



Gêneros de Propaganda nos livros didáticos de Língua Portuguesa

Autora: Katia Sayuri Fujisawa

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Roxane Helena Rodrigues Rojo

INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM – IEL, UNICAMP

Agência financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

Palavras chave: Ensino fundamental - Livro didático - Gêneros de propaganda

Introdução

Os Parâmetros Curriculares Nacionais do terceiro e do quarto ciclos do Ensino Fundamental de Língua Portuguesa (PCN) apontam a necessidade do aluno ampliar, no processo de ensino-aprendizagem da língua materna, o domínio ativo do discurso nas diversas situações comunicativas, possibilitando sua participação social no exercício da cidadania (BRASIL, 1998). Os gêneros de propaganda são sugeridos pelos PCN como objeto de ensino.

Objetivo

Estudar a presença dos gêneros de propaganda em duas coleções de livros didáticos de Língua Portuguesa (LDP), recomendados pelo PNLD/2008, verificando se esses materiais proporcionam o domínio dos enunciados de propaganda pelos alunos.

Fundamentação teórica

Assim como nos PCN, adotamos os gêneros do discurso na perspectiva bakhtiniana (BAKHTIN, 2006). Para compreender o funcionamento da **esfera de produção da propaganda**, recorreremos aos conceitos da área de *marketing* (CHURCHILL; PETER, 2000). Os gêneros de propaganda, em geral, possuem a peculiaridade de seus locutores não serem os autores do enunciado, já que estes são as agências de propaganda e aqueles são os anunciantes (organizações que querem divulgar, promover seus produtos, serviços ou ideias).

ESFERA DA PROPAGANDA



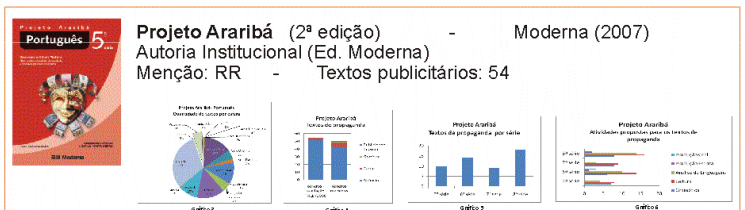
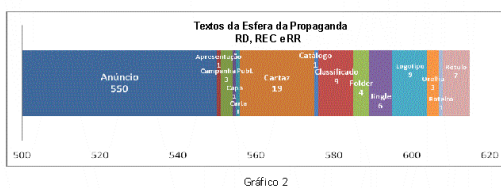
GP: difunde ideias que podem influenciar o comportamento, as crenças ou os valores do interlocutor.

GPP: promove produtos ou serviços, visando algum tipo de troca com o interlocutor.

Materiais e Métodos

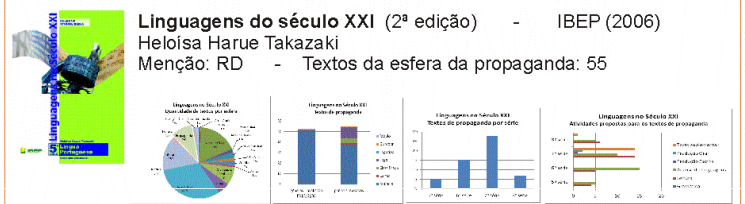
A partir da Base de Dados dos Textos e Coletâneas dos LDPs avaliados no PNLD/2008 - 5ª a 8ª séries, elaborada pelo Grupo de Pesquisa LDP-Perfil, fizemos levantamento quantitativo para selecionar duas coleções de LDPs (uma de menção RD e outra de menção RR). Selecionadas as coleções, analisamos qualitativamente, recorrendo ao *Guia de Livros Didáticos PNLD/2008* e também analisando os exercícios referentes aos textos da esfera da propaganda, contidos em cada coleção.

Resultados e Discussões



Algumas atividades da coleção Projeto Araribá:

- Gramática: identificar objetos dos verbos e dizer se são diretos ou indiretos (vol. 6, p. 302);
- Leitura: identificar a intenção do anúncio (venda de um veículo, venda de um molho para salada), empresa anunciante, relacionar apelos dos anúncios com os pecados capitais (vol. 6, p. 291-292). O anúncio, em geral, é lido em partes, não considerado em sua unidade;
- Análise de Linguagens: imaginar o anúncio somente com imagem ou somente com texto, perceber qual o lugar que a imagem principal ocupa (vol. 6, p. 293-294);
- Produção escrita: criar anúncio (sugere mais exercícios sobre anúncio, sugere duas etapas para elaboração de um anúncio e exposição em mural para a turma - vol. 6, p. 297-298);
- Produção oral: escolher um anúncio, trocar ideias, anotar opiniões e apresentar (vol. 6, p. 293).



Algumas atividades da coleção Linguagens do século XXI:

- Gramática: não há trabalho sistemático;
 - Leitura: encaminha o aluno à reflexão ao perguntar "Que resposta se espera obter do leitor?", solicita a relação entre imagem e textos, "Que efeitos esse apelo produz?" (vol. 7, p. 165);
 - Análise de Linguagens: recursos linguísticos, como metáfora, comparação, são apresentados em textos suplementares (vol. 7, p.176-177); é enfatizada a relação entre o uso dos recursos (verbal e não-verbal), o público-alvo e os apelos (vol. 7, p. 178-185);
 - Produção escrita: na elaboração de cartaz, LD sugere assunto e fornece dicas para o aluno executar a atividade (vol. 7, p. 166);
 - Produção oral: *spot* para rádio (etapas de produção em grupo e apresentação para turma (vol. 7, p.172).
- A inserção de dos textos de propaganda se dá de forma contextualizada, valorizando as características dos gêneros e enfatizando as esferas de produção e circulação.

Conclusões

As duas obras analisadas possuem propostas para a leitura dos textos de propaganda. PA (menção RR) desenvolve, em geral, capacidades básicas, como localização e reprodução de informação, produção de algumas inferências, porém não explora os enunciados em sua totalidade. Há muitas atividades repetitivas que são cansativas e não proveitosas. Já LS(menção RD), desenvolve mais capacidades leitoras, conduzindo o aluno a reflexão, a perceber relações entre textos e imagens. Os enunciados não são trabalhados de maneira exaustiva, sendo somente alguns explorados completamente, levando o aluno a perceber a unidade e também a relevância de cada elemento para efeitos de sentidos. Assim, as atividades colaboram para a formação de um leitor proficiente. Entretanto, ao utilizar textos complementares para transmitir informações aos alunos, não os conduz à reflexão.

Referências bibliográficas

- BRASIL. Ministério da Educação. Parâmetros Curriculares Nacionais para 3º e 4º Ciclos do Ensino Fundamental. Língua Portuguesa. Brasília, DF: SEB/MEC, 1998.
- BAKHTIN, M. M. Os gêneros do discurso. In: Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2006 [1952-53/1978], pp. 261-306.
- CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- SANTOS, G. Princípios da Publicidade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.