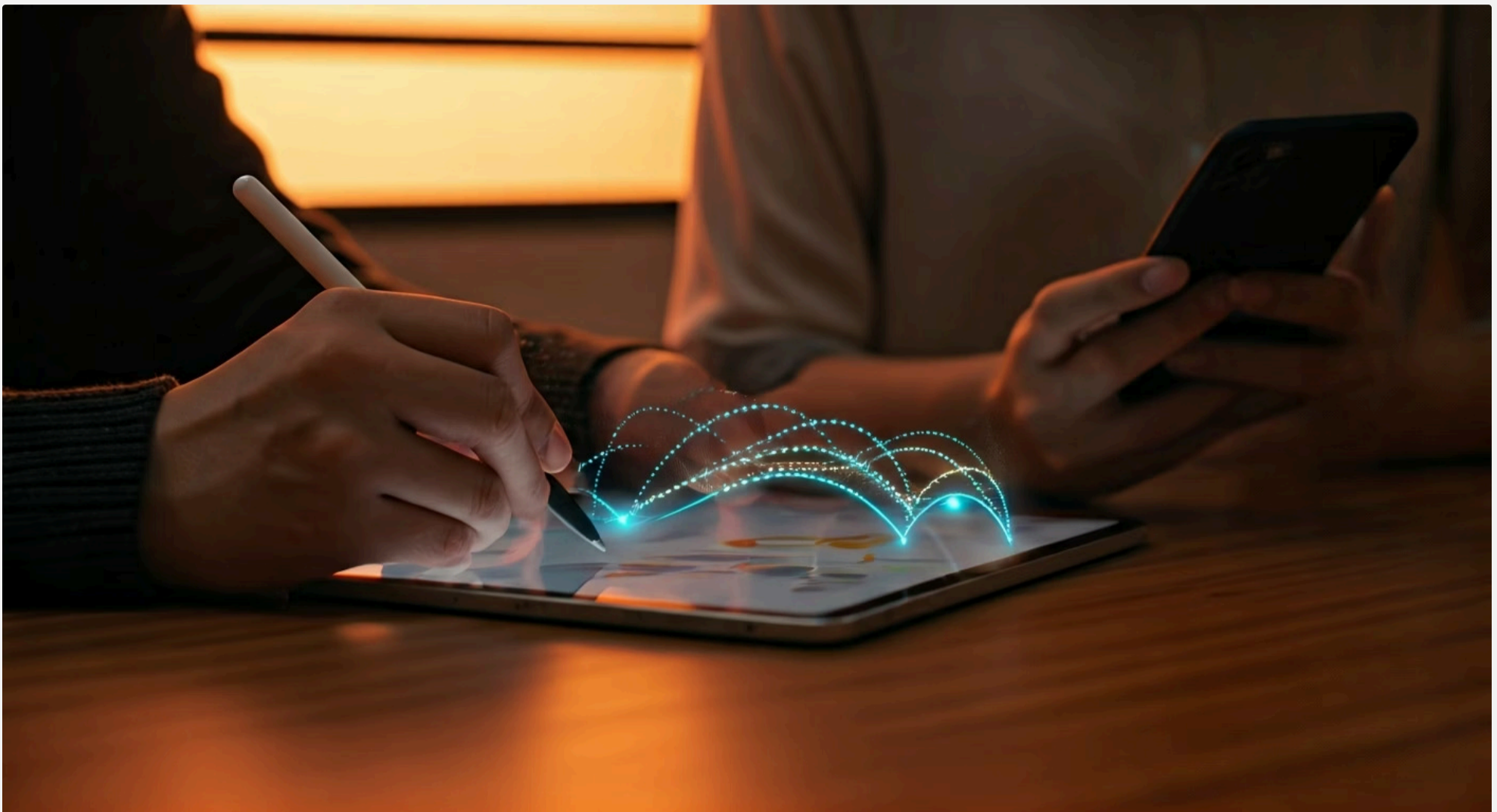


# Aula 7 – Fatores Pragmáticos: Intencionalidade e Aceitabilidade



Você já parou para pensar que um texto é muito mais do que um amontoado de palavras? Assim como uma conversa face a face, cada frase escrita carrega consigo uma intenção, um propósito, e depende de quem a lê para realmente ganhar vida. Nesta aula, vamos mergulhar nos bastidores da comunicação textual, explorando como a **intencionalidade** do produtor e a **aceitabilidade** do receptor moldam o sentido de tudo o que lemos e escrevemos.

## O Poder da Intenção

Imagine-se lendo um post nas redes sociais, um e-mail profissional ou até mesmo um meme. Por trás de cada um, há uma mente que escolheu aquelas palavras com um objetivo específico: informar, persuadir, divertir, provocar.

E do seu lado, como leitor, há uma disposição – consciente ou não – para entender, interpretar e, de certa forma, "aceitar" aquela mensagem. É essa dança entre quem cria e quem recebe que desvenda a verdadeira magia da Linguística Textual.

Ao final desta jornada, você não apenas compreenderá os conceitos de intencionalidade e aceitabilidade, mas será capaz de identificar como eles operam em diferentes gêneros textuais, desde um artigo acadêmico até uma thread no Twitter. Prepare-se para afiar seu olhar crítico e sua capacidade de análise, habilidades essenciais tanto para a vida universitária quanto para o sucesso em qualquer concurso que exija uma compreensão aprofundada da linguagem.

Nesta aula, desvendaremos o texto como uma ação intencional, exploraremos os atos de fala que se manifestam na escrita, e entenderemos como a cooperação do leitor é vital para a construção do sentido. Por fim, aplicaremos o famoso Princípio da Cooperação de Grice e suas máximas conversacionais ao universo do texto escrito, conectando esses pilares teóricos com as dinâmicas da comunicação digital contemporânea.

### O que você vai aprender

- Como a intencionalidade guia a produção textual
- O papel da aceitabilidade na compreensão
- Os atos de fala na escrita
- As máximas conversacionais de Grice

# O Texto como Ação: Além das Palavras, a Intenção



## Você está agindo

Quando você envia uma mensagem de texto, escreve um e-mail ou publica um comentário, está fazendo mais do que apenas organizar letras em frases. Você está agindo.

## Cada texto é um ato

Cada texto é um ato, uma intervenção no mundo, e essa intervenção é guiada por uma **intencionalidade** clara ou implícita.

## Propósito comunicativo

Não escrevemos por acaso; escrevemos para alcançar algo, para provocar uma reação, para transmitir uma ideia.

Pense na última vez que você recebeu um e-mail de "phishing" – aqueles que tentam enganá-lo para revelar dados pessoais. A intencionalidade do produtor é cristalina: obter informações. E para isso, ele constrói um texto que simula uma comunicação legítima, buscando a sua aceitabilidade, mesmo que de forma enganosa. Esse exemplo, embora negativo, ilustra perfeitamente como a intenção é a força motriz por trás da criação textual.

A intencionalidade é, portanto, a bússola que guia o produtor do texto. É a consciência de que o texto não é um objeto estático, mas uma ferramenta dinâmica para atingir um propósito comunicativo.

Sem essa intenção, o texto seria apenas um conjunto aleatório de símbolos, desprovido de direção e de potencial de sentido.

## A Metáfora do GPS

Imagine que você está usando um aplicativo de GPS. Você digita um destino, e o aplicativo traça uma rota. A sua intenção é chegar a um lugar específico, e o GPS é a ferramenta que o ajuda a concretizar essa intenção. Da mesma forma, o produtor do texto tem um "destino" comunicativo em mente, e o texto é a "rota" que ele constrói para chegar lá, usando palavras e estruturas para guiar o leitor.

# A Intencionalidade do Produtor: O Motor da Mensagem

A intencionalidade não é apenas "ter uma ideia", mas sim a capacidade do produtor de construir um texto que seja coeso e coerente, visando atingir um objetivo específico. É a habilidade de selecionar palavras, organizar frases e estruturar parágrafos de modo que a mensagem seja compreendida e, idealmente, produza o efeito desejado no receptor. Sem essa direção consciente, o texto pode se tornar confuso, ambíguo ou simplesmente ineficaz.

Considere um influenciador digital criando um post patrocinado. A intenção não é apenas mostrar um produto, mas persuadir seus seguidores a comprá-lo ou a interagir com a marca. Para isso, ele escolhe uma linguagem específica, um tom, talvez um apelo emocional, e uma chamada para ação clara. Cada elemento do texto é pensado para cumprir essa intenção, demonstrando um controle estratégico sobre a comunicação.

Essa dimensão da intencionalidade nos lembra que a produção textual é um ato estratégico. É essa perspectiva que nos permite analisar textos não apenas pelo que dizem, mas pelo que *querem fazer* com o leitor.

## A Metáfora do Chef

Pense em um chef de cozinha preparando um prato. Ele não joga ingredientes aleatoriamente na panela. Ele tem a intenção de criar um sabor específico, uma textura, uma experiência gastronômica. Para isso, ele seleciona os ingredientes certos, segue uma receita (ou cria uma), e ajusta os temperos. A intencionalidade do chef é transformar ingredientes brutos em uma refeição deliciosa, assim como a intencionalidade do produtor textual é transformar palavras em uma mensagem significativa e eficaz.

### O Produtor como Arquiteto

O produtor não é um mero digitador, mas um **arquiteto de sentidos**, que planeja e executa sua construção linguística com um propósito em mente.

# Atos de Fala: As Ações por Trás das Palavras



A teoria dos **atos de fala**, desenvolvida por filósofos da linguagem como J. L. Austin e John Searle, nos ajuda a entender que dizer algo é também fazer algo. Quando você diz "Eu prometo", você não está apenas emitindo sons; você está realizando o ato de prometer. Essa ideia se estende perfeitamente ao texto escrito, onde as palavras também carregam o poder de realizar ações.

## Ato Locucionário

É o ato de dizer algo, o significado literal das palavras e frases. É a forma gramatical e semântica da enunciação. Por exemplo, dizer "Está chovendo" é o ato locucionário de afirmar a ocorrência de chuva.

## Ato Ilocucionário

É a intenção comunicativa do falante ao dizer algo. É o que se faz *ao dizer* algo. No exemplo "Está chovendo", o ato ilocucionário pode ser um aviso (para que você leve um guarda-chuva), uma constatação, ou até mesmo uma desculpa para não sair.

## Ato Perlocucionário

É o efeito que o ato de fala produz no ouvinte/leitor. É o que se faz *pelo fato de dizer* algo. Se, ao ouvir "Está chovendo", você pega o guarda-chuva, esse é o efeito perlocucionário.

No texto escrito, o foco principal recai sobre o **ato ilocucionário**, pois é ele que revela a verdadeira intenção do produtor. Um e-mail que começa com "Solicitamos sua atenção para..." tem um ato ilocucionário de *solicitar*. Um post que diz "Vote no candidato X!" tem um ato ilocucionário de *persuadir* ou *ordenar*.

## A Metáfora das Matrioskas

Imagine um conjunto de bonecas russas (matrioskas). A boneca maior e mais externa é o **ato locucionário** – a forma visível, as palavras em si. Dentro dela, há uma boneca um pouco menor, que representa o **ato ilocucionário** – a intenção, o propósito por trás das palavras. E, por fim, a menor boneca, que só é revelada depois de abrir as outras, é o **ato perlocucionário** – o efeito que a mensagem causa no receptor. Cada camada é essencial para a compreensão completa da ação comunicativa.

# A Manifestação Textual dos Atos Ilocucionários

Como os atos ilocucionários se manifestam no texto escrito? Eles não são sempre explícitos, mas podem ser inferidos por meio de marcadores linguísticos, do contexto e da estrutura do texto. Um comando, por exemplo, pode ser expresso por um imperativo ("Feche a porta!") ou por uma forma mais polida ("Você poderia fechar a porta?"). Ambos realizam o ato de *pedir* ou *ordenar*, mas com diferentes nuances.



## Gêneros Digitais

Um meme com a frase "Eu na vida" acompanhada de uma imagem de desespero realiza o ato ilocucionário de *expressar identificação e compartilhar um sentimento*.



## Redes Sociais

Um tweet com a hashtag #FicaDica pode ter o ato ilocucionário de *aconselhar* ou *criticar* de forma sutil.



## E-mails Formais

A frase "Gostaríamos de informar que..." claramente indica um ato de *informar*.



## Blog Posts

"Prepare-se para a surpresa!" aponta para um ato de *antecipar* ou *instigar*.

A escolha de verbos, advérbios, a pontuação (exclamações, interrogações), e até mesmo a formatação (negrito, itálico) são pistas que o produtor deixa para que o leitor decifre o ato ilocucionário. A análise desses atos nos ajuda a ir além do que está literalmente escrito e a captar a verdadeira mensagem.

## Tabela Comparativa dos Atos de Fala

Conceito	Âmbito/Aplicação	Base/Origem	Exemplo
Ato Locucionário	O que é dito (forma e sentido literal)	Gramática e Semântica	"A porta está aberta."
Ato Ilocucionário	O que se faz ao dizer (intenção comunicativa)	Pragmática	"A porta está aberta." (Ato de <i>avisar</i> )
Ato Perlocucionário	O efeito no receptor (consequência da fala)	Psicologia da Comunicação	"A porta está aberta." (Alguém <i>fecha</i> a porta)

# A Aceitabilidade por Parte do Receptor: A Outra Face da Moeda



Até agora, focamos na intencionalidade do produtor. Mas a história não termina aqui. A comunicação é uma via de mão dupla, e a outra face dessa moeda é a **aceitabilidade** por parte do receptor. Você já se viu lendo um texto e pensando: "Isso não faz sentido para mim" ou "Não consigo entender o que o autor quer dizer"? Essa sensação, muitas vezes, está ligada à aceitabilidade.

A aceitabilidade não é apenas gostar ou concordar com o texto, mas sim a disposição do receptor em considerar o texto como coeso e coerente, e em cooperar com o produtor para construir o sentido. É a ponte que o leitor constrói para encontrar o autor.

Sem essa postura ativa, mesmo o texto mais bem elaborado pode falhar em sua missão comunicativa. A aceitabilidade é, portanto, um pré-requisito para que a intenção do produtor se concretize. Um texto pode ser perfeitamente coeso e coerente, mas se o leitor não estiver disposto a aceitá-lo como uma mensagem válida e significativa, a comunicação não se completa.

## A Metáfora da Dança

Imagine que você e um parceiro estão dançando. O produtor do texto lidera, com sua intencionalidade, propondo os passos. Mas se o receptor não estiver disposto a seguir o ritmo, a interpretar os movimentos e a se engajar na dança, a performance será desajeitada ou nem acontecerá. A aceitabilidade é essa sincronia, essa vontade de dançar junto para criar algo belo e harmonioso – o sentido.

### O Leitor Ativo

Para que a comunicação seja bem-sucedida, o receptor precisa estar disposto a engajar-se com o texto, a preencher lacunas, a fazer inferências e a ativar seu próprio conhecimento de mundo.

# A Disposição para Cooperar: O Papel Ativo do Leitor



## Repertório de Conhecimentos

O leitor traz suas experiências, expectativas e contexto cultural.



## Avaliação Crítica

Ele avalia se o texto é "aceitável" – se faz sentido e é relevante.



## Integração

O texto é integrado à sua compreensão de mundo.

A aceitabilidade do receptor é um processo dinâmico. Não é passiva, como simplesmente absorver informações. Pelo contrário, o leitor é um participante ativo na construção do sentido. É com base nesse repertório que ele avalia se o texto é "aceitável" – ou seja, se faz sentido, se é relevante e se pode ser integrado à sua compreensão de mundo.

## Em Concursos Públicos

Em um cenário de concurso público, por exemplo, a capacidade de um candidato de interpretar corretamente um texto depende diretamente de sua disposição para cooperar. Ele precisa buscar a intenção do autor, identificar os atos de fala e aplicar seu conhecimento prévio para decodificar a mensagem de forma precisa, sem distorções ou interpretações equivocadas.

## Em Textos Humorísticos

A disposição para cooperar também implica em reconhecer que o texto pode ter diferentes camadas de sentido. Um post de humor, por exemplo, exige que o leitor aceite a quebra de certas expectativas para que a piada funcione. Se o leitor insistir em uma interpretação puramente literal, a intenção do produtor (divertir) não será alcançada.

Conectando com a análise de gêneros digitais, pense em uma "thread" no Twitter que se desdobra em vários tweets. O leitor precisa ter a disposição de seguir a sequência, de conectar as ideias entre os posts e de entender o fluxo narrativo para aceitar a mensagem completa. Se ele ler apenas um tweet isolado, a aceitabilidade da mensagem como um todo pode ser comprometida. É como montar um quebra-cabeça: cada peça (tweet) só faz sentido quando aceita e conectada às outras.

# O Princípio da Cooperação de Grice: **As** **Regras Implícitas**

A ideia de que a comunicação é um esforço colaborativo foi formalizada pelo filósofo Paul Grice em seu **Princípio da Cooperação**. Grice propôs que, em uma interação comunicativa, os participantes geralmente esperam que cada um contribua de forma relevante, verdadeira, clara e informativa. Embora Grice tenha focado na conversação oral, seus princípios são perfeitamente aplicáveis ao texto escrito, onde a cooperação é igualmente vital.

**Princípio da Cooperação:** "Faça sua contribuição conversacional tal como é exigida, no estágio em que ocorre, pelo propósito ou direção do intercâmbio conversacional em que você está engajado."

Em outras palavras, tanto o produtor quanto o receptor devem se esforçar para que a comunicação seja eficaz. O produtor deve criar um texto que facilite a compreensão, e o receptor deve se esforçar para compreendê-lo.

## Artigos Científicos

Quando lemos um artigo científico, esperamos que o autor seja preciso, forneça dados relevantes e apresente suas ideias de forma lógica.

Essas expectativas são guiadas pelo Princípio da Cooperação, que nos ajuda a navegar pelas diversas formas de comunicação textual.

## Posts de Blog

Ao ler um post de blog, esperamos que o autor seja envolvente e direto.

## A Metáfora do Quebra-Cabeça

Imagine que você e um amigo estão montando um quebra-cabeça juntos. O **Princípio da Cooperação** é como o acordo tácito de que ambos vão trabalhar para completar a imagem. Um não vai esconder peças, nem vai tentar encaixar peças erradas de propósito. Cada um contribui com sua parte, seguindo as "regras" do jogo, para que o objetivo final (a imagem montada) seja alcançado. No texto, o quebra-cabeça é o sentido, e as peças são as palavras e ideias.

# As Máximas Conversacionais: Quantidade e Qualidade



Para detalhar o Princípio da Cooperação, Grice propôs quatro **Máximas Conversacionais**, que funcionam como diretrizes para a comunicação eficaz. Embora formuladas para a fala, elas são poderosas ferramentas para analisar a construção e a recepção de textos.

1

## Máxima da Quantidade

- Sua contribuição deve ser tão informativa quanto o necessário para os propósitos atuais da troca.
- Sua contribuição não deve ser mais informativa do que o necessário.

**No texto:** O autor deve fornecer informações suficientes para que o leitor compreenda a mensagem, sem sobrecarregá-lo com detalhes irrelevantes. Um manual de instruções, por exemplo, deve ser conciso e direto. Um artigo acadêmico, por outro lado, exige mais detalhes e referências.

2

## Máxima da Qualidade

- Não diga o que você acredita ser falso.
- Não diga aquilo para o qual você não tem evidência adequada.

**No texto:** O autor deve ser honesto e preciso. Em textos informativos, isso significa apresentar fatos verificáveis. Em textos opinativos, significa expressar crenças genuínas e, se possível, fundamentá-las. A credibilidade de um blog ou de uma notícia depende fortemente da adesão a esta máxima.

### Fake News e a Máxima da Qualidade

A proliferação de *fake news* nas redes sociais é um exemplo claro da violação intencional da Máxima da Qualidade, visando manipular a aceitabilidade do receptor.

A aplicação dessas máximas é crucial para a construção de textos que sejam não apenas compreensíveis, mas também confiáveis e úteis. Quando um autor as viola intencionalmente, ele pode estar gerando **implicaturas**, que são significados subentendidos, não ditos diretamente, mas inferidos pelo leitor.

## A Metáfora das Regras de Trânsito

Pense nas máximas como as "regras de trânsito" da comunicação. A Máxima da Quantidade é como a velocidade permitida: nem muito lento (pouca informação), nem muito rápido (informação demais). A Máxima da Qualidade é como a sinalização de "pare" ou "siga": você confia que a informação é verdadeira e segura para prosseguir.

# As Máximas Conversacionais: Relevância e Modo

Continuando com as diretrizes de Grice, as máximas da Relevância e do Modo complementam o arcabouço para uma comunicação textual eficaz.



## Máxima da Relevância

**Seja relevante.**

O autor deve garantir que tudo o que é dito no texto esteja relacionado ao tópico principal e aos objetivos da comunicação. Em um e-mail de trabalho, divagar sobre assuntos pessoais seria uma violação desta máxima.



## Máxima do Modo

**Seja claro.**

- Evite obscuridade de expressão
- Evite ambiguidade
- Seja breve (evite prolixidade)
- Seja ordenado

## Relevância em Redes Sociais

Em um post de rede social, cada frase e imagem deve contribuir para a mensagem central, seja ela humorística, informativa ou persuasiva.

## Modo em Concursos

Um texto bem-sucedido em um concurso público demonstra total domínio da Máxima do Modo: linguagem apropriada, estrutura lógica, pontuação correta e clareza nas ideias.

A análise de gêneros digitais, como posts de redes sociais ou memes, oferece exemplos fascinantes de como essas máximas são aplicadas – e muitas vezes, intencionalmente violadas para criar efeitos específicos. Um meme pode violar a máxima da quantidade ao ser extremamente conciso, ou a da qualidade ao apresentar uma hipérbole, mas o faz de forma relevante e clara para seu público-alvo, gerando uma implicatura de humor ou crítica.

## Tabela Resumo das Máximas

Máxima	Âmbito/Aplicação	Base/Origem	Exemplo em Gêneros Digitais
Quantidade	Informação necessária e suficiente	Teoria da Informação	Tweet conciso vs. thread detalhada
Qualidade	Veracidade e evidência	Epistemologia	Notícia verificada vs. fake news
Relevância	Pertinência ao tópico	Pragmática	Comentário on-topic vs. spam
Modo	Clareza e organização	Retórica	Post bem formatado vs. confuso

# Quebras de Máximas e **Implicaturas**



Nem sempre os produtores de texto seguem as máximas de Grice à risca. Na verdade, muitas vezes, eles as violam intencionalmente para criar efeitos específicos, como humor, ironia, sarcasmo ou para transmitir uma mensagem subentendida. Quando isso acontece, estamos diante de uma **implicatura** – um significado que não é dito explicitamente, mas que pode ser inferido pelo receptor a partir do contexto e do conhecimento das máximas.

## Exemplos de Quebras Intencionais

1

### Quebra da Qualidade

**Ironia/Sarcasmo:** Se alguém escreve "Que ideia brilhante!" para se referir a algo obviamente estúpido, está violando a máxima da qualidade. O leitor, ao perceber a incongruência, infere a implicatura de que a ideia é, na verdade, péssima. Isso é comum em comentários de redes sociais ou em textos humorísticos.

2

### Quebra da Quantidade

**Subentendido:** Em um e-mail, se você pergunta "Você já terminou o relatório?" e a resposta é "Estou quase lá...", a implicatura é que o relatório ainda não está pronto, mas está em andamento. A resposta não foi tão informativa quanto o necessário para um "sim" ou "não", mas o leitor consegue inferir o estado da situação.

3

### Quebra da Relevância

**Mudança de assunto:** Em uma conversa online, se alguém desvia abruptamente de um tópico sério para um meme aleatório, pode estar violando a máxima da relevância para aliviar a tensão ou para expressar desinteresse no assunto anterior. A implicatura é que o assunto original não é mais desejado.

4

### Quebra do Modo

**Ambiguidade intencional:** Poemas ou textos artísticos frequentemente usam a ambiguidade para provocar múltiplas interpretações e reflexões no leitor. A intenção não é ser "claro" no sentido literal, mas sim enriquecer o sentido através da polissemia.

## **Habilidade Avançada**

A capacidade de identificar essas quebras e inferir as implicaturas é uma habilidade avançada de leitura e análise textual, crucial para compreender a profundidade e as nuances da comunicação, especialmente em contextos onde a linguagem é usada de forma criativa ou estratégica.

# Aplicações Práticas e Tendências

Os conceitos de intencionalidade, aceitabilidade e as máximas de Grice não são apenas teorias abstratas; eles têm aplicações práticas profundas e estão sendo constantemente revisitados e expandidos com as novas tendências da comunicação.

## **Análise de Gêneros Digitais**

A Linguística Textual se tornou uma ferramenta indispensável para analisar a complexidade dos textos em novos formatos. Posts de redes sociais, blogs, memes, threads e vídeos curtos possuem dinâmicas próprias de coesão e coerência, onde a intencionalidade é frequentemente expressa através de elementos visuais e a aceitabilidade depende da rápida decodificação de códigos culturais.

## **Interface com Linguística de Corpus**

A Linguística de Corpus utiliza ferramentas computacionais para analisar grandes volumes de texto. Isso permite identificar padrões de coesão, frequência lexical e construções sintáticas que validam ou questionam teorias textuais com dados empíricos. Podemos analisar como a Máxima da Quantidade é aplicada em diferentes tipos de notícias ou como a Máxima da Qualidade é refletida na linguagem de textos científicos versus textos de opinião.

## **Abordagens Multimodais**

A comunicação contemporânea é cada vez mais multimodal, combinando texto, imagem, áudio e vídeo. A intencionalidade e a aceitabilidade precisam ser analisadas considerando a interação entre esses diferentes modos. Em um vídeo de TikTok, a música, a imagem e o texto trabalham juntos para criar um ato ilocucionário específico (divertir, informar). A aceitabilidade do receptor depende de sua capacidade de integrar todos esses elementos para construir o sentido completo.

Essas tendências mostram que a Linguística Textual é um campo vibrante e em constante evolução, adaptando-se para compreender as complexas formas como nos comunicamos hoje. Aprofundar-se nesses fatores pragmáticos é essencial para qualquer estudante ou profissional que deseje dominar a arte e a ciência da comunicação.

# Consolidação e Autoavaliação

Chegamos ao fim de nossa jornada pelos fatores pragmáticos da intencionalidade e aceitabilidade. Vimos que um texto é uma ação intencional do produtor, que busca realizar atos de fala específicos, e que o sucesso dessa comunicação depende da disposição do receptor para cooperar na construção do sentido. O Princípio da Cooperação de Grice e suas máximas nos oferecem um mapa para entender como essa colaboração se manifesta – e como suas quebras podem gerar significados ainda mais ricos.

## Em Prática

01

---

### Ao Produzir um Texto

Pergunte-se: "Qual é a minha intenção principal? Que ato de fala quero realizar?"

02

---

### Ao Ler

Questione: "O que o autor *realmente* quer que eu entenda? Estou disposto a cooperar para encontrar esse sentido?"

03

---

### Ao Analisar

Analise como as máximas de Grice são seguidas ou quebradas em diferentes gêneros, especialmente nos digitais, para inferir implicaturas e nuances.

# Autoavaliação

## Teste seus conhecimentos

Responda às questões abaixo para verificar sua compreensão dos conceitos apresentados nesta aula.

### Questão 1

Qual dos conceitos abaixo se refere à intenção comunicativa do produtor ao dizer algo, ou seja, o que se faz *ao dizer*?

- a) Ato Perlocucionário
  - b) Ato Locucionário
  - c) Ato Ilocucionário
  - d) Aceitabilidade
- 

### Questão 2

Um autor de um artigo científico que apresenta dados falsos ou sem evidências adequadas está violando qual Máxima Conversacional de Grice?

- a) Máxima da Quantidade
  - b) Máxima da Qualidade
  - c) Máxima da Relevância
  - d) Máxima do Modo
- 

### Questão 3

A "disposição do receptor em considerar o texto como coeso e coerente, e em cooperar na construção do sentido" é a definição de:

- a) Intencionalidade
  - b) Coerência
  - c) Aceitabilidade
  - d) Implicatura
- 

### Questão 4

Em um post de rede social, um usuário escreve: "Que dia maravilhoso para ficar preso no trânsito por duas horas!". Qual Máxima de Grice está sendo intencionalmente violada para gerar uma implicatura de ironia?

- a) Máxima da Quantidade
  - b) Máxima da Qualidade
  - c) Máxima da Relevância
  - d) Máxima do Modo
- 

### Questão 5 (Dissertativa)

Explique, com suas palavras, como a análise de gêneros digitais (como memes ou threads) pode se beneficiar da aplicação dos conceitos de intencionalidade e aceitabilidade.

# Gabarito

<b>Questão 1</b> Resposta: c) Ato Ilocucionário	<b>Questão 2</b> Resposta: b) Máxima da Qualidade
<b>Questão 3</b> Resposta: c) Aceitabilidade	<b>Questão 4</b> Resposta: b) Máxima da Qualidade

## Questão 5 - Resposta Esperada

- ❏ A análise de gêneros digitais se beneficia ao permitir compreender a intenção por trás de mensagens concisas e visuais (intencionalidade), e como o público as decodifica e as aceita, muitas vezes inferindo sentidos implícitos ou humorísticos que dependem de um conhecimento cultural compartilhado (aceitabilidade). Isso revela as novas dinâmicas de coesão e coerência nesses formatos.

# Próxima Aula e Recursos Adicionais

## Próxima Aula

### **Aula 8**

Na Aula 8, continuaremos nossa exploração dos fatores textuais, mergulhando nos **Fatores Contextuais: Situacionalidade e Informatividade**. Prepare-se para entender como o contexto externo e o nível de novidade das informações influenciam a construção e a recepção dos textos.

## Continue Aprendendo

Aprofunde seus conhecimentos com os recursos recomendados ao lado. A Linguística Textual é um campo fascinante que se conecta com diversas áreas do conhecimento!

## Recursos Adicionais

### **Livro Recomendado**

**KOCH, Ingedore G. V.** *A Coerência Textual*. São Paulo: Contexto, 2015.

Para aprofundar a relação entre pragmática e coerência.

### **Artigo Acadêmico**

**GRICE, H. P.** *Logic and Conversation*. In: COLE, P.; MORGAN, J. L. (Eds.). *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. New York: Academic Press, 1975.

Para consultar a fonte original das máximas.

### **Plataforma Online**

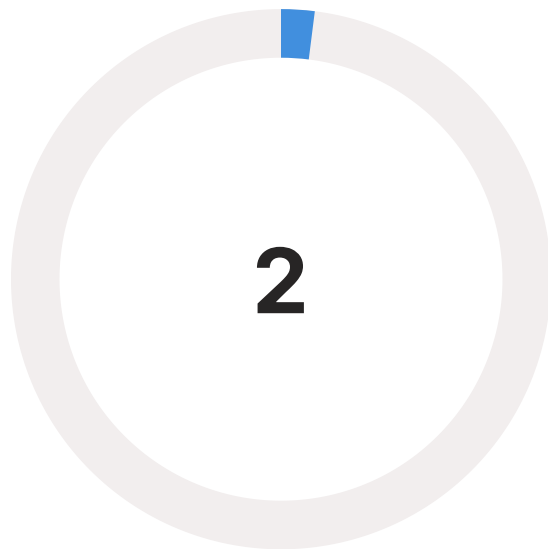
**Linguee** ([www.linguee.com.br](http://www.linguee.com.br))

Ferramenta útil para observar usos contextuais de termos e expressões em diferentes línguas.

### **Nota Importante**

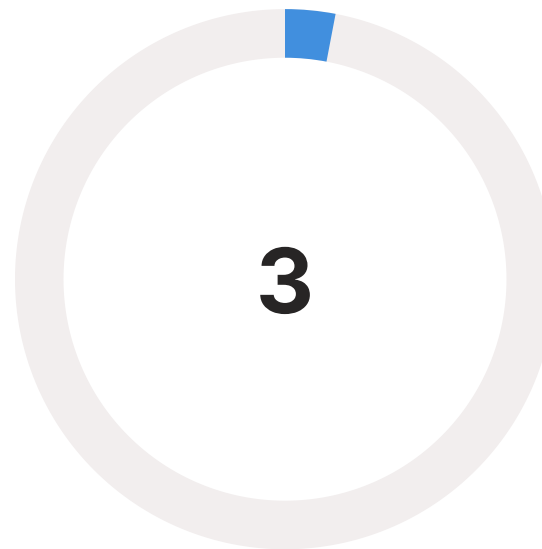
As informações regulatórias/legais/técnicas desta aula estão atualizadas até 2025. Consulte sempre fontes oficiais para verificar alterações.

# Recapitulando: **Conceitos-Chave**



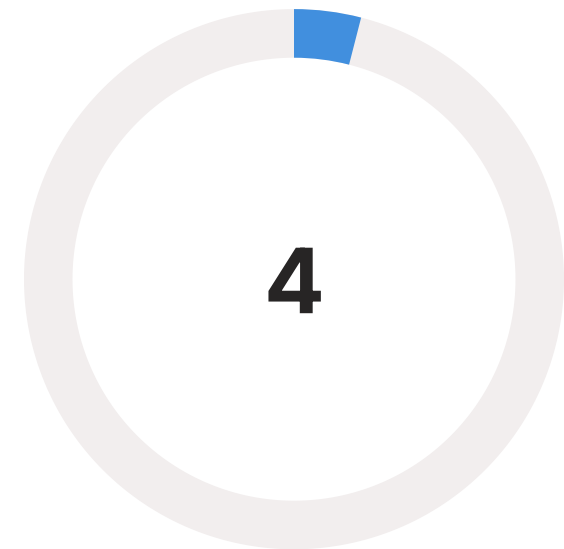
## **Fatores Pragmáticos**

Intencionalidade e Aceitabilidade



## **Atos de Fala**

Locucionário, Ilocucionário,  
Perlocucionário



## **Máximas de Grice**

Quantidade, Qualidade, Relevância,  
Modo

## **Principais Aprendizados**



### **Texto como Ação**

Todo texto é uma ação intencional do produtor, guiada por um propósito comunicativo específico.



### **Cooperação Mútua**

A comunicação eficaz depende da cooperação entre produtor e receptor, seguindo princípios implícitos.



### **Quebras Intencionais**

Violações das máximas podem gerar implicaturas, criando significados subentendidos e efeitos como ironia e humor.



### **Gêneros Digitais**

Os conceitos pragmáticos são essenciais para analisar a comunicação em novos formatos multimodais.

# Aplicação Prática: **Análise de Casos**

Vamos aplicar os conceitos aprendidos em situações reais de comunicação textual.

## Caso 1: E-mail Corporativo

"Prezado colaborador,

Gostaríamos de informar que, a partir do próximo mês, haverá mudanças no horário de funcionamento do refeitório. O novo horário será das 11h30 às 14h30.

Contamos com a compreensão de todos.

Atenciosamente,  
Departamento de RH"

### **Análise**

- **Intencionalidade:** Informar
- **Ato Ilocucionário:** Avisar
- **Máximas:** Quantidade (suficiente), Qualidade (verdadeiro), Relevância (pertinente), Modo (claro)

---

## Caso 2: Post em Rede Social

"Adorei acordar às 5h com o alarme do vizinho tocando por 30 minutos! 😡 Melhor forma de começar o dia! #VidaReal"

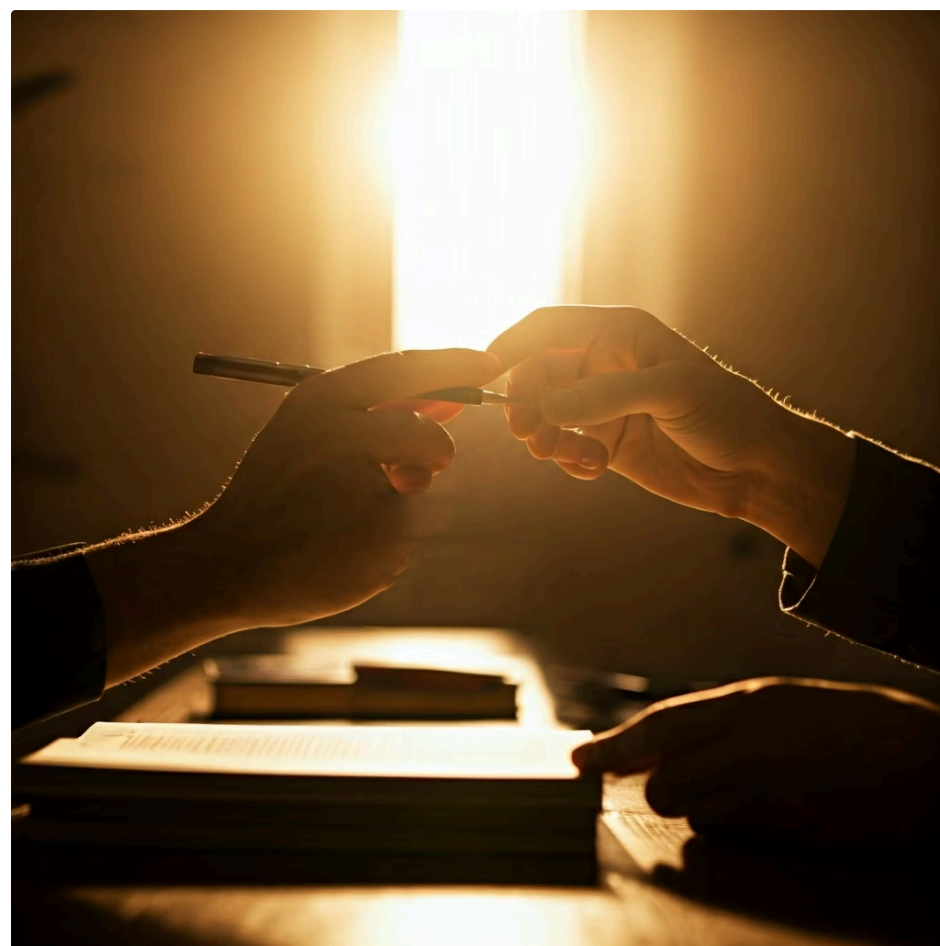
### **Análise**

- **Intencionalidade:** Expressar frustração com humor
- **Ato Ilocucionário:** Criticar/Reclamar
- **Quebra:** Máxima da Qualidade (ironia)
- **Implicatura:** O autor está irritado, não feliz

# Conclusão: A Magia da Comunicação

Nesta aula, desvendamos os bastidores da comunicação textual, compreendendo que cada texto é uma dança complexa entre a intenção de quem escreve e a disposição de quem lê. A **intencionalidade** e a **aceitabilidade** não são apenas conceitos teóricos, mas forças vivas que moldam cada interação comunicativa, desde um e-mail formal até um meme viral.

Aprendemos que as palavras realizam ações através dos **atos de fala**, e que a comunicação eficaz depende de um acordo tácito de cooperação, guiado pelas **máximas de Grice**. Mais do que isso, descobrimos que as quebras intencionais dessas máximas podem criar camadas adicionais de sentido, enriquecendo nossa capacidade de expressar ironia, humor e crítica.



"A verdadeira magia da linguagem não está apenas nas palavras que escolhemos, mas na intenção que as guia e na disposição de quem as recebe para construir sentido juntos."

## 100%

### Comunicação

É um esforço colaborativo entre produtor e receptor

## 4

### Máximas

Guiam a cooperação textual eficaz

## ∞

### Possibilidades

De sentido através da linguagem

Ao dominar esses conceitos, você não apenas se torna um leitor mais crítico e um escritor mais estratégico, mas também desenvolve uma compreensão profunda de como a linguagem molda nossas relações, nossas ideias e nosso mundo. Continue explorando, questionando e aplicando esses princípios em sua jornada acadêmica e profissional!

  **Parabéns!**

Você concluiu a Aula 7 sobre Fatores Pragmáticos: Intencionalidade e Aceitabilidade. Continue sua jornada na Linguística Textual e prepare-se para a próxima aula sobre Situacionalidade e Informatividade!