

GÊNEROS DISCURSIVOS – APREENDENDO E PRODUZINDO TEXTOS

Mariangela Gifoni Tierno¹, Neusa Trindade², Teresinha de Fátima Nogueira³

¹UNIVAP/Especialização em Letras, R. Francisco P. Filho, 394, Vila Industrial – São José dos Campos, SP.
E-mail: marytierno@yahoo.com.br

²UNIVAP/Especialização em Letras, R. Irma Asdente, 26, Residencial Esplanada do Sol – São José dos Campos, SP.

E-mail: ntrindade@directnet.com.br

³UNIVAP/Faculdade de Educação/Letras, Av. Shishima Hifumi, 2911, Urbanova, São José dos Campos, SP.
E-mail: terenog@univap.br

Resumo- Este artigo tem por objetivo apresentar uma proposta de trabalho com alunos do curso de graduação de Publicidade e Propaganda, para produção de textos do gênero propaganda, considerando o conceito de gêneros discursivos (BAKHTIN, 2000) e a importância de se apropriar das características deste gênero para os futuros profissionais da publicidade. Tal proposta se justifica pelo fato de haver dificuldade por parte dos graduandos, durante seu processo de formação profissional, em produzir textos referentes à sua área de atuação. É importante que o aluno conheça e se aproprie das características de um gênero, para ser produtor desse gênero. O referencial teórico adotado foi embasado em textos de Bakhtin (2000) e Lopes-Rossi (2002).

Palavras-chave: gêneros discursivos, propaganda, produção de texto.

Área do Conhecimento: Lingüística, Letras e Artes.

Introdução

Este artigo tem por objetivo apresentar uma proposta de trabalho com alunos do curso de graduação de Publicidade e Propaganda, para produção de textos do gênero propaganda, considerando o conceito de gêneros discursivos (BAKHTIN, 2000) e a importância de se apropriar das características de um gênero, antes de sua produção.

Tal proposta se justifica pelo fato de haver dificuldade por parte dos graduandos, durante seu processo de formação profissional, em produzir textos referentes à sua área de atuação, o que pode comprometer de maneira negativa seu rendimento escolar.

Há casos em que mesmo apresentando as características do gênero publicitário aos alunos, eles demonstram dificuldade na hora de produzir, pois há uma ênfase muito grande em criatividade, e o gênero acaba sendo trabalhado de maneira superficial, sem levar em consideração outros aspectos importantes que constituem o texto publicitário.

Neste sentido, pensamos que um autor proficiente se desenvolve através de práticas significativas de escritura e o trabalho com gênero discursivo tem revelado resultados positivos no contexto escolar (LOPES-ROSSI, 2002). Assim, nossa proposta de trabalho com os referidos alunos é utilizando o gênero propaganda, através de peças publicitárias impressas em meios de comunicação midiáticos.

Material e Métodos

Diante da dificuldade dos alunos de produzirem textos, de acordo com as características do gênero, neste caso, peça publicitária, elaboramos uma proposta de trabalho para uma turma de graduação do curso de Publicidade e Propaganda, utilizando o gênero propaganda.

Nosso primeiro passo é definir o conceito de gêneros discursivos.

De acordo com Bakhtin (2000), gêneros do discurso são tipos relativamente estáveis de enunciado, marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação.

Os gêneros discursivos são estáveis porque apresentam três elementos constitutivos: unidade temática, unidade composicional e estilo. A unidade temática refere-se ao que se pode dizer dentro do texto. A unidade composicional diz respeito ao como se diz, a partir das escolhas lexicais e estruturais socialmente partilhadas. O estilo é o que pode ser individual, e depende dos interlocutores.

Um exemplo de gênero discursivo é a crônica. A crônica apresenta suas características próprias para poder ser chamada de crônica. É quase sempre um texto curto, escrito numa linguagem coloquial, simples e direta, bem próxima do leitor. Apresenta poucas personagens e se inicia quando os fatos principais da narrativa estão por acontecer. Por essa razão, o tempo e o espaço da crônica são muito limitados. A crônica pode ser narrada em 1ª ou 3ª pessoa, isto é, o narrador pode participar dos fatos ou refletir sobre eles

como personagem, ou ser um observador daquilo que narra ou comenta. Tem por objetivo divertir e/ou refletir criticamente sobre a vida e os comportamentos humanos. É publicada, geralmente em jornais e revistas.

Para se trabalhar com qualquer gênero discursivo é importante levar em consideração suas condições de produção e circulação.

Precisamos pensar em quem é o emissor, em que papel social se encontra, a quem se dirige, em que papel se encontra o receptor, em que local é produzido, em que instituição social se produz e circula, em que momento, em que suporte, com qual objetivo, em que tipo de linguagem. (LOPES-ROSSI, 2002).

Pensando nessa definição de gêneros discursivos e em uma turma de graduação do primeiro ano do curso de Publicidade e Propaganda, propomos um trabalho com o gênero propaganda, baseado no projeto pedagógico para leitura e produção de propaganda social, de Moraes (LOPES-ROSSI, 2002). Devido a sua experiência profissional com textos publicitários e seu contato com a Linguística Aplicada na área de leitura e produção de texto, a autora desenvolveu um projeto visando ao desenvolvimento da leitura crítica dos alunos e da habilidade de produção de peças publicitárias do gênero propaganda social.

Embasando-nos neste material teórico-prático, nosso trabalho foi dividido em algumas etapas. Num primeiro momento propomos a leitura crítica de propagandas de jornais e revistas variadas. Para essa etapa os alunos devem selecionar e trazer para a sala de aula vários anúncios de jornais e revistas, para análise em grupos. Os alunos devem se atentar para as imagens (fotos, ilustrações), o título principal (ou chamada), os textos de apoio, o *slogan*, as eventuais saliências gráficas (negrito, grifo, caracteres coloridos), e suas funções e efeitos de sentido.

Além de analisar esses aspectos intrínsecos das peças publicitárias, é preciso também levar em consideração aspectos externos como: o suporte (jornais e revistas), o público a que se destina, e as condições de produção.

De acordo com Moraes (LOPES-ROSSI, 2002) para realizar essa leitura crítica os alunos devem ativar seu conhecimento de mundo, que deve incluir, além de conhecimentos gerais, o conhecimento das características relativas à produção e à circulação desse gênero discursivo; o conhecimento lingüístico para a leitura do texto verbal; e o conhecimento de alguns efeitos de sentido, que os elementos estéticos (artísticos) podem proporcionar por meio do planejamento gráfico, que inclui cores, tipos de letras, imagens, distribuição dos elementos na página, relação entre imagem e texto verbal.

As conclusões dessa leitura crítica devem ser apresentadas para os outros grupos.

Realizadas essas apresentações, os alunos, devem chegar à conclusão e definir as características básicas dos anúncios e do texto publicitário, como a concisão da linguagem, a linguagem persuasiva, as ideologias por trás do anúncio.

A partir do momento em que eles se apropriam das características do gênero propaganda, eles devem pensar em suas produções. Em primeiro lugar, os grupos de alunos definem um tema ou produto e a partir daí buscam informações sobre esse tema ou produto, em várias fontes.

É necessário haver um momento para a organização das informações obtidas, que servem de base para o *briefing*, que é o documento que, nas agências de propaganda, é enviado pelo profissional de atendimento (quem fala com o cliente) à equipe de criação (que vai criar o anúncio) com todas as informações necessárias para a elaboração do anúncio, como: produto, público alvo, cobertura geográfica, objetivo básico do anúncio, veículos de divulgação, etc. A partir do *briefing* os alunos produzem suas peças publicitárias.

Cada grupo apresenta sua produção e o caminho percorrido para os colegas. Nessa etapa é importante haver a verificação, ou seja, analisar se as peças publicitárias foram produzidas de acordo com as características do gênero propaganda, conforme eles mesmos definiram.

Encerrando o trabalho, os anúncios devem ser divulgados em uma exposição, na própria faculdade, aberta a alunos e convidados e que pode ser levada, posteriormente, para outros espaços, para o público em geral.

De acordo com Moraes é importante mostrar os resultados do trabalho para outros leitores, não só ao professor e aos colegas de classe. Em seu trabalho com propaganda social os alunos produziram cartazes e montaram uma exposição que percorreu escolas públicas de Taubaté, a Universidade de Taubaté e o Shopping Taubaté. Segundo a autora:

Os alunos participaram ativamente montando e monitorando as exposições. Tiveram a oportunidade de mostrar o trabalho a familiares e amigos, além de ao público que compareceu às exposições. Essa etapa atingiu seu objetivo principal: os textos produzidos não ficaram restritos à sala de aula. Tiveram uma real circulação na sociedade, de acordo com a forma típica do gênero, recompensando e valorizando o trabalho do aluno. (MORAES, 2002, p. 90)

Resultados e Discussão

Esse trabalho com gênero envolve leitura para o conhecimento de suas características, a produção escrita e a divulgação para o público.

É importante levar em consideração o conhecimento e as habilidades lingüísticas dos alunos, porque é a partir daí que o aluno vai construir significados para um texto. O aluno vai ativar seus conhecimentos prévios e interagir com as informações novas, criando condições para a produção do gênero estudado.

Através dessas etapas: leitura crítica de propagandas de jornais e revistas variadas, definição das características básicas do gênero propaganda, escolha de um tema a ser trabalhado, produção do anúncio, apresentação dos anúncios criados para os colegas; os alunos identificam as características do gênero, e se apropriando delas, produzem anúncios, de acordo com essas características.

Dessa maneira, a aprendizagem torna-se mais significativa, a partir das vivências e experiências reais com o texto.

Como qualquer outro trabalho, este também envolve planejamento, estudo e organização. Nesse caso, de um curso específico, os textos, do gênero propaganda, selecionados devem atender às expectativas da profissão. No entanto, outros gêneros podem e devem ser trabalhados, conforme menciona Lopes-Rossi (2002, p.36):

Outros que lhe sirvam em diversas esferas sociais e que permitam o desenvolvimento de habilidades variadas são também importantes, inclusive os relativos ao entretenimento e lazer.

Conclusão

O trabalho com gêneros é importante, porque a aprendizagem se torna muito mais significativa.

No caso desse trabalho, os alunos tornam-se conhecedores das características e produtores do gênero propaganda. Essa proposta possibilita que o aluno escreva de uma maneira mais significativa, pois passa a fazer um uso real da língua, de posse das características específicas do gênero.

Esse trabalho pode ser feito com outros gêneros discursivos, levando os alunos ao conhecimento de suas características, sem a necessidade de serem produtores de todos os gêneros estudados, mas sempre desenvolvendo suas competências lingüísticas e discursivas de maneira eficaz, para o uso real da língua, cumprindo assim sua função social também no contexto universitário.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

- LOPES-ROSSI, Maria Aparecida Garcia (org). *Gêneros Discursivos no ensino de leitura e*

Produção de Textos. Taubaté: Cabral Editora, 2002.

- MORAES, Vânia de. *Propaganda social no Ensino Médio: da leitura crítica à produção de peças publicitárias*. In: LOPES-ROSSI, Maria Aparecida Garcia (org). *Gêneros Discursivos no ensino de leitura e Produção de Textos*. Taubaté: Cabral Editora, 2002.