *Por la presente, ponemos en conocimiento de*
- *Con referencia al tema...*

- *Creo/creemos oportuno manifestarle...*
- *Hemos tomado conocimiento de...*
- *Lamento/lamentamos tener que...*
- *El objetivo de la presente es solicitarle...*
- *Dándole las gracias por...*
- *Adjunto remito / remitimos...*
- *Rogamos tengan la gentileza de enviarnos...*
- *En respuesta a su carta/atenta del día ____ del presente (mes)...*
- *Muchas gracias por su nota/carta del 3 de septiembre...*

Sem medo de errar

Ao realizar a leitura dos textos sugeridos será possível para você verificar algumas questões importantes. Em primeiro lugar, será possível verificar que o e-mail pode ser formal ou informal, de acordo com o destinatário, motivação da correspondência, etc.

Além disso, será possível observar nos textos apresentados que os diferentes gêneros textuais (como a carta comercial, a carta de agradecimento ou o bilhete pessoal) podem, todos eles, se transformar em um e-mail.

Será possível observar, igualmente, que nas cartas comerciais e/ou empresariais o vocabulário é formal, o uso do **ustedeo** e respectivas formas verbais é determinante e único, havendo a utilização de alguns chavões linguísticos como os textos de abertura e encerramento de correspondência. Como os chavões são semelhantes em todos os países de língua espanhola pode-se perceber que é difícil “adivinhar” qual o país de origem do texto, salvo se houver indicações específicas, como é o caso do texto 3.

Por fim, ao analisar o e-mail trocado entre duas professoras que são amigas, em forma de bilhete pessoal, observa-se uma linguagem muito informal, com gírias, onomatopeias, expressões idiomáticas, usos não gramaticais da pontuação, o uso corrente do **tuteo** e de suas respectivas formas verbais. Nesse caso, podemos quase nos certificar de que o e-mail foi escrito por uma mulher espanhola. As espanholas são efusivas e carinhosas com as amigas, tratam-se por **“cariño, querida, etc.”** quase sempre, mandam muitos beijos e,

como expressão de carinho e amizade, sempre dizem: **“¡te quiero mucho!”**, sem que com isso se queira dar margem a nenhuma conotação sexual.

Avançando na prática

Analizando esqueletos ou convites?

Descrição da situação-problema

Reservamos este momento para que você verifique o esqueleto de duas respostas negativas a convites e analise qual delas pertence a uma situação formal e qual delas pertence a uma situação informal. Leia com atenção e aponte quais as características presentes em cada um que determina o grau de formalidade.

Texto 1

Los Señores de + (Apellidos) o bien
+ (Nombre y Apellidos de ambos)
agradecen mucho su amable invitación a
+ (motivo de la invitación) + el día + (fecha)
pero lamentan mucho no poder asistir por
+(excusa).

Cordialmente,
Nombre completo

Texto 2

Queridos ... y ... :

Agradecemos vuestra invitación pero por motivos laborales no estaremos en esa fecha en la ciudad, por lo que nos es imposible asistir a la cena. Lamentamos mucho no poder compartir, lo que será, con toda seguridad, una estupenda y amena velada con vosotros. Esperamos que pueda ser en otra ocasión.

Agradeciendo de nuevo vuestra amable invitación, os enviamos un cariñoso saludo,

(Firma)

Nombre completo

Resolução da situação-problema

Aqui temos duas recusas a convites. Para uma melhor análise podemos tomar como ponto de partida o uso dos pronomes pessoais. No primeiro caso, temos o uso do possessivo **su**, que corresponde à 3ª pessoa do singular, evidenciando um uso formal da língua, o conhecido **ustededeo**. Também o uso do apelativo **señores** evidencia o grau de formalidade e distância.

Já no segundo caso, temos um encabeçamento de correspondência muito próximo e carinhoso, **Queridos**. Em seguida, verifica-se o uso do pronome pessoal **vosotros** e de seu correspondente complemento de objeto direto e indireto **os**, o que evidencia ser um texto de origem espanhola e de caráter informal, pois o **vosotros** é usado apenas na Espanha e é de uso familiar, amigável, informal.

Faça valer a pena

1. Leia o texto a seguir:

*Banco San Andrés
Calle Amanecer solariego, nº 42
Cabo Polonio, Uruguay
08 de enero de 2015.
Sr. D. Alonso Quijano
Director de Negocios*

Muy Estimado Señor:

Tengo el placer de anunciarle que junto a otros clientes de esta empresa, ha sido seleccionado para asistir al concierto de inauguración que se brindará en el Hotel Isabel de Castilla, de la calle Via Láctea, el próximo 15 de marzo a la hora 20.00.

Sepa usted que nos enorgullece su presencia junto a la plana mayor de nuestra empresa.

Si así es su deseo, puede concurrir con los acompañantes que estime conveniente.

Nos complacerá su compañía en el evento.

Reciba un afectuoso saludo

Meritxell Redondo Saavedra

Directora Ejecutiva

(Fonte: arquivo pessoal).

O texto exposto reproduz que tipo textual?

Assinale a alternativa que apresenta a resposta correta:

- a) Texto publicitário.
- b) Convite informal.
- c) Carta convite formal.
- d) Certidão obituária.
- e) Comunicação interna.

2.

Familia Garcia Lopez Familia Lopez Gonzalez

Tenemos el gusto de comunicar a vosotros el próximo enlace matrimonial e invitaros a la ceremonia nupcial de

Juan Manuel García y Ana Belén López

que tendrá lugar el día 6 de Abril de 2013 a las 17,30 horas,

en la Basílica Nuestra Señora de las Angustias (Motril).

A continuación nos reuniremos todos juntos en el coctel – cena que celebraremos en el Restaurante Boabdil (ctra. de Granada, km 143, Otura).

Se ruega confirmación

Ana Belén: 647-99-90-93 647-99-90-93

Juan Manuel: 649-93-97-97 649-93-97-9. (FASHION, 2018, [s. p.])

O texto reproduz que tipo textual e qual seria a sua origem?

- a) Convite, Espanha.
- b) Convite, Argentina.
- c) Carta, Espanha.
- d) Carta, Argentina.
- e) Cancelamento de evento, Costa Rica.

3. Ustedeo es un término que se refiere a una forma de referirse a otras personas. Precisamente se refiere al uso formal de la lengua española, es decir el uso de la tercera persona del singular en lo que se refiere al uso de los pronombres y a la conjugación verbal.

Apelativo es **un nombre calificativo que se añade al nombre propio de una persona.**

Ao realizar uma chamada por telefone para falar com o Presidente da República Chilena devemos usar:

- I. *Usted y excelentísimo.*
- II. *Vosotros y excelentísimo.*
- III. *Vos y excelentísimo.*
- IV. *Tú y Señor.*

Assinale a alternativa que apresenta apenas as afirmações corretas:

- a) Apenas I e II estão corretas.
- b) Apenas II está correta.
- c) Apenas I e IV estão corretas.
- d) Apenas I está correta.
- e) Apenas III está correta.

Seção 2.2

Formatação e aplicação dos textos em língua espanhola

Diálogo aberto

Durante as férias Fernanda e Cássia tiveram, como você bem se lembra, oportunidade de viajar para países de língua espanhola e de recolher diversos materiais textuais. Ao voltar, entregaram esses materiais ao professor. No transcurso do ano letivo, o professor de espanhol organizou os textos trazidos por Cássia e Fernanda e foi, paulatinamente, propondo sua leitura e análise. Conforme visto anteriormente, trata-se de folhetos turísticos, recortes de jornal, cardápios, revistas, fichas de hotel, panfletos de propaganda de todo tipo, bilhete de loteria, recibo de saque em caixa eletrônico, livros, programas de teatro, entre outros formatos textuais que foram utilizados para o desenvolvimento dessa atividade. Na prática o professor selecionou 4 textos, a título de avaliação, e sugeriu que as suas alunas verificassem neles os seguintes aspectos: qual o formato do texto? A que gênero textual pertence? De que modo o texto se estrutura (frases, parágrafos, etc.)? O texto é adequado ao contexto e ao público a que se destina? Por quê?

TEXTO 1 – Cardápios

CAFÉ Tortoni. Disponível em: <<https://goo.gl/4xb2DW>>. Acesso em 18 maio. 2018.

BAR Liguria. Disponível em: <<https://goo.gl/6Mitvm>>. Acesso em 18 maio. 2018.

TEXTO 2 – Pacotes de viagem

BEST Day. **Mazatlan**: Viajes y Vacaciones en Mazatlán. Disponível em: <<https://goo.gl/dAxDow>>. Acesso em 18 maio. 2018.

BEST Day. **Vuelos Interjet**. Disponível em: <<https://goo.gl/H2tjmy>>. Acesso em 18 maio. 2018.

Tomando como ponto de partida para uma reflexão sobre as propostas anteriores, acompanhe as leituras realizadas por Fernanda e Cássia para os textos expostos e tente refletir acerca das questões formuladas. Não deixe de fazer suas anotações e pesquisas a respeito para poder, em classe, discutir com os companheiros e professor.

Não pode faltar

Entendendo a organização do corpo do texto em língua espanhola

Caro aluno, como você sabe nossa disciplina está baseada na interpretação dos textos em espanhol a partir de uma abordagem dos gêneros, considerando o uso do espanhol em um contexto mundial e globalizado; daí nossa opção de usar textos autênticos informativos, jornalísticos, acadêmicos, corporativos e técnicos, considerando o desenvolvimento de aspectos gramaticais (morfofossintaxe), os referentes à tipologia, formato e estruturação (argumentação, coesão e coerência, meio de difusão) e o conhecimento de mundo do texto e do leitor (contextos).

No que diz respeito à morfofossintaxe e outros aspectos linguísticos lembre-se de que você deverá observar sempre, com especial atenção, os seguintes pontos:

- a) O uso dos pronomes pessoais no singular (**yo /tú / él/ella/ vos/usted**).
- b) O uso dos pronomes pessoais no plural (**nosotros-as/vosotros-as/ellos/ellas/ustedes**).
- c) As formulações e usos verbais em função da figura pronominal utilizada (**yo soy/tú eres/él és/vos sos/nosotros somos/vosotros sois/ellos son**); como nesse exemplo com o verbo **SER**, presente do Indicativo.
- d) As formações de palavras (nas diferentes classes gramaticais) para o reconhecimento de seu significado e possibilidades de uso na frase.
- e) Os substantivos ou nomes (gênero, número e, especialmente, os casos de cognatos e falsos cognatos em relação ao português).

f) A utilização de conectores semânticos (as conhecidas conjunções) que são responsáveis pela atribuição de coesão ao texto.

g) Usos verbais e pronominais de informalidade e formalidade em espanhol (**tú/vos/usted**) e (**vosotros/ustedes**); isto é, 2ª e 3ª pessoa.

Além disso, dedique um pouco de sua atenção para observar a articulação entre as ideias presentes no texto e o modo pelo qual este estabelece as diferentes proposições dessas ideias. Assim, em suas leituras, você deverá compreender e interpretar os textos nos diversos níveis de linguagem que ele apresenta (informativo, opinativo, entre outros aspectos estudados na unidade anterior) a partir da análise da coesão e coerência presente no texto; bem como, por meio do seu conhecimento do vocabulário apresentado nos textos.

Como estratégia de leitura você deve utilizar sempre o reconhecimento das formas de organização do texto. Considere as informações contidas no texto de acordo com o nível de relevância que apresentam (ideia principal, ideias secundárias, ideias complementares), realize inferências acerca das ideias que o texto apresenta. Lembre-se de que o sentido não está presente apenas no texto, mas apresenta-se, igualmente, na própria leitura, uma vez que o leitor produz sentido ao ler o texto, ao estabelecer relações com os seus conhecimentos prévios, sejam eles linguísticos ou extralinguísticos.

Tenha sempre em mente que qualquer texto bem organizado se subdivide em três partes, a saber: introdução (proposição das ideias), desenvolvimento (elaboração das ideias propostas), conclusão (encerramento e fecho das ideias). Tais elementos deverão estar organizados de maneira equilibrada e o trecho dedicado ao desenvolvimento deverá ser bem mais robusto que o das outras duas partes.

Procure observar aspectos importantes da organização textual. Assim, antes mesmo de efetuar uma leitura aprofundada, faça um levantamento de hipóteses; leia o título, os subtítulos, estabeleça as referências (autor, país, ano de publicação, etc.), número de parágrafos, verifique os aspectos visuais do texto (*layout*, a presença ou não de imagens), nomes, datas, palavras-chave. Nos tempos

atuais, convém também analisar a plataforma de difusão do texto: se é parte integrante de uma revista, livro, folheto, entre outros pertencentes ao mundo impresso; ou se pertence a alguma das plataformas digitais.

Em seguida, atente para a leitura propriamente dita, observando sempre o gênero a que o texto pertence e seus elementos composicionais (autor, voz, local, data, intencionalidade, função social). Observe que informações ele traz e qual o vocabulário utilizado para inferir o contexto social e cultural de pertencimento. Procure verificar o gênero textual ao qual pertence e seu valor comunicativo (se narra uma história, se informa um evento, se tenta persuadir o leitor), se o gênero pertence ao mundo do texto impresso ou se pertence às plataformas digitais. E, por fim, se o texto apresenta uma sequência cronológica.



Refleta

Quando falamos de gêneros textuais digitais devemos observar o impacto dessas novas tecnologias, bem como sua função social no mundo contemporâneo. Devemos observar se há alteração dos interlocutores na comunicação digital em relação ao texto impresso, quais os recursos utilizados na composição dos textos digitais; se há a inclusão de outros elementos ou se são os mesmos de um texto impresso. De modo geral, você consegue perceber diferenças entre textos em espanhol inseridos em mídia impressa e mídia digital?

Desse modo, você poderá analisar os textos segundo diferentes pontos de vista e sob diferentes aspectos, para dar conta de seu conteúdo, da intencionalidade do texto (ou do emissor), compreender suas informações e estabelecer os possíveis intertextos nele presentes, gerando para si uma reflexão acerca do que foi lido.

Espanhol instrumental - discurso escrito: formatos e estruturação dos textos

Como já vimos anteriormente, um bom texto se divide em três partes: introdução, desenvolvimento e conclusão. Passaremos agora a abordar sobre as três formas básicas de estruturação de um texto; a descrição, a narração e a dissertação.

A) O texto descritivo dificilmente ocorre de maneira autônoma, encontrando-se presente, muitas vezes, disperso em meio às formas narrativas e argumentativas. A descrição de algo ou alguém deve levar o leitor a criar uma imagem mental do que foi descrito. É necessário que na introdução se identifique o ser ou o objeto a quem se descreve, no desenvolvimento se proponha a descrição propriamente (esta poderá ser objetiva e direta, vinculada a realidade; subjetiva, transmitindo aspectos emocionais e conotativos; ou ainda sensorial, que explora os sentidos) e na conclusão se oferece um arremate descritivo.

Note que para descrições sensoriais é necessário que o emissor lance mão de figuras de linguagem. Assim, em espanhol, poderíamos citar exemplos como: ***falda roja, toalla cuadrada, niños ruidosos, mar salado, ropa olorosa, contestación amarga, manos pequeñas, pastel delicioso, olor hediondo, piel fría, etc.***

B) Os textos narrativos se estruturam da seguinte maneira:

- Apresentação de espaço e personagens.
- Ocorrência de um fato gerador de conflito (este pode ser positivo ou negativo).
- Um ponto de maior tensão, o chamado clímax.
- A resolução (positiva ou negativa) do conflito.

C) Os textos dissertativos, por outro lado, têm uma formulação muitas vezes mais complexa. Assim, na introdução se apresenta o assunto e o tipo de pensamento que se estabelecerá sobre ele. Ao longo da dissertação, a persuasão aparecerá de modo explícito. Para tanto, o autor fará uso de citações, comparações, comprovações, usará do raciocínio lógico e tomará uma posição a respeito do tema em discussão. Para a conclusão se fará um resumo breve do quanto foi discutido e se responderá à questão formulada inicialmente, propondo uma avaliação acerca do assunto tratado. Entre os principais textos argumentativos encontramos: o texto acadêmico científico, o texto jornalístico, o texto técnico, o texto literário e o texto administrativo ou formal.



Vejamos aqui um exemplo em espanhol em que aparecem as três diferentes estruturas textuais. Atente para a **descrição**, a **narração** e a **argumentação** destacadas.

Me conmueve mucho la expresión “minería de datos”. Minería de datos, minería de datos. **Imagino a unos tipos duros, con monos azules y un casco con luz en la cabeza.** *Descienden a las profundidades de su alma de usted, y de la mía, de nuestras almas, y en esa oscuridad (porque el alma es oscura) clavan el pico y la pala para llenar sus carretillas de la materia viscosa de la que está hecha la conciencia. Cuando el conjunto llega a la superficie, otros especialistas, mineros también, aunque con una cualificación superior, separan la ganga de la mena.* Con la mena, supongo yo, fabrican los algoritmos prescriptivos de los que deducen, por ejemplo, no cuando necesitaré cambiar de televisor, sino cuándo desearé hacerlo.

[...]

Y más que eso: la oferta de un crédito para adquirirlo porque el vendedor del electrodoméstico y el banco comparten los tesoros económicos extraídos de nuestro subconsciente. Ya sabemos, en fin, cómo aprovechan la mena. Muchos se preguntarán qué rayos hacen con la ganga, es decir, con la mierda que acompañaba al dato. La ganga, me temo, es el televisor que compraré ese miércoles. (MILLÁS, 2018, [s. p.])

Os formatos textuais são muito variados e cada um deles se adequa ao gênero textual a que pertence. Por serem muitos os formatos textuais, iremos expor apenas dois, de estrutura e caráter muito diferentes, para seu conhecimento.

Um ofício, por exemplo, por ser uma forma de correspondência oficial, sempre faz uso do vocativo, invocando o destinatário, e é utilizado para comunicar disposições, ordens, acordos, realizar agradecimentos, etc. Assim: ***Excelentísimo señor jefe de gobierno...***

Um e-mail (*correo electrónico*), por outro lado, é um texto de carácter mais informal, por isso é mais flexível quanto à formalidade da linguagem. Mas sempre devemos observar suas peculiaridades: colocar sempre o assunto para facilitar a organização documental de destinatário e remetente, solicitar a conformação da leitura para não haver dispersão da mensagem, não usar letras maiúsculas indevidamente, pois demonstram falta de cortesia. Para encerrar um e-mail é sempre de bom tom usar o protocolo e ***dar las gracias*** ao destinatário. Assim: **Reciba un atento saludo. /**

Agradeciendo de antemano, me despidio / Saludos cordiales / Gracias por la oportunidad / Muchas gracias por tomarse el tiempo.

Considere, por fim, que os gêneros textuais formais ou empresariais em espanhol pouco diferem dos mesmos textos em língua portuguesa e quando isso ocorre, refere-se apenas a um ou outro detalhe de menor importância.

Espanhol instrumental - discurso escrito: adequação ao contexto

Ao estudarmos um texto estudamos e entendemos sua linguagem. Um texto é linguagem em funcionamento, isto é, é linguagem em um determinado contexto. O contexto é tudo aquilo que está além do que foi dito ou escrito e inclui, entre outras coisas, os aspectos não verbais da linguagem – seria o caso, por exemplo, do uso da figura do general chileno Augusto Pinochet para explicar as ditaduras.

Um texto é interação entre emissor e receptor. O contexto está contido nele por meio da relação textual interna entre o conteúdo social ali expresso e a organização funcional da linguagem.

Para a interpretação do contexto no tecido textual, Halliday (1989) propõe o seguinte:

- a) Campo discursivo – sobre o que se fala.
- b) Teor textual – status (lugar, ponto de vista) dos participantes no processo textual.
- c) Modo textual – funcionamento da linguagem (função, estilo, categoria, etc.).

Assim, verifica-se o campo discursivo por meio do vocabulário utilizado; o teor textual, com a escolha da pessoa verbal, e o modo textual depende da escolha de conjunções para organizar a coesão.

Para analisar o contexto de um texto precisamos compreender seu significado como a representação de algum acontecimento ou estado do mundo real. Contudo, esse real proposto pelo emissor é apreendido, também, em função da experiência, imaginação e outros componentes, como ideologia e lugar do receptor. Por isso que se pode afirmar que um texto é, simultaneamente, uma representação da realidade e um modo de interação social entre falante e ouvinte ou entre aquele que escreve e aquele que lê.

Entre as muitas formas de se observar o contexto encontra-se uma de extrema importância: a cultura. O que se diz/escreve ou se lê, assim como as expectativas alimentadas em relação a determinado fato, terá significado em função do meio cultural em que se vive.



Exemplificando

Ao tomarmos contato com hispano-falantes, como com quaisquer outros povos, precisamos levar em conta que abordar temas espinhosos não é de bom tom. Desse modo, devem ser evitados:

- a) Em relação a um mexicano: ***la conquista y la época colonial española, las comparaciones con Estados Unidos y la emigración ilegal. A pesar de la imagen que queda sobre la época colonial, que puede apreciarse en los murales de artistas mexicanos, existe un fuerte aprecio por España y las relaciones entre los dos países son excelentes;***
- b) Em relação a um espanhol: ***Hay que evitar hablar de terrorismo, los problemas de la emigración o criticar la fiesta de los toros. Tampoco se deben establecer comparaciones entre regiones, especialmente Madrid y Barcelona, entre las que hay una gran rivalidad, cuyo máximo exponente son los enfrentamientos de sus clubes de fútbol*** (ROMERO, 2008).

Desse modo, podemos afirmar que o contexto de cultura é o quadro institucional e também ideológico que dá valor ao texto e limita a sua interpretação.



Por tudo isso é preciso que você tenha em mente sempre a necessidade da adequação da linguagem ao contexto quando vai escrever ou analisar um texto escrito, pois este deve ser um ato efetivo de comunicação.

A linguagem deve ser clara e explicitar a finalidade do texto em seu próprio modo de funcionar. Nesse sentido, um exemplo de texto de função referencial seria o texto jornalístico, cuja finalidade é a de informar, assim como um texto poético é um texto cuja função é emotiva ou expressiva. Também deve haver clareza de quem é o emissor do texto e a quem se destina. A linguagem deverá ser formal ou informal em função do contexto apresentado e dos sujeitos agentes no ato comunicativo.

Práticas de leitura de diversos textos da comunicação em espanhol

De conformidade ao que já anunciamos em momentos anteriores há diferentes formas de extrair informações e compreender um texto escrito. Assim, para que possamos dar conta de diferentes textos em espanhol, pertencentes a diferentes gêneros e com diferentes formatos combinando a análise de seus aspectos morfo sintáticos, os padrões linguísticos de ordem funcional e pragmática, a adequação de sua linguagem ao contexto, bem como às formas de estruturação textual ali presentes, precisamos realizar leituras frequentes para que possamos mergulhar nesse universo que é o da língua espanhola.

Caro aluno, tome nota: não se aprende uma língua para usar; a ordem é inversa: usa-se uma língua estrangeira para aprendê-la! Você será no futuro um comunicador e para dar conta do universo do espanhol, tão rico e diversificado em culturas e usos linguísticos, e também da diversidade de textos (no que se refere ao gênero, tipologia, etc.), você precisa colocar a língua em prática. Assim, leia bastante (a maior quantidade e variedade textual que puder) para fortalecer o seu conhecimento e domínio desta que é chamada por todos de: ESPAÑOL, LENGUA DE CULTURA.

Vejamos algumas possibilidades extraídas, todas elas de publicações argentinas:



Verifique que se trata de diferentes gêneros e diferentes formatos. Assim, o modo de estruturar a linguagem (usos verbais, por exemplo) e o uso do vocabulário difere nos três textos.

TEXTO 1:

Receta de Bife de chorizo con queso azul

Ingredientes:

Bife de chorizo 600gr

queso azul 100gr

crema de leche 100cc

Preparación:

- Abrir el bife de forma mariposa, mientras tanto en una sartén apta para la parrilla colocar la crema junto al queso para que fundan.
- Cocinar el bife de ambos lados por 5 min y luego colocar la preparación de queso azul y crema y servir con una guarnición de papas plomo. (LA NACIÓN, 2018, [s. p.])

TEXTO 2:

DESCUENTOS em INFINIT

25%; Sobre el total de tu factura, en gafas de sol y anteojos con cristales!

INFINIT es la marca de gafas cuyas colecciones se distinguen por la vanguardia de sus diseños. Si querés encontrar lo último en diseño de gafas te invitamos a pasar por sus stores exclusivos de Palermo Viejo, Recoleta, Martín y Plaza San Martín, donde encontraras la nueva colección 2017. Te esperan con una propuesta infinita de gafas de sol y de lectura. Viví la experiencia INFINIT. Seguílos en sus redes sociales.
FACEBOOK: INFINITEYEWEAR
INSTAGRAM: @INFINITEYEWEAR
TWITTER: @INFINITEYEWEAR.
(LA NACIÓN, 2018, [s. p.])

TEXTO 3:



Boda real: u\$ 406 milhões para a indústria turística

Entre souvenirs, hotelaria, gastronomia y difusión de Windsor como destino, se esperan ingresos extraordinarios para la ciudad.

Los 406 millones de dólares será la contribución que la boda real hará a la industria turística del Reino Unido, considerando souvenirs, hotelaria, gastronomía y difusión de destinos, de acuerdo con la estimación realizada por la revista estadounidense Fast Company, especializada en negocios [...] (GUIRALDES, 2018, [s. p.])



Pesquise mais

Para conhecer melhor o modo de organização e contexto cultural característico dos textos argentinos procure realizar algumas leituras de textos inteiros em sua publicação jornalística escrita mais importante: LA NACIÓN. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/>>. Acesso em 18 maio 2018.

Sem medo de errar

Para a resolução desta situação-problema, você deve observar que a atividade traz textos de natureza muito diversa entre si. Cardápios e roteiros de viagem são textos presentes em diferentes contextos, visando diferentes receptores ou, ao menos, diferentes momentos e situações para um mesmo receptor, além disso, esses tipos de texto também têm estrutura e formato diferentes. Nos cardápios há a simples enumeração de itens, é um texto em que você pode observar que predominam os substantivos. Já os textos de turismo, apresentando roteiros de viagem ou não, se estruturam em parágrafos, usam a 3ª pessoa e se dirigem claramente a um sujeito receptor. Embora também haja a enumeração de itens, os textos apresentados se desenvolvem com introdução, desenvolvimento e conclusão. Há nos textos de turismo uma exposição de ideias, momentos em que se observa a presença da persuasão mas há, sobretudo, a descrição de lugares e situações.

Ambos os casos são publicações da web, assim, o texto sofre a intromissão de outros objetos textuais e imagens.

Corresponde al Rey...

Descrição da situação-problema

Vejamos agora um tipo de texto totalmente diferente. Leia abaixo um trecho de um dos títulos da constituição espanhola:

[...]

Art. 62 Corresponde al Rey:

1. Sancionar y promulgar las leyes.
 2. Convocar y disolver las Cortes Generales y convocar elecciones en los términos previstos por la Constitución.
 3. Convocar el referéndum en los casos previstos en la Constitución.
 4. Proponer el candidato a Presidente de Gobierno y, en su caso, nombrarlo, así como poner fin a sus funciones en los términos previstos en la Constitución.
 5. Nombrar y separar a los miembros del Gobierno, a propuesta de su Presidente.
 6. Expedir los decretos acordados en el Consejo de Ministros, conferir los empleos civiles y militares y conceder honores y distinciones con arreglo a las leyes.
 7. Ser informado de los asuntos de Estado y presidir, a estos efectos, las sesiones del Consejo de Ministros, cuando lo estime oportuno, a petición del Presidente del Gobierno.
 8. El mando supremo de las Fuerzas Armadas.
 9. Ejercer el derecho de gracia con arreglo a la ley, que no podrá autorizar indultos generales.
- El Alto Patronazgo de las Reales Academias. [...] (CASA, Art. 62, 2018, [s. p.]

Da leitura desse pequeno trecho da constituição Espanhola que trata das questões relativas à Casa Real é possível verificar a sua organização, estrutura e formato. Assim, analise o texto de modo a perceber como esses três aspectos ali aparecem.

Resolução da situação-problema

Trata-se de um texto formal, de caráter administrativo. Como o trecho explica quais são as funções exercidas pelo rei, o texto é

enumerativo. As frases têm início com verbos no infinitivo o que se traduz em enumerar aquelas que são as obrigações permanentes do rei. Faz-se uso da norma culta, mas o texto é claro e objetivo, sem rodeios.

Faça valer a pena

1.



Estado de ejecución presupuestaria

La Ley 3/2017, de 27 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2017 estableció, de acuerdo con lo estipulado en el artículo 65.1 de la Constitución, la cantidad global de 7.818.890,00 € para el sostenimiento de la Familia Real y Casa de S.M. el Rey en el ejercicio 2017. Con fecha 31 de diciembre de 2017, Su Majestad el Rey, a propuesta del Jefe de Su Casa, aprobó la prórroga del presupuesto de 2017, en tanto no fuese aprobada una Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018. (CASA, 2018, [s. p.])

O trecho exposto se organiza de modo a fornecer ao leitor uma informação. Para isso, _____ um acontecimento.

Assinale a alternativa correta que preenche a lacuna anterior:

- a) Narra.
- b) Descreve.
- c) Argumenta.
- d) Persuade.
- e) Ordena.

2. Leia as frases a seguir acerca das normas de etiqueta que uma secretária deve seguir e estabeleça a relação adequada entre elas:

COLUNA I	COLUNA II
a) Debe tener relaciones cordiales	A) y no revelar conversaciones u otro tipo de información que pueda escuchar en las distintas reuniones o conversaciones en las que esté presente.

b) Debe llevar un	B) pero impersonales con su jefe.
c) Debe ser discreta y prudente	C) maquillaje y peinado adecuados.
d) Debe congeniar con sus compañeros de trabajo	D) pero sin llegar a tener relaciones demasiado personales que puedan dar lugar a tener malas interpretaciones.

Assinale a alternativa que possui a associação correta entre as colunas:

- a) a/A, b/B, c/C, d/D.
- b) a/A, b/D, c/C, d/B.
- c) a/B, b/C, c/A, d/D.
- d) a/C, b/B, c/A, d/D.
- e) a/D, b/B, c/A, d/C.

3.

El V Festival de Poesía de Bluefields será dedicado a Carlos Rigby

El evento, que se espera que asistan más de treinta poetas del país, ha sido dedicado a la memoria del poeta Carlos Rigby Moses, fallecido en Managua el 23 de mayo del año pasado. (AGUERO, 2018, [s. p.])

O texto reproduzido anteriormente foi publicado no jornal digital *LA PRENSA*, da Nicarágua.

I. Podemos afirmar que se trata de um texto informativo.

Porque

II. Nos mostra a programação do festival de poesia de Manágua do ano passado.

A partir das asserções, assinale a alternativa correta:

- a) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa da I.
- b) As asserções I e II são proposições verdadeiras e a II é uma justificativa da I.
- c) Ambas estão corretas, mas não configuram entre si uma relação de causa e efeito.
- d) A asserção I é uma proposição verdadeira e a II é uma proposição falsa.
- e) As asserções I e II são proposições falsas.

Seção 2.3

Espanhol aplicado à comunicação

Diálogo aberto

Ao se aproximar do fim do ano, o professor de espanhol de Fernanda e Cássia propôs um trabalho bastante direcionado ao seu campo de estudos: a comunicação. Assim, selecionou três textos: um na área de propaganda e marketing, um na área de jornalismo e um na área de relações públicas. São textos muito diferentes entre si, seja em seu propósito, seja em sua linguagem e formas de expressão. O professor solicitou, como forma de avaliação, a sua leitura e análise, de modo que as alunas estabelecessem algumas reflexões partindo, por exemplo, das seguintes questões:

- Qual a forma de estruturação de cada um dos textos?
- A que tipo de interlocutor cada texto se destina? Há marcas ideológicas evidentes em todos eles?
- O texto em sua forma de expressão é adequado ao interlocutor a que se destina? Por quê?
- O texto alcança uma comunicação eficaz com seus interlocutores?
- Quais marcas culturais (locais ou universalistas) podemos perceber em cada um deles?

Os textos sugeridos foram os seguintes:

- EL RINCÓN del publicista. **Las claves de diseño web**. Disponível em: <<https://goo.gl/8WY5jc>>. Acesso em: 14 jun. 2018.
- RIVERA, Y. A. **Plan de endomarketing**. Disponível em: <<https://goo.gl/2X9wFf>>. Acesso em: 30 maio 2018.
- ORAA, A. **El periodismo en Venezuela, ante la adversidad y el optimismo**. CNN en español. Disponível em: <<https://goo.gl/FCCAaa>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

Acompanhe os textos lidos por Fernanda e Cassia e tente responder às questões formuladas acima. Não deixe de fazer suas anotações e pesquisas a respeito para poder, em classe, discutir com os companheiros e o professor.

Não pode faltar

Caro aluno, nestas páginas, trataremos de estudar a língua vinculada ao universo da comunicação social, sua aplicabilidade, formas adequadas de uso, etc. Assim, trataremos de esmiuçar alguns aspectos relativos ao marketing e propaganda, às relações públicas e ao jornalismo, sem deixar de lado aspectos relativos ao uso cotidiano nas redes sociais.

Espanhol aplicado ao Marketing e à Propaganda

A competência cultural é fator fundamental para o sucesso da comunicação entre os diferentes povos. Contudo, tal competência não reduz a necessidade de dominar aspectos formais e de uso da língua. Devemos sempre ter em conta a necessidade do conhecimento linguístico, aspectos normativos e de uso (regional, inclusive) das línguas. No caso do espanhol isso se torna mais presente na medida em que as semelhanças entre português e espanhol são traiçoeiras e, por isso mesmo, são fontes geradoras de inúmeros equívocos.

Desse modo, para melhor nos movermos no campo do marketing importa, por exemplo, saber do meu interlocutor, saber a quem quero direcionar minha mensagem. De onde ele é, quais seus costumes linguísticos e culturais e que espanhol devo usar com ele se quero convencê-lo de algo. Quando se quer pensar numa propaganda direcionada aos uruguaios, por exemplo, preciso remeter meu texto ao uso que os uruguaios fazem do espanhol (**voseo**, por exemplo). E preciso saber também que não é de bom tom compará-los com os argentinos. Assim, conhecimentos culturais e linguísticos se complementam de modo a nos fornecerem subsídios para o bom uso da língua e o sucesso de nossa percepção do espanhol e nossa comunicação.



Exemplificando

Vejamos alguns problemas de uso da língua no campo do marketing acessando o link disponível logo abaixo:

ACONTECENDO aqui. **Koerich é destaque nos principais veículos de comunicação da Argentina.** Disponível em: <<https://goo.gl/UbNPG2>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

Como podemos perceber há erros de gramática e uso do espanhol muito significativos na imagem apresentada na matéria. Façamos uma análise:

¿Y usted, hablas español? Numa rapidíssima passada de olhos, quem sabe espanhol já vê o erro. **Usted** (3ª pessoa do singular) e **hablas** (verbo conjugado na 2ª pessoa do singular). Está errado. Mas, isso ainda diz pouco, ou diz apenas da gramática. Afinal, a propaganda é claramente destinada a argentinos, portanto, o correto do ponto de vista da cultura e dos usos do espanhol na Argentina seria o uso do **Voseo** (pronomes pessoais **Vos**) com as suas conjugações verbais adequadas. Assim, a mesma proposta comunicativa dirigida a um argentino deveria ser: **¿Sos argentino? ¿Hablás español?**, evidenciando as marcas do **Voseo**, o que tornaria a comunicação corretamente direcionada ao público alvo.

Na lista de palavras, localizada ao lado direito da propaganda, outros erros podem ser observados. **Usted**, tal como aparece ali, está errado, já sabemos. E por quê? Porque **Usted** no singular é marca de cortesia de formalidade em espanhol; particularmente no espanhol hispano-americano. Portanto, **Usted** significa o senhor ou a senhora e não você, tal como aparece na imagem.

Por outro lado, no âmbito específico da terminologia da área de marketing é cada vez mais frequente o uso universalizado de estrangeirismos oriundos da língua inglesa. Mas é inegável que a força da língua inglesa é muito maior junto aos países centro-americanos, México e Caribe, do que junto aos países sul-americanos. Deste modo, no âmbito da propaganda e do marketing, fica clara a importância de observar quem é o nosso interlocutor, quais suas marcas culturais e linguísticas para que possamos perceber seus interesses e, assim, alcançar nossos propósitos comunicativos.

Espanhol aplicado ao Jornalismo

O jornalista dedicado à reportagem e à notícia é um agente transmissor de informações, pois, por meio da narrativa, informa um determinado fato aos leitores, explicando e detalhando o ocorrido. À primeira vista se pode pensar que o texto jornalístico ao comunicar informação é puramente denotativo. Mas o fato é que o texto jornalístico é heterogêneo. Por exemplo, um jornalista de

editorial, formador de opinião, irá trabalhar na esfera argumentativa e, muitas vezes, ideológica.

Com efeito, algumas circunstâncias determinam o texto jornalístico:

- a) O público leitor ou público-alvo.
- b) A busca pela imparcialidade e objetividade.

Desse modo, importa ao jornalista que vai ler ou redigir um texto em espanhol refletir sobre a cultura na qual seu leitor está inserido, a fim de perceber as formas adequadas de escolha do léxico, das expressões idiomáticas e mesmo, do tom do texto. E, de certo modo, considerar que tal fator implica na possibilidade de maior ou menor imparcialidade, uma vez que circunstâncias externas, como a cultura, a política, a economia e a sociedade ao redor (que dizem respeito ao leitor, mas também ao jornalista e à sua chefia) são chave no resultado final de um texto.

No caso do par de línguas espanhol/português pode-se observar as diferenças nas formas de uso do vocabulário, ainda que as línguas compartilhem enorme número de cognatas. O mesmo ocorre com as escolhas verbais ou com as escolhas sintáticas que podem deslocar o sentido ou o enfoque do texto. Por exemplo, o português brasileiro contemporâneo usa de modo cada vez mais frequente a voz passiva. Tal fenômeno não ocorre do mesmo modo em espanhol, em que as estruturas de voz passiva são usadas com bastante parcimônia.



Exemplificando

Seja a seguinte situação textual:

Foram detonadas bombas de efeito moral sobre os manifestantes.

Nesse caso o enfoque recai sobre as bombas e não sobre um sujeito – que a frase deixa oculto – disparador das bombas.

Em um texto jornalístico de língua espanhola seria raríssimo encontrar uma situação como a exemplificada. Certamente o sujeito abriria a

frase e o verbo estaria na voz ativa, evidenciando a autoria dos fatos e não a bomba, como ocorre na frase em português.

Assim:

La policía detonó bombas de efecto moral sobre los manifestantes.

Daí a necessidade de apropriar-se de estruturas frasais (no nível da sintaxe), de expressões idiomáticas (no nível semântico) e das características dos gêneros textuais em espanhol para adquirir não apenas competência leitora suficiente para interpretações textuais adequadas, mas também desenvolver a capacidade de elaborar textos simples nessa língua ou mesmo elaborar traduções. No caso das traduções é importante que o jornalista tenha em mente as estruturas da língua fonte (o espanhol, nesse caso) e suas formas de expressão para, ao traduzir, não subverter o sentido que o texto original pretendeu expressar, ao transportá-lo para a língua-alvo.

No que diz respeito ao “gênero crônica”, essa invenção tão típica das narrativas ibéricas e ibero-americanas (afinal, só existe tal gênero textual em português e espanhol), podemos dizer que é o que melhor representa o jornalismo narrativo, embora não haja teorias definitivas e tampouco estudos exaustivos sobre ela. É sempre escrita em 1ª pessoa, o que significa que narra um fato ao mesmo tempo em que o comenta, além disso, conjuga a agilidade jornalística com a elaboração literária. Por isso, é preciso atenção para interpretar uma crônica em espanhol e, sobretudo, todo cuidado é pouco ao fazer uma tradução de crônica ou ao se aventurar a escrever uma em espanhol.



Pesquise mais

O mundo de língua espanhola tem uma série infindável de grandes cronistas. Talvez o mais conhecido deles seja o colombiano Gabriel García Márquez (1927-2014) que, além de espetacular jornalista, foi um dos maiores escritores em língua espanhola, ganhador do Nobel literário em 1982.

Assista a pequena entrevista que sugerimos a seguir:

TELEANTIOQUIA. **Gabriel García Márquez amaba el periodismo.** Disponível em: <<https://goo.gl/CvoZfA>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

A seguir, você pode também conferir um trecho de documentário sobre a atuação jornalística de Gabriel García Márquez, já em 1948:

DISCOVERY Channel. **Garbo, el periodista.** 27 abr. 2015. Duração: 03:42 min. Disponível em: <<https://goo.gl/1XuTXW>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Espanhol aplicado às Relações Públicas

Nos dias de hoje, as Relações Públicas (RP) sofreram modificações em seu propósito e modo de atuar, em função de uma amplitude cada vez maior e mais diversa de seus públicos. Além disso, o desenvolvimento da esfera digital tem implicações diretas sobre o seu cotidiano, seja em português ou em qualquer outra língua estrangeira, isso porque as novas formas de comunicação modificaram as sociedades e as culturas locais e universais, além de promover maior compartilhamento de ideias.

Em função da alteração das circunstâncias de comunicação, da necessidade de compartilhar ideias e do contato entre os diversos públicos em todo o mundo, o Fórum Mundial de Comunicação de Madrid de 2014, organizado pela *Global Alliance of Relations Publics*, adotou como tema do Fórum “Comunicação com consciência” (FÓRUM, 2014), pois se dedicou a pensar a comunicação do futuro. Tal temática procura aproximar os diferentes povos, o que interessa a todo aquele que se dedica à comunicação com nativos de línguas estrangeiras. No mundo corporativo, em particular, muitas vezes a boa comunicação é a chave de sucesso para o negócio, como você pode observar nas linhas que se seguem.



Exemplificando

Vejamos a seguir quais são os cinco pilares da comunicação do futuro para a área de RP, conhecidos como **Impulso de Madrid**.



El primero tiene que ver con la gestión de la comunicación y las relaciones públicas. Una labor que debe aspirar a ser un propósito social en sí mismo, sirviendo a la cohesión social y que promueva la vinculación entre las comunidades.

El segundo recoge como la gestión de la comunicación y las relaciones públicas pueden y deben contribuir a la integración social mediante la escucha, la identificación de cuestiones relevantes y la creación de historias y relatos compartidos. Todo bajo la gestión en entornos seguros que favorezcan el diálogo respecto a los retos que afronta cada sociedad.

Asimismo, el Impulso de Madrid pide, como tercer principio, que los profesionales de la comunicación y de las relaciones públicas se responsabilicen de encontrar formas de servir de forma honesta a sus respectivas sociedades.

En cuarto lugar, se establece que al ejercer el poder de la comunicación, cada profesional debe ser un auténtico líder, aclarando que el verdadero liderazgo es aquel que logra la transformación personal, organizacional y de toda la sociedad.

Por último, y al reflexionar sobre el liderazgo transformador, se establece que nuestra profesión puede servir mejor a las empresas y organizaciones favoreciendo de esta manera un mayor desarrollo a nivel social. (WPR, 2018, [s. p.])

A perspectiva intercultural de aprendizagem de línguas estrangeiras, o espanhol no nosso caso, está em perfeita harmonia com os pilares da comunicação do futuro propostos no **Impulso de Madrid**. Nos dias atuais, os estudos instrumentais de línguas estrangeiras apontam para uma compreensão integrada língua/cultura. A internacionalização dos mercados, os fluxos migratórios, a globalização das culturas propõem novos desafios comunicativos. No âmbito corporativo, a necessidade é a mesma. As culturas empresariais devem, igualmente, ser consideradas no que respeita ao planejamento da comunicação. Assim, para um RP brasileiro que mantenha contato com empresas

do âmbito da língua espanhola deverá considerar, antes de tudo, as questões culturais universais e locais, vale dizer: questões do mundo de língua espanhola e daquele país em particular. A isso deverá acrescentar aspectos de cultura empresarial e, especialmente, tentar entender a cultura empresarial do outro, mesmo porque essa é a melhor maneira de facilitar as atitudes de respeito, tolerância e compreensão em relação ao diferente.



Assimile

Veja a seguir as propostas presentes no **Marco Comun Europeo** para o ensino de línguas que põe em evidência os indivíduos como atores sociais dotados de múltiplas identidades: local, nacional, regional, sexual, profissional, etc.

La comunicación apela al ser humano en su totalidad...

Como agente social, cada individuo establece relaciones con un amplio conjunto de grupos sociales superpuestos que unidos definen la identidad. En un enfoque intercultural, uno de los objetivos fundamentales de la educación en la lengua es el impulso del desarrollo favorable de la personalidad del alumno y su sentimiento de identidad, como respuesta a la enriquecedora experiencia que supone enfrentarse a lo diferente en los ámbitos de la lengua y de la cultura. (INSTITUTO, 2002)



Espanhol aplicado aos textos em redes sociais informais

As redes sociais presentes no contexto da Web 2.0 conformam a cibercultura ou sociedade em rede, como a define Castells (1999). Esse contexto permite a usuários de todos os lugares exercerem papel ativo na busca, compartilhamento e também produção de informações que são de interesse pessoal. Podem-se usar diferentes mídias, diferentes plataformas e as chamadas redes sociais, Facebook, Snapchat, Instagram, etc. As redes sociais foram criadas a partir do modelo das relações humanas, pautadas por interesses comuns. Elas são usadas de inúmeras formas: para resolver problemas, para negociar, compartilhar informações, entreter, etc. Para o seu acesso, nos dias atuais, basta ter em mãos um pequeno objeto de telefonia móvel: o celular.

Por suas características inter-relacionais e facilidade de acesso, as redes sociais são de grande interesse para o desenvolvimento do conhecimento de línguas estrangeiras por parte dos aprendizes. Oferecem a possibilidade de trabalhos colaborativos, promove aprendizado social, permite a apresentação de conteúdo com significado real por meio de objetos verbais e não verbais autênticos; e oferece a possibilidade de comunicação síncrona e assíncrona. Por meio das redes sociais é possível aproximar os alunos do falante e cultura nativa, o espanhol em nosso caso, permitindo o contato com a língua-alvo e a troca das mais diversas experiências linguísticas e culturais.



Pesquise mais

Se você ainda não tentou contato com hispano-falantes nas redes sociais, é hora de começar.

- Surf adaptado em Costa Rica (deportadoscapacitadosos) - <<https://goo.gl/9X1Ne7>>. Acesso em: 20 jul. 2018.
- Memes de periodismo (comunicación) - <<https://goo.gl/6FnwRV>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

Também pode ser de grande valia estudar um pouco mais, em espanhol, acerca do impacto das redes sociais no âmbito da comunicação social. Acesse o link a seguir:

- LOPEZ, M. L.; GARCÍA, J. S. *Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima*. CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN, 3., 2012, Tarragona. **Anais...** Tarragona: AE-IC. Disponível em: <<https://goo.gl/ohrR3G>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

Lembre-se: você deve procurar outras fontes, de seu interesse, para aproximar-se do espanhol. Para bem aprendê-lo, devemos nos colocar em contato, deixar a língua materna por alguns momentos e mergulhar no universo e na língua do outro, pois só se aprende outra língua usando-a.



Você já parou para pensar sobre a quebra de formalidade na linguagem utilizada pelas empresas nas redes sociais? Isso serve para criar empatia e proximidade junto ao público. Mas em espanhol há a mesma informalidade e intenção comunicativa das empresas nas redes sociais em relação aos conteúdos publicados?

Entre muitas das formas de produção de conteúdo nas redes sociais, observa-se a produção de conteúdo empresarial, de marketing, informativo, entre outros. Desse modo, é possível para estudantes da área de Comunicação Social apropriar-se de conteúdos autênticos por meio do estabelecimento de um bom engajamento com postagens diversas das redes sociais informais, tais como: postagens de cunho jornalístico, postagens de marketing indireto a respeito de livros, filmes, esportes ou quaisquer outros assuntos, bem como a participação em comunidades específicas, de acordo com os interesses pessoais de cada um. É sempre bom lembrar, no caso do aprendizado de línguas estrangeiras, que o contato com elementos não acadêmicos, especialmente aqueles vinculados ao humor e à ironia, induzem o aprendiz a alcançar outra dimensão da língua, a pragmática, que leva em conta as formas de uso, que põe de manifesto algo que poderíamos chamar de “espírito” ou “alma” da língua. Enfim, onde a língua é mais verdadeira. É, ainda, uma forma eficaz de manter diálogo com falantes da língua-alvo, cumprindo com uma forma de aprendizagem de línguas estrangeiras que os especialistas da área chamam de sociointeracionista.

Sem medo de errar

Para essa resolução você deve partir do fato de que são três textos diferentes e que, portanto, podem ser percebidos de forma comparada.

Cada um deles tem o seu público específico: o primeiro tem como interlocutor desenhistas e publicitários e pessoas ligadas ao marketing em geral; o segundo, um público corporativo e interno a uma empresa e o último texto procura no público geral a sua possibilidade de interlocução.

Em todos os casos há uma eficácia na comunicação e cada texto se insere no gênero e tipologia adequados ao público a que se destina. Você verá que é interessante notar como o texto sobre desenho web tem uma linguagem solta, fluida, coloquial, muito mais próxima da diversidade que se vê no dia a dia que os outros dois textos, cuja formalidade aparece de forma mais evidente. Ainda assim, é facilmente perceptível que os textos A e C são predominantemente dissertativos, enquanto o texto B é predominantemente descritivo.

Além disso, devemos pensar nos aspectos culturais do público a que os textos se destinam. Em nenhum caso temos textos que se refiram a questões especificamente regionais, locais; ainda que o terceiro texto fale da imprensa venezuelana. Os outros dois textos não fazem referência a questões culturais locais. Neste sentido, são voltados para uma realidade a que podemos chamar de universal, o que pressupõe interlocutores de algum modo abertos para o universal. O que não quer dizer que não tenham suas especificidades locais e/ou quaisquer outras. No entanto, o texto A tem um público bastante específico, cuja identidade é bem definida: profissionais de propaganda e marketing. Desse modo, é legítimo pensar que sua linguagem está carregada de questões culturais identitárias, mas que não são aquelas relativas à nacionalidade, por exemplo, mas sim, profissional.

Avançando na prática

Os 4 Ps do MKT

Descrição da situação-problema

Como qualquer estudante de comunicação que já domina algum conceito de marketing, você sabe que essa é uma área de trabalho que pode ser compreendida a partir da máxima dos 4 Ps. Pois bem, verifique a seguir formas de compor as perguntas-chave para a montagem dos 4 Ps de uma empresa, cuja língua é o espanhol, e reflita acerca das diferenças e marcas específicas com as formas de compor os 4 Ps, aqui no Brasil, que você conhece.

Espanhol:

1. Producto

¿Qué artículo o servicio estoy vendiendo?

2. Plaza

¿Cómo y dónde traeré mi producto para mis clientes?

¿Dónde produciré mi producto o servicio?

¿Qué canales de distribución usaré?

3. Precio – (Incluyendo mis costos incurridos con la idea del negocio hasta la entrega)

¿Cuánto cobraré por mi producto o servicio?

¿Cuál será el costo de distribución?

¿Y el de almacenaje?

4. Promoción

¿Cómo crearé conciencia e interés en mi producto?

¿Haré publicidad? ¿Cuál es mi presupuesto?

¿Haré RRPP?

¿Catálogo?

¿Publicidad directa?

¿Un sitio web?

Resolução da situação-problema

Para resolver essa proposta de trabalho, você deverá observar com atenção as formulações em espanhol sugeridas na atividade. É facilmente observável que os 4 Ps em espanhol se referem ao mesmo “mix” de marketing que os 4Ps em português. É igualmente visível a semelhança vocabular entre as duas línguas, independentemente da origem etimológica do termo. O modo objetivo de formular as perguntas também é igual. Nesse sentido, pode-se observar que, do ponto de vista da teoria e das estratégias, as propostas da área de marketing privilegiam a universalidade, por assim dizer, em detrimento das culturas locais. Contudo, isso não deve significar que as campanhas, individualmente, promovam o apagamento cultural do seu público. Ao contrário, o planejamento estratégico pode ser semelhante nos diferentes lugares, línguas e culturas, mas as estratégias em si mesmas, não.

Faça valer a pena

1. Leia as asserções a seguir acerca da língua espanhola:

I- La extensión geográfica del mundo hispánico y su elevado número de hablantes imponen tener en cuenta su complejidad a la hora de reflexionar sobre la lengua común y sus variedades y, aun, las múltiples y diferentes comunidades culturales hispánicas.

Porque

II- La visión de que el español es una lengua plural y diversa debe apoyar el planteamiento de que esta diversidad no impide el mutuo entendimiento de sus hablantes y que puede enseñarse y aprenderse para conseguir una comunicación satisfactoria con cualquiera de ellos, aunque haya formas más adecuadas de dirigirse a unos y otros en el caso de que seamos extranjeros.

Assinale a alternativa correta em relação às asserções.

- a) A asserção I é uma proposição falsa e a II é uma proposição verdadeira.
- b) As asserções I e II são proposições verdadeiras e a II é uma justificativa da I.
- c) Ambas estão corretas, mas não configuram entre si uma relação de causa e efeito.
- d) A asserção I é uma proposição verdadeira e a II é uma proposição falsa.
- e) As asserções I e II são proposições falsas.

2. Confira a figura e o texto a seguir, retirados de um informe publicitário do setor imobiliário:

Figura 2.1 | Calles París Londres



Fonte: <<https://goo.gl/xhNHMp>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

La foto de arriba retrata una ubicación conocida de la zona centro de Santiago de Chile: el cruce de las calles Paris y Londres. Aunque sea un lugar de estilo acogedor y calmo, la elección del nombre para dichas calles demuestra una intensión _____ de ciudad que intenta poner de relieve su vocación _____.

Assinale a alternativa que completa corretamente as lacunas:

- a) Cosmopolita, universalista.
- b) Provinciana, localista.
- c) Localista, compatriota.
- d) Cosmopolita, localista.
- e) Provinciana, universalista.

3. Leia atentamente o texto a seguir:

Uruguay acude al Mundial ruso con la esperanza puesta en un entramado defensivo fuerte, duro y experimentado (Pereira, Godín...) y una delantera que, sin temor a exagerar, es de las mejores del mundo: Cavani-Suárez. Los charrúas, con la seña de identidad de siempre, llevan tiempo bajo un mismo sistema, el del 'Maestro' Tabárez, pero con nuevos elementos (el madridista Valverde, por ejemplo) que dan frescura a una 'Celeste' que no está para grandes cosas, pero temible, en cualquier instancia, por su dureza.

La fase de clasificación la superó con cierta holgura final, en un grupo en el que sufrieron selecciones como Argentina. La 'Celeste', pues, apela al pasado para vivir del presente y esperar a los jóvenes que vienen pisando fuerte para el futuro (Valverde, Bentancur...) [...] (CASTRO, 2018, [s. p.])

O texto exposto pressupõe um leitor específico que seja: alguém interessado em futebol e que conheça algo da história do futebol uruguaio e o lugar que ele ocupa no mundo. Podemos perceber tal lugar histórico do futebol uruguaio no mundo quando o narrador diz:

Assinale a alternativa que complementa corretamente o trecho anterior:

- a) *Superó con certa holgura, pisando flerte.*
- b) *Entramado defensivo, duro y experimentado.*
- c) *Los charrúas con la seña de identidad de siempre, La 'Celeste'.*
- d) *La 'Celeste', las mejores del mundo.*
- e) *isando fuerte para el futuro, por su dureza.*

Referências

ACONTECENDO aqui. **Koerich é destaque nos principais veículos de comunicação da Argentina**. Disponível em: <<https://goo.gl/yZXmhw>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

AGUERO, A. La Prensa (Cultura). **El V Festival de Poesía de Bluefields será dedicado a Carlos Rigby**. Disponível em: <<https://goo.gl/Q5Rbm6>>. Acesso 18 mai. 2018.

AGUIRRE BELTRÁN, B. **Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español con fines específicos**. Madrid: SGEL, 1998.

_____. **Comunicación y cultura en situaciones profesionales: saber ser, saber estar y saber hacer**. Madrid: SGEL, 2008.

_____. **La enseñanza del español con fines profesionales**. Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/ lengua extranjera (LE), Madrid: SGEL, 2004.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAR Liguria. Disponível em: <<https://goo.gl/8m4WvM>>. Acesso em: 18 maio 2018.

BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1987.

BERMEJO RUBIO, I.; HIGUERAS GARCÍA, M. Recursos en Internet para la elaboración de actividades. La enseñanza del español como lengua extranjera con fines específicos. **Carabela**, n. 44, 1998. p. 119-124.

BEST Day. **Mazatlan**. Disponível em: <<https://goo.gl/ccByxc>>. Acesso em: 18 maio 2018.

_____. **Vuelos Interjet**. Disponível em: <<https://goo.gl/H4XQSb>>. Acesso em: 18 maio 2018.

BRONCKART, J-P. **Desarrollo del lenguaje y didáctica de las lenguas**. Buenos Aires: Miño y Dávila, 1984.

CAFÉ Tortoni. Disponível em: <<https://goo.gl/4tZUvp>>. Acesso em: 18 maio 2018.

CASA de su Majestad El Rey. **Constitución española**. La Corona Hoy. Título II de la Constitución Española: de la Corona. Art. 62. Disponível em: <<https://goo.gl/xjDt3n>>. Acesso em: 18 maio 2018.

_____. Estado de ejecución presupuestaria. **Transparencia**. Disponível em: <<https://goo.gl/Bj4fzE>>. Acesso em: 18 maio 2018.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, J. **Uruguay: Un equipo y dos cracks**. Disponível em: <<https://goo.gl/qWRmLR>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

CORRALES, G. Viviendo entre números: 'Es la economía, estúpido'. **La Nación**, 3 fev. Disponível em: <<https://goo.gl/xvAPsZ>>. Acesso em: 7 maio 2018.

CURRÁS, E. **Tesaurus: linguagens terminológicas**. Brasília: IBICT, 1995.

- DE TOMÁS PUCH, J. M. Una propuesta de curso de español comercial. La enseñanza del español como lengua extranjera con fines específicos. **Carabela**, n. 44, 40-56, [s.d.].
- DIAMANTE, S. De estaciones de servicio a restaurantes: qué comercios permiten sacar efectivo. **La Nación**, 16 abr. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/6kUdBg>>. Acesso em: 7 maio 2018.
- EL RINCÓN del publicista. **Las claves de diseño web**. Disponível em: <<https://goo.gl/C9kydN>>. Acesso em: 14 jun. 2018.
- ENTERRÍA SÁNCHEZ, J. G. de. **El español lengua de especialidad: enseñanza y aprendizaje**. Madrid: Arco/Libros S.L, 2009.
- FASHION Bodas. **Textos invitaciones de boda**. Disponível em: <<https://goo.gl/UUGdjq>>. Acesso em: 7 maio 2018.
- FÓRUM Mundial da Comunicação e das Relações Públicas. 2014. Madrid, Espanha: Sistema Conferp – Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas. Disponível em: <<https://goo.gl/xVWCtG>>. Acesso em: 29 jun. 2018.
- GARCIA, M. H. Como elaborar material para internet, para la enseñanza de español con fines específicos. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE ESPAÑOL PARA FINES ESPECÍFICOS, 1., España. **Anais...** España: Centro Virtual Cervantes, 2000, p. 75-85. Disponível em: <<https://goo.gl/AV8Wno>>. Acesso em: 18 maio 2018.
- GONZÁLES HERMOSO, A. **Conjugar es fácil en español de España y de América**. Madrid: Edelsa/Grupo Didascalía, 1996.
- GRACIÁN, B. **Oráculo manual y arte de prudencia**. Madrid: Catedra, 2009.
- GÜIRALDES, M. Boda real: u\$s 406 millones para la industria turística. **Revista ¡Hola!**, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/QFtTx3>>. Acesso em: 18 maio 2018.
- HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. **Language, context and text**. Oxford: Oxford University Press, 1989.
- INSTITUTO Cervantes (2002). **Marco de referencia europeo para el aprendizaje, la enseñanza y la evaluación de lenguas**. Madrid: Instituto Cervantes, [s.d.].
- _____. **Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación**. Madrid: Anaya, 2006.
- _____. **Plan curricular del Instituto Cervantes: Niveles de referencia para el español**. Madrid: Biblioteca Nueva, 2007.
- _____. **Competencias Claves del profesorado de lenguas segundas y extranjeras**. Disponível em: <<https://goo.gl/EvPfKy>>. Acesso em: 7 maio 2018.
- INSTITUTO Nacional de Estadística y Geografía. **Redacción de Documentos Administrativos**. Disponível em: <<https://goo.gl/X84Xj4>>. Acesso em: 7 maio 2018.
- LA NACIÓN. **Platos principales**. Disponível em: <<https://goo.gl/XK11qy>>. Acesso em: 18 maio 2018.
- _____. **Club La Nación**. Disponível em: <<https://goo.gl/B9r8LX>>. Acesso em: 18 maio 2018.

LENGUAJE ADMINISTRATIVO. **Características y reglas para la mejor elaboración de un documento administrativo.** Disponível em: <<https://goo.gl/4jwhJz>>. Acesso em: 7 maio 2018.

LLOPIS GARCÍA, R. Escribir sin pensar, ni pensarlo! Organizar la expresión escrita. In: FERNÁNDEZ COLOMER, M. J.; ALBELDA MARCO, M. A. (Orgs). **Actas del Foro de profesores de E/LE,3.** Valencia: Universitat de València, 2007.

LOPEZ, M. L.; GARCÍA, J. S. Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima. CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN, 3., 2012, Tarragona. **Anais...** Tarragona: Universidad de Tarragona. Disponível em: <<https://goo.gl/KTE3Az>>. Acesso em 15 jun. 2018.

MATTE BON, F. **Gramática Comunicativa del español.** Tomos I y II. Madrid: Edelsa, 2006.

MILLÁS, J. J. El deseo. **El País**, Madrid, 26 abr. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/eUUusM>>. Acesso em: 18 maio 2018.

MODELOS de carta. **Modelos de cartas – Formatos y ejemplos de cartas.** Disponível em: <<https://goo.gl/61X1WW>>. Acesso em: 7 maio 2018.

OLIVERAS, A. **Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera.** Estudio del choque cultural y los malentendidos. Madrid: Edinumen, 2000.

ORAA, A. El periodismo en Venezuela, ante la adversidad y el optimismo. **CNN en español**, 277 jun. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/8TWY8w>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

RAMIREZ, O. About Español. **10 ejemplos de textos publicitarios.** Disponível em: <<https://goo.gl/iCAEoE>>. Acesso em: 7 maio 2018.

RIVERA, Y. A. **Plan de endomarketing.** Disponível em: <<https://goo.gl/rWWu9u>>. Acesso em: 30 maio 2018.

ROMERO, M. A. P. A. La importancia del protocolo en las negociaciones internacionales empresariales. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE PROTOCOLO, 9., 2008, Jalisco - MX. **Anais...** Jalisco: Academia Mexicana de Protocolo, 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/ckNbbG>>. Acesso em: 18 maio 2018.

TRIBUNA empresarial. **Descarga modelos de circular.** Disponível em: <<https://goo.gl/a3ZgVe>>. Acesso em: 7 maio 2018.

TURISMO de Vigo. **Vigo Ciudad.** Disponível em: <<https://goo.gl/4Wnr3k>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

VOGÜÉ, S. D. **A língua entre cognição e discurso.** São Leopoldo: UNISINOS/ Calidoscópio, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/eheZdc>>. Acesso em: 18 maio 2018.

WORLD Public Relations Forum. **El Foro Mundial de la Comunicación recoge los nuevos principios de la comunicación del futuro.** Disponível em: <<https://goo.gl/R6Futt>>. Acesso em: 29 maio 2018.

Estruturas básicas da língua inglesa

Convite ao estudo

Hello everyone.

Welcome!

Nesta unidade, vamos dar início ao estudo do inglês instrumental. É possível que você já tenha estudado um pouco desse idioma na escola, em cursos de idiomas ou que você tenha viajado para um país de língua inglesa. Talvez você goste de músicas em inglês, tenha assistido a filmes no idioma. Certamente, em um mundo conectado, você deve ter algum conhecimento de fatos culturais dos países de língua inglesa. Agora é hora de expandir o seu conhecimento da língua!

Nosso objetivo para esta unidade é compreender o contexto geral de um texto simples em língua inglesa na área de comunicação social. Para que isso aconteça, vamos apresentar algumas abordagens de estudo e aprendizado do vocabulário, os princípios básicos da organização das palavras nas orações e os mecanismos de coerência e coesão textual. Também vamos ler, analisar e interpretar textos, trabalhando o reconhecimento do gênero textual e de sua função.

Vamos começar? Para seguirmos em frente, apresentamos Ana e Artur a vocês. Eles se conheceram no primeiro dia de estágio no setor de comunicação de uma empresa. Ana é aluna do terceiro ano do curso de Jornalismo e Artur é aluno do segundo ano do curso de Relações Públicas. Durante a entrevista para contratação, os dois candidatos afirmaram ter conhecimento intermediário da língua inglesa.

Artur é cearense, mora no interior de São Paulo, mas já foi garçom na Inglaterra durante quatro anos. Voltou para o Brasil para ajudar a mãe, depois que os irmãos se casaram. Lá ele aprendeu a falar inglês com desenvoltura no trabalho, no dia a dia da cidade e para se comunicar com pessoas de outras partes do mundo. Antes dessa viagem para o exterior, Artur conhecia o inglês pelas letras de música de muitas bandas inglesas que ele gostava e ainda gosta.

Ana nunca saiu do Brasil. Mineira do interior, entrou na faculdade com 17 anos. Sempre gostou de ler, adora estudar história e línguas. Ela estudou inglês na escola e começou a estudar espanhol no começo da faculdade.

Ana e Artur sabem que precisam estudar para dar conta das tarefas do estágio. Por isso, eles se matricularam em um curso de inglês instrumental da área de Comunicação Social.

Vamos acompanhar a experiência e Ana e Artur nos estudos e no estágio e ver de perto o que aconteceu com eles.

Para que Ana, Artur e você desenvolvam as habilidades necessárias para ler um texto na língua estrangeira, selecionamos os seguintes tópicos para esta unidade:

- O que é o inglês instrumental e como ele é aplicado à comunicação.
- A importância do conhecimento de vocabulário para o entendimento de um texto em língua inglesa: palavras-chave, palavras cognatas e falsos cognatos, terminologias específicas; funções sintáticas, identificação dos tempos verbais, coesão e coerência.
- O que são os gêneros textuais, funções comunicativas, formas de linguagem verbal e não verbal.
- Leitura e interpretação do contexto geral de um texto usando inglês instrumental aplicado à comunicação.

Seção 3.1

Introdução ao inglês instrumental aplicado à comunicação

Diálogo aberto

Nesta seção, vamos começar a ler pequenos textos em inglês para conhecer a ordem das palavras e um pouco sobre o vocabulário da língua. Você certamente conhece alguns slogans de campanhas publicitárias em sua língua. Você poderá usar seu conhecimento sobre esse tipo de texto para ler e compreender mensagens escritas em inglês com esse mesmo propósito comunicativo.

Vamos voltar aos personagens de nossa unidade. Ana e Artur são colegas de estágio e começaram um curso de inglês instrumental. Na primeira semana de estágio, os colegas receberam a tarefa de pesquisar como se estruturam os slogans publicitários em língua inglesa. Eles deveriam analisar quais modelos de frases eram mais usados em slogans, como perguntas, pedidos, ordens, expressão de certeza, entre outros. A partir dessa pesquisa, Ana e Artur começaram a perceber diferenças importantes entre os dois idiomas, como a ordem das palavras na frase. Eles se viram diante de um impasse: quais são as principais diferenças entre a ordem das palavras em inglês e em português? Para tanto, leve em consideração os seguintes itens para análise dos livros selecionados: título, subtítulo, outros textos, ilustrações, público-alvo e temas.

Vamos começar nosso estudo do inglês instrumental na área de comunicação social. Nesta seção, vamos estudar a classificação das palavras em língua inglesa, as funções sintáticas das palavras no texto, a identificação de verbos e tempos verbais no texto, e a coesão e coerência.

Hope you enjoy!

Welcome!

Todos preparados para começar o curso de inglês instrumental da na área de comunicação social? Nesta seção, vamos estudar o vocabulário e a estrutura sintática da língua inglesa. Você vai aprender a reconhecer os tipos de frase em inglês e a ordem dos vocábulos em cada tipo de frase. Vamos estudar os verbos, a identificação de tempos verbais no texto, e o que significa coesão e coerência.

O que é o inglês instrumental? Como ele é aplicado à comunicação?

O inglês é uma língua global de comunicação entre pessoas em diversas partes do mundo, para diversas finalidades. Além de ser língua oficial em mais de setenta países, o inglês também é o idioma mais estudado como língua estrangeira ao redor do mundo. O número de falantes de inglês que não são nativos já ultrapassou há muito o número de falantes nativos do idioma. Atualmente, "o inglês é a principal língua de comunicação em vários domínios, como, por exemplo, (...) o intercâmbio científico e as novas tecnologias de informação e comunicação. (GRIGOLETO, [s. d.]).

No ambiente profissional e acadêmico, a necessidade de ler, pesquisar e se comunicar em inglês fez surgir a metodologia de ensino de nome inglês com objetivos específicos, depois popularizada como inglês instrumental. Essa abordagem do ensino de idiomas tem o objetivo de contribuir para que os alunos desenvolvam capacidades de agir em situações acadêmicas e profissionais específicas na língua inglesa em um intervalo curto de tempo.

Para atingir esse objetivo, um curso de inglês instrumental oferece uma visão de língua como meio, um instrumento para desempenhar a comunicação eficaz em situações específicas de trabalho e pesquisa. Portanto, essa abordagem instrumental explora situações comunicativas essenciais para a área profissional ou acadêmica do público-alvo.

Mas será que para se comunicar com autonomia e eficiência no ambiente profissional só devemos ler textos de uma área específica? Com certeza você deve ler textos específicos da área profissional em que atua, mas tudo o que você puder ler em língua estrangeira, por interesse pessoal, vai ampliar seu conhecimento do idioma e acabará refletindo na sua capacidade de se comunicar. Ou seja, quanto mais você conhecer o idioma, mais eficaz será sua comunicação.

Vocabulário e gramática (entendendo as funções sintáticas no texto) - Inglês para comunicação

Para estudar o vocabulário de uma língua, devemos ter em mente que é possível adotar muitas abordagens. Chama-se, também, léxico ao subsistema das palavras que formam uma língua. Esse conjunto quase infinito de palavras pode ser subdividido em grupos, para melhor serem estudados. Chamamos esses subgrupos de classes gramaticais. Em inglês, as classes gramaticais são chamadas de *parts of speech*. Veja quais são as nove classes gramaticais em inglês, de acordo com ***The Cambridge Grammar of the English Language*** (HUDDLESTON, 2008).

Quadro 3.1 | Nove classes gramaticais

Verb	He is ill.	She left early.
Nouns	The dog barked.	Sue won easily.
Adjectives	He's very young .	I've got a sore knee.
Adverb	She spoke clearly .	You're extremely fit.
Determinative	The dog barked.	I've got a sore knee.
Preposition	He's in the garden.	It's from your uncle.
Coordinator	Hurry or we'll be late.	It's cheap but good.
Subordinator	I know that it's true.	I wonder if it's true.
Interjections	Wow!	Hello!

Fonte: adaptado de Huddleston (2008, [s. p.]).

De acordo com essa classificação, a classe dos nomes (*nouns*) incluem os substantivos e os pronomes.

Os adjetivos são palavras que expressam características de um ser ou objeto. Note que, em inglês, os adjetivos são posicionados antes dos substantivos na frase.

As conjunções estão divididas em coordenativas (*coordinators*) e subordinativas (*subordinators*).

Em inglês, a ordem das palavras na frase dependerá do tipo de frase: declarativa, interrogativa, exclamativa e imperativa (HUDDLESTON, 2008).

Uma frase declarativa é aquela em que o sujeito precede o verbo. Quase sempre termina com um ponto final. A ordem desse tipo de frase em inglês é: sujeito + verbo + objetos. Observe que a construção demonstra certeza sobre o que se fala.

Exemplo: *You started learning English.*

As frases imperativas são aquelas em que o sujeito não precede o verbo, ou seja, são formadas apenas por verbo + objetos. São comandos, ordens, pedidos e sugestões dadas pelo falante ao seu interlocutor. Exemplo: *start learning English.*

As frases interrogativas usam um verbo auxiliar antes do sujeito, no mesmo tempo verbal em que estava o verbo principal na frase declarativa, que se modifica. Formam-se, portanto, de verbo auxiliar + sujeito + verbo + objetos. Exemplos: *did you start learning English?* *When did you start learning English?*

Uma frase exclamativa expressa sentimentos ou o estado de espírito do locutor. Podem ser terminadas por ponto de exclamação e costumam vir acompanhadas de interjeições. Exemplo: *wow, you just started learning English!*

Em inglês, para formar frases interrogativas, é preciso que se inclua um verbo auxiliar **be**, **have** ou **do**. Esses verbos auxiliares também são usados nas formas negativas. Veja uma oração declarativa negativa como exemplo. Observe a presença do verbo auxiliar, acompanhando o advérbio *not*, entre o sujeito e o verbo principal da oração. Exemplo: *you didn't start learning English.* Voltaremos a falar dos verbos auxiliares no final desta unidade.



Pesquise mais

Uma maneira de estudar um idioma estrangeiro é aproveitar as ferramentas educacionais disponíveis na internet. A Khan Academy oferece vídeos sobre tópicos gramaticais, com apresentações bem elaboradas e testes on-line, que estimulam o aluno a progredir nos estudos. Faça um teste!

KHAN Academy **Introduction to Grammar**. Disponível em: <<https://goo.gl/k8iGWM>>. Acesso em: 24 maio 2018.

Coesão e coerência - Inglês para comunicação

Coerência é a relação lógica e harmônica entre as ideias e coesão se refere à expressão formal das conexões de sentido que ligam entre si as partes de um texto. Em outras palavras, a coerência se refere à conexão entre as ideias do texto e a coesão se concentra nos aspectos gramaticais dos elementos de conexão da escrita (MIN, [s. d.]).

Para que um texto seja coerente, as ideias devem aparecer em uma sequência lógica, de modo que o leitor possa acompanhar essas ideias ao longo do desenvolvimento do texto. Se você muda de assunto no meio de um texto, sua escrita não apresenta coerência. Da mesma forma, uma oração contraditória, que desmente aquilo que foi dito no texto em um momento anterior, será considerada incoerente. Outro fator de incoerência nos textos pode estar ligado a uma construção ambígua de uma oração.



Reflita

Estas frases, retiradas de manchetes de jornais, possuem incoerências. Você consegue percebê-las? Note bem que as frases são ambíguas, ou seja, podem ser interpretadas de mais de uma maneira.

**MINERS REFUSE TO WORK AFTER DEATH.
TWO SOVIET SHIPS COLLIDE, ONE DIES.
ENRAGED COW INJURES FARMER WITH AX.
SQUAD HELPS DOG BITE VICTIM.
(UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA, [s. d.]**



A coesão é também um aspecto muito importante da escrita profissional e acadêmica, porque afeta imediatamente a forma como seu texto é recebido por seu interlocutor. A escrita coesa é aquela que apresenta frases “gramaticalmente corretas” e conexão das ideias tanto no nível da oração quanto no nível do parágrafo (MIN, [s. d.]).

A coesão refere-se, especificamente, ao uso apropriado de palavras de ligação que estabeleçam relações lógicas entre as ideias. Essas palavras de ligação são usadas entre parágrafos, entre orações e entre partes de uma oração.



Exemplificando

Observe a diferença entre estes três parágrafos. Em todos eles, as relações lógicas estabelecidas por conjunções coordenativas e subordinativas, sinônimos e pronomes estão grifadas.

No primeiro parágrafo, apesar do texto apresentar coerência entre as ideias, a coesão não é suficiente. Note a repetição de palavras e a falta de clareza do parágrafo.



The hotel is famous. It is one of the most well-known hotels in the country. The latest international dancing competition was held at the hotel. The hotel spent a lot of money to advertise the event. Because the hotel wanted to gain international reputation. But not many people attended the event. (MIN, [s. d.])

Note que, no segundo parágrafo, a coesão textual é melhorada, com o uso de pronomes e sinônimos que garantem a progressão textual, e com conjunções subordinativas.



The hotel, which is one of the most well-known hotels in this region, wanted to promote its image around the world by hosting the latest international dancing competition. Although the event was widely advertised, not many people participated in the competition. (MIN, [s. d.])

No terceiro parágrafo, a coesão textual é ainda melhor.



The latest international dancing competition was held at the hotel, which is one of the most well-known hotels in this region. The hotel spent a lot of money on advertising the event since it wanted to enhance its international reputation; however, it failed to attract many people. (MIN, [s. d.])

Identificação dos tempos verbais - inglês para comunicação

Os verbos são as palavras que mais possuem flexões na língua inglesa. Isso significa que sua forma básica é modificada de acordo com o lugar que ocupa na oração (HUDDLESTON, 2008).

Para começar, apresentamos as seis formas verbais mais comuns em inglês.

Quadro 3.2 | Formas verbais

Forma básica	Check	<i>She may check the figures herself.</i>
Presente 3ª pessoa do singular	checks	<i>She checks the figures herself.</i>
Presente	Check	<i>They check the figures themselves.</i>
Pretérito	Checked	<i>She checked the figures herself.</i>
Gerúndio	Checking	<i>She is checking the figures herself.</i>
Particípio	Checked	<i>She had checked the figures herself.</i>

Fonte: Huddleston (2008, [s. p.]).

O presente é formado pela forma simples do verbo, para todas as pessoas do discurso, com exceção da terceira pessoa do singular, que recebe uma flexão -s ao final.

O passado é uma forma verbal cuja flexão de tempo é expressa no próprio verbo. Os verbos podem ser regulares ou irregulares, dependendo da flexão de tempo da forma do pretérito.

Os verbos regulares sempre têm o pretérito e o particípio terminados em -ed.



Pesquise mais

Os verbos irregulares em inglês apresentam formas distintas para o pretérito e o particípio. Pesquise os verbos irregulares em inglês. Acesse:

OXFORD Dictionaries. **Irregular verbs**. Disponível em: <<https://goo.gl/WH14c2>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

O gerúndio é uma forma verbal marcada pela flexão: -ing, no final da palavra. Por se tratar de uma forma impessoal, o gerúndio normalmente se liga ao verbo auxiliar (*be, was, were*) para indicar uma ação em progresso no presente, no passado ou no futuro. Essa forma verbal também pode ser usada como substantivo.

Assim como o gerúndio pode desempenhar o papel de um substantivo na oração, o particípio pode desempenhar a função de um adjetivo. Além disso, o particípio se liga ao verbo auxiliar *have* para indicar uma ação terminada no presente ou no pretérito. A flexão de particípio em verbos regulares é -ed.



Exemplificando

Quadro 3.3 | Gerúndio

Gerúndio como substantivo	<i>Checking the figures can be onerous.</i>
Gerúndio em locução verbal, presente contínuo	<i>People who <u>are checking</u> the figures must be alert.</i>
Gerúndio em locução verbal, passado contínuo	<i>People who <u>were checking</u> the figures did not see this.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 3.4 | Particípio

Particípio como adjetivo	<i>Checked Figures were included.</i>
Particípio em locução verbal, presente perfeito	<i>People who <u>have checked</u> the figures <u>must have been</u> alert.</i>
Particípio em locução verbal, passado perfeito	<i>People who <u>had checked</u> the figures <u>must not have seen</u> this.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Tempos verbais



Assimile

Os tempos compostos são formados de duas formas em inglês. Essas formas compostas indicam o aspecto de duração e anterioridade. O aspecto durativo é expresso pelo verbo auxiliar *be* (*is, are, was, were*) combinado ao verbo principal no gerúndio. O aspecto de anterioridade é expresso pelo verbo auxiliar *have* (*has, had*) combinado ao verbo principal no particípio, como se viu no Quadro 3.4 (HUDDLESTON, 2008, [s. p.]).

Quadro 3.5 | Tempo e aspecto verbal

Tempo / aspecto verbal	Simple	Contínuo (verbo auxiliar <i>be</i> + gerúndio)	Perfeito (verbo auxiliar <i>have</i> + particípio passado)
Presente 3ª pessoa do singular	<i>She studies English.</i> (Ela estuda Inglês)	<i>She is studying Math.</i> (Ela está estudando Matemática)	<i>She has studied for the exam.</i> (Ela estudou para as provas)
Presente	<i>I study English.</i> (Eu estudo Inglês)	<i>I am studying Math.</i> (Eu estou estudando Matemática)	<i>I have studied for the exam.</i> (Eu estudei para a prova)
Pretérito	<i>I studied...</i> (Eu estudei...)	<i>I was studying...</i> (Eu estava estudando...)	<i>I had studied...</i> (Eu tinha estudado...)

Fonte: elaborado pela autora.

O futuro em inglês pode ser construído de três formas: com o presente do indicativo, exemplo: *the class **starts** in 2 hours*. Com o verbo auxiliar modal *will*, exemplo: *the teacher **will give** us the results of the evaluation*. Por fim, com a perífrase “*be going to* + forma simples do verbo” ou com o presente contínuo “*be* + gerúndio”: *i **am going to travel** next holidays. **Are you traveling** too?* ”

Os verbos auxiliares modais

Os verbos modais são verbos que designam a atitude do falante com relação ao seu próprio enunciado. Eles permitem ao falante manifestar seu grau de convicção quanto à veracidade do conteúdo real ou hipotético dos fatos enunciados. Esses verbos podem ter muitos sentidos, que foram agrupados em três grupos principais.



Assimile

Quadro 3.6 | O uso dos verbos auxiliares modais

Probabilidade - <i>MUST</i> - <i>SHOULD</i> Possibilidade - <i>MAY</i> - <i>MIGHT</i>	<i>He <u>must have overslept</u>:</i> <i>Dinner <u>should be</u> ready in a few minutes;</i> <i>Problems <u>may occur</u>.</i> <i>The equipment <u>might stop</u> in case it falls to the floor.</i>
Requisição - <i>MUST</i> - <i>HAVE TO</i> - <i>SHOULD</i> Permissão - <i>CAN</i> - <i>MAY</i>	<i>Candidates have to speak a second language fluently.</i> <i>They <u>should fill in</u> the forms up to May 30th.</i> <i>They <u>must submit</u> their professional resume.</i> <i>You <u>can compose</u> your text using composition apps.</i> <i>You <u>may use</u> writing aids to improve you writing.</i>
Habilidade - <i>CAN</i> Disposição - <i>WILL</i>	<i>She <u>can speak</u> very persuasively.</i> <i><u>Will</u> you <u>help</u> me?</i> <i>You <u>will write</u> messages faster with Smart Compose.</i>

Fonte: Huddleston (2008, [s. p.]).

Os verbos auxiliares não modais

Pelo que já vimos nesta unidade, os verbos auxiliares não modais são **be**, **have**, **do**. Os verbos **be** e **have** são usados em verbos compostos com aspecto durativo (**be** + gerúndio) e com aspecto perfectivo (**have** + particípio). As construções que não apresentam verbos modais ou auxiliares na sentença declarativa deverão formar frases interrogativas e negativas com o verbo **do** (**does**, **did**).



Faça você mesmo

Forme uma frase interrogativa e uma frase negativa a partir do modelo declarativo:

I worked hard to learn the English verbs.

Para praticar, transforme algumas frases declarativas desta unidade em frases declarativas negativas e frases interrogativas.



Pesquise mais

Para aprender um novo vocabulário todo dia, assista aos vídeos produzidos pelo canal **BBC Learning English**. Na série *6-minute-vocabulary*, o canal britânico apresenta o vocabulário da língua inglesa por meio de notícias, entrevistas e temas da atualidade em apenas seis minutos. Cada um dos vídeos inclui apresentação de vocabulário em uso, perguntas e desafios para os alunos-ouvintes e técnicas para aprender palavras novas em uma língua estrangeira.

BBC Learning English – você quer aprender a falar inglês? **Vocabulary:** How to use synonyms. Disponível em: <<https://goo.gl/CSw2gJ>>. Acesso em: 24 maio 2018.

BBC Learning English – você quer aprender a falar inglês? **Vocabulary:** How to use antonyms. Disponível em: <<https://goo.gl/HXJyW3>>. Acesso em: 24 maio 2018.

Sem medo de errar

A análise de slogans de campanhas publicitárias tem o objetivo de oferecer ao aluno textos curtos para a análise linguística em situações reais de uso.

Ana e Artur deveriam pesquisar campanhas publicitárias que fossem construídas com cada um dos modelos canônicos de frases: interrogativa, exclamativa, imperativa, declarativa afirmativa e negativa. Em cada um desses modelos, a ordem das palavras pode variar. As frases declarativas expressam uma certeza do falante sobre aquilo que fala. Essas frases possuem o sujeito anteposto ao verbo. As declarativas negativas vão apresentar um verbo auxiliar acompanhando o advérbio de negação "not". A frase interrogativa apresentará uma inversão na posição do verbo auxiliar e do sujeito. As frases imperativas expressam ordem, comando, pedido. Essas frases não possuem o sujeito anteposto ao verbo. As frases exclamativas são terminadas por um ponto de exclamação. Podem ser compostas de uma só palavra, ou de uma frase declarativa completa.

Em suma, a ordem das palavras pode variar desta forma:

Frases declarativas afirmativas

Sujeito + Verbo + Objetos.

Frases declarativas negativas

Sujeito + Verbo auxiliar + not + verbo principal + Objetos.

Frase interrogativa

Verbo auxiliar + sujeito + verbo principal + objetos.

Frase imperativa

Verbo principal + objetos.

Outra diferença entre os dois idiomas quanto à ordem das palavras na frase é a anteposição do adjetivo em relação aos substantivos que eles determinam. Ou seja, em inglês, a ordem dos termos na frase é determinantes + adjetivo + substantivo.

A ordem das palavras em língua inglesa

Descrição da situação-problema

Com o conhecimento que você já tem sobre campanhas publicitárias e os conhecimentos que adquiriu de vocabulário e gramática da língua inglesa, você certamente consegue ler e interpretar estes e outros slogans com ajuda de dicionários.

It's hard to be nice if you don't feel comfortable. (Dockers Jeans).
See how good they feel. (Van Dal, women's shoes).
Worn by the world's most precious feet. (Startrite children's shoes).
Enduring comfort. (Bridgedale socks).
Where do you do your best thinking? (IBM ThinkPad notebooks).
Life is harsh. Your tequila shouldn't be. (Sauza tequila brand).
Share something good. (Tostitos crunchy chips brand).
It's good to be home. (Air Wick air fresheners).
A diamond lasts forever. (De Bierres).
The best a man can get. (Gillette).
Absolute cleanliness is Godliness! (Dr. Bronner's magic soap).
(KE; WANG, 2013, p. 282)

”

Pesquise nesses slogans de campanhas publicitárias, modelos de frases interrogativas, imperativas, exclamativas, afirmativas e negativas. Analise a posição dos verbos em cada uma dessas frases.

Quais exemplos foram mais fáceis de encontrar? Quais são as principais diferenças entre a ordem das palavras em inglês e em português?

Resolução da situação-problema

1. Exemplos de slogans construídos com frase interrogativa:



Where do you do your best thinking? (IBM ThinkPad notebooks)
(KE; WANG, 2013, p. 282)

Nessa pergunta, o verbo auxiliar *do* antecede o sujeito *you*. O verbo principal da frase é o segundo verbo *do*, com sentido de fazer.

2. Exemplos de slogans construídos com frases imperativas



Share something good. (Tostitos crunchy chips brand)
See how good they feel. (Van Dal, women's shoes)
(KE; WANG, 2013, p. 282)

Os slogans construídos por frases imperativas são comandos, ordens, pedidos e sugestões dadas pelo falante ao seu interlocutor. Essas frases são iniciadas pelo verbo e o sujeito subentendido (*you*) não está expresso.

3. Exemplos de slogans construídos como exclamativas:



Absolute cleanliness is Godliness! (Dr. Bronner's magic soap)
(KE; WANG, 2013, p. 282)

Além do ponto de exclamação, as frases exclamativas expressam emoções e sentimentos do falante em relação ao que é dito.

4. Exemplos de slogans construídos com frases declarativas afirmativas:

It's good to be home. (Air Wick air fresheners)
A diamond lasts forever. (De Bieres)
The best a man can get. (Gillette) (KE; WANG, 2013, p. 282)

”

Em inglês, uma frase declarativa é aquela em que o sujeito precede o verbo. Os verbos, nesses slogans, são: *is, is, lasts, can get*.

5. Exemplos de slogans construídos como negativa:

It's hard to be nice if you don't feel comfortable. (Dockers Jeans)
Life is harsh. Your tequila shouldn't be. (Sauza tequila brand) (Idem)

”

Na frase negativa *if you don't feel comfortable*, o verbo auxiliar *do* foi inserido para acompanhar o advérbio de negação *not*. No segundo slogan, *Your tequila shouldn't be*, o verbo auxiliar modal *should* recebe o advérbio de negação *not*.

Os slogans podem ser construídos como frases interrogativas, imperativas, exclamativas, declarativas negativas e afirmativas. Em nossa seleção de slogans para análise, as construções sintáticas mais comuns foram as declarativas afirmativas. Os slogans construídos como declarações afirmativas expressam certeza do falante em relação às qualidades de um produto.

A principal diferença entre o português e o inglês quanto à ordem das palavras na frase está na anteposição do adjetivo em relação aos substantivos que eles determinam. Assim, no slogan *Absolute cleanliness is Godliness*, o adjetivo *absolute*, absoluto(a), antecede o substantivo *cleanliness*, limpeza. Em português a ordem desses termos na frase seria invertido com relação ao inglês: limpeza absoluta.

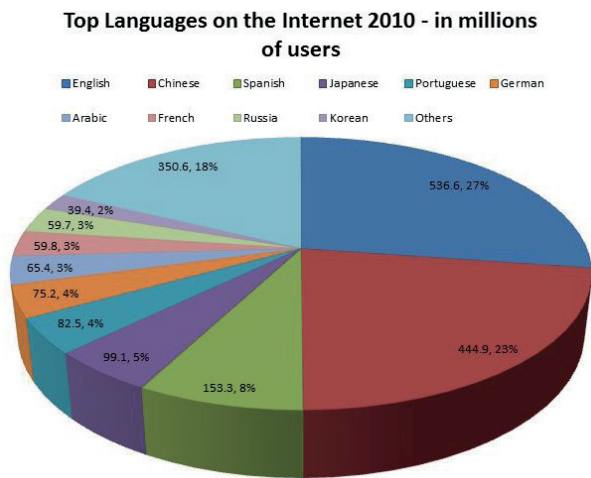
Outra diferença entre os dois idiomas está no uso de verbos auxiliares para a construção de interrogativas e negativas em língua inglesa. Nas interrogativas, a ordem dos vocábulos muda, pois os verbos auxiliares devem anteceder o sujeito da frase. Entre esses verbos auxiliares, os verbos modais funcionam como auxiliares em perguntas e negativas, mas também podem expressar a atitude do

falante em relação ao que se diz (como *should* em *Your tequila shouldn't be*; e *can* em *The best a man can get*).

Faça valer a pena

1. Considere este gráfico como texto base da questão.

Figura 3.1 | Top languages on the internet 2010 – in millions of users



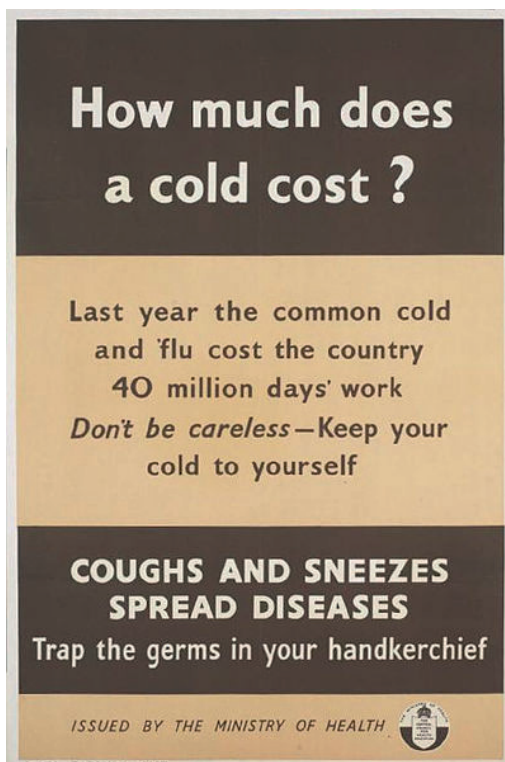
Fonte: <<https://goo.gl/8pccLP>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

Sobre as palavras que compõem o título e a legenda desse gráfico, é correto afirmar que:

- a) A palavra *top* é um substantivo, e a palavra *languages* é um adjetivo.
- b) A palavra *top* é um adjetivo, e a palavra *languages* é um substantivo.
- c) As palavras *English*, *Chinese*, *Spanish*, *Arabic*, *Portuguese* são advérbios.
- d) As palavras *English*, *Chinese*, *Spanish*, *Arabic*, *Portuguese* são verbos.
- e) As palavras *English*, *Chinese*, *Spanish*, *Arabic*, *Portuguese* são nomes de países.

2. Analise este cartaz produzido pelo Ministério da Saúde.

Figura 3.2 | Cartaz – Ministério da Saúde



Fonte: <<https://goo.gl/JXDwCG>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

Localize os verbos auxiliares e principais nas frases:

I. *How much does a cold cost.*

II. *Don't be careless.*

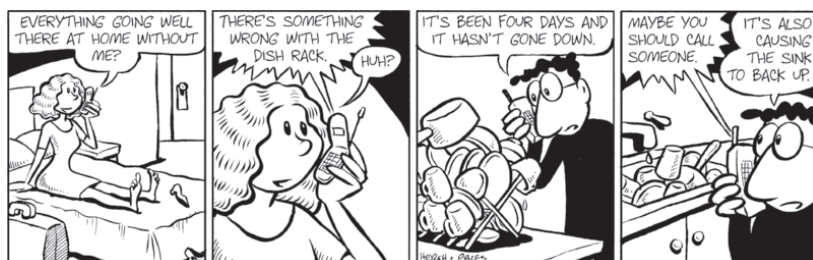
III. *Keep you cold to yourself.*

Assinale a alternativa correta que contém os respectivos verbos auxiliares e principais das frases destacadas:

- a) I. Cost; II. Don't; III. Keep.
- b) I. Does; II. Don't; III. Keep.
- c) I. How much; II. Careless; III. Yourself.
- d) I. Does; II. Don't, III. To yourself.
- e) I. Does, cost; II. Don't be; III. Keep.

3. Veja o quadrinho a seguir.

Figura 3.3 | HQ de Stephen Hersh and Nina Paley



Fonte: <<https://goo.gl/ZTCwNi>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

No segundo quadrinho, o marido diz: “it has been four days and it hasn't gone down”. No terceiro quadrinho, ele conclui “it's also causing the sink to back up”. A palavra it se refere ao substantivo *dish rack*.

Em que tempo verbal estão flexionados os verbos em destaque? Assinale a alternativa correta.

- a) it has been & it hasn't gone (presente perfeito) / it's causing (presente contínuo).
- b) it has been & it hasn't gone (pretérito perfeito) / it's causing (pretérito contínuo).
- c) it has been & it hasn't gone (presente contínuo) / it's causing (presente perfeito).
- d) it has been & it hasn't gone (presente simples) / it's causing (pretérito simples).
- e) it has been & it hasn't gone (pretérito contínuo) / it's causing (pretérito perfeito).

Seção 3.2

Aspectos textuais e linguísticos básicos da língua inglesa

Diálogo aberto

Ana e Artur ficaram muito satisfeitos de terem iniciado o curso de inglês instrumental logo após conseguirem um estágio. Isso porque, no trabalho, eles precisam mesmo usar o idioma.

Logo na segunda semana de estágio, os colegas tiveram de ler diversos textos em língua estrangeira. A princípio, eles pegaram um dicionário bilíngue e começaram a pesquisar quase todas as palavras dos textos. Que trabalho! Para sua surpresa, Ana percebeu que algumas palavras em inglês eram muito parecidas com palavras da língua portuguesa. Artur comentou com Ana que já tinha percebido isso. Os dois, no entanto, não sabiam dizer se as palavras tinham ou não tinham o mesmo significado nas duas línguas. Portanto, continuaram usando o dicionário para tirar dúvidas. Perceberam, enfim, que algumas dessas palavras tão semelhantes nos dois idiomas tinham o mesmo significado. Outras, não.

Como será que os dois poderão saber quando duas palavras que parecem semelhantes em inglês e em português têm ou não têm o mesmo significado? Seria possível compreender o sentido geral de um texto a partir da leitura de palavras cognatas?

E você, conhece alguma estratégia para reconhecer se as palavras são ou não são cognatas, ou seja, se duas palavras muito parecidas nos dois idiomas possuem o mesmo significado?

Nesta seção, vamos apresentar algumas técnicas de leitura de textos em inglês. Você vai aprender o que é linguagem verbal e não verbal, palavras-chave e palavras cognatas. Você vai aprender também a reconhecer os gêneros textuais, por meio da identificação das situações comunicativas em que circulam os textos e da finalidade da comunicação.

Hope you can learn a lot!

Não pode faltar

Welcome!

Nesta seção, vamos apresentar algumas técnicas para a leitura de textos em língua inglesa. Vamos explorar a linguagem verbal e não verbal de um texto, o reconhecimento dos gêneros textuais e das funções do texto, as palavras-chave e palavras cognatas.

Formas de linguagem (verbal e não verbal) - Inglês para comunicação

A linguagem é uma faculdade humana, uma capacidade inata para usar símbolos, ou seja, codificar e decodificar mensagens. Uma língua é apenas uma parte dessa faculdade de linguagem ou, dito de outra forma, a linguagem verbal é somente uma das manifestações de nossa capacidade simbólica.

Em todo ato de comunicação entre um emissor e um ou mais destinatários, não são somente as palavras que portam a mensagem: elementos visuais, táteis, sonoros e até olfativos são planejados para funcionar como um código e compõem uma linguagem bastante complexa.



Exemplificando

As placas de sinalização de trânsito são usadas para se comunicar com os motoristas sobre as condições de usos de ruas e rodovias. Para essa comunicação utilizam-se formas geométricas, cores, desenhos e palavras. Para compreender essas mensagens é preciso conhecer o código de trânsito. Por exemplo, no Reino Unido, as placas azuis costumam indicar o que o motorista deve fazer, ao passo que as placas com círculos vermelhos indicam interdições.

Figura 3.4 | *No vehicles carrying explosives*



Fonte: <<https://goo.gl/Y4igwJ>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

Figura 3. 5 | *Vehicles permitted to use a High Occupancy Vehicle (HOV) lane ahead*



Fonte: <<https://goo.gl/udvnZE>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

Sabendo que as placas de trânsito retangulares de cor azul no Reino Unido indicam mensagens positivas (e não de proibição), podemos estudar as palavras que compõem a parte verbal do texto no contexto específico da comunicação de leis de trânsito para motoristas. Ou seja, podemos tentar compreender o léxico desse texto: *"lane"* *"for vehicles with 2 or more persons"* e *"no HGVs over 7.5T"*.

A língua, parte verbal da linguagem que se manifesta na fala ou na escrita, é mais complexa que outros códigos que o humano conseguiu criar até hoje. Entretanto, os códigos mais simples e os usos mais complexos da língua são fenômenos que possuem uma forte determinação social: são um conjunto de convenções adotadas por uma comunidade para permitir o exercício da faculdade de linguagem.

Domínio lexical (inglês): palavras cognatas, palavras-chave, repertório de vocabulário

A linguagem verbal é o produto mais elaborado de nossa capacidade de simbolização. Quando estudamos uma língua buscamos conhecer as convenções linguísticas determinadas por uma cultura. De forma quase imediata buscamos conhecer as palavras que compõem o idioma, ou seja, buscamos dominar o léxico, o vocabulário desse idioma.

Nenhum falante de uma língua natural é capaz de conhecer todas as palavras de uma língua, porque as palavras nascem e morrem a todo momento. As línguas estão em constante transformação. Mas podemos estudar o léxico de um texto, ou seja, estudar as palavras que fazem parte de um determinado contexto de comunicação. Usando o exemplo na Figura 3.5, as palavras *lane*, *vehicles*, *HGV* são palavras que fazem parte do contexto das placas de trânsito. Da mesma forma, as palavras *web*, *page*, *link*, *blog* e *site* remetem ao contexto específico da internet. Agrupar as palavras de acordo com o contexto em que elas aparecem é uma boa forma de estudar o léxico de um idioma.

Uma forma de abordar a leitura de textos em inglês é a partir do reconhecimento das palavras cognatas. As palavras cognatas são aquelas que têm a mesma origem etimológica, por isso, são parecidas tanto na forma quanto no significado, como *vehicle* e veículo.



Assimile

Existem muitas palavras em língua inglesa que são cognatas do português, ou seja, elas têm a mesma origem etimológica, por isso, são parecidas tanto na forma quanto no significado. Veja esta pequena lista de cognatos e perceba a semelhança entre as palavras.

accept – aceitar

archives – arquivos

assistance – assistência

atmosphere – atmosfera

bureaucracy – burocracia

calculate – calcular

category – categoria

communication – comunicação

conflict – conflito

consultant – consultor

consumer – consumidor

context – contexto

A lista de palavras cognatas é muito extensa. Por isso, o estudo dos cognatos pode ser de grande ajuda para a compreensão de textos em língua estrangeira.



Pesquise mais

Para pesquisar palavras da língua inglesa derivadas do latim e do grego, consulte este dicionário das famílias etimológicas da língua inglesa:

ENGLISH-WORD Information. Disponível em: <<http://wordinfo.info/>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

Para conhecer palavras cognatas do inglês, espanhol, francês, português e italiano, você pode acessar:

COGNATE Linguistics. Disponível em: <<http://www.cognates.org/>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

Quando lemos um texto em língua estrangeira, podemos tentar compreender qual é o tema do texto a partir da identificação de palavras-chave. Por meio da compreensão do campo lexical das palavras que compõem o texto, é possível identificar o tema do texto. As palavras-chave de um texto podem aparecer em destaque, em títulos, subtítulos, legendas, ilustrações. O tema de um texto também costuma aparecer no primeiro parágrafo do texto. Da mesma forma, o assunto de cada parágrafo deverá aparecer na primeira frase do parágrafo.

Análise e interpretação de texto (reconhecimento do gênero textual e análise de sua função) - Inglês para comunicação

Para compreender um texto, o leitor precisa, antes de tudo, compreender qual é a situação comunicativa em que aquele texto circula. Para apreender a situação comunicativa é necessário saber,

ou inferir, quem é o emissor da mensagem, a quem ela é destinada e qual é o canal de comunicação usado para difundi-la.

Isso significa dizer que, para compreender o tema geral de um texto e todos os assuntos específicos nele abordados, é preciso identificar qual é o gênero textual que estamos lendo. Mas o que é um gênero textual?

Os textos são constituídos para atender a determinados objetivos, explícitos e/ou implícitos, de uma situação de comunicação. As escolhas de vocabulário e estrutura de cada texto serão definidas para atender aos objetivos da comunicação compartilhados entre a comunidade discursiva na qual o texto circula. Isso significa dizer que os textos são elaborados para atender a determinada (s) função (ões) em uma situação comunicativa específica. Os gêneros textuais são tipos mais ou menos estáveis de enunciados elaborados para atender as funções de cada uma dessas situações comunicativas.

Portanto, para identificar o gênero de um texto é preciso conhecer a função a que se presta o texto e a comunidade discursiva em que aquele texto circula. A partir dessa identificação, o leitor poderá fazer previsões e interpretações corretas a respeito da leitura do texto.



Assimile

Para compreender a finalidade com que a língua é utilizada entre dois ou mais falantes, é preciso identificar os fatores constitutivos de todo ato de comunicação: emissor, destinatário, referente, canal, código e mensagem. "Cada um desses fatores determina uma diferente função da linguagem" (JAKOBSON, 2010, p. 157).

1. **Função emotiva ou expressiva** é centrada no emissor da mensagem. A expressão de sentimentos do emissor e o uso de exclamativas são exemplos dessa função da linguagem.
2. **Função conativa ou apelativa** é centrada no destinatário da mensagem. Gêneros que visam convencer, dar conselhos e ordens ao leitor são exemplos dessa função.
3. **Função denotativa, referencial ou informativa** está organizada com foco nos referentes da mensagem, os temas e assuntos sobre os quais

se fala. Os textos cuja função primordial seja informar o leitor a respeito de um assunto possuem essa função.

4. **Função fática** é centrada no canal de comunicação. Essa função aparece quando a mensagem busca assegurar a interação e o contato entre emissor e receptor. As estratégias para chamar a atenção do leitor e garantir a continuidade da comunicação são exemplos da função fática.

5. **Função metalinguística** usa a linguagem para falar sobre a própria linguagem. Ou seja, explica um código usando o próprio código. Este texto que você está lendo agora tem como função principal a função metalinguística.

6. **Função poética** é centrada na própria mensagem. Textos com essa função usam a linguagem de maneira figurada, pois seu objetivo é criar uma mensagem única, elaborada de maneira não convencional. Letras de canções, poemas, obras de ficção, assim como slogans de campanhas publicitárias, têm uma função poética.

As mensagens trocadas entre um emissor e um destinatário podem ter mais de uma função. Assim como em contextos específicos, uma das funções poderá sobressair as demais.

Leitura e entendimento do contexto de uma obra com o uso do conteúdo aprendido – Inglês

Sempre que lemos um texto buscamos informações a respeito do contexto de difusão daquela mensagem para que possamos interpretá-la de maneira apropriada. Muitas vezes, fazemos isso sem pensar muito, num processo quase inconsciente. Quando ainda não conhecemos muito bem uma língua estrangeira e nos propomos a ler nessa língua, a análise do contexto em que a mensagem circula passa ao primeiro plano, pois a partir do contexto poderemos reunir pistas que nos ajudem a decodificar o idioma que ainda não conhecemos tão bem.

A significação de um texto só pode emergir de seu contexto de produção, circulação e recepção. Podemos tirar como exemplo a significação de uma palavra qualquer isolada de todo contexto de comunicação e teremos uma lista de possíveis significados para essa palavra, tal como constam no dicionário.

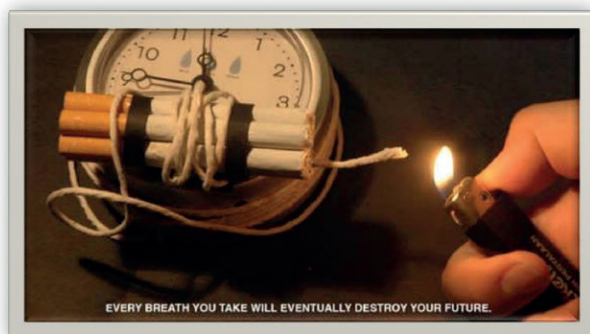
Analisar o contexto significa decompor a situação comunicativa em suas partes, ou seja, compreender quem é o emissor e o destinatário, analisar qual é o canal e o código usado para compor a mensagem e, por fim, qual é o referente da mensagem. Depois de compreender as partes, é preciso interpretar a mensagem em referência a todos esses elementos da comunicação.



Exemplificando

Observe atentamente os elementos verbais e não verbais deste anúncio publicitário. Analise o contexto de comunicação: você saberia dizer quem é o emissor, destinatário, canal, código, e referente desse evento comunicativo? Qual das funções da linguagem prevalece no texto?

Figura 3.6 | Campanha publicitária – *EVERY BREATH YOU TAKE WILL EVENTUALLY DESTROY YOUR FUTURE*



Fonte: Gagliardi (2014, [s. p.]).

Essa campanha publicitária é composta de elementos não verbais, uma fotografia, e elementos verbais, uma espécie de slogan que diz: *Every breath you take will eventually destroy your future*. Os elementos não verbais são constituídos de um relógio ao qual estão atados cigarros, como se fossem explosivos em uma bomba relógio. Um pavio une o relógio e os cigarros. No canto inferior direito, uma mão segura um isqueiro aceso bem próximo do pavio. A luz emitida pelo fogo do isqueiro chega a tocar o pavio, dando a impressão de que ele pegará fogo a qualquer momento. Essas imagens são capturadas em close por uma fotografia. A mensagem verbal está sobreposta, na parte inferior. A bomba representa perigo, o isqueiro aceso assusta o leitor, pela eminência da explosão.

Os elementos não verbais da mensagem têm uma função referencial, já que o tema da prevenção contra o tabagismo é representado pela imagem do cigarro atado à bomba. A imagem também desempenha uma função conativa, pois captura a atenção do leitor e tende a fazer o destinatário da mensagem reagir, tomar uma decisão de afastar-se do perigo representado pelo cigarro.

O anúncio é uma campanha de conscientização contra o tabagismo. A mensagem, composta por foto e texto parece ideal para circular em meios impressos, como jornais, revistas, cartazes para serem expostos próximos a pontos de venda de cigarros e até nos maços. Contudo, também poderá ser usada em meios eletrônicos, como a internet. Note-se que o anúncio não tem uma assinatura, portanto, não é possível saber quem o produziu. Deduz-se que esse anúncio não tenha sido veiculado por nenhuma empresa, mas provavelmente ter sido criado como exercício de composição de peças publicitárias. O público-alvo desse anúncio são os fumantes em particular, mas não fumantes também são impactados. Assim como uma bomba que, ao explodir, mata todos em seu entorno, o anúncio também faz alusão aos perigos do cigarro para todas as pessoas que estão em torno dele, fumantes ativos ou passivos.

A parte verbal da mensagem diz: *Every breath you take will eventually destroy your future*. As palavras sublinhadas são cognatas do advérbio “eventualmente”, do verbo “destruir” e do substantivo “futuro”. Provavelmente, a mensagem diz que o cigarro eventualmente destruirá o futuro (de quem fuma e de quem está ou vive perto do cigarro). A palavra *future* nos ajuda a recordar o verbo auxiliar *will* que é um verbo modal o qual indica algo que seguramente acontecerá no futuro. Observe que o advérbio é terminado em *-ly* e está posicionado entre o verbo auxiliar *will* e o verbo principal *destroy*.



Reflita

E a palavra *breath* em *every breath you take*? O que será que ela significa? Como você traduziria para o português o slogan dessa campanha publicitária (Figura 3.6)?

Ao buscar a palavra no dicionário, notaremos que ela está sendo usada em sentido figurado. O sentido de *breath* é inspiração, ato de tomar ar, uma parte da respiração. Não inspiramos cigarros, nem em inglês dizemos *to breath a cigarette*. A imagem figurada dá potência à mensagem verbal: “a cada inspiração” do cigarro, “toda vez que você respira” o cigarro.

Nesta unidade, você descobriu como usar as palavras cognatas e as palavras-chave para fazer inferências sobre o tema de um texto. Você também descobriu que em um evento de comunicação, a situação de comunicação configura as funções que a mensagem pode ter. Esse conhecimento é importante para compreender o que são os gêneros textuais e como interpretar corretamente os elementos verbais e não verbais de um texto.



Pesquise mais

Para saber mais sobre os elementos da comunicação e sobre as funções da linguagem, leia:

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 18. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2010. p. 155 - 168.

Sem medo de errar

Ana e Artur começaram a ler textos em língua inglesa e, a princípio, usaram o dicionário para consultar o significado de todas as palavras. Ao se depararem com palavras muito semelhantes em inglês e português, os colegas se perguntaram se essas palavras tinham o mesmo significado.

Há muitas palavras cognatas em inglês e português, ou seja, palavras que têm a mesma origem e possuem o mesmo significado nas duas línguas. Essas palavras podem ter se originado em uma língua e migrado para outras línguas, por isso têm a forma e o conteúdo semelhantes nos dois idiomas. Por exemplo, muitas palavras latinas e gregas deram origem a vocábulos em inglês e em português: *altruism*, *ambiguous*, *conglomerate*, *debilitate*, *flux*, *incalculable*, *insipid*, *introspection*, *mundane*, *obvious*, *perpetuate*, *simulacrum*.

Muitos termos científicos, em várias áreas do conhecimento, têm origem latina: *astrology, calendar, cure, diagnosis, diameter, geography, germ, mathematics, medicine, mythology, planet, suffix, surgery, symptom, theory*.

Palavras da língua inglesa também migraram para o português, como as palavras usadas na internet. Na leitura de um texto, o conhecimento das palavras cognatas pode ajudar a compreender o tema central do texto.

Podemos ler um texto para buscar informações a respeito do contexto de difusão daquela mensagem. Ao analisar o contexto, busca-se compreender quem é o emissor, o destinatário, de que forma a mensagem é difundida e qual é sua função. Essas informações podem ser encontradas em partes de destaque do texto (títulos, subtítulos, primeiro parágrafo, imagens, legendas, gráficos, assinaturas). O conhecimento do gênero textual, textos mais ou menos estáveis que atendem a determinadas funções comunicativas e o conhecimento das palavras cognatas e das palavras-chave de um texto podem auxiliar a compreensão do contexto e do tema geral de um texto.

Avançando na prática

Descobrir o tema central do texto e o contexto de comunicação

Descrição da situação-problema

Para ler um texto em língua inglesa não é preciso conhecer todas as palavras que o formam. Antes de mais nada é preciso identificar que texto é aquele, onde circula, quem elaborou aquela mensagem, para que destinatários, com qual intenção comunicativa. A análise da linguagem verbal e não verbal que compõe o texto pode ajudar a identificar as funções do texto e alguns elementos da comunicação. Além disso, as palavras cognatas podem ajudar na identificação do tema central do texto.

Você poderia definir o tema deste texto a partir de seu conhecimento sobre os gêneros textuais e da leitura das palavras cognatas? Como você traduziria o título e os subtítulos do texto?

De acordo com o texto, como é possível controlar o fluxo de comunicação em uma empresa?



Importance of Communication in the Business World

Business people without exception can cite instances where a project deadline was not met, a customer complaint was not handled well or stockholders were not well informed about the status of the business. While there are usually extenuating circumstances that caused the glitch, almost always poor or inadequate communication was part of the problem. Good business communication could have helped alleviate the situation.

Good Business Communication

Good communication means the intended message you send is received by your audience without any distortions in meaning. This definition applies to not only personal communication among friends or relatives, but to business situations where you may be communicating with a co-worker one-on-one or in a meeting with several or more people. The key here is clarity.

Good Communicators Generally Do Good Work

Good business communication helps get the job done well, on time and on budget. The boss or team member who can communicate objectives, reasoning and step-wise tasks in a concise and coherent manner contributes more to a company's success than one who does not. These communicators are highly valued in today's complex and competitive business world, and are often earmarked for promotion and increased responsibility.

Controlling Communications Flow

Today there are many more ways to communicate than there were just a few years ago and access to communication devices is almost universal in most businesses. Communication is also almost instantaneous. The ease with which you can use a laptop, cell phone or other device to communicate with co-workers, clients and others has made business easier. But, it can have drawbacks. To ensure your business is using modern communication effectively make sure you have ways to archive information for later access. For example, a salesperson needs to archive

email messages from and to clients so that exact job specs are readily available and jobs are handled properly.

Cross-Cultural Communication

In today's global economy, businesses cannot ignore the importance of cross-cultural communication. Businesses are finding that it is in their best interest to learn about national, cultural and ethnic groups they need to communicate with to grow their businesses. Knowledge of language nuances and local customs are important to that growth as a misstep can cause a lost sale or a delayed Project. (NIELSEN, 2018, [s. p.])

Resolução da situação-problema

O texto é um artigo de opinião e foi publicado na seção *Small business* de um jornal eletrônico do Texas, *Houston Chronicle*. O tema do texto está expresso no título: a importância da comunicação no mundo dos negócios. Os subtítulos podem ser traduzidos por: "boa comunicação empresarial", "bons comunicadores geralmente fazem um bom trabalho", "controle do fluxo de informação" e "comunicação intercultural".

De acordo com o texto, o controle de comunicação em uma empresa visa garantir que os meios tecnológicos de comunicação são usados de forma eficaz. O texto alerta para a necessidade de manter registros de comunicações entre vendedores e clientes, por exemplo, para garantir que os produtos e serviços sejam providenciados de forma profissional.

Faça valer a pena

1. Leia o texto e a lista a seguir:

A study of vocabulary used in advertising listed the most common adjectives and verbs in order of frequency. They are:

Adjectives	Verbs
1. new	1. make

2. good/better/best	2. get
3. free	3. give
4. fresh	4. Have
5. delicious	5. see
6. full	6. buy
7. sure	7. come
8. clean	8. go
9. wonderful	9. Know
10. special	10. keep
11. crisp	11. look
12. fine	12. need
13. big	13. love
14. great	14. use
15. real	15. Feel
16. easy	16. like
17. bright	17. choose
18. extra	18. take
19. safe	19. start
20. rich	20. taste"

(KE, 2013, [s. p.])

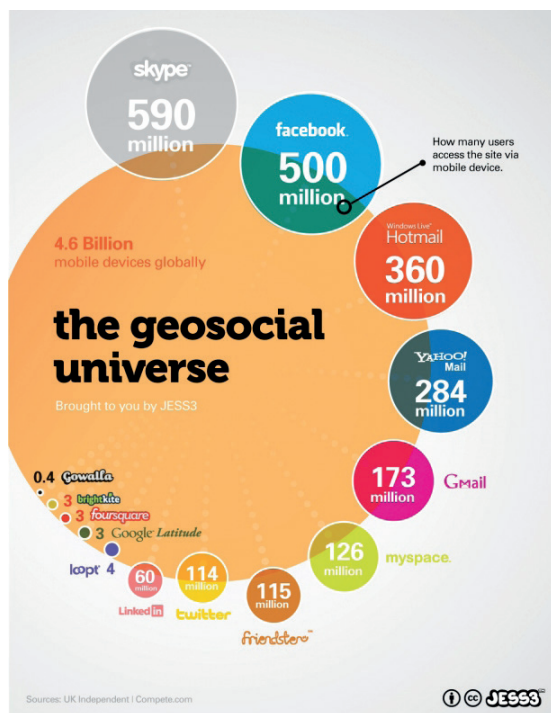
A pesquisa acadêmica sobre o uso de adjetivos em slogans de anúncios publicitários em inglês listou 20 adjetivos e 20 verbos mais usados nesse gênero textual.

Leia a lista e assinale a alternativa correta que contém uma palavra não cognata do inglês e português:

- a) *Delicious.*
- b) *Special.*
- c) *Real.*
- d) *Extra.*
- e) *Choose.*

2. Considere este infográfico como texto base da questão:

Figura 3.7 | Infográfico



Fonte: <<https://goo.gl/Rzg2ne>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

O infográfico apresenta páginas e aplicativos que usam a geolocalização para conectar pessoas e serviços. Os números apresentados no gráfico referem-se a [...]

Assinale a alternativa que completa corretamente a afirmação acima:

- a) Quantidade de usuários que se conectam a essas páginas pelo celular.
- b) Quantidade de acessos a cada página.
- c) Quantidade de pessoas que usam esses serviços.
- d) Quantidade de pessoas que possuem aparelhos celulares.
- e) Quantidade de acessos em redes fixas de celular.

3. Confira atentamente a figura a seguir:

Figura 3.8 | Panel of Tiles, 17th century. Ceramic; fritware, painted in cobalt blue and turquoise under a transparent glaze, 28 x 28 x 1 in. (71.1 x 71.1 x 2.5 cm)



Fonte: <<https://goo.gl/AaB1rH>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

Em seguida, leia a legenda desse objeto:



ARTS OF THE ISLAMIC WORLD

Glazed ceramic tiles were one of the most popular forms of architectural decoration in the Middle East. This panel of tiles has religious subject matter: the Arabic inscriptions name Allah, the Prophet Muhammad, and the four caliphs of the Sunni tradition. The decorative motifs make reference to Paradise, which in the Islamic tradition is described as a garden entered via a gateway with three arches.

MEDIUM Ceramic; fritware, painted in cobalt blue and turquoise under a transparent glaze
Place Made: Damascus, Middle East, Syria

DATES 17th century

DYNASTY Ottoman

PERIOD Ottoman Period

DIMENSIONS 28 x 28 x 1 in. (71.1 x 71.1 x 2.5 cm) wallmount

(overall with wall mount): 31 1/2 x 31 1/2 x 2 1/2 in. (80 x 80 x 6.4 cm)

COLLECTIONS Arts of the Islamic World

MUSEUM LOCATION This item is on view in Great Hall, Center, 1st floor.

(BROOKLYN Museum, [s. d.], [s. p.])

Assinale a alternativa que apresenta corretamente qual é a função comunicativa mais importante do texto publicado na página do *Brooklyn Museum*, segundo a classificação proposta por Roman Jakobson.

- a) Função referencial.
- b) Função poética.
- c) Função emotiva.
- d) Função metalinguística.
- e) Função conativa.

Seção 3.3

Conhecimento de vocabulário na leitura e escrita em língua inglesa

Diálogo aberto

Na terceira semana de estágio, o volume de trabalho de Ana e Artur aumentou. Eles precisaram ler notícias jornalísticas sobre temas variados. Os colegas perceberam que o estudo das palavras cognatas durante as primeiras leituras tinha sido de grande valia, mas não era suficiente. Eles precisavam avançar.

Na prática de leitura, eles perceberam que o texto dava algumas pistas sobre o significado das palavras desconhecidas. A partir dessas pistas, eles podiam fazer inferências sobre o sentido de uma palavra para prosseguir a leitura. Por fim, os colegas perceberam, também, que quanto mais eles sabiam sobre os temas tratados no texto, melhor eles conseguiam inferir o sentido das palavras.

Quais desafios Ana e Artur vão encontrar na leitura de textos jornalísticos? Ana e Artur conhecem os gêneros textuais que circulam na esfera jornalística. Certamente, esse conhecimento vai ajudá-los a compreender o sentido geral do texto. Além disso, os elementos verbais e não verbais da mensagem e o conhecimento que já adquiriram sobre o vocabulário e a gramática da língua inglesa também vão ajudar.

Este é um dos textos com que Ana e Artur se depararam nessa semana de trabalho:



Millions in the UK and EU at financial risk because of Brexit contract problem, new study shows

Issue of contract continuity should be dealt with separately to political negotiations, researchers state

Millions of people in the UK and across the rest of Europe are at financial risk because of Brexit, new research from financial services industry body TheCityUK has revealed.

The risk arises from questions around what will happen

to millions of cross-border contracts when the UK leaves the EU.

According to the research, contracts affected will include insurance policies, derivatives contracts, pensions agreements and credit facilities.

Some contracts simply cannot be transferred - they may include termination provisions which will be triggered by Brexit - and require special regulatory intervention, TheCityUK said, while others require new entities to be set up and capitalised, which can take a long time.

(MORRISON, 2018, [s. p.])

Quais outras estratégias poderão ajudá-los a compreender o sentido do texto e a ampliar seu conhecimento do vocabulário em língua inglesa? Como eles poderão registrar novo vocabulário?

Nesta seção, vamos continuar explorando o vocabulário de um texto e apresentaremos técnicas de dedução do significado de uma palavra durante a leitura. Vamos falar também de listas de terminologia específica, falsos cognatos e processos de formação de palavras na língua inglesa.

Hope you enjoy!

Não pode faltar

Welcome!

Nesta seção, além de apresentar novas formas de conhecer e pesquisar o vocabulário de um texto, vamos explorar a inferência contextual como técnica de dedução do significado de uma palavra durante a leitura. Para isso, vamos conhecer a importância e o uso de listas de terminologia específicas, os principais falsos cognatos e os processos de formação de palavras na língua inglesa.

Inglês instrumental – Lista de terminologias específicas (expressões) – Comunicação

O nosso conhecimento sobre o tema do texto pode determinar com que grau de confiança abordamos a leitura. Antes de ler, podemos pesquisar sobre o tema de um texto, compreender as ideias e conceitos envolvidos. Podemos também pesquisar o campo

lexical daquele tema, ou seja, o conjunto de termos comuns àquela área de conhecimento.

As listas de terminologia específica são formadas de termos específicos de um tema ou de uma área de pesquisa. Jargão, conceitos e expressões comumente utilizados entre profissionais de uma área são agrupados para facilitar a pesquisa e a consulta de vocabulário em língua estrangeira.



Exemplificando

Esta lista de terminologia analisou ocorrências da palavra *business* em notícias de negócios em jornais e revistas brasileiras e internacionais:



business school (faculdade de administração de empresas)
business world (mundo dos negócios)
business model (modelo empresarial)
business travel (viagem de negócios)
business investment (investimento empresarial)
business fare (tarifa comercial)
business leader (líder empresarial)
business plan (plano de negócios)
business practice (prática comercial)
to do business (fazer negócios)
to start a business (iniciar um negócio)
to run a business (dirigir um negócio)
to win a business (atrair negócios)
to operate a business (operar um negócio)
to grow business (ampliar, expandir um negócio).
(ORENHA, 2006, [s. p.])

A lista a seguir contém palavras retiradas de um glossário de comunicação. Integram a lista de expressões com a palavra *communication*.



communication flow (fluxo de comunicação)
communication networks (redes de comunicação)
communication policies (políticas de comunicação)
computer-mediated communication (CMC)
(comunicação mediada por computador [CMC])

cross-cultural communication (comunicação intercultural)
 downward communication (comunicação descendente)
 horizontal chain of communication (cadeia horizontal de comunicação)
 interpersonal communication (comunicação interpessoal)
 mass communication (comunicação de massa)
 nonverbal communication (comunicação não verbal)
 upward communication (comunicação ascendente)
 verbal communication (comunicação verbal)
 vertical chain of communication (cadeia vertical de comunicação) (HURME, 2018, [s. p.]).

Ao ler um texto em língua estrangeira, glossários, dicionários especializados ou listas de terminologia sobre o tema são de grande ajuda. Ao ler um texto sobre algum tema, produza também um glossário de termos relacionados a esse mesmo tema.

Inglês instrumental – lista de falsos cognatos – Comunicação

Na Seção 2 desta unidade apresentamos as palavras cognatas do português e do inglês. Cognatas são palavras que se assemelham na forma e no significado, porque possuem a mesma origem etimológica. Nesta seção, apresentaremos os falsos cognatos, ou seja, palavras que não são da mesma família e cujo significado é, portanto, diferente.



Vocabulário

Leia a lista de falsos cognatos em inglês e português e veja como esses substantivos são semelhantes, mas não têm o mesmo significado.

Quadro 3.7 | Falsos cognatos

Palavra em inglês	Significado em português	Palavra em português	Significado em inglês
<i>application</i>	aplicativo	<i>aplicação</i>	<i>financial investment</i>
<i>assist</i>	ajudar	<i>assistir</i>	<i>to watch</i>
<i>assume</i>	presumir	<i>assumir</i>	<i>to take over</i>

balcony	terraço	balcão	counter (in a bar)
editor	redator	editor	<i>publisher</i>
fabric	tecido	fábrica	<i>factory</i>
library	biblioteca	livraria	<i>bookshop</i>
notice	perceber	notícia	<i>news</i>
parents	pais	parentes	<i>relatives</i>
pasta	massa	pasta	<i>folder</i>
pretend	fingir	pretender	<i>to intend</i>
pull	puxar	pular	<i>to jump</i>
push	empurrar	puxar	<i>to pull</i>
support	apoiar	suportar	<i>to withstand</i>
tax	imposto	taxa	<i>fee</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Durante a leitura de um texto, o contexto poderá confirmar se uma palavra é ou não um verdadeiro cognato. Você também pode tentar identificar outras palavras do mesmo campo lexical para deduzir o sentido da palavra por meio do contexto em que se apresenta. Se for uma palavra-chave, você poderá pesquisar a palavra em um dicionário.



Pesquise mais

Use dicionários on-line para pesquisar dúvidas sobre o significado de uma palavra-chave durante a leitura de um texto.

Acesse o dicionário bilingue Cambridge Dictionary. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/>>. Acesso em: 5 jul. 2018.

Acesse o dicionário monolíngue Oxford Dictionaries. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/>>. Acesso em: 5 jul. 2018.

Importância do conhecimento de vocabulário para o entendimento de um texto em língua inglesa

Conhecer o processo de formação de palavras de uma língua pode ajudar no estudo do vocabulário. A morfologia é a área da gramática que estuda como se formam as palavras.

- Derivação

No processo de derivação acontece uma mudança da classe gramatical da palavra, isto é, a palavra modifica sua função na sentença, pela adição de prefixos e sufixos a um radical.



Assimile

Um prefixo é uma letra ou um grupo de letras que aparece no início de uma palavra e altera seu significado original (ENGLISH GRAMMAR TODAY, 2018a, [s. p.]). Observe o processo de formação prefixal destas palavras:

Quadro 3.8 | Processo de formação prefixal

Prefixo	Sentido	Palavras em inglês	Palavras em português
<i>un-</i>	oposição	<i>able / unable</i>	Hábil/inábil
<i>im-</i>	negação	<i>possible/ impossible</i>	possível/impossível
<i>non-</i>		<i>verbal/ non-verbal</i>	verbal/não verbal
<i>pre-</i>	tempo: anterior	<i>war/ pre-war</i>	Guerra/ pré-guerra
<i>extra-</i>	lugar: fora, além	<i>terrestrial / extraterrestrial</i>	
<i>over-</i>	modo: muito	<i>cook/ overcook</i>	Cozinhar/ Bem passado
<i>under-</i>	modo: pouco	<i>cover/ undercover</i>	Cobrir/ Disfarçado

Fonte: adaptado de English grammar today (2018a, [s.p.]).



Assimile

Um sufixo é uma letra ou um grupo de letras que é adicionado ao final de uma palavra para alterar a forma gramatical de uma palavra se encaixar em uma frase (ENGLISH GRAMMAR TODAY, 2018b, [s.p.]).

Observe o processo de derivação sufixal desses substantivos abstratos:

Quadro 3.9 | Processo de derivação sufixal de substantivos abstratos

Palavras primitivas	Sufixo	Substantivo em inglês	Substantivo em português
<i>bore, free</i>	<i>-dom</i>	<i>boredom, freedom</i>	tédio, liberdade
<i>brother, child</i>	<i>-hood</i>	<i>brotherhood, childhood</i>	fraternidade, infância
<i>happy, kind,</i>	<i>-ness</i>	<i>happiness, kindness</i>	felicidade, doçura
<i>friend, citizen</i>	<i>-ship</i>	<i>friendship citizenship</i>	amizade, cidadania

Fonte: elaborado pela autora.

Observe o processo de derivação sufixal a partir de verbos:

Quadro 3.10 | Processo de derivação sufixal a partir de verbos

Palavras primitivas	Sufixo	Substantivo em inglês	Substantivo em português
<i>To employ, to pay</i>	<i>-ee</i>	<i>Employee, payee,</i>	empregado, beneficiário
<i>To employ, to pay</i>	<i>-er/-or</i>	<i>Employer, payer</i>	empregador, pagador
<i>To employ, to pay</i>	<i>-ment</i>	<i>Employment, Payment</i>	emprego, pagamento

adaptado de English grammar today (2018b, [s.p.]).



Vocabulário

Observe o processo de formação sufixal de adjetivos:

Quadro 3.11 | Processo de formação sufixal de adjetivos

Palavras primitivas	Sufixo	Adjetivo em inglês	Adjetivo em português
<i>drink, (un) forget</i>	<i>-able/-ible</i>	<i>refundable, unforgettable</i>	reembolsável, inesquecível

<i>forget, use</i>	-ful	<i>hopeful, useful</i>	esperançoso, útil
<i>home, use</i>	-less	<i>hopeless, useless</i>	desesperado, inútil
<i>day, month</i>	-ly	<i>daily, monthly</i>	diariamente, mensalmente
<i>cloud, rain,</i>	-y	<i>cloudy, rainy</i>	nublado, chuvoso

Fonte: elaborado pela autora.

Agora, note o processo de formação sufixal de verbos:

Quadro 3.12 | Processo de formação sufixal de verbos

Palavras primitivas	Sufixo	Verbo derivado em inglês	Verbo em português
<i>hard, soft</i>	-en	<i>to harden, to soften</i>	endurecer, suavizar
<i>beauty, identity</i>	-ify	<i>to beautify, to identify</i>	embeleazar, identificar

Fonte: elaborado pela autora.

Por fim, veja como se formam advérbios por derivação sufixal:

Quadro 3.13 | Advérbios por derivação sufixal

Palavras primitivas	Sufixo	Advérbio derivado em inglês	Advérbio em português
<i>calm, easy, quick</i>	-ly	<i>calmly, quickly</i>	calmamente, rapidamente
<i>down, up</i>	-ward(s)	<i>downwards, upwards</i>	para baixo, para cima
<i>clock, anti-clock</i>	-wise	<i>clockwise, anti-clockwise,</i>	sentido horário, sentido anti-horário

Fonte: adaptado de English grammar today (2018b, [s.p.]).

- Composição

A formação de palavras também pode se dar pela composição, processo pelo qual uma palavra se forma da combinação de duas

ou mais palavras. A combinação de nomes, adjetivos, verbos, advérbios e preposições, pode resultar em palavras complexas, mas amplamente utilizadas (KATAMBA, 2016).



Exemplificando

Exemplos de substantivos, adjetivos e verbos formados pelo processo de composição.

Quadro 3.14 | Formação de substantivos por composição

Palavras primitivas	Substantivo composto	Tradução em português
<i>God + parent</i> (substantivo + substantivo)	Godparent	Padrinhos
<i>Blue + print</i> (adjetivo + substantivo)	Blueprint	Planta, de um projeto arquitetônico.

Fonte: Katamba (2016, [s. p.]).

Quadro 3.15 | Formação de adjetivos por composição

Palavras primitivas	Adjetivo composto	Tradução em português
<i>Under + Weight</i> (Preposição + Substantivo)	Underweight (<i>child</i>)	(criança) abaixo do peso
<i>Hot + Air</i> (Adjetivo + Substantivo)	Hot-air (<i>balloon</i>)	(balão) de ar quente

Fonte: Katamba (2016, [s. p.]).

Quadro 3.16 | Formação de verbos por composição

Palavras primitivas	Verbo composto	Tradução em português
<i>Lip + Read</i> (substantivo) + (verbo)	Lipread	Fazer leitura labial

Fast + forward

(Adjetivo+verbo)

Fastforward

Avançar

Fonte: Katamba (2016, [s. p.]).

Leitura e interpretação do contexto geral de um texto usando inglês instrumental aplicado à comunicação

O contexto é um importante aliado na compreensão do texto, portanto, explorar o contexto como forma de iniciar a leitura dos elementos verbais pode oferecer pistas quanto ao sentido das palavras. Explore o contexto de comunicação da mensagem antes da leitura. Saiba identificar, com clareza, quem é o emissor da mensagem, o destinatário e o canal onde o texto circula. Leia títulos, subtítulos e a fonte dos textos e busque nos primeiros parágrafos por palavras cognatas e palavras-chave. Faça inferências sobre o tema central do texto, o tema central de cada parágrafo e o gênero textual.

Depois de fazer essa primeira leitura, você deverá fazer a segunda leitura com foco, desta vez, na mensagem verbal. Leia parágrafo por parágrafo, usando os conhecimentos sobre o campo lexical do texto, verdadeiros e falsos cognatos e o que você aprendeu sobre os processos de formação de palavras em inglês.



Exemplificando

Esta notícia foi publicada na seção de esportes do jornal britânico ***The Independent***. Leia o título e a assinatura da notícia. E veja quais palavras você conhece; pesquise palavras-chave dos títulos e subtítulos; busque no texto o significado da sigla e preste atenção ao vocabulário destacado (negrito) no texto. Veja qual é o tema desta notícia para que possa guiar melhor seu entendimento geral sobre o assunto.

NFL cheerleaders sue teams over unfair wages and working conditions

Sports Staff, Tuesday 5 June 2018

Four former cheerleaders for the Houston Texans called on the National Football League for **fairer pay**



and work conditions in a letter they delivered on Monday to the league's commissioner, Roger Goodell.

The letter came three days after the cheerleaders sued the Houston Texans in **federal court**, saying the team had failed to **pay them the minimum wage or compensate for overtime** and that the cheerleading coach created a hostile **work environment**.

The former cheerleaders' **lawsuit**, filed in the **Houston district court**, said they were meant to be paid \$7.25 (£5.42) an hour for working for the team but were routinely not paid for **compulsory work duties**.

That work included traveling to and attending events, signing thousands of team calendars, mandatory gym training and compulsory spray tans before every game, the **lawsuit** said. (THE INDEPENDENT, 2018, [s. p.]).

A notícia fala de um processo judicial trabalhista de líderes de torcida da Liga de Futebol Americano contra o time Houston Texas e é possível localizar no texto o trecho que expõe porque as *cheerleaders* processaram o time.

Quanto ao vocabulário do texto, o campo lexical jurídico aparece nas palavras *sue* (processar), *lawsuit* (ação judicial), *court* (tribunal). O vocabulário que descreve as relações trabalhistas inclui *unfair wages*, *fairer pay and work conditions*, *the minimum wage*, *compensate for overtime*, *to be paid*, *compulsory work duties*.

Conhecer o processo de formação de palavras de uma língua pode ajudar na compreensão das palavras de um texto. O vocabulário destacado pode ser compreendido pelos processos de formação de palavras exemplificados nesta seção, como o uso dos prefixos *un-* e *over-*.



Refleta

É possível fazer inferências sobre o sentido da palavra *wages* na expressão *pay the minimum wage*, sabendo que a palavra se emprega no campo lexical das relações de trabalho. Como você poderia traduzir para o português as expressões: *minimum wage*, *unfair wages* e *fairer wages*?



Pesquise mais sobre a formação de adjetivos com sufixo *-ory*, como em *compulsory* e *mandatory*. Acesse o dicionário Oxford da língua inglesa:

English Oxford Living Dictionaries. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/-ory>>. Acesso em: 5 jul. 2018.

Sem medo de errar

Ana e Artur precisaram ler notícias jornalísticas sobre temas variados na terceira semana de estágio. Para dar conta desse desafio, eles tiveram de deduzir o significado de palavras desconhecidas a partir do contexto.

O conhecimento a respeito do gênero notícia possibilitou que os colegas delimitassem o objetivo do texto de informar à comunidade de leitores do jornal sobre eventos recentes de relevância social. Os colegas sabiam, também, que o título de uma notícia traz as informações mais importantes sobre o fato noticiado.

Para compreender o título: *Millions in the UK and EU at financial risk because of Brexit contract problem, new study shows* os colegas precisaram pesquisar o sentido das siglas (UK, *United Kingdom*, e EU, *European Union*) e recorreram aos seus conhecimentos sobre o que é Brexit. Dessa forma, entenderam o tema central: milhões de pessoas na Europa estão sob risco financeiro devido à saída do Reino Unido da União Européia.

O conhecimento do gênero notícia também possibilitou aos colegas inferir o significado de palavras desconhecidas no subtítulo. A palavra *issue* é, nesse contexto, sinônimo da palavra *problem*, usada no título. *Researchers state* repete o conteúdo de *new study shows*.

As expressões *cross-border contracts*, *insurance policies*, *derivatives contracts*, *pensions agreements* e *credit facilities* são compostas de palavras cognatas em língua portuguesa, como contratos, derivativos, pensão, crédito e facilidades. Para compreender essas expressões, além de localizar os cognatos, é preciso relacioná-las ao contexto em que elas são usadas. Como a notícia fala de economia, é preciso compreender essas palavras

dentro desse campo semântico. Dessa forma, *cross-border contracts* são contratos transnacionais, *derivatives contracts*, contratos de derivativos; *pensions agreements*, acordos de pensão e *credit facilities*, facilidades de crédito.

A expressão *insurance policies* poderá apresentar mais dificuldade. A palavra *policy* e seu plural *policies* são falsos cognatos em português. Elas parecem significar polícia(s), mas na verdade, significam “política(s)”, ou, ainda, “apólice”, como acontece quando essa palavra está relacionada ao substantivo *insurance*. Trata-se, portanto, de uma “apólice de seguro”.

Avançando na prática

Deduzindo o sentido de uma palavra a partir do contexto

Descrição da situação-problema

Como você poderia deduzir o sentido de uma palavra a partir do contexto? Na prática de leitura, o texto oferece pistas sobre o significado das palavras desconhecidas. A partir dessas pistas, você pode fazer inferências sobre o sentido de uma palavra para prosseguir a leitura.

Na leitura de textos jornalísticos, o conhecimento sobre os gêneros pode ajudá-lo a compreender o tema do texto. A partir da identificação do tema é possível fazer inferências sobre o sentido de uma palavra em uso.

Você poderia identificar o tema desta notícia? A partir da identificação do tema e dos conhecimentos adquiridos sobre os gêneros textuais e sobre vocabulário e gramática da língua inglesa, você pode inferir o sentido dos termos destacados?



Immigrant family separations: The reality of US-Mexico border crisis

Jeremy B White San Francisco

The issue has dominated the **political agenda**. The rhetoric has gotten heated, with detractors invoking some of history's gravest human rights abuses as they accuse the administration of **unconscionable cruelty**.

In April, attorney general Jeff Sessions announced that the

administration would begin pursuing a **“zero-tolerance” policy** towards adults who illegally cross the border.

Children who cross the border, alone or with **parents**, fall under the custody of the Department of Health and Human Services. The Trump administration’s zero tolerance policy, in mandating prosecutions and putting parents into criminal proceedings, splits families.

Federal data shows that nearly 2,000 immigrant minors were separated from their families at the border over a six-week period spanning mid-April and May. New numbers released on this detailed 2,342 children being separated from their families from early May through to early June. (WHITE, 2018, [s. p.])

Resolução da situação-problema

Para identificar o tema dessa notícia, você poderá ler o título, o subtítulo e o primeiro parágrafo, usando o conhecimento de gramática e vocabulário que você já adquiriu. Pesquisar o significado das siglas é de grande valia para compreender o sentido da frase em que elas aparecem.

No título dessa notícia, todas as palavras são cognatas do português, com exceção da palavra *border*. É possível, entretanto, depreender o sentido dessa palavra se você compreende as outras palavras da frase e se está informado sobre os acontecimentos que a notícia relata. Dessa forma, entende-se que a palavra *border* significa “fronteira”. O tema da notícia é a crise da separação de famílias de imigrantes na fronteira do México com os Estados Unidos.

Dentre os termos destacados na notícia, *the political agenda* e *zero-tolerance policy* estão relacionadas ao campo lexical da política. As palavras *agenda* e *policy* são falsos cognatos em língua portuguesa. Essas expressões significam “a pauta política” e “políticas de tolerância zero”. As palavras *children* e *parents* pertencem ao campo semântico da família, e significam “crianças” e “pais”. Note que a palavra *parents* também é um falso cognato. A palavra faz referência a pai e/ou mãe. Parentes, em inglês, é *relatives*. Por fim, a palavra *alone* pode ser compreendida como “sozinhas” pelo contexto: *children who cross the border alone or with parents*.

Faça valer a pena

1. Leia o título e o subtítulo de uma notícia publicada pela BBC News na seção de notícias internacionais.



Brazil fuel protests continue despite price cut

A lorry drivers' strike that paralysed Brazil for a week appears to be continuing despite the government's decision to lower diesel prices. (BBC, 2018, [s. p.])

Assinale a alternativa que apresenta corretamente uma expressão com o mesmo significado de *fuel protest* no contexto apresentado.

- a) *Despite price cut.*
- b) *Lower diesel prices.*
- c) *Paralysed Brazil.*
- d) *Lorry drivers' strike.*
- e) *Government's decision.*

2. Leia o texto a seguir:



Cycling can result in 267,000 fewer sick days: Danish analysis

The Local

21 June 2018

Public health, the economy and traffic flow will all benefit if more Danes chose their **bicycles** instead of the car, according to a new analysis carried out for the Confederation of Danish Industry.

The study examines how road traffic, the number of sick days and the economy would be affected if the annual amount of **cycling** increased by just 10 percent.

In total, the number of sick days would fall by 267,000, of which 112,000 would be work days. That conclusion is based on previous analyses which have found that **cycling** an extra 1,200 kilometres annually results in one fewer sick day, the report states.

Furthermore, economic gains of 1.137 million kroner (152,000 euros) per year would result, the analysis found.

Finally, the number of traffic congestion hours would fall by six percent in the capital region, where the effect of more **cyclists** would be most tangible.

According to Michael Svane, director of the Federation of Danish Transport, the calculations underline the importance of initiatives that aim to turn even more Danes into avid **cyclists**. (THE LOCAL, 2018, [s. p.])

Essa notícia fala sobre os benefícios do uso de bicicletas para a saúde, para a economia e para a circulação de pessoas na cidade. As palavras *cycling*, *bicycle* e *cyclist* fazem parte do mesmo campo lexical.

Assinale a alternativa que apresenta outra palavra do mesmo campo lexical mencionado:

- a) *Cyclone*.
- b) *Encyclopedia*.
- c) *Cyclometer*.
- d) *Cypher*.
- e) *Bicolor*.

3. Leia o texto a seguir:

Paris 'Spider-Man' Saves Young Boy.

PARIS — The 4-year-old boy seemed to be suspended from a balcony. An adult standing on a nearby balcony seemed powerless to help. Disaster seemed the only possible outcome.

Then, came a young man whom some French people have started to call the Spider-Man of the 18th, referring to the arrondissement of Paris where the episode unfolded.

With a combination of **grit**, agility and muscle, the man hauled himself hand over hand from one balcony to another, springing from one parapet to grasp the next one up. A crowd that had gathered before he began his daring exploit urged him ever upward, according to onlookers' video that was shared widely on social media.

Finally, after scaling four balconies, the man reached the child and pulled him to safety. And suddenly, an act of individual courage and resourcefulness began to play into Europe's fraught and polarized debate about outsiders, immigrants and refugees. (BREEDEN; COWELL, 2018, [s. p.])

Essa notícia foi publicada no jornal **The New York Times** e fala sobre o salvamento de um menino por um migrante que escalou vários andares de um prédio subindo pelas varandas. Por isso ele foi chamado de "Homem-Aranha".

Assinale a alternativa que apresenta a expressão que pode substituir a palavra destacada *grit*, sem mudar o sentido do texto:

- a) *Stones*.
- b) *Courage*.
- c) *Fury*.
- d) *Brave*.
- e) *Loyalty*.

Referências

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Ermantina G. G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BBC News. **Brazil fuel protests continue despite price cut**. 29 maio 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/dZ56qT>>. Acesso em: 28 maio 2018.

BEATO-CANATO, A. P. M. O trabalho com línguas para fins específicos em uma perspectiva interacionista sociodiscursiva. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 11, n. 4, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/nBDvLN>>. Acesso em: 20 maio 2018.

BIASI-RODRIGUES, B.; BEZERRA, B. G. Propósito comunicativo em análise de gênero. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão-SC, v. 12, n. 1, p. 231-249, jan./abr. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/JHr6iD>>. Acesso em: 9 jun. 2018.

BREEDEN, A.; COWELL, A. Paris 'Spider-Man' Saves Young Boy. **The New York Times**, New York, 28 maio 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/ZZ5HbQ>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

BROOKLYN Museum. **Panel of Tiles**. Disponível em: <<https://goo.gl/Kxc3Dp>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

ENGLISH GRAMMAR TODAY. **Grammar – word formation**. Prefixes. Cambridge University Press. 2018a. Disponível em: <<https://goo.gl/TNJAab>>. Acesso em: 24 maio 2018.

ENGLISH GRAMMAR TODAY. **Sufixes**. Cambridge University Press. 2018b. Disponível em: <<https://goo.gl/r7aHmM>>. Acesso em: 24 maio 2018.

GAGLIARDI, J. **Every Breath Counts**: The Visual, 2014. Disponível em <<https://jgagliardi.weebly.com/>> Acesso em 11 jun. 2018.

GOV.UK. **Traffic Signs**. Disponível em: <<https://goo.gl/wJZ3Dd>>. Acesso em: 7 jun. 2018.

GRIGOLETO, M. Enciclopédia das Línguas do Brasil. Unicamp. **O Inglês na atualidade, uma língua global**. [s. d.]. Disponível em: <<https://goo.gl/cPDKbD>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

HUDDLESTON, R. Linguistics and English Language. The University of Edinburgh. **A Short Overview of English Syntax**: based on "The Cambridge Grammar of the English Language". 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/Pci3Js>>. Acesso em: 22 maio 2018.

HURME, P. (Org). Glossary of communication. **Department of Communication**. Jyväskylä: University of Jyväskylä, [s. d.]. Disponível em: <<https://goo.gl/uZZE77>>. Acesso em 18 jun. 2018.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 2. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2005.

JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação**. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 18. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2010.

KATAMBA, F. LLAS. Centre for Languages, Linguistics and Area Studies. **English Morphology**. Southampton, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/1gNyoA>>. Acesso em: 24 maio 2018.

KE, Q.; WANG, W. The Adjective Frequency in Advertising English Slogans. **Theory and Practice in Language Studies**, v. 3, n. 2, p. 275-284, Finland, Academy Publisher, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/2EPkDY>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

KEMMER, S. Words in English. Rice University. **Types of Word Formation Processes**. Disponível em: <<https://goo.gl/GZwTM1>>. Acesso em: 23 maio 2018.

LINGUARAMA. **The language of advertising**. Disponível em: <<https://goo.gl/yvDUU5>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

MIN, Y. University of Washington Bothell Coherence and Cohesion. **ESL Student Handbook**. [s. d.]. Disponível em: <<https://goo.gl/6RRcjr>>. Acesso em: 24 maio 2018.

MORRISON, C. Millions in the UK and EU at financial risk because of Brexit contract problem, new study shows. **The Independent**, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/D34pjH>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

NIELSEN, L. **Importance of Communication in the Business World**. The Houston Chronicle. Disponível em: <<https://goo.gl/kPzVH4>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

ORENHA, A. A compilação de corpora comparáveis na área de negócios e sua relevância para a tradução e terminologia. **Calidoscópio**, v. 7, n. 3, p. 232-236, set./dez. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/RMFqdT>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

ORLANDI, E. P. Efeitos do verbal sobre o não verbal. **RUA**, Campinas, v. 1, n. 1, p. 35-47, jun. 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/jJgTJi>>. Acesso em: 7 jun. 2018.

PIGNATARI, D. Semiótica ou teoria dos signos. In: PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem, comunicação**. 3. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2013.

RAMOS, R. de C. G. Gêneros textuais: uma proposta de aplicação em cursos de inglês para fins específicos. **The ESPecialist**, v. 25, n. 2, p. 107-129, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/MuTsx5>>. Acesso em: 16 maio 2018.

ROBINSON, P. C. **English for specific purposes today: a practitioner's guide**. U.K.: Prentice Hall, 1991.

SAUSSURE, F. de. **Curso de Linguística Geral**. Tradução de Antonio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. São Paulo: Editora Cultrix e EDUSP, 2006.

SAVILLE TROIKE, M. **Foundations for teaching English as a second language: Theory and Method for Multicultural Education**. New Jersey: Prentice Hall, 1976.

SMITH, D. G.; ROSENSTEIN, J.; NIKOLOV, M. **The different words we use to describe male and female leaders**. Harvard Business Review, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/H4v3mK>>. Acesso em: 25 maio 2018.

SWALES, J. M. **Research genres: explorations and applications**. New York: Cambridge University Press, 2004.

THE INDEPENDENT. **NFL cheerleaders sue teams over unfair wages and working conditions**. Disponível em: <<https://goo.gl/EGUfsz>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

THE LOCAL. **Cycling can result in 267,000 fewer sick days**: danish analysis. 21 jun. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/bZdR9G>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

UNIVERSIDADE da pennsylvania, College of Arts and Sciences. **English**: the versatile language (happy headlines). Disponível em: <<https://goo.gl/WcxGJu>> Acesso em: 19 jun. 2018.

UNIVERSITY OF NORTH CAROLINA AT CHAPEL HILL. **Vocabulary Building**: corpora. Disponível em: <<https://goo.gl/kctCo8>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

WHITE, J. B. Immigrant family separations: the reality of US-Mexico border crisis. **The Independent**, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/RTUPLK>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

Comunicação e conhecimento cultural

Convite ao estudo

Welcome!

Você já começou a estudar inglês e conhece um pouco do vocabulário e das estruturas gramaticais do idioma. Além disso, tem conhecimento de gêneros textuais comuns em seu ambiente acadêmico e profissional. Agora, nesta unidade, vamos mostrar como você pode usar o inglês na comunicação do dia a dia, especialmente na área de negócios (*business*) e comunicação (*communication*).

Para isso, vamos tratar da diferença entre textos formais e informais em inglês, tais como os gêneros carta e e-mail. Você também vai aprender a estruturar textos escritos em inglês, adequando-os ao contexto de comunicação. Além disso, poderá visualizar como o inglês é utilizado em áreas específicas: jornalismo (*journalism*), marketing e propaganda (*advertising and marketing*), relações públicas (*public relations*) e redes sociais (*social media*).

Nesse percurso, vamos acompanhar Daniela e Samuel em seu novo desafio profissional. Eles estão cursando o último ano de Comunicação Social e trabalham na mesma empresa de eventos como assistentes na área de marketing. No último mês, a empresa firmou um contrato com uma distribuidora internacional de produtos de higiene pessoal para adultos e crianças. O contrato previa a realização de eventos promocionais no Brasil e nos Estados Unidos para propagandear a marca. Daniela e Samuel foram encarregados de preparar as seguintes etapas do contrato:

1. Cuidar da correspondência entre a empresa e o cliente, informando as datas e os locais de realização dos eventos promocionais, bem como os pedidos de produtos para promoção e as avaliações dos eventos.
2. Produzir os textos incluídos nos materiais de divulgação dos produtos.
3. Atualizar as páginas da empresa nas redes sociais, anunciando a programação de eventos e promovendo a linha.

Toda a comunicação com o cliente é feita em inglês. O material de divulgação dos produtos também deve incluir uma versão em inglês, já que os eventos promocionais acontecerão dentro e fora do país. Mesmo a atualização das páginas deve ser feita nas duas línguas, inglês e português, pois a empresa aproveita a oportunidade para prospectar novos clientes no exterior. Porém, Daniela e Samuel possuem pouca experiência com o inglês, têm conhecimentos básicos da língua quando começaram, há dois meses, um curso de inglês instrumental. Vamos, então, auxiliá-los em suas tarefas com esse novo cliente? Quais conhecimentos os colegas devem ter para escrever correspondências no ambiente profissional? E para revisar campanhas publicitárias em diversos formatos e escrever textos para redes sociais em inglês?

Para que você possa ajudá-los nesse desafio, na primeira seção da Unidade 4, vamos falar sobre linguagem formal e informal na escrita de correspondências em inglês. Você vai aprender a diferença entre uma carta formal e informal, as expressões que devem ser evitadas na comunicação empresarial e como expressar cordialidade na escrita. Na segunda seção, vamos falar da estruturação e da formatação de textos escritos em inglês. Na última seção, apresentaremos um conteúdo específico para a escrita em redes sociais, para as áreas de Marketing e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas.

Enjoy!

Seção 4.1

Inglês instrumental nos negócios – expressões formais e informais

Diálogo aberto

Welcome!

Nesta seção, trataremos das diferenças entre textos formais e informais em língua inglesa. Você conhece algumas regras linguísticas para expressar formalidade em textos profissionais em seu próprio idioma, certo? Agora vai aprender algumas dessas regras para textos em inglês. Para isso, vamos acompanhar Daniela e Samuel em seu mais novo desafio profissional.

Daniela e Samuel trabalham em uma empresa de eventos e, atualmente, são responsáveis por um contrato com um cliente estrangeiro de distribuição de produtos de higiene pessoal para adultos e crianças. A primeira etapa de seu trabalho é manter a correspondência entre empresa e cliente, informando as datas e os locais de realização dos eventos promocionais, bem como os pedidos de produtos para promoção e as avaliações dos eventos.

Com as informações necessárias em mãos, os dois colegas começaram a se preparar para escrever para seu cliente. Nesse momento, ficaram com muitas dúvidas a respeito da escrita: como deveriam organizar a mensagem? Como fazer com que um e-mail seja formal o suficiente para comunicar seriedade e profissionalismo, sem parecer distante e impessoal? E você, conhece a diferença entre linguagem formal e informal em inglês? Sabe escrever um e-mail formal em inglês?

Para cumprir esse desafio, você verá, nesta seção, as principais características de uma correspondência empresarial. Para isso, selecionamos exemplos de expressões formais e informais usadas em cartas e e-mails, como saudações, frases de encerramento e despedida. Apresentaremos também as contrações verbais e, as perguntas diretas e indiretas.

Vamos começar?

Não pode faltar

Nesta seção, vamos tratar de textos formais e informais na comunicação para negócios. Abordaremos as principais diferenças entre uma correspondência formal e uma correspondência informal, seja impressa, como a carta, ou eletrônica, como o e-mail. Vamos apresentar também algumas formas de saudação e despedida formais e informais, o uso da contração verbal e das formas verbais completas, como fazer perguntas diretas e indiretas e como escrever a data em inglês.

Inglês instrumental para negócios em geral

Em nosso dia a dia, constantemente enviamos mensagens às pessoas que nos rodeiam e convivem conosco, por e-mail, redes sociais, telefone, etc. No universo empresarial, as pessoas também se comunicam frequentemente, porém a forma de elaboração de mensagens é diferente da maneira cotidiana ou familiar de comunicação. Isso porque, na comunicação empresarial, os agentes da comunicação (emissores e destinatários) são executivos, gerentes, supervisores, clientes e empregados que se comunicam em nome de uma empresa ou sob sua ordenação.

Assim, as mensagens escritas em um ambiente de negócios precisam veicular informações corretas de forma adequada, pois disso depende a qualidade das relações entre empregados e empregadores, assim como entre empresas e clientes. Uma informação errada ou ambígua pode arruinar transações comerciais. Além disso, as mensagens escritas permanecem registradas para conferência ou acompanhamento posterior, por isso, devem ser bem planejadas e revisadas.

Na comunicação empresarial, qualquer que seja o destinatário, é preciso observar algumas regras em relação à elaboração das mensagens. Este roteiro sugere algumas etapas iniciais do planejamento da escrita de mensagens no ambiente profissional:

- Qual é o objetivo da mensagem?
- Quem são os destinatários?

- Que função operacional o(s) destinatário(s) exerce(m)?
- O que o destinatário deverá interpretar da mensagem enviada?
- Quais atitudes espera-se que o destinatário tome ao ler a mensagem?



Pesquise mais

No site indicado a seguir, você tem acesso a diversos materiais que trabalham com o vocabulário do mundo do trabalho. Acesse as tarefas, os textos e os podcasts para se familiarizar com os gêneros e o vocabulário dessa esfera.

BRITISH COUNCIL. Business English. [S.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2MFuXdV>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

Técnicas introdutórias de textos formais e informais em inglês

Toda mensagem escrita em um ambiente de negócios deve ter um tom de cordialidade e formalidade. Se o emissor conhece o destinatário da mensagem pessoalmente, a expressão de formalidade poderá ser atenuada, mas, ainda assim, a mensagem não poderá ter um tom informal, pois a informalidade é característica de mensagens enviadas a amigos e familiares. Por isso, é importante conhecer a estrutura dos gêneros textuais mais usados na área empresarial, assim como expressões comuns nesse meio. Veja, a seguir, as características das correspondências formais e informais.

1. Correspondência formal

A primeira informação de uma carta formal (*formal letter*) em inglês é o nome do emissor, seguido do nome e do endereço completo da instituição que representa. Cada um desses dados deve ser escrito em uma linha e todos no canto superior direito da página. Esse conteúdo é importante para que o destinatário saiba para quem responder e para onde endereçar a resposta.

A próxima informação a ser adicionada é a data. Em inglês, há formas diferentes de escrever a data. Segundo as regras do inglês britânico, pode-se encontrar datas escritas na ordem: dia,

mês (escrito com letra maiúscula) e ano, desta forma: 30 June 2018; ou usando somente números, como em: 30/06/2018. Nos EUA, no entanto, escreve-se a data começando pelo mês, depois o dia e o ano, desta forma: June 30, 2018; ou usando somente números, 06/30/2018.

Também é comum usar números ordinais para os dias do mês: 1st April, 2nd August, 3rd May, 4th July. Com exceção dos meses de maio (*May*) e junho (*June*), os nomes de meses do ano podem ser abreviados desta forma: Jan, Feb, Mar, Apr, Jul, Aug, Sept, Oct, Nov, Dec.

Em países de língua inglesa é comum endereçar-se a uma pessoa pelo sobrenome, antecedido de um pronome de tratamento: usa-se Mr. (Mister) junto ao sobrenome para homens, Mrs. para mulheres casadas e Ms. para mulheres solteiras. Atualmente, essa distinção entre Mrs. e Ms. tem sido evitada. Use Mrs. somente para pessoas que se identificam desta forma. Na dúvida, use Ms. como forma neutra (ENGLISH GRAMMAR TODAY, [s.d.]). Não se usa pronome de tratamento com o primeiro nome. Em países de língua inglesa, dirigir-se a uma pessoa pelo primeiro nome é sinal de informalidade. Portanto, o primeiro nome não deve ser usado em ambiente de negócios.

Além do cuidado que se deve ter com a forma de saudar o destinatário em correspondências formais na área de negócios em geral, é importante também se preocupar com a maneira de encerrar cartas e e-mails.

Note que a saudação e a despedida devem ser sempre seguidas de vírgula (LEARNING ENGLISH, 2018b):

Saudações formais:

- *Dear Mr. Santos,*
- *Dear Human Resources Manager,*
- *Dear Ms. Souza,*

Frases formais de encerramento:

- *I look forward to hearing from you*
- *I look forward to receiving your reply*

- *I would like to know what you are going to do about this situation.*
- *I would like to thank you in advance for this information.*
- *Please do not hesitate to contact me/feel free to contact me.*

Despedidas formais:

- Most sincerely,
- Best regards,
- Yours respectfully,
- Thank you for your consideration,

Por fim, correspondências formais devem ser assinadas acima do nome do emissor, escrito por extenso. Além disso, é importante utilizar a norma padrão da língua, pois uma mensagem com muitos “erros” gramaticais e ortográficos pode causar uma má impressão e, conseqüentemente, afetar a relação comercial entre os participantes da interação.

2. Correspondência informal

Nas esferas sociais íntimas ou familiares, as correspondências atingem o nível máximo de informalidade. Nelas, por exemplo, podemos nos dirigir ao destinatário pelo seu primeiro nome. Porém, na área de negócios, é preciso ter um pouco de cuidado e dosar a informalidade, uma vez que não há intimidade entre os interlocutores. Assim, nessa área, mesmo em correspondências informais, dirigimo-nos ao destinatário utilizando os pronomes de tratamento Mr. e Ms. antes de seu sobrenome na saudação.

As frases de abertura de uma carta informal, assim como as de encerramento e despedida, são importantes para comunicar cordialidade. Observe exemplos usados em correspondências informais em língua inglesa (OWLCATION, 2018).

Frases de abertura informais:

- *How are you?*

- *How have you been?*
- *I hope you are doing well.*

Frases de encerramento informais:

- *I can't wait to hear from you.*
- *I hope to hear from you soon.*
- *See you soon.*
- *Send my love to...*
- *Give my regards to...*

Frases de despedida informais:

- *Best,*
- *Kindly,*
- *Regards,*
- *Lots of love,*

Como é possível perceber, as situações comunicativas podem ser classificadas em uma espécie de escala que vai do texto mais formal ao mais informal. Por isso, é importante considerar, em toda situação comunicativa em inglês, os seguintes elementos: contexto de interação, os participantes e as formas linguísticas adequadas.

Distinção entre textos formais e informais em inglês

Algumas formas e escolhas linguísticas podem evidenciar o nível de formalidade de uma situação comunicativa. A linguagem informal, por exemplo, inclui o uso de gírias, frases curtas, perguntas diretas e contrações verbais, enquanto a linguagem formal requer um uso mais cuidadoso do vocabulário, a formulação de sentenças mais complexas, o uso de perguntas indiretas e de formas verbais completas.

Vamos nos aprofundar nos dois últimos pontos elencados, o uso de perguntas diretas ou indiretas e o uso de formas verbais contraídas

e completas. Em situações informais, uma pergunta é feita de forma direta, mas em situações que exigem mais formalidade, as perguntas são reformuladas para caracterizar um pedido formal. Por exemplo, uma pergunta feita de forma direta, como "*When are the papers going to be sent?*", deverá ser reformulada da seguinte maneira, para atender a situações comunicativas mais formais: "*I would like to know when the papers are going to be sent*".



Assimile

Ao transformar uma pergunta direta em um pedido formal, o verbo auxiliar deve ser deslocado para a posição de uma sentença declarativa.

*When **are** the papers **going to be sent**?* (direct)

*I would like to know when the papers **are going to be sent**.* (indirect)

*Where **will** the meeting **be held**?* (direct)

*I would be grateful in having more details about the place where the meeting **will be held**.* (indirect)

Veja outras formas de fazer perguntas indiretas em situações formais:

I would be interested in having more details about...

I would like to know if/when/where/...

I would like information on...

Do you know if...?

Could you tell me if/when/where...?

Outra distinção importante entre a linguagem formal e informal no inglês é o uso de formas verbais completas e contraídas. A contração é muito comum na linguagem informal em inglês, como em: We **don't** intend to postpone the visit.

Contudo, na linguagem formal, os verbos não devem sofrer contração. Portanto, usa-se *We **do not** intend to postpone the visit* em textos que requerem formalidade.



Assimile

As contrações verbais são características da linguagem informal. Em situações formais, a contração dos verbos deve ser evitada. Observe a diferença:

We'd like to keep your services. / We **would like** to keep your services.

(informal)

(formal)

We **can't** deliver one single item. / We **can not** deliver one single item.

(informal)

(formal)



Pesquise mais

Para conhecer os números ordinais em inglês, acesse:

Education First. **Numbers in English**. [S.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2LGXQ41>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

Para saber mais sobre a contração verbal em inglês, acesse:

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Contractions**. [S.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2LFW3wo>>. Acesso em: 30 ago. 2018.



Reflita

Leia as correspondências abaixo. Observe de que forma o emissor se endereça ao destinatário, como se despede e como assina a correspondência. Note que há níveis diferentes de formalidade em cada uma delas. Qual destas é mais formal? Qual destas é mais informal? Quais são as marcas linguísticas que demonstram um grau maior de formalidade e de informalidade?

Correspondência 1:

Hello,
I would like to get to know someone from your country and a friend has told me that you would like to practise your English. Perhaps we could email each other. Could you tell me a bit about yourself and your family? Could you suggest how we might meet sometime in the future?
Thanks,
Simon
(LEARNING ENGLISH, 2018a, [s.p.]).

Correspondência 2:

Hi mate how's it going? We've got some stuff you will like. If you want sum call me 0161 2136 8796. c u later.
peter xx
(BUSINESS TRAINING, 2018, [s.p.]).

Correspondência 3:

Dear Mr Smith,
As a supplier of stationery items for schools in the local area, we thought you may be interested in some products we currently have on sale. We have a range of exercise books, in various colours and sizes, that are perfect for all kinds of classroom activities. If you'd like to know more, please do not hesitate to contact me.
Warm regards,
Peter Jones
(BUSINESS TRAINING, 2018, [s.p.]).

Cartas *versus* e-mails - formal ou informal?

Ao contrário do que se pensa no senso comum, a carta não é o correspondente formal do gênero e-mail, visto como informal. Cartas e e-mails podem ser formais e informais. Como vimos até aqui, na comunicação empresarial, a troca de mensagens entre empregados e empregadores, empresas e clientes sempre demanda algum nível de formalidade.

Um e-mail certamente chega ao destinatário com maior velocidade do que uma carta. No entanto, além da velocidade de entrega da mensagem, há outros fatores que influenciam a escolha entre enviar uma carta ou um e-mail, por exemplo, a necessidade de manter registros impressos.

E-mails tendem a ser usados em situações em que o que se quer comunicar é mais rotineiro. Algumas informações, no entanto, deverão ser impressas e enviadas ao destinatário, como contratos, cartas de demissão, novas diretivas de uma empresa, requisições e pedidos extraordinários. Portanto, a escolha entre usar o gênero carta ou e-mail dependerá do tipo de informação veiculada na mensagem.

A carta e o e-mail guardam algumas diferenças. Se de um lado as mensagens eletrônicas (via e-mail) não precisam ser datadas pelo emissor, uma vez que a data é registrada pelo servidor de e-mail no envio da mensagem, de outro, elas requerem a inclusão de uma informação que descreva o assunto, que é importante para motivar o destinatário a dar atenção à mensagem. Um e-mail sem assunto pode passar despercebido pelo destinatário ou até mesmo ser deletado. Para criar interesse no receptor, selecione palavras-chave que descrevam o conteúdo da correspondência. Mantenha o profissionalismo e a formalidade: não use contrações, gírias ou linguagem coloquial. Mesmo que uma mensagem seja enviada por meio eletrônico, a saudação e a despedida formais devem ser usadas na área de negócios. Exceção a essa regra se aplica a casos de mensagens rotineiras entre colegas de trabalho de mesma hierarquia.



Exemplificando

A mensagem apresentada a seguir foi enviada por e-mail. Note o nível de formalidade da linguagem na saudação, despedida, encerramento e assinatura. As formas verbais completas podem ser observadas nos trechos destacados em negrito.



Subject line: Suzanne Pavilion – Senior Sales Associate opportunity

Dear Ms. Montagne,

Thank you very much for offering me the position of Senior Sales Associate at The Revelation Company. The opportunity looks very interesting, and **I am** sure that **I would** find the position fascinating.

I am hoping that we can discuss the possibility of including commission to my base salary as my experience and contacts **will** enable me to bring additional revenue to the company. Please let me know if we can meet to discuss this before I make a decision about accepting your offer.

Thank you for your consideration.

Respectfully yours,

Suzanne Pavilion (DOYLE, 2018b, [s.p.]).



Pesquise mais

Antes de escrever uma carta formal em inglês, você pode consultar modelos disponíveis na internet. Acesse o site indicado a seguir para obter modelos de carta formal:

EXAMPLES. **48+ Formal letter examples and samples – PDF, DOC.**
Disponível em: <<http://bit.ly/2wsym5F>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

Nesta seção, apresentamos algumas características de textos formais e informais da comunicação na área de negócios. Você aprendeu formas de saudação e despedida, uso da contração verbal e das formas verbais completas, perguntas diretas e indiretas e a escrita correta de datas em inglês. Continue lendo e pesquisando para praticar o conteúdo aprendido nesta seção.

Sem medo de errar

Daniela e Samuel receberam o desafio de enviar e-mails para um cliente estrangeiro, informando datas e locais de realização

de eventos promocionais e pedindo o envio de produtos para promoção. As primeiras dúvidas que surgiram incluíam como organizar um e-mail empresarial e como expressar-se no idioma usando linguagem formal.

Nesta seção, vimos que um e-mail enviado para clientes de uma empresa deve ser elaborado usando linguagem formal, que deverá conter frase de saudação, encerramento e despedida adequados ao contexto de comunicação formal entre uma empresa e seu cliente. Além disso, deve-se evitar o uso de contrações verbais, perguntas diretas, gírias e vocabulário coloquial.

Seguem alguns exemplos adequados a esta situação comunicativa.

O assunto deverá conter palavras-chave do conteúdo da mensagem, como em: "Subject Line: Name of company: Calendar of Events and Product Request".

Para escrever a saudação, você poderá inventar o sobrenome do destinatário da mensagem ou poderá dirigir-se ao interlocutor pelo cargo que possui. Não se esqueça de usar Mr./Ms. antes do sobrenome e vírgula depois da saudação. Exemplo: *Dear Mr./Ms. XX.*

O corpo da mensagem deverá incluir datas e localização dos eventos no Brasil e nos EUA. Não use contrações verbais e use perguntas indiretas.

Não se esqueça de usar frases de encerramento e despedida formais. Na assinatura, escreva o nome completo do emissor, o cargo e o nome da empresa em que trabalha.

A resolução da situação-problema ajudará você a compreender a diferença entre textos formais e informais em língua inglesa.

Subject Line: Name of company: Calendar of Events and Product Request

Dear Ms./Mr. Surname,

We would like to inform you the dates and places of the marketing events we are organizing to announce your products in the US and in Brazil.

*In **Miami**, the event will be held at the **Holiday Inn Hotel**, on **August 14th**.*

*In **São Paulo**, it will happen at the **Hotel Paulista**, on **September 14th**.*

*Also, we would like to request **1000 units** of your products for the events. Please, let us know when you will be able to send us.*

Please, do not hesitate to contact us.

Best regards,

Daniela Rios and Samuel Rocha

Communication team

Name of Company

Avançando na prática

Carta de apresentação para vaga de trabalho

Descrição da situação-problema

Na candidatura a uma vaga de trabalho, muitas empresas pedem que o candidato escreva uma carta de apresentação para ser enviada junto com o currículo. Cartas como essas devem ser muito bem planejadas, já que serão a primeira impressão que um possível empregador terá do candidato à vaga. Imagine, então, se a carta for endereçada a uma empresa estrangeira e tiver de ser redigida em inglês!

Você já pensou em se candidatar para uma vaga de trabalho em uma empresa transnacional? Como escreveria uma carta de apresentação para acompanhar seu currículo?

Resolução da situação-problema

Ao escrever uma carta de apresentação profissional para uma vaga de trabalho, você deverá seguir todas as recomendações de formalidade e cordialidade apresentadas nesta seção.

Há a seguir uma carta formal de apresentação que você poderá usar como modelo.



Dear Mr Black,

Please find enclosed my CV in application for the post advertised in the Guardian on 30 November.

The nature of my degree course has prepared me for this position. It involved a great deal of independent research, requiring initiative, self-motivation and a wide range of skills. For one course, [insert course], an understanding of the [insert sector] industry was essential. I found this subject very stimulating.

I am a fast and accurate writer, with a keen eye for detail and I should be very grateful for the opportunity to progress to market reporting. I am able to take on the responsibility of this position immediately, and have the enthusiasm and determination to ensure that I make a success of it.

Thank you for taking the time to consider this application and I look forward to hearing from you in the near future.

Yours sincerely

(complete name)

(THE GUARDIAN, 2018, [s.p.]).

Faça valer a pena

1. Leia o exemplo de uma correspondência formal a seguir:



Subject Line: Paul Hist – Award-Winning Retail Sales Manager

Throughout my 15 years of experience in sales and sales management, I have always been impressed with your company's reputation for exemplary customer service and your excellent sales record. I believe my experience and sales knowledge would make me an asset to XYZ Company.

Qualifications and skills I bring to the table include:

10 years' progressive experience in retail sales management, consistently triggering year-over-year sales increases by more than 15% for each year of tenure.

Proven leadership and teambuilding talents, successfully training and guiding teams of 20+ sales representatives to new levels of sales achievement.

Keen analytical and strategic planning skills leveraged to control inventory/costs, reduce churn, and maximize sales productivity.

I would love to speak with you about how I can contribute to the sales team at XYZ Company. I will call you next week to arrange a time to discuss my qualifications further. I look forward to speaking with you.

Phone: 3333-3333

Email: paulhist@paulhist.com

(DOYLE, 2018a, [s.p.]).

Assinale a alternativa que contenha uma saudação e uma despedida apropriadas (corretas) para introduzir e encerrar adequadamente essa correspondência.

- a) Hi! / Thank you!
- b) How are you? / Best wishes!
- c) Dear Betty, / Lots of love,
- d) Dear Mr. Bones. / Kindly!
- e) Dear Ms. Jordan, / Best regards,

2. Leia, a seguir, a mensagem que foi enviada por e-mail:

Dear Mr. Bunuel,

I truly appreciate your offer of the position of Head Chef at your premier restaurant "Chez Bunuel" in Manhattan, New

York. The opportunity to work in such an exclusive kitchen with a hand-picked staff is very enticing for any Chef.

Before I make a final decision, I would like the opportunity to meet with you regarding the salary you have offered. A move to New York City would mean a major commitment, and the compensation would need to be mutually appropriate.

My reputation and creativity are well known throughout the industry, and I would truly appreciate your consideration and discussion in this matter.

Respectfully yours,

Luis Plauten

(DOYLE, 2018b, [s.p.])

Assinale a alternativa que contém uma frase adequada para descrever o assunto da mensagem.

- a) *Luis Plauten – Job Offer.*
- b) *HEAD CHEF AT “CHEZ BUNUEL”.*
- c) *Salary condition.*
- d) *CONDITIONS - FINAL DECISION.*
- e) *Job.*

3. A correspondência a seguir foi enviada para comunicar a promoção de um empregado a um novo cargo.



Dear Ms. Doe,

Congratulations on your promotion to the position of Assistant Director, Marketing Communications effective January 1, 20XX.

The annual salary for this position will be \$42,000 paid on a weekly basis.

You will report to Jane Dolan, Director, Marketing Communications. She is looking forward to working with you as you transition into your new role at our company.

Again, congratulations on the new position. Please let me know if you have any questions regarding your compensation and benefits package.

Sincerely,

Megan Jones

Director, Human Resources

(DOYLE, 2018c, [s.p.]).

A linguagem formal pode ser notada na saudação e na despedida. Há também uma pergunta feita de modo indireto.

Assinale a alternativa que apresenta, corretamente, uma pergunta indireta contida na carta.

- a) *"Congratulations on your promotion to the position of Assistant Director, Marketing Communications effective January 1, 20XX".*
- b) *"The annual salary for this position will be \$42,000 paid on a weekly basis".*
- c) *"You will report to Jane Dolan, Director, Marketing Communications".*
- d) *"She is looking forward to working with you as you transition into your new role at our company".*
- e) *"Please let me know if you have any questions regarding your compensation and benefits package".*

Seção 4.2

Formatação e aplicação dos textos em língua inglesa

Diálogo aberto

Welcome!

Nesta seção, abordaremos a estrutura e a formatação de textos em língua inglesa. Você certamente já sabe que os textos são estruturados para atender a situações comunicativas específicas. Além disso, também está ciente de que o formato dos textos pode ajudar a compreender seu conteúdo. Então, aplicaremos esses conhecimentos à leitura em língua inglesa. Para isso, vamos acompanhar Daniela e Samuel na segunda etapa de seu desafio profissional.

Daniela e Samuel são responsáveis pelo contrato com um cliente estrangeiro de distribuição de produtos de higiene pessoal para adultos e crianças. A segunda etapa de seu trabalho é cuidar da revisão dos textos incluídos no material de divulgação de produtos em eventos promocionais.

O cliente pediu que fossem escritos *flyers* com textos persuasivos sobre os produtos para distribuição em supermercados e farmácias, que levassem o público a querer experimentar os produtos.

Os colegas receberam a tarefa de revisar este texto produzido pelo gerente de marketing:

Whenever you need to travel, you may look for Brand's travel essentials. Our sun care products keep you covered for the duration of your vacation and they are easy to carry.

Apesar de gramaticalmente correto, os colegas acharam que o texto não era muito atrativo. Como você acha que este texto

poderia ser melhorado? Você sabe quais são as características de um texto persuasivo?

Vamos acompanhar Daniela e Samuel e entender como escrever um texto com essas características para uma situação comunicativa bem definida.

Não pode faltar

Nesta seção, vamos tratar da estrutura e do formato de textos em inglês. Apresentaremos a organização do corpo do texto em língua inglesa, a adequação ao contexto, além de formatos e possibilidades de estruturação textual. Também mostraremos práticas de leitura de textos da comunicação em inglês.

Entendendo a organização do corpo do texto em língua inglesa

Um texto está sempre inserido em uma atividade comunicativa, ou seja, textos são elaborados por um emissor para um ou mais destinatários com objetivos específicos. O propósito comunicativo ajuda a determinar a estrutura e o formato de um texto. Por exemplo, se quisermos contar uma história para uma criança dormir, vamos escolher um conto de fadas ou uma narrativa infantil que provavelmente começará por “Era uma vez...”. Se queremos contar a um supervisor sobre o que aconteceu em uma reunião, provavelmente escreveremos um memorando. Podemos, portanto, dizer que cada situação comunicativa demanda um certo gênero textual.

O termo gênero textual é usado para descrever conjuntos de textos com características mais ou menos similares e que atendem a propósitos comunicativos parecidos. Cada gênero atende a temas, objetivos e destinatários determinados. Para informar alguém de nosso convívio familiar a respeito da visita de um amigo, podemos escrever um bilhete. Os bilhetes são mensagens curtas escritas para pessoas com quem se mantém uma relação informal. Contudo, a mensagem teria outro formato e linguagem se a visita em questão fosse de um parceiro comercial, em um ambiente de trabalho, e devesse ser reportada a um superior.

Informar é só um dos diversos propósitos comunicativos. Um texto pode também persuadir, entreter ou instruir o destinatário da mensagem. Além disso, outros aspectos da situação comunicativa, como a relação entre os interlocutores e o canal em que a mensagem será veiculada, também influenciam o gênero e a estruturação do texto.



Assimile

As mensagens abaixo foram enviadas por e-mail. A primeira pode ser considerada um exemplo adequado de um e-mail informal enviado por um amigo:

Texto 1:



hey,
i need help on my paper can i come by your office tomorrow
thx

Já a mensagem seguinte serve como exemplo de e-mail enviado em um ambiente de trabalho e, por isso, é mais formal:

Texto 2:



Hi, everyone—
For tomorrow's 3 p.m. staff meeting in the conference room,
please bring 15 copies of the following materials:
Your project calendar
A one-page report describing your progress so far
A list of goals for the next month
Copies of any progress report messages you have sent to cli-
ents this past month

See you tomorrow—
Jane

Fonte: elaborado pela autora.

Inglês instrumental - discurso escrito: adequação ao contexto

Considerar o contexto de comunicação é fundamental para compreender quais são os objetivos de um texto e, assim, construí-lo de modo a atingir esses objetivos.

O contexto de comunicação, que é exterior ao texto, determina a forma que ele vai tomar e é permeado pelos fatores culturais em que aquele texto é produzido. Por isso, para compreender o contexto de comunicação, é importante levar em conta a cultura em que o texto circula. O inglês é a língua oficial de diversos países, além de ser usado para comunicação e negócios por praticamente todas as nações do mundo. Portanto, é de extrema necessidade compreender a cultura na qual os textos em inglês são produzidos.



Refleta

Qual é a importância do contexto cultural para o uso do inglês em um cenário em que esta língua é falada por pessoas de diferentes nacionalidades? A língua mantém aspectos culturais de seu lugar de origem ou assume novos aspectos dependendo da nacionalidade e da cultura de quem a fala?

Ao comparar o inglês britânico e o inglês americano, por exemplo, notam-se diferenças quanto à ortografia, ao uso, ao significado de algumas palavras e a algumas regras gramaticais.



Pesquise mais

Para conhecer as principais diferenças entre o inglês falado nos Estados Unidos e na Inglaterra, você pode acessar o site mencionado abaixo. As principais diferenças que você vai encontrar referem-se ao vocabulário e à ortografia:

DOVAS. British Vs American English: 100+ Differences Illustrated. S./d. **Bored Panda**, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2PosyBw>>. Acesso em: 31 ago. 2018.

Inglês instrumental - discurso escrito: formatos e estruturação dos textos

Em geral, espera-se que um texto bem escrito seja constituído de uma introdução, um desenvolvimento e uma conclusão. Essa estrutura pode estar mais ou menos explícita dependendo do gênero textual, mas o importante é que, a partir da leitura do texto, seja possível depreender um planejamento. A estrutura e o formato

de um texto escrito dependem do propósito comunicativo do emissor ao elaborar uma mensagem para determinado destinatário.

Definido o objetivo do texto, o emissor pode lançar mão de alguns tipos de sequências textuais, que são: narração, descrição, injunção, argumentação e exposição. Vamos observar exemplos de cada um desses tipos textuais.

A sequência textual narrativa tem como objetivo narrar fatos e acontecimentos, sejam eles reais ou ficcionais. Para construir esse tipo de sequência, devemos levar em conta o que aconteceu, quem estava envolvido nos fatos, onde, quando, como e por quê os fatos ocorreram daquela forma. Como esse tipo de texto lida com fatos que se desenrolam no tempo, usam-se verbos de ação no pretérito ou no presente. A narração pode ser encontrada em contos, romances, biografias, anedotas, diários, notícias, reportagens e relatórios. Veja, a seguir, um exemplo de sequência narrativa retirada de uma notícia:



On July 16, 1969, the Apollo 11 spacecraft **launched** from the Kennedy Space Center in Florida. Its mission was to go where no human being had gone before—the moon! The crew consisted of Neil Armstrong, Michael Collins, and Buzz Aldrin. The spacecraft **landed** on the moon in the Sea of Tranquility, a basaltic flood plain, on **July 20, 1969**. The moonwalk **took place the following day**. **On July 21, 1969**, at precisely 10:56 EDT, Commander Neil Armstrong **emerged** from the Lunar Module and **took his famous first step** onto the moon's surface. He declared, "That's one small step for man, one giant leap for mankind." It was a monumental moment in human history! (PATTERN BASED WRITING, 2018, [s.p.])

O parágrafo acima fala sobre a viagem do homem à Lua. Note que os eventos são narrados com verbos no passado simples. Os verbos de ação, como "*launched*" (decolou), "*landed*" (pousou), "*took place*" (aconteceu), "*emerged*" (emergiu) e "*took a step*" (deu um passo) são acompanhados de marcadores temporais ("*on July 16, 1969*", "*the following day*") que ajudam a mostrar como os eventos se desenrolaram no tempo.

Já o tipo de sequência textual descritiva tem o objetivo de fazer o leitor imaginar ou visualizar uma cena, um lugar, um personagem ou um objeto. Esse gênero faz uso intenso de adjetivos, advérbios e comparações. Além disso, a descrição pode enumerar características do aspecto exterior ou interior de seres e coisas, ou de circunstâncias envolvidas em um processo. Esse tipo textual se caracteriza por apresentar verbos de estado, como o *to be*. A descrição pode ser neutra ou impressionista, em que sentimentos e humor são comunicados aos leitores.

No exemplo anterior, o parágrafo que narra a viagem do homem à Lua, há sequências descritivas. Note o uso dos adjetivos *small step* e *giant leap* na famosa declaração do astronauta Neil Armstrong. Não se trata da descrição de um fenômeno tal como ele é observado, mas sim de uma descrição impressionista, que almeja transmitir certas sensações ao leitor. Por fim, o autor do parágrafo também descreve a viagem à Lua de forma impressionista, pelo uso do adjetivo monumental: "*It was a monumental moment in human history!*".

O tipo de texto injuntivo tem o objetivo de demonstrar como proceder em determinadas situações. Nesse tipo de texto, é comum usar marcadores sequenciais, tais como *first(ly)*, *second(ly)*, *after that*, *then*, *finally*. Usam-se, também, verbos no imperativo no início da frase, e o verbo *must* e sua forma negativa *must not* para dizer o que deve e o que não deve ser feito. A organização do texto em itens e ilustrações demonstrando os passos a serem seguidos são estratégias comuns dos textos injuntivos. Alguns exemplos típicos de gêneros que visam demonstrar um modo de proceder e, assim, influenciar o comportamento do leitor são: textos de propaganda comercial e política, regulamentos, manuais de utilização, regras de jogos, entre outros.

Here is the perfect system for cleaning your room. **First, move** all of the items that do not have a proper place to the center of the room. **Get rid** of at least five things that you have not used within the last year. **Take out** all of the trash, and place all of the dirty dishes in the kitchen sink. **Now, find** a location for each of the items you had placed in the center of the room. You **must not squeeze** them in under your bed or stuff them into the back of your closet! (PATTERN BASED WRITING, 2018, [s.p.])

”

O objetivo desse parágrafo é instruir o leitor sobre como arrumar o quarto. Observe o uso dos imperativos “move”, “get rid”, “take out”, “find” e “you must not squeeze”, característicos de textos em que o objetivo é dizer ao leitor o que ele deve fazer. Note, também, o uso dos marcadores sequenciais “first” e “now”.

Os textos argumentativos apresentam problemas ou ideias controversas, com o objetivo de convencer o leitor a respeito de determinado ponto de vista. Palavras como “but”, “on the one hand... on the other hand”, “nevertheless”, “however”, “even though”, “although” indicam que o texto lida com ideias controversas e, portanto, é um texto argumentativo.



The school fair is right around the corner, and tickets have just gone on sale. **Even though** you may be busy, you will still want to reserve just one day out of an entire year to relax and have fun with us. **Even if** you don't have much money, you don't have to worry. The school fair is a community event, and therefore prices are kept low. Perhaps, you are still not convinced. Maybe you feel you are too old for fairs, or you just don't like them. Well, that's what my grandfather thought, but he came to last year's school fair and had this to say about it: “I had the best time of my life!” **While** it's true you may be able to think of a reason not to come, I'm also sure you can think of several reasons why you must come. We look forward to seeing you at the school fair! (PATTERN BASED WRITING, [s.d.])

Nesse parágrafo argumentativo, o leitor encontrará argumentos lógicos para convencê-lo a ir a um evento escolar. Por exemplo: “**Even though** you may be busy, you will still want to reserve just one day out of an entire year to relax and have fun with us”. Ou ainda: “**Even if** you don't have much money, you don't have to worry. The school fair is a community event, and therefore prices are kept low”.

Um texto pode ser persuasivo, ou seja, ter a finalidade de fazer o leitor tomar determinada atitude, sem apresentar argumentação. Esse tipo de texto busca chamar a atenção do leitor através do uso de perguntas retóricas, pontuação exagerada, letras maiúsculas, repetição, diálogo direto com o destinatário da mensagem. Veja

como o exemplo acima pode ser reformulado para apresentar características de persuasão, sem uma argumentação lógica:

The school fair is right around the corner, and tickets have just gone on sale. We are selling a LIMITED number of tickets at a DISCOUNT, so **move** fast and **get** yours while they are still available. This is going to be an event you will not want to miss! First off, the school fair is a great value when compared with other forms of entertainment. Also, your ticket purchase will help our school, and when you help the school, it helps the entire community. But that's not all! Every ticket you purchase enters you in a drawing to win fabulous prizes. And don't forget, you will have mountains of fun because there are acres and acres of great rides, fun games, and entertaining attractions! **Spend** time with your family and friends at our school fair. **BUY** your tickets now! (PATTERN BASED WRITING, [s.d.])

Observe que as estratégias de convencimento do leitor para ir ao evento escolar não são construídas a partir da apresentação de argumentos lógicos. Nesse parágrafo, além da escrita de palavras-chave destacadas em letras maiúsculas ("*limited*", "*discount*", "*buy*"), os argumentos lógicos dão lugar à oferta de prêmios: "*Every ticket you purchase enters you in a drawing to win fabulous prizes*". Para convencer o leitor, além de prêmios, apresenta-se também as vantagens de visitar a feira, com uso de hipérbole, repetição e adjetivação: "*you will have **mountains of fun** because there are **acres and acres** of **great rides, fun games, and *entertaining* attractions!***". Nota-se o uso de sentenças exclamativas, como "*This is going to be an event you will not want to miss!*". Os verbos no imperativo para dar comandos também são amplamente utilizados: "**move** fast (...) **get** yours (...) **Spend** time with your family and friends at our school fair".



Pesquise mais

Para testar seus conhecimentos a respeito de tipologia textual em inglês, você poderá consultar o site da BBC, que possibilita acesso a vídeos, explicações e exercícios sobre esse tema.

Disponível em: <<https://bbc.in/2oBzmAq>>. Acesso em: 3 set. 2018.

Práticas de leitura de textos da Comunicação em inglês

De acordo com o que estudamos até agora, para fazer uma leitura significativa de um texto escrito em língua inglesa, é fundamental estar atento ao contexto de comunicação (em que canal o texto circula, quem são os emissores e destinatários), o grau de formalidade empregado, o propósito comunicativo e a tipologia textual.

Na área de comunicação, os textos podem ter o propósito de informar, entreter ou persuadir o leitor. Na esfera jornalística, por exemplo, as notícias têm por objetivo principal informar o leitor sobre fatos ocorridos. A notícia faz uso, portanto, de parágrafos narrativos e descritivos. O editorial e os artigos de opinião visam persuadir o leitor a adotar determinados pontos de vista em reação a uma questão polêmica. Usa-se, para tanto, o tipo argumentativo. Na propaganda e no marketing, os recursos persuasivos são os mais utilizados.

Leia uma notícia de jornal e um anúncio publicitário. Perceba que, em um texto, cada parágrafo poderá atender a um propósito comunicativo distinto. Dessa forma, na notícia você poderá encontrar parágrafos narrativos, descritivos e argumentativos. Observe, por exemplo, o uso de citações na notícia abaixo e verifique o objetivo do jornalista ao incluir uma citação.



Exemplificando

Nesta notícia sobre a reincidência de motoristas com níveis de álcool superiores ao permitido por lei no Reino Unido, há parágrafos narrativos que contam a respeito da pesquisa de reincidência e parágrafos argumentativos sobre como evitar a reincidência.



More than 32,000 motorists caught drink-driving at least TWICE - one with nine convictions alone

Shocking DVLA figures reveal 28,791 drink-drivers have been prosecuted two times since 2010

By Matthew Davis, 14 JUL 2018

The data, released to us under Freedom of Information laws, also show 2,880 people were prosecuted three times and 438 were caught four times.

There were 18 people in England and Wales with six convictions, three who have been before the courts seven times and four with eight convictions.

Drink-drivers face a minimum ban of one year, an unlimited fine and up to six months' prison.

Road safety charity Brake called for harsher punishments.

A spokesman said: "It is truly appalling there are so many repeat offenders. We urge the Government, the police and the courts to get tougher."

Once their bans are over, most can reapply for their licences simply by filling out a form.

High-risk offenders, such as those found to be at least two and a half times the alcohol limit, must also pass a medical assessment.

(DAVIS, M., 2018, [s.p.])

O anúncio publicitário é um gênero cujo propósito persuasivo é bastante proeminente.



Exemplificando

Estes parágrafos foram retirados de anúncios publicitários de bancos. Observe as características linguísticas que atendem ao propósito persuasivo das mensagens, tais como o uso de imperativos, de letras maiúsculas e de sentenças exclamativas:

Limited period offer

HURRY! Contact your nearest branch.

Just switch before 15th July and pay in £1,000 each calendar month.

Start saving now!

(LASOVIC, 2014, [s.p.])



Nesta seção, você aprendeu sobre a importância do contexto comunicativo e cultural para a compreensão de textos escritos em inglês. Apresentamos também os tipos de texto: narrativos, descritivos, injuntivos, expositivos, argumentativos e persuasivos. Continue lendo e pesquisando para praticar o conteúdo aprendido nesta seção.

Sem medo de errar

Daniela e Samuel precisaram revisar o *flyer* de divulgação de produtos de higiene pessoal de seu cliente, para distribuição em supermercados e farmácias. Apesar de não conter problemas gramaticais, os colegas acharam o texto pouco atrativo. Pesquisaram, portanto, as características de um texto persuasivo e descobriram que podiam usar perguntas retóricas, sentença exclamativa, pontuação exagerada, letras maiúsculas, repetição, diálogo direto e vantagens para o consumidor para fazer com que ele se interesse em experimentar o produto.

Os colegas fizeram alguns testes, usando as estratégias que encontraram em sua pesquisa.

Texto original: *"Whenever you need to travel, you may look for Brand's travel essentials. Our sun care products keep you and your family covered for the duration of your vacation and they are easy to carry"*

Texto revisado: *"Traveling? Look for Brand's travel essentials. Easy to carry, our sun care products keep YOU AND YOUR FAMILY covered for the duration of your vacation. TRY it. Your kids will love it."*

Avançando na prática

Se beber, não dirija

Descrição da situação-problema

Imagine que você tenha sido convidado para participar da elaboração de uma campanha publicitária de prevenção de acidentes de trânsito relacionados ao uso de bebidas alcoólicas. A campanha será veiculada em material impresso em bares e restaurantes para alertar os motoristas sobre os perigos de misturar bebida e direção.

Para produzir o material da campanha, a equipe produziu um parágrafo argumentativo sobre formas de prevenir a mistura de bebida e direção:

Ways to Prevent Drinking and Driving

Due to the devastating effects that result from drinking and driving, it is vital to consider looking for ways that may reduce or better eliminate incidents of drinking and driving. There is the need to have citizens educated on the effects and consequences of drinking and driving. This way, they understand that driving and drinking is and should not be an option as it can be dangerous and even fatal. In case one is in a party or a club and, may take alcohol it is advisable to have a driver to drive them home. Alternatively, it would be better to take a taxi home as this would guarantee more road safety. One can also decide to spend the night in town or wherever it is they are partying from as this would be safer than drinking and later on driving home. Strict laws should be enforced in every country against drinking and driving. (UTFMA, 2018, [s.p.])



Como você poderia reformular este parágrafo para que ele fosse mais persuasivo e pudesse impactar motoristas, homens e mulheres, que estão em bares e restaurantes se divertindo e, possivelmente, bebendo antes de dirigir? Que mudanças você poderia fazer no texto para que ele pudesse transmitir a mensagem da campanha de forma eficaz?

Resolução da situação-problema

Você, estudante, poderia reformular o texto desse parágrafo, usando estratégias de escrita persuasiva apresentadas nesta seção, tais como:

- Escrita de palavras-chave de forma destacada usando letras maiúsculas.
- Substituição de argumentos lógicos por vantagens.
- Uso de hipérbole, repetição e adjetivação.
- Uso de sentenças exclamativas.
- Uso de verbos no imperativo.

O parágrafo persuasivo poderia ser escrito desta forma:

You don't want to EXPERIENCE the DEVASTATING effects of drinking and driving! If you are DRINKING ALCOHOL today, DON'T DRIVE! It can be DANGEROUS and even FATAL. ASK a friend or a taxi to take you home. IT IS SAFER FOR YOU, IT IS SAFER TO EVERYBODY.

Faça valer a pena

1. Leia este texto para responder à questão:



Mixing Concrete

First...

- Choose a mixing site with a clean, smooth, flat surface, such as a wheelbarrow or mortar box.

Next...

- Measure the ingredients.
- Lay sand, gravel, then cement.
- Mix dry ingredients with a concrete hoe.

Then...

- Measure the amount of water needed.
- Make a depression in dry mix and pour in water, a little at a time.
- Mix thoroughly.
- Add more water and keep mixing thoroughly.

Finally...

- Test the concrete using a settling test.

In conclusion...

- Make sure you mix properly and thoroughly by scraping the bottom and sides of the wheelbarrow.
- The mix should be an even colour.

(THINK LITERACY, 2018, [s.p.])

Quanto à tipologia textual, como se classifica esse texto e quais são suas principais características observadas?

Assinale a alternativa que responde corretamente a questão acima:

- Trata-se de um texto narrativo, cujas características principais são a formatação em itens e os verbos de ação.
- É um texto descritivo, que apresenta adjetivação e formatação em itens.
- É um texto argumentativo, que apresenta raciocínio lógico e conjunções de contraste.

- d) É um texto injuntivo, que apresenta verbos no imperativo e marcadores de sequência.
- e) É um texto persuasivo, que apresenta verbos no imperativo e adjetivação.

2. Leia o texto abaixo para responder à questão.

The room in which I found myself was very large and lofty. The windows were long, narrow, and pointed, and at so vast a distance from the black oaken floor as to be altogether inaccessible from within. Feeble gleams of encrimsoned light made their way through the trellised panes, and served to render sufficiently distinct the more prominent objects around; the eye, however, struggled in vain to reach the remoter angles of the chamber, or the recesses of the vaulted and fretted ceiling. Dark draperies hung upon the walls. The general furniture was profuse, comfortless, antique, and tattered. Many books and musical instruments lay scattered about, but failed to give any vitality to the scene. I felt that I breathed an atmosphere of sorrow. An air of stern, deep, and irredeemable gloom hung over and pervaded all.

POE, E. A. The Fall of the House of Usher. Elegant Ebooks, 1839, p. 7, [s.l.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2Q1LTJF>>. Acesso em: 3 set. 2018.

O texto acima é um trecho de um conto do escritor norte-americano Edgar Allan Poe. De acordo com a tipologia textual, o trecho apresentado pode ser classificado como parágrafo:

Assinale a alternativa que completa corretamente a afirmação acima:

- a) Narrativo.
- b) Descritivo.
- c) Argumentativo.
- d) Persuasivo.
- e) Informativo.

3. Leia este texto para responder à questão:

“Drinking and Driving”

Driving and drinking is among the worst habits practiced by people all over the world. People think that it is okay to drive themselves to town or even to their homes after drinking. However, this is one thing that leads to

occurrence of accidents on our roads leading to serious consequences. Drinking and driving mostly occurs after partying with friends or even just having alcoholic drinks at the club in town. Most of the times when someone is under the influence of alcohol, they tend to think that they are invincible. This wrong choice, however, can lead to fatal consequences and should be addressed and avoided.

Fonte: UTFMA.ORG. Drinking and Driving. Professional academic writing help. For students around the world. [S.l.], [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2oBQpSQ>>. Acesso em: 3 set. 2018.

De acordo com o texto, é correto afirmar que o trecho acima se trata de um parágrafo:

Assinale a alternativa que completa corretamente a afirmação acima:

- a) Narrativo, cujo objetivo é relatar um acidente de carro ocorrido depois que o motorista bebeu mais que o limite permitido.
- b) Descritivo, em que um acidente automobilístico é usado como forma de sensibilização dos leitores para o perigo de beber e dirigir.
- c) Argumentativo, cujo objetivo é desconstruir a ideia geralmente aceita de que beber antes de dirigir não causa danos.
- d) Injuntivo, que demonstra como funciona o bafômetro.
- e) Persuasivo, em que se oferecem serviços de táxi para motoristas que beberam.

Seção 4.3

Inglês aplicado à comunicação

Diálogo aberto

Nesta seção, abordaremos a língua inglesa aplicada a situações comunicativas no contexto de trabalho dos profissionais de comunicação: Marketing, Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas. Você já sabe quais são as características de um texto formal e informal em língua inglesa e já praticou a escrita de textos formais em contextos empresariais. Agora, vamos apresentar técnicas de escrita informal em redes sociais. Além disso, vamos dar continuidade à compreensão de textos e vocabulário específico e estudar expressões idiomáticas em inglês e formas de estruturação de textos nessas áreas.

Daniela e Samuel, alunos do curso de Comunicação Social, trabalham como assistentes na área de marketing em uma empresa de eventos. Eles estão na reta final de seu trabalho com uma distribuidora internacional de produtos de higiene pessoal para adultos e crianças. Já cuidaram da correspondência entre as empresas e dos materiais de divulgação de produtos, agora precisam atualizar páginas em redes sociais, divulgando as datas dos eventos de lançamento dos novos produtos em São Paulo e em Miami.

A equipe de marketing enviou aos colegas assistentes um vídeo de lançamento dos produtos, e o desafio de Daniela e Samuel será publicar esse vídeo na rede social Facebook, com um texto de apresentação, divulgando as datas do evento de lançamento dos produtos em São Paulo e em Miami.

Acompanhe Daniela e Samuel nesse último desafio, pesquisando páginas de empresas em redes sociais como Facebook, Instagram e outras de seu conhecimento. Para fazer uma postagem nas redes sociais, reflita sobre a situação comunicativa:

- Qual é o público-alvo das postagens?
- Qual é o meu objetivo ao compartilhar esta mensagem: informar, entreter, persuadir?

Hands on work!

Não pode faltar

Welcome! Vamos continuar nosso estudo da língua inglesa aplicado à área de Comunicação. Nesta seção, você vai conhecer vocabulário específico da área de Marketing, Propaganda e Relações Públicas. Além disso, vai poder observar algumas estratégias de construção de manchetes jornalísticas e o uso de expressões idiomáticas e convencionais da língua inglesa. Também vamos apresentar algumas dicas de escrita informal em redes sociais.

Inglês aplicado ao Marketing e à Propaganda

Conhecer o vocabulário usado na área profissional em que se pretende atuar é muito importante para se comunicar em um ambiente de trabalho. Por isso, quando uma língua estrangeira é usada em um contexto profissional, é preciso familiarizar-se com o conjunto de termos comuns àquela área.



Assimile

Esta é uma lista de expressões comumente utilizadas entre profissionais da área de marketing e propaganda. Todas as expressões têm a palavra *"brand"*, que significa *"marca"* em português.

Brand identity - what the company wants the customer to think about a brand.

Brand image - what the customers/public actually think about the brand.

Premium brand - a brand with a high price for quality products.

Economy brand - a brand/products with very low prices.

Brand awareness - knowing about a brand.

Brand consideration - a brand that you would think about buying when you look at all the available options.

Brand loyalty - always buying the same brand because you like it and not buying products from a rival brand.

Brand ambassadors - someone who represents the brand.

Brand positioning - where is a brand placed in the market? Is it expensive, quality or low-cost etc.



Exemplificando

O texto abaixo fala sobre uma campanha publicitária produzida pela marca OPI, que produz esmaltes para unhas. Note as expressões em negrito.

This latest piece of promotion from the OPI brand is undeniably compelling. The **brand identity** they are trying to put across to the buying public is definitely that they are cool, contemporary and high-quality. Does that identity equate to the **brand image**? I think the answer would be a definite, 'yes'. Every person that I've shown this to has been super impressed with the creativity, images, music and the slow reveal of the product. Is OPI the market leader? I'm afraid that my knowledge of nail products is not good enough to know, but the marketing budget would suggest that this is a **premium brand** with pricing to match, rather than an **economy brand**.

Nail varnish typically would be aimed at females, but this campaign is ticking all the right boxes for **brand awareness** for all those boyfriends and husbands out there. OK, they are not going to be the consumer, but now the males who have seen this ad would certainly have OPI in their consideration set (possibly the only product in their brand consideration). For existing female customers it works extremely well serving to cement **brand loyalty**. For me, a very interesting aspect of the ad are the models, or shall we say the **brand**

ambassadors? If you consider the top models used for fashion mega brands, these girls are a lot lower down the scale. Likewise, whilst they are great dancers, they are not the absolute best - if you compare them to a Russian prima ballerina or a leading flamenco dancer etc. This is clever casting from the creatives in the advertising group to appeal to the right social demographic of customers, positioning this brand as 'obtainable' (as opposed to unobtainable) for female teenagers and twenty-somethings... whilst at the same time remaining aspirational. This is clearly pitched as a product for the cool girl in the street.

(SAINT GEORGE INTERNATIONAL, [s.d.])



Reflita

De acordo com o texto sobre a campanha publicitária da marca de esmaltes para unhas OPI, qual é a diferença entre “consumer” e “costumer”?

Inglês aplicado ao Jornalismo

Clareza e objetividade são características da linguagem jornalística, que podem apresentar obstáculos ao estudante que acaba de iniciar-se na língua inglesa. Isso porque ser claro e objetivo em uma língua estrangeira significa usar a linguagem da mesma forma com que se usa no dia a dia, inclusive expressões idiomáticas, expressões ambíguas, jogos de palavras e omissões. Ao mesmo tempo que os veículos de comunicação almejam abranger um público vasto, a linguagem empregada pretende criar impacto e interesse, e as estratégias usadas para tanto costumam estar bastante relacionadas a fatores culturais de uma comunidade linguística.

As manchetes de jornais usam diversas estratégias para ganhar a atenção dos leitores e levá-los a ler uma notícia. Palavras curtas que causam impacto, omissão de verbos, preposição e artigos, jogos de palavras, ambiguidades e aliteração são algumas das técnicas usadas em manchetes para criar interesse no leitor em continuar a leitura de um texto de jornal.



Exemplificando

Na manchete *Media makes Madonna mad*, por exemplo, a letra “m” aparece em todas as palavras. O adjetivo “mad” é empregado com sentido ambíguo, ou seja, pode ser interpretado de duas formas: “Madonna ficou furiosa” ou “ficou louca”. Essas características contribuem para causar curiosidade no leitor.

Algumas expressões da língua são chamadas de idiomáticas ou convencionais. As expressões convencionais são consideradas de uso ou de praxe, consolidadas pela prática diária (Tagnin, 2005). É o caso da expressão “*make one mad*” que aparece na manchete “*Media makes Madonna mad*”. O verbo “*makes*” significa “fazer” em português. Em inglês há outro verbo com a mesma tradução, o “*do*”. Cada um desses verbos aparece em expressões acompanhados de determinados substantivos, mas não de outros.



Assimile

As expressões idiomáticas com os verbos “do” e “make” nem sempre são traduzidas para o português pelo verbo “fazer”:

DO

... the dishes (lavar a louça)

... an exercise (fazer um exercício)

... the laundry (lavar a roupa)

... the shopping (fazer compras)

... your work (fazer seu trabalho)

... business (fazer negócios)

... your hair/nails (fazer o cabelo/as unhas)

... one's best (fazer o melhor)

... a favor (fazer um favor)

(MY ENGLISH PAGES, [s.p.])

MAKE

- ... arrangements (fazer os preparativos)
- ... an attempt (fazer uma tentativa)
- ... bed (fazer a cama/arrumar a cama)
- ... change (promover mudanças)
- ... a choice (fazer uma escolha/escolher)
- ... a comment (fazer um comentário/comentar)
- ... a complaint (fazer uma reclamação/reclamar)
- ... a decision (tomar uma decisão/decidir)
- ... an effort (fazer um esforço)
- ... an exception (abrir uma exceção)
- ... a mistake (cometer um engano/errar)
- ... money (ganhar dinheiro)
- ... a suggestion (fazer uma sugestão/sugerir)
- ... a visit (fazer uma visita/visitar)

(*Idem*)

Assimile algumas expressões convencionais com os verbos "take" e "get".

TAKE

- ... seriously (levar a sério)
- ... part in something (participar)
- ... time (dar-se tempo/fazer em seu tempo/fazer em seu ritmo)

... a look (olhar/observar)
... a break (fazer uma pausa)
... a chance (arriscar)
... a picture (tirar uma foto)
... a seat (sentar-se)
... a taxi (pegar um táxi)
... notes (tomar notas, anotar)
... care (tomar cuidado/cuidar-se)
... advantage of somebody (tirar vantagem)
(THE TR COMPANY, [s.p.])

GET

... lost (perder-se)
... fired (ser demitido)
... a job (arrumar um emprego)
... ready (aprontar-se/ficar pronto)
... started (começar)
... married (casar-se)
... divorced (divorciar-se)
... permission (conseguir permissão)
... the picture (entender o contexto)
... a promotion (conseguir uma promoção no trabalho/ser promovido)
(*Idem*)

Além das expressões convencionais, há as idiomáticas, que são aquelas cujo sentido é aparentemente distante das palavras que o representam (Tagnin, 2005). Um exemplo em português é *bater as botas*. Essa expressão é usada para dizer que alguém morreu. Mas um falante de outra língua poderia interpretar essa expressão de forma literal, alguém batendo botas uma na outra ou ao pisar no chão. Um exemplo em inglês é a expressão *to chew the fat*. O infinitivo *to chew* significa mastigar, mascar, e o substantivo *fat*, antecedido pelo artigo *the*, a gordura. A expressão idiomática significa bater papo.



Pesquise mais

Você pode aprender mais sobre expressões convencionais e idiomáticas da língua inglesa. Pesquise por fórmulas situacionais em inglês e português. Leia:

TAGNIN, S. E. O. **O jeito que a gente diz:** expressões convencionais e idiomáticas, inglês e português. São Paulo: Disal, 2005. p. 12 – 17 e 85 - 101.

Inglês aplicado às Relações Públicas

Tradicionalmente, a divulgação de informações de uma empresa para seus clientes, consumidores e usuários era feita por meio de comunicados à imprensa e relatórios periódicos. Atualmente, essa divulgação acontece por muitos canais distintos, incluindo os blogs e as redes sociais.

A internet facilitou a comunicação entre pessoas, empresas e consumidores. Contudo, é preciso ter em mente que a leitura na internet é diferente da leitura de material impresso. Ao rolar as páginas on-line, o leitor é capaz de acessar links e mudar de texto e contexto, conforme seu interesse. Os meios eletrônicos possibilitam navegar entre muitos textos de forma rápida. A leitura caracteriza-se por ser extensiva, ou seja, abrange uma quantidade grande de textos (CAVALLO; CHARTIER, 1998).

Com a internet, o trânsito de informações é abundante. Novas formas de escrever e novos gêneros textuais são criados por meio

dessa nova tecnologia. Ao buscar uma informação, o usuário poderá acessar uma variedade de gêneros textuais sobre diversos temas. Observou-se, na escrita em sites e redes sociais corporativas, o uso de recursos fáticos para motivar a leitura, como:

- A escrita de apenas uma ideia por parágrafo.
- O uso de listas em vez de parágrafos.
- Frases curtas.
- A inclusão de subtítulos.



Exemplificando

Leia este texto, publicado na revista Business Magazine. Observe que cada parágrafo do texto fala de um único tema e tem um subtítulo. Note também que os últimos parágrafos são elaborados em forma de lista.

Market research techniques

Do you know the techniques you can use for doing market research? What differences are involved in doing qualitative research as opposed to collecting quantitative data?

Why carry out Market Research?

Companies carry out Market Research to gather and analyse data to understand and explain what people think about products or adverts, to find out about customer satisfaction and to predict how customers might respond to a new product on the market.

Types of Data

Market Research can be categorised under two subheadings – Quantitative Research and Qualitative Research. The questions asked with Quantitative Research are structured whereas Qualitative Research questions are much more open and can often reveal consumption habits which the researchers hadn't previously considered. You carry out Quantitative Research when you need to know how many people have certain habits and the

Qualitative Research when you need to know why and how people do what they do.

Who does Market Research?

Companies involved in Market Research include the Research Buyer and the Research Agency. The research agency carries out the market research in ways previously discussed with their clients – the research buyer. Sometimes companies only need their own data analysed, or are simply looking for advice on how to carry out their own research. Points that are discussed between the two parties can include:

The time duration of the research

The budget available

Who the target groups are

Predictions of results

How the results will be helpful

Ways of Collecting Quantitative Data

Street Surveys - stopping people in the street

Phone or postal - people fill in questionnaires and send them back

Internet surveys - a relatively new technique which functions in a similar way to other surveys except that a large number of people are interviewed at the same time

Quantitative Research – questions to ask yourself

Am I asking the right groups of people?

How many people should I speak to in order to get representative answers to my questions?

Are my questions easy to understand?

How am I going to analyse the data?

Ways of Collecting Qualitative Data

Focus groups - discussion between a small number of people about a product, or advert etc. to find out their views or habits

Personal interviews - in-depth discussions on a one-to-one basis

CAPi - computer assisted personal interviewing where questions are 'asked' by the computer and the answers are typed by the interviewee directly into the database for analysis

Observation - this can be used as a complement to asking questions to see how people do what they do

Qualitative Research – questions to ask yourself

Are my questions open enough to get personalised answers?

Have I restricted my target group?

Do I only need to find out 'why' people do what they do or should I also do some quantitative research?

(BRITISH COUNCIL, [s.d.])



Refleta

Considere as seguintes questões para reflexão:

- Qual é a vantagem de inserir subtítulos em cada parágrafo de um texto?
- Por que o autor escreve parágrafos inteiros em forma de tópicos?
- Quais são as diferenças entre a pesquisa quantitativa e a qualitativa?

Inglês aplicado aos textos em redes sociais informais

As redes sociais se tornaram um novo meio de divulgação de serviços e produtos de uma empresa. Textos divulgados em redes sociais podem ter a função explícita de persuadir o leitor a comprar um produto ou a usar um serviço. Também é possível que esses textos tenham o objetivo de criar conteúdo compartilhável entre os usuários das redes sociais. Isso significa dizer que, ao escrever textos corporativos em redes sociais, o propósito de comunicação pode ser vender um produto ou criar uma imagem da marca e divulgá-la.

Um texto empresarial divulgado em redes sociais diverte, emociona e desperta a curiosidade do leitor. Observou-se que alguns adjetivos são usados para provocar emoções, positivas ou negativas, em textos cujo propósito é persuadir o leitor a tomar determinada posição ou atitude.



professional, tested, special, guaranteed, simplistic, dream, free, so, surprising, maximize, powerful, lifetime, valuable, promising, sincere, reliable, terrific, secrets, unusual, strong, reward, suddenly, now, announcing, introducing, improvement, amazing, sensational, remarkable, revolutionary, startling, miracle, magic (TAYLOR, [s.d.])

As redes sociais favorecem um uso criativo da língua, nas quais é possível usar linguagem informal, gírias, *emojicons* e contrações verbais. Não se esqueça, contudo, que a linguagem deverá refletir a imagem da empresa. O público-alvo dos textos publicados nas redes sociais é formado por clientes, consumidores e usuários de produtos e serviços de uma empresa, reais ou potenciais. Algumas restrições são o marketing direto e a linguagem complexa. Ao elaborar esse tipo de texto, você poderá usar:

- Tom de conversa para aproximar a empresa dos usuários das redes sociais.
- Narrativas para despertar empatia.
- Depoimentos de celebridades.
- Verbos no futuro.



Refleta

Compare os dois títulos de textos elaborados para circular em redes sociais. Qual é a diferença entre eles? Qual deles você acredita que causa melhor impressão nos leitores?

"We found 7 new ways that can improve you networking"

"We found 7 new ways that will improve you networking"

Nesta seção, você aprendeu algumas dicas para escrever textos corporativos informais em redes sociais, conheceu algumas expressões convencionais em inglês e vocabulário específico para a área de comunicação.

Sem medo de errar

Nesta unidade, acompanhamos Daniela e Samuel, assistentes de marketing de uma empresa de eventos. Nesse período, os colegas atenderam a um cliente que distribui produtos de higiene pessoal para adultos e crianças: escreveram correspondências no ambiente profissional e revisaram material para campanhas publicitárias. Seu último desafio foi escrever em inglês para as redes sociais.

Ao acompanhar o percurso de Daniela e Samuel, você percebeu diferenças e semelhanças no processo de comunicação entre as línguas inglesa e portuguesa e já consegue entender o conteúdo de um texto em língua inglesa, no contexto geral de negócios, com ênfase na área de Comunicação.

Para atualizar as páginas de redes sociais de uma empresa, com divulgação de produtos, eventos e serviços, você pode começar pesquisando esse gênero em páginas semelhantes nas redes sociais como Facebook, Instagram e outras de seu conhecimento.

Um dos propósitos comunicativos de anúncios veiculados em redes sociais é conseguir atingir seu público consumidor e novos consumidores. Para isso, os anúncios privilegiam mensagens que atendem a objetivos variados: informar, entreter e persuadir. Muitas vezes, são utilizadas estratégias específicas para estimular o compartilhamento de conteúdos veiculados a uma marca.

Para divulgar o calendário de eventos de lançamento dos produtos em São Paulo e em Miami, você poderá especificar qualquer um desses objetivos: informar, entreter e persuadir.

Ao informar, você estará privilegiando as informações sobre o evento de lançamento:

*In **Miami**, at the **Holiday Inn Hotel**, on **August 14th**.*

*In **São Paulo**, at the **Hotel Paulista**, on **September 14th**.*

Para entreter, você poderá usar *emoticons*, linguagem figurada, trocadilhos. Para persuadir, escreva frases curtas, use sentenças imperativas e faça perguntas diretas. Incentive o público a curtir a página e a compartilhar o conteúdo. Você poderá usar mais de uma estratégia em seu texto. Escreva frases curtas, organize os textos em tópicos e lembre-se de redirecionar o público para o site oficial da empresa.

Veja este exemplo retirado das redes sociais de uma empresa finlandesa de esmaltes para unhas, a OPI. Leia o texto de introdução e o vídeo divulgado nas redes sociais.



GET THE APP

Let's Speak in Color!

OPI ColorChat makes saying "I love you", "OMG!", or "Salon at 3?" into a work of art.

This fast and fun app allows you to encode messages in iconic OPI shades. Drops of Funny Bunny, drips of Malaga Wine, and splashes of Need Sunglasses now take on new meaning as you talk and type in color!

Choose to save each masterpiece or send messages to friends via text, email, and social media. Really want to shout something? Share your ColorChat on the global Color Wall for all OPI addicts to see! Simply swipe away color to reveal the message and respond.

You can also shop the OPI shades you love directly from the app! How's that for putting color at your fingertips?

Are you ready to ColorChat?

Visit: opi.com/colorchat

Fonte: OPI. OPI ColorChat: Story of a Drop. 26 mar. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2LVAO9T>>. Acesso em: 3 set. 2018.

Adapte este modelo para seus propósitos comunicativos.

Postagem em páginas empresariais de redes sociais

Descrição da situação-problema

Aline e Tiago trabalham como assistentes de marketing em uma empresa multinacional. Seu chefe pediu que eles compartilhassem dois textos nas páginas de Facebook e Instagram da empresa.

O primeiro dizia *Don't make a wish, make an appointment at a nail salon*, com um fundo colorido contendo o slogan da marca de esmaltes para unhas.

O segundo texto dizia *Take a 50% off* e estava escrito sobre uma foto de uma mão feminina com as unhas pintadas.

Para fazer a postagem, os colegas devem escrever a introdução para os textos a serem compartilhados no site da empresa. Acompanhe Aline e Tiago nesse desafio e reflita você também sobre essas questões:

1. Como essa introdução pode ser escrita?
2. Qual será a função comunicativa desses textos?
3. Qual deverá ser o conteúdo dessa introdução?
4. É apropriado usar *emoticons* nesse tipo de texto?

Resolução da situação-problema

Para fazer as postagens, você poderá escrever uma introdução breve, com duas ou três frases, escritas em forma de tópicos ou separadas por *emoticons*. Os textos de introdução devem dialogar com os que serão compartilhados.

No primeiro texto, *"Don't make a wish, make an appointment at a nail salon"*, o propósito comunicativo é criar desejo pelo produto, comparando o esmalte para unhas a um pedido realizado, pela

comparação entre a expressão “*make a wish*” (faça um pedido) e “*make an appointment*” (marque um horário). Na página da empresa OPI no Facebook, este texto foi divulgado dia 9 de julho com a seguinte introdução: “*All wishes come true at the salon. Click here and get a head start*”.

O segundo texto diz “*Take a 50% off*” e tem o propósito de persuadir o leitor a comprar um produto, anunciando um desconto. Na página da empresa OPI no Facebook, este texto foi divulgado dia 16 de julho, com a seguinte introdução:

“It’s finally here! Select Infinite Shine shades 30% off for Prime Day”.

Nas duas postagens, os textos de introdução continham *emoticons*.

Faça valer a pena

1. Leia o período a seguir atentamente. Depois, complete a lacuna do trecho, mantendo a lógica e o sentido esperados:

“He said he was very sorry, but he wouldn’t like to _____ a contribution, because he has already contributed to several charities along this year”.

Assinale a alternativa que contém o verbo que completa adequadamente a lacuna:

- a) do.
- b) make.
- c) take.
- d) get.
- e) have.

2. Leia atentamente o texto a seguir:



PUBLIC RELATIONS / Methods, tools and tactics

Traditional public relations tools include press releases and press kits which are distributed to the media to generate interest from the press. Other widely used tools include brochures, newsletters and annual reports. Increasingly, companies are utilizing interactive social media outlets, such as blogs, Microblogging and social

media. Unlike the traditional tools which allowed for only one-way communication, social media outlets allow the organization to engage in two-way communication, and receive immediate feedback from various stakeholders. There are two types of Two-way communication, Two-way asymmetrical public relations and Two-way symmetrical public relations. An asymmetrical public relation model is unbalanced. In this model an organization gets feedback from the public and uses it as a basis for attempting to persuade the public to change. A symmetrical public relation model means that the organization takes the interests of the public into careful consideration and public relations practitioners seek a balance between the interest of their organization and the interest of the public.

(...)

The development of social media increased the speed of breaking news, so public relations professionals no longer have the luxury of time to construct a news statement after a daily news deadline. The viral effect of social networks require adequate training and real-time social media monitoring in order to detect the early signs of breaking news.

WIKIPEDIA. Public relations. Wikipedia, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2LV1Myz>>. Acesso em: 4 set. 2018.

De acordo com o texto, as redes sociais, como nova ferramenta do profissional de relações públicas, oferecem a vantagem de:

Assinale a alternativa que apresenta o trecho que completa corretamente a afirmação acima:

- a) Aumentar a velocidade das informações.
- b) Criar um efeito viral das notícias.
- c) Receber resposta imediata.
- d) Criar maior interesse no público.
- e) Ampliar o público-alvo.

3. Leia atentamente o texto a seguir:

Blogging or print?

Some people have claimed newspapers will no longer exist in ten years – we will all read blogs instead. Are they



a welcome addition to traditional media or is blogging a passing fashion?

Only a few years ago, a “web log” was a little-known way of keeping an online diary. At that time, it seemed like “blogs” (as they quickly became known) were only for serious computer geeks or obsessives.

This didn’t last long, though, and within a very short period of time, blogs exploded – blogs were everywhere, and it seemed that almost everyone read blogs, or was a blogger. The blogging craze of a couple of years ago (when it was estimated that ten new blogs were started somewhere in the world every minute) now seems to have died down a bit – yet thousands of blogs (probably the better ones) remain. Blogs are no longer seen as the exclusive possession of geeks and obsessives, and are now seen as important and influential sources of news and opinion. So many people read blogs now, that it has even been suggested that some blogs may have been powerful enough to influence the result of the recent US election.

(...)

So many people read blogs now that the world of blog writers and blog readers has its own name – the “blogosphere”.

But how influential, or important, is this blogosphere really? One problem with blogs is that many people who read and write them seem only to communicate with each other. When people talk about the influence of the blogosphere, they do not take into account the millions of people around the world who are not bloggers, never read blogs, and don’t even have access to a computer, let alone a good internet connection.

Sometimes, it seems that the blogosphere exists only to influence itself, or that its influence is limited to what is actually quite a small community. Blogs seem to promise a virtual democracy – in which anyone can say anything they like, and have their opinions heard – but who is actually listening to these opinions? There is still little hard evidence that blogs have influenced people in the way that traditional mass media (television and newspapers) have the ability to do.

BRITISH COUNCIL. *Blogging or print?* British Council, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2wGHraz>>. Acesso em: 4 set. 2018.

Assinale a alternativa que contém a afirmação correta, de acordo com o texto:

- a) Blogs são ferramentas desenvolvidas para fanáticos e especialistas.
- b) Blogs influenciam mais pessoas do que os veículos de comunicação de massa tradicionais.

- c) As pessoas que leem e escrevem blogs parecem comunicar-se entre si.
- d) “Blogosphere” é o nome dado ao “planeta” em que vivem os editores de blogs.
- e) Jornais impressos vão deixar de existir em 10 anos.

Referências

- AARTS, B. **Oxford Modern English Grammar**. London: Oxford University Press, 2011.
- BEATO-CANATO, A. P. M. O trabalho com línguas para fins específicos em uma perspectiva interacionista sociodiscursiva. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 11, n. 4, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/2Q3RSO4>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- BRITISH COUNCIL**. Marketing Research Techniques. British Council, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2Ci8GOF>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- BUSINESS TRAINING. **What is the right level of formality when sending a work email** Business Training, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2LVKQld>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- CAVALLO, G.; CHARTIER, R. **História da Leitura no Mundo Ocidental**. São Paulo: Ática, 1998.
- COLE, P. **News Writing**. 25 set. 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/2wCQObc>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- DAVIS, M. More than 32,000 motorists caught drink-driving at least TWICE - one with nine convictions alone. **The Mirror**, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2MJQimx>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- DOYLE, A. How to write a letter of intent for a job with examples. **The Balance Careers**, 18 jun. 2018a. Disponível em: <<http://bit.ly/2wFBudL>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- _____. How to write a counter offer letter with examples. **The Balance Career**, 30 jun. 2018b. Disponível em: <<http://bit.ly/2NdnH8J>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- _____. Job promotion letter example. **The Balance Career**, 24 maio 2018c. Disponível em: <<http://bit.ly/2CkltUj>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- DUPREE, E. Nine ways OPI nails social media. **Campaign US**. 05 jun. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2wie0ov>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- ENGLISH FOR BUSINESS COMMUNICATION. **How to write e-mail subject lines for business**. Disponível em: <<http://bit.ly/2NdRMFb>>. Acesso em: 3 set. 2018.
- ENGLISH GRAMMAR TODAY. Names and titles: addressing people. **Cambridge Dictionary**. Disponível em: <<http://bit.ly/2wBZlpe>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- ENGLISH ONLINE. **Patterns of text**: genre. English Online, 5 fev. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2M2A2bm>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- INSLEY, R. Business Letter & Memos. **Communication in Business**. [S.l.]: Kendall Hunt Publishing, 2016, p. 291-333.
- LASOVIĆ, V. The language of Online Bank Advertisements in English. In: **ESP Today**: Journal of English for Specific Purposes at Tertiary Level. [S.l.], v. 2, 2014, pp. 88-104. Disponível em: <<http://bit.ly/2PCw8YD>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- LEARNING ENGLISH. **FCE – Informal letter or email**, 2018a. Disponível em: <<http://bit.ly/2PDnN77>>. Acesso em: 4 set. 2018.

_____. **FCE – Formal letter or email**, 2018b. Disponível em: <<http://bit.ly/2LZv8vA>>. Acesso em 2018.

MY ENGLISH PAGES. Vocabulary: collocations with make and do. My English Pages, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2wDtRok>>. Acesso em: 4 set. 2018.

Fonte: OPI. **OPI ColorChat**: Story of a Drop. 26 mar. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2LVAO9T>>. Acesso em: 3 set. 2018.

OWLCATION. **How to write informal letters in English (with examples)**. Owlcation, 15 maio 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2LXQOYN>>. Acesso em: 4 set. 2018.

PATTERN BASED WRITING: QUICK & EASY ESSAY. Paragraph Examples – Narrative, Persuasive, Descriptive and Many More. **Pattern Based Writing: Quick & Easy Essay**, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2Nd9JUo>>. Acesso em: 4 set. 2018.

POE, E. A. **The Fall of the House of Usher**. Elegant Ebooks, 1839, p. 7, [s.l.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2Q1LTJF>>. Acesso em: 3 set. 2018.

RAMOS, R. C. G. Gêneros textuais: uma proposta de aplicação em cursos de inglês para fins específicos. **The ESPecialist**, v. 25, n. 2, p. 107-129, 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/2wLKRti>>. Acesso em: 4 set. 2018.

RICHARDSON, B. 25 easy tips for creating great content in 2018. **PRSA Content Connection**. Content Marketing Articles. 4 jun. 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2wLw9lw>>. Acesso em: 4 set. 2018.

ROBINSON, P. C. **English for Specific Purposes - Today**: a practitioner's guide. U.K.: Prentice Hall, 1991.

RUBINA, M. Collocations with get & take. **THE TR COMPANY**. 3 nov. 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2oFQBJS>>. Acesso em: 4 set. 2018.

SAINT GEORGE INTERNATIONAL. Marketing for English: essencial brand Vocabulary. Saint George International (SGI), [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2Q5viEP>>. Acesso em: 4 set. 2018.

SAVILLE-TROIKE, M. **Foundations for Teaching English as a second Language**: Theory and Method for Multicultural Education. New Jersey: Prentice Hall, 1976.

TAGNIN, S. E. O. **O jeito que a gente diz**: expressões convencionais e idiomáticas, inglês e português. São Paulo: Disal, 2005.

TAYLOR, A. How to write compelling social media posts: based on language and psychology Sciences. **Revive Social**. Social Media Marketing. 23 jun. 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2LWkcPr>>. Acesso em: 4 set. 2018.

THE GUARDIAN. Three excellent cover letters examples. The Guardian, 11 fev. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2PCzRFB>>. Acesso em: 4 set. 2018.

THINK LITERACY. **Reading Strategies**. Think Literacy: Cross-Curricular Approaches, Grades 7-12, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2wG8imX>>. Acesso em: 4 set. 2018.

UTFMA.ORG. Drinking and Driving. **Professional academic writing help. For students around the world**. [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/2oBQpSQ>>. Acesso em: 4 set. 2018.

ISBN 978-85-522-1138-9



9 788552 211389 >