

## • OS TEXTOS E A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS: ARGUMENTOS VERBAIS E NÃO-VERBAIS

Coordenador(a): *Darcilia Marindir Pinto Simões*

Proposta de sessão temática onde sejam apresentados estudos voltados para a produção textual escrita, focalizando os processos argumentativos materializados por signos verbais e não-verbais. Discussão da iconicidade do projeto de texto em relação aos seus fins comunicativos, levando em conta a seleção e a combinação de signos em torno de um tema. Levantamento de pistas que levem a recortes isotópicos e a identificação de vozes que atravessam o texto. Identificação de dados textuais (verbais e não-verbais) que assegurem possibilidades interpretativas, assim como a presença/ausência de sujeitos discursivos e sujeitos textuais identificáveis por suas estratégias argumentativas.

---

## **A CONSTRUÇÃO DO TEXTO ARGUMENTATIVO NO PRIMEIRO SEGMENTO DO ENSINO FUNDAMENTAL**

*Vania Lúcia Rodrigues Dutra (UERJ)*

Este trabalho procura discutir o texto argumentativo na escola, principalmente no primeiro segmento do ensino fundamental. Partindo-se da Análise Semiolingüística do Discurso (Charau-deau, 1992) e da concepção de gêneros textuais como ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo (Marcuschi, 2002), portanto sobre o outro, vimos propondo um trabalho com a produção do texto argumentativo, nas séries iniciais, em que sejam considerados a situação comunicativa, os sujeitos nela envolvidos e os papéis a desempenhar (Eu-comunicante, Tu-interpretante, Eu-enunciador, Tu-destinatário). Assim, busca-se, com essa proposta, instrumentalizar o aluno para a prática social do discurso, apontando que fatores externos à língua precisam ser considerados para que se possa entender plenamente o que por meio dela é dito e que, por si só, seria insuficiente.

## **A FOLHA UNIVERSAL: RECURSOS PERSUSIVOS ENTRE A IMAGEM E A PALAVRA**

*Adriane Gomes Farah*

Trata-se de uma análise de alguns processos de seleção verbais e não-verbais que revelam intenções comunicativas persuasivas na estruturação do jornal Folha Universal, órgão de divulgação da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Busca-se demonstrar como a seleção, manipulação e combinação do signo a outros elementos contribuem para o velamento do discurso autoritário praticado pela maioria dos órgãos formadores de opinião ou divulgadores de ideologia ou religião.

Tal proposição de análise se fundamenta na Análise de Discurso, na Linguística Textual e na Semiótica, além de lançar mão de outras áreas afins como a Pragmática, a Semântica, a Retórica e a Sociologia.

### **A ICONICIDADE NOS PROGRAMAS DE HUMOR**

*Claudia Moura da Rocha (UERJ)*

O objetivo desta comunicação é salientar a importância de se desenvolver uma leitura dos aspectos icônicos encontrados no texto dos programas humorísticos de TV. Este tipo de leitura, que abarca não somente o signo verbal como também o não verbal (incluindo, pois, a "leitura" da caracterização lingüística dos personagens - sotaques, erros lingüísticos cometidos - e da caracterização física - maquiagem, figurinos) tem como finalidade a formação de um telespectador crítico. Também serão abordados o papel dos signos verbais orientadores e desorientadores presentes neste tipo de texto; o emprego do que seriam falhas em textos informativos: a ambigüidade equivocada, a baixa iconicidade, levando à opacidade de um texto, a serviço do humor; a relevância da iconicidade lexical (seleção vocabular) e da iconicidade lingüístico-gramatical (o emprego estratégico das informações gramaticais na descoberta das intenções expressivo-comunicativas do texto) para a construção do texto de humor.

### **LÉXICO E ARGUMENTAÇÃO: UM ESTUDO DA ICONICIDADE**

*Darcília Maríndir Pinto Simões (UERJ)*

O presente trabalho procura demonstrar linha de discussão da estruturação textual fundada na força da seleção lexical como recurso de argumentação e identificação de vozes que dialogam no texto. Com base na semiótica de Peirce, vimos construindo uma proposta de análise semiótico-lingüística que examina os signos verbais ativados quando da produção de enunciados, observando-os do ponto de vista da legibilidade. Observa-se ainda neste trabalho a eleição deliberada de signos orientadores ou desorientadores em conformidade com o projeto de comunicação previsto para o texto. Interpreta-se assim a falácia como um tipo de eficácia, em contraponto com o que estabeleceu O. M. Garcia: a oposição entre falácia e eficácia. Em síntese, esta comunicação visa a discutir o projeto de texto no plano da seleção/ativação lexical e seu potencial icônico.

### **O DIÁLOGO SÍGNICO PARA A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS E PARA O NASCIMENTO DE SIGNIFICADOS: A MULHER (RE)SIGNIFICADA PELA PUBLICIDADE - PROPOSTA DE ESTUDO DA ICONICIDADE PARA A PRODUÇÃO TEXTUAL**

*Katia Regina Rebello da Costa*

Este trabalho promove, inicialmente, uma reflexão acerca da construção de sentidos e de significados pelos sujeitos sócio-temporalmente constituídos. Fazendo-se um percurso teórico pelas noções de signo, discurso, interdiscurso, memória discursiva, esquecimento, sentido e significado, em consonância com as considerações de Charles Sanders Peirce, Mikhail Bakhtin, Michel Pêcheux e Eni Orlandi, abordam-se os significados - que supostamente se julgam imanentes aos signos - como resultantes do apagamento da materialidade dos sentidos sociais. O texto publicitário impresso protagonizado pela figura feminina é alvo dessa reflexão. Através do levantamento dos signos verbais e não-verbais que tecem, em diálogo, a superfície textual, constata-se que a publicidade efetiva a transferência de significados dos produtos que promove para a figura feminina posta em cena e, assim, delinea o sentido de reificação da mulher - sentido esse que se cristaliza e passa a circular na sociedade como significado em si mesmo inerente à mulher.

O objetivo desta comunicação é, enfim, apresentar o estudo do projeto de texto - especificamente o do publicitário impresso - como subsídio para o ensino de língua portuguesa, em especial para o de produção de textos escritos. Por ser objeto plástico visualmente sensível, capaz de evocar imagens mentais, a seleção e a combinação signica promovem a construção de argumentos e a produção de sentidos - que se convertem, pelo processo de apagamento de sua materialidade, em significados. As instruções semiótico-lingüísticas presentes na sua superfície textual caracterizam-se, portanto, como guias-mapas ativadores dos processos interpretativos e despertadores dos processos de produção de textos escritos.