

10^o

FEPEG FÓRUM

ENSINO • PESQUISA
EXTENSÃO • GESTÃO
RESPONSABILIDADE SOCIAL: INDISSOCIABILIDADE
ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



ISSN 1806-549 X

Autor(es): ZENILDA RODRIGUES SILVA, CLARICE NOGUEIRA LOPES, JESWESLEY MENDES FREIRE

O GÊNERO PROPAGANDA: CRITICIDADE E ARGUMENTAÇÃO NO ENSINO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Palavras-chave: Inferência; Argumentação; Criticidade.

INTRODUÇÃO

O objetivo na formação de um leitor crítico é criar condições para que ele, através da reflexão sobre o funcionamento da língua nos textos, seja capaz de desenvolver autonomia e capacidade crítico-reflexiva sobre os eventos de linguagem dos quais participa. Cada sujeito interage de modo singular com o texto, e este, com um conjunto de conhecimentos que o leitor já possui, dentre eles, os conhecimentos de mundo e linguístico, gerando a compreensão do texto lido.

Dessa forma, na realização do minicurso “O gênero propaganda: criticidade e argumentação no ensino da Língua Portuguesa”, no IV Congresso BIOTEMAS na Educação Básica, 2016, promovido pela Unimontes, abordamos a leitura utilizando o gênero textual propaganda, que é, geralmente, sustentado pela combinação de recursos icônico-linguísticos e que procura convencer o consumidor a adquirir um produto ou desenvolver um comportamento.

Nesse contexto, o objetivo geral do evento foi proporcionar ao educando o desenvolvimento de competências leitoras que os possibilitem ler e analisar criticamente o gênero propaganda, reconhecendo suas informações implícitas e escolhas lexicais, para maior compreensão do processo de interação social que envolve a argumentação. Especificamente, objetivou-se executar a leitura de propagandas, o despertar da reflexão do aluno sobre o processo de inferências presentes nesse gênero textual e o conseqüente incentivo à leitura crítica.

Considerando que a função da linguagem não é só realizar o processo de transmissão da mensagem a outro, mas persuadir e convencer, influenciando o comportamento do interlocutor, torna-se justificável o estudo das estratégias empregadas para se atingir um determinado objetivo de convencimento, uma vez que se observa, em gêneros publicitários, um conjunto de recursos semióticos verbais (como linguagem clara e objetiva, enunciados curtos, seleção lexical apelativa e figuras de linguagem) e não verbais (diagramação, imagens, tipografias e cores plurissignificativas) que intencionam fazer com que os consumidores compartilhem do mundo ali apresentado, efetivando uma compra. Em sala de aula, é desejável, portanto, que se desenvolvam tanto os conteúdos implícitos quanto a estrutura linguística e os aspectos argumentativos que compõem tais gêneros, levando os alunos a perceberem ideologias, visões de mundo e intenções comunicativas veiculadas por meio desses gêneros textuais. Como afirma Koch (1996, p. 19) “É por esta razão que se pode afirmar que o ato de argumentar, isto é, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato linguístico fundamental, pois a todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia, na acepção mais ampla do termo.”

Por esse prisma, fica evidente a importância de se trabalhar textos que ofereçam oportunidades para discussões e aprendizados quanto a esses aspectos sociais de convencimento. No que concerne à função da propaganda, Carvalho (1996) pontua que:

A função persuasiva na linguagem publicitária consiste em tentar mudar a atitude do receptor. Para isso, ao elaborar o texto o publicitário leva em conta o receptor ideal da mensagem, ou seja, o público para o qual a mensagem está sendo criada. O vocabulário é escolhido no registro referente a seus usos. Tomando por base o vazio interior de cada ser humano, a mensagem faz ver que falta algo para completar a pessoa: prestígio, amor, sucesso, lazer, vitória. Para completar esse vazio, utiliza palavras adequadas, que despertam o desejo de ser feliz, natural de cada ser (CARVALHO, 1996, p. 19).

Dessa forma, ao educando deve ser oportunizado o contato com os gêneros textuais que o façam refletir sobre seu papel, enquanto cidadão preparado para a atuação no contexto sociocultural.

Material e Métodos

O minicurso “O gênero propaganda: criticidade e argumentação no ensino da Língua Portuguesa” foi desenvolvido

10^o

FEPEG FÓRUM

ENSINO · PESQUISA
EXTENSÃO · GESTÃO

RESPONSABILIDADE SOCIAL: INDISSOCIABILIDADE
ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



ISSN 1806-549 X

com atividades organizadas em seqüências de pausa protocolada, técnica em que o professor lê uma parte da história e faz perguntas aos alunos para que estes façam previsões sobre o que vai acontecer. Nesse momento, os alunos constataram que a formulação de perguntas, mesmo que em forma reflexiva acerca do que será lido, colabora com o processo de compreensão e que, conforme postula Solé (1998, p. 111), “[...] a organização interna de um texto oferece algumas pistas que permitem estabelecer um conjunto de questões cuja resposta ajuda a construir o significado do texto”. Sendo assim, houve preocupação em direcionar os estudos em um processo de participação interacional entre os envolvidos nesse evento, professores mestrandos e discentes do sexto ano do ensino fundamental II. Foram seguidas as seguintes etapas após a apresentação da parte teórica-conceitual: i) apresentação e debate sobre a propaganda dos cartuchos *Epson*, em pausa protocolada, exibida em *datashow*; ii) exibição do vídeo *Eu Etiqueta*, poema de Drummond e vídeos de propagandas das sandálias Havaianas, sendo apontadas discussões sobre os aspectos relevantes presentes nesses textos.

Resultados e discussão

Os resultados alcançados foram sentidos nas produções dos alunos, que, ao final da discussão teórica, realizaram, em equipe, uma reconstrução da propaganda das Havaianas, oportunizando-os a demonstrar o que aprenderam em diferentes formas de conferir sentido ao texto. Não se pode deixar de registrar a efetiva participação espontânea e envolvente dos alunos nas atividades de leitura e a troca de experiências, que constroem o conhecimento prévio individual, componente imprescindível à construção do sentido do texto.

Conclusão

O trabalho foi concluído deixando uma preciosa contribuição ao aprendizado dos alunos participantes e dos próprios mestrandos, ministrantes desse projeto. Foi possível constatar que se o professor planejar cuidadosamente suas aulas, esse esforço beneficiará o aluno, que contará com propostas de trabalhos favoráveis à construção do conhecimento, ao debate, ao levantamento de hipóteses e inferências sobre vários tipos de textos.

Conclui-se, portanto, que lecionar com os recursos argumentativos e as estratégias de leitura, presentes nos gêneros propagandas e anúncios publicitários, favorece o desenvolvimento de habilidades para que o alunado possa compreender e argumentar com mais segurança, criatividade e criticidade, colaborando, dessa maneira, para a formação de um cidadão capaz de interagir em seu contexto sociocultural.

Agradecimentos

Os agradecimentos são externados aos professores do Mestrado Profissional em Letras e as orientadoras Fábila Magalli e Maria Clara, pelo incentivo e por proporcionarem o conhecimento necessário ao processo de construção deste trabalho.

Referências Bibliográficas.

- CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1998.
- KOCH, Ingedore G. Villaça. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1996.
- SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura**. Tradução de Cláudia Schilling. 6.ed. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- Anúncio da Epson utilizado na atividade de pausa protocolada.
Fonte: Revista Veja. São Paulo: Editora Abril, 12 fev. 2008.

10^o

FEPEG FÓRUM

ENSINO • PESQUISA
EXTENSÃO • GESTÃO

RESPONSABILIDADE SOCIAL: INDISSOCIABILIDADE
ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



ISSN 1806-549 X

Realização:



Apoio:



Figura 1. Imagens utilizadas em atividade de pausa protocolada

Fonte: Revista Veja. São Paulo: Editora Abril, 12 fev. 2008. Fig. 1A, 80mm. Fig. 1B, 80mm; Fig. 1C, 80mm; Fig. 1D, 80mm.