

## **A PROBLEMÁTICA DO CONCEITO DE GÊNEROS EM UMA DISCIPLINA DE LÍNGUA PORTUGUESA DE UM CURSO SUPERIOR: A DEFINIÇÃO DE UM OBJETO DE ENSINO.**

Caio César Costa Ribeiro MIRA<sup>15</sup>

**Resumo:** Os conceitos de gênero discursivo e de gênero textual ocupam um lugar privilegiado no campo de estudos da linguagem. Tal posição de destaque é confirmada pela quantidade de trabalhos que abarcam o tema, e, principalmente, em função dos desdobramentos e das implicações que a noção de gênero exerce sobre a questão do ensino de língua materna. Especificamente, para o ensino de língua materna, as implicações das noções de gênero recaem, na maioria das vezes, na elaboração de planos pedagógicos e na formulação de referenciais curriculares. Diante deste contexto, este trabalho objetiva discutir a adequação do conceito de gêneros como objeto de ensino de um componente curricular de Língua Portuguesa de um projeto pedagógico de um curso superior.

**Palavras chaves:** Gênero; Texto; Discurso; Ensino.

**Abstract:** *The concepts of discourse genre and textual genre occupy a privileged place in the field of language studies. This prominent position is confirmed by the amount of work covering the subject, and especially in the light of developments and the implications that the notion of genre has on the issue of mother tongue education. Specifically, for the teaching of mother tongue, the implications of notions of genre covers, mostly times, the developing educational plans and the formulation of curriculum frameworks. Given this context, this paper aims to discuss the appropriateness of the concept of gender as a teaching object of a curriculum component of a Portuguese language teaching project of a university.*

**Keywords:** *Genr; Text; Discourse; Teaching.*

### **Introdução: gêneros discursivos e gêneros textuais**

A noção de gênero do discurso preconizada pelos trabalhos de Bakhtin e seu círculo intelectual constitui, no campo dos estudos linguísticos, um eixo para a compreensão das dimensões sociais e interativas da linguagem. Crítico das abordagens

linguísticas que buscavam compreender a linguagem a partir de propriedades formais e estruturais, Bakhtin estabelece o princípio do dialogismo para o estudo da linguagem, isto é, o princípio de resposta/atitude que os enunciados linguísticos demandam nas situações concretas de uso da linguagem. Os fatores que fundamentam o caráter dialógico da linguagem estão ligados às diversas esferas das atividades humanas. Cada uma dessas esferas é permeada por outras esferas de utilização da língua “que lhe são correspondentes e lhe conferem a qualidade propriamente humana” (BARBOSA, 2001, p.21). Nas palavras de Bakhtin (1953, p.179):

Em cada uma das esferas da vida social são cunhados “tipos relativamente estáveis de enunciados [...] Todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão relacionadas com a utilização da língua. Não é de surpreender que o caráter e os modos dessa utilização sejam tão variados como as próprias esferas da atividade humana [...]. O enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas, não só por seu conteúdo temático e por seu estilo verbal, ou seja, pela seleção operada nos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais – mas também, e sobretudo, por sua construção composicional. *Assim sendo, todos os enunciados se baseiam e formam-padrão e relativamente estáveis de estruturação de um todo* [grifo nosso].

Se os gêneros discursivos estão circunscritos às diferentes esferas sociais e também aos diferentes contextos da comunicação verbal, torna-se necessário compreender a formação e veiculação desses discursos. As tentativas de classificações taxonômicas e didáticas dos gêneros do discurso podem parecer, em um primeiro momento, uma solução metodológica para a problemática que envolve este conceito. No entanto, esta possibilidade torna-se inadequada basicamente por dois motivos: (i) as classificações exaustivas dos gêneros discursivos mostram-se artificiais, pois, na maioria das vezes, não levam em conta as condições sociais, históricas e políticas de produção de um determinado gênero; (ii) a compreensão das condições e fatores que caracterizam as diversas esferas de interação social e da comunicação verbal é algo fundamental para o estudo dos gêneros. A este respeito, Bakhtin/Volochinov (1929) em *Marxismo e Filosofia da Linguagem* menciona:

---

<sup>15</sup> Docente do Centro Universitário Padre Anchieta. Doutorando em Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem da UNICAMP. Este trabalho contou com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, processo nº 50264-3. Email para contato: caiomira@hotmail.com.

[...] *Eis porque a classificação das formas de enunciação deve apoiar-se sobre uma classificação das formas da comunicação verbal.* Estas últimas são inteiramente determinadas pelas relações de produção e pela estrutura sociopolítica. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 1986[1929], p.43).

[...] Disso [que a língua vive e evolui historicamente na comunicação verbal concreta, não no sistema linguístico abstrato das formas da língua e nem no psiquismo individual dos falantes] decorre que a ordem metodológica para o estudo da língua deve ser a seguinte:

1. *As formas e tipos de interação verbal em ligação com as condições concretas em que se realiza.*
2. *As formas das distintas enunciações, dos atos de fala isolados, em ligação estreita com a interação de que constituem os elementos, isto é, as categorias de atos de fala [leia-se gêneros] na vida e na criação ideológica que se prestam a uma determinação pela interação verbal.*
3. *A partir daí, exame das formas da língua na sua interpretação linguística habitual* (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 1986[1929], p.124) [grifo nosso].

Transpondo estes argumentos para o quadro do ensino de língua materna, mais especificamente para a questão do gênero como objeto de ensino, podemos constatar a emergência de uma premissa contraditória: quais gêneros discursivos devem ser priorizados ou abordados num âmbito maior como um projeto pedagógico, já que os gêneros estão intrinsecamente ligados às diversas esferas da vida social? A respeito desta questão, que não é inédita e muito menos passível de ser respondida de forma simplista ou reducionista, Rojo (2006, p.6) elucida o debate gerado quando os gêneros são eleitos como objetos de ensino. Nas palavras da autora:

[...] todos estamos de acordo, gêneros são entidades da vida e não da gramática: gêneros são o que são; gêneros são o que existe; não são abstrações do gramático, mas fazem os discursos da vida funcionar. São universais concretos, cristalizações históricas e sócio-culturais de práticas de linguagem necessárias às atividades humanas. *Cabe, portanto, ao projeto de ensino selecionar os campos ou as esferas de interesse para tal iniciação e trabalhar com os textos dessas esferas. A questão é: Como trabalhar esses textos em gêneros? Que abordagem priorizar? Por trás desta questão encontra-se uma outra: Como definir um gênero?* [grifo nosso].

Esta questão, tal como é delineada por Rojo, configura um *locus* de pesquisa bastante explorado na Linguística, sobretudo na Análise do Discurso e na Linguística Textual. Também no campo da Linguística Aplicada, esta questão é amplamente debatida principalmente quando é relacionada à temática do ensino de língua materna. As principais razões que, talvez, possam justificar a recorrência dos conceitos de gênero,

seja discursivo ou textual, nas pesquisas das ciências da linguagem recaem em dois pontos. O primeiro deles: o conceito de gênero desperta o interesse de diversas áreas. Desta forma, é possível graças a uma amplitude terminológica do termo, abarcar interesses de áreas e tradições de pesquisas distintas (CANDLIN, 1993, *apud*, ROJO, no prelo). O segundo ponto, e certamente o principal, diz respeito às diretrizes e parâmetros que norteiam a concepção de muitos projetos pedagógicos e matrizes curriculares.

A finalidade de muitas estratégias pedagógicas (entende-se por este termo projetos e currículos) é atingir o desenvolvimento de competências e habilidades de leitura, escrita e de uso linguagem oral. As noções de gênero discursivo e de gênero textual são convocadas para o desenvolvimento das competências e habilidades postuladas nas ações das políticas educacionais, podem ser compreendidas como práticas sócio-históricas, pois, “enfocam a linguagem e a língua em uso, por meio de práticas situadas para a cidadania, o que por si só já convoca as noções de texto, gênero e discurso” (ROJO, no prelo).

O cerne do conceito de gênero discursivo, tal como é definido por Bakhtin, está apoiado na heterogeneidade das esferas da vida social, na produção dos enunciados e textos e no aparato sócio-histórico de tais esferas. A teoria dos gêneros textuais apoia-se na descrição da materialidade linguística nas situações comunicativas. Segundo Marcuschi (2008), o gênero textual refere-se aos textos materializados em situações comunicativas recorrentes. Ainda segundo o autor:

Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos, estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, institucionais e técnicas (p.155).

Bakhtin assinala que os gêneros discursivos estão ligados às esferas da vida social e “são formas relativamente estáveis”, portanto, o foco de sua teoria é estudo das condições que possibilitam a produção dos discursos. Enraizada na teoria bakhtiniana, o conceito de gênero textual é mais arraigado na forma, do que na gênese do texto. Neste sentido, Marcuschi argumenta:

[...] fenômenos históricos, profundamente vinculados á vida cultural e social. Fruto do trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar

e estabilizar comunicativas do dia-a-dia. São entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa. No entanto, mesmo apresentando alto poder predicativo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo, *os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos*. Surgem emparelhados à necessidades e atividades sócio-culturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação às sociedades anteriores à comunicação escrita. (...) Quando denominamos um gênero textual, não denominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações particulares (MARCUSCHI, 2002, p.4-29) [grifo nosso].

Conforme argumenta o autor, os gêneros textuais são reflexos dinâmicos das atividades sócio-culturais que estabilizam as práticas comunicativas cotidianas, porém, não são instrumentos estanques. Podemos perceber nas palavras de Marcuschi, uma alusão à distinção terminológica entre as noções de gêneros discursivos e de tipos textuais (ou tipologia textual). Esta distinção torna-se necessária para os trabalhos que versam sobre produção e compreensão textual. Ainda segundo Marcuschi (2002, p.22-23), estas duas noções podem ser definidas da seguinte forma:

- (a) Usamos a expressão *tipo textual* para designar uma espécie de sequência teoricamente definida pela *natureza linguística* de sua composição {aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas}. Em geral, os *tipos textuais* abrangem meia dúzia de categorias conhecidas como: *narração, argumentação, exposição, descrição, injunção*.
- (b) Usamos a expressão *gênero textual* como uma noção propositalmente vaga para se referir os *textos materializados* que encontramos na nossa vida diária e que apresentam *características sócio-comunicativas* definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Se os *tipos textuais* são apenas meia dúzia, os gêneros são inúmeros [grifo nosso].

Examinando as noções de gênero discursivo e de gêneros textuais, podemos perceber que há uma clara influência da teoria bakhtiniana na concepção do conceito de gêneros textuais. Ambas as noções partem de uma concepção de conceitos linguagem como uma prática circunstanciada por fatores, cognitivos, interacionais e sócio-históricos. Bakhtin concebe a noção de gêneros de discurso como “as formas e tipos de interação verbal em ligação com as condições concretas em que se realiza”. A noção de

gêneros do texto, conforme é preconizada por Marcuschi (2002), fundamenta-se a partir das necessidades de sócio-comunicativas que nos deparamos cotidianamente, sendo que os textos representam a materialização destas necessidades. Assim, não consideramos essas duas noções revestidas de um caráter estanque ou dicotômico (tão frequentes na Linguística), mas sim como o resultado de uma concepção de linguagem que leva em conta o mundo social em que os falantes de uma língua estão inseridos.

Diante dessas colocações, a questão que este trabalho objetiva discutir adquire novos contornos. Se, conforme Rojo (2006, p.62), cabe “ao projeto de ensino selecionar os campos ou as esferas de interesse para tal iniciação e trabalhar com os textos dessas esferas”, e o desafio desta proposição concentra-se na maneira de se trabalhar os textos em consonância com esferas sociais pertinentes a um determinado contexto de ensino, qual seriam os outros contornos que esta questão adquire quando inserida na análise de um projeto pedagógico de um curso superior? O principal contorno que este questionamento suscita é o seguinte: como selecionar e adequar o trabalho com gêneros discursivo/textuais já que há o próprio fato de escolher um determinado curso superior implica em um recorte (uma pré-seleção) de esferas sociais e campos de atuação?

Será esse questionamento que norteará as reflexões deste trabalho. Posteriormente, descreveremos o projeto pedagógico de um curso superior, um bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Após essa etapa, nos concentraremos nos parâmetros que fundamentam esse projeto e o plano de ensino de uma das disciplinas de Língua Portuguesa.

### **O projeto pedagógico**

O Projeto Pedagógico que será objeto de nossas reflexões refere-se ao projeto do curso de bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda oferecido pelo Centro Universitário Padre Anchieta em Jundiaí (SP). Segue abaixo uma descrição do histórico da instituição, os objetivos e a grade curricular do curso de bacharelado em Comunicação Social conforme proposto no projeto pedagógico do curso.

A história da Instituição teve início em 8 de dezembro de 1941, quando um grupo de professores, almejando contribuir com o progresso de Jundiaí e acreditando

que tal crescimento só seria possível se sua população tivesse acesso a uma formação de qualidade, propôs a criação das Escolas Padre Anchieta. Já em 1942, a Escola concretiza o seu funcionamento, com a abertura dos cursos: Propedêutico (Ginásio Comercial) e Contador (Técnico de Contabilidade). Com a constante preocupação de bem atender a população, em 1966, a instituição inaugurou a oferta de ensino superior, na cidade de Jundiaí, com a Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e de Administração de Empresas. Outras faculdades logo se seguiram: a de Educação, em 1968; a de Direito, em 1969; a de Ciências e Letras, em 1973; a de Psicologia, em 1987; e a de Tecnologia, em 1988. Dada a demanda crescente por profissionais das mais diversas áreas, a instituição traçou ações para um percurso que a fizesse ascender ao status de Centro Universitário, garantindo-lhe maior autonomia no processo de abertura de cursos, o que se concretizou no ano de 2004.

Atualmente, a instituição oferece vinte cursos de graduação (licenciaturas e bacharelados), nove cursos em nível superior, com formação tecnológica, e mais de vinte cursos de pós-graduação *lato sensu* em nível de especialização – alguns implantados ainda na década de 80.

Em 2006, A Faculdade de Comunicação Social Padre Anchieta foi concebida com a formação do curso de Publicidade e Propaganda. O Centro Universitário Padre Anchieta ciente em formar profissionais voltados para as necessidades da região, idealizou e implementou o Curso de Publicidade e Propaganda, com o objetivo de inovar na concepção do perfil dos seus novos discentes, consciente de seu papel e de suas responsabilidades. Destacando o como orientar e viabilizar a construção e a organização do conhecimento.

O projeto busca garantir a integração entre a teoria e a prática, a inserção no contexto regional e o serviço comunitário. Todo o delineamento inicial curricular se complementa com atividades complementares e extra-classes, exercidas pelos alunos em atividades integradas e interdisciplinares, ou fora da Instituição, no intuito de enriquecimento curricular e acréscimo de suas potencialidades para o exercício da Publicidade e Propaganda. Ao aluno serão dadas condições para a conquista de habilidades que caracterizarão o seu perfil profissional, no qual se mesclam competência técnica e conceitual, realizando projetos e campanhas, com soluções que sensibilizem a

sociedade e parceiros, com disponibilidade para ouvir e habilidade para dialogar e trabalhar em equipe; criativo, cooperativo e colaborativo.

O objetivo geral do curso é formar publicitários capacitados a exercerem atividades profissionais em diversas áreas da comunicação, atuando no mercado de trabalho por meio de postura criativa, reflexiva, responsável e ética, aplicando, criticamente, o raciocínio lógico e científico, permitindo-lhe identificar e solucionar problemas pertinentes ao seu meio profissional. Como objetivo específico, o Curso de Publicidade e Propaganda procura balancear e integrar sólida formação teórica com atividades práticas de formação, de modo a assegurar o domínio das técnicas, processos e a reflexão continuada e crítica no campo de conhecimentos profissionais, reforçando a ética, o compromisso social, o respeito à diversidade, o respeito ao meio ambiente e ao trabalho multiprofissional integrado.

No curso de Publicidade e Propaganda, a duração mínima será de 8 semestres ou 4 anos e a duração máxima será de 12 semestres ou 6 anos. Serão oferecidos 100 (cem) dias letivos por semestre, em obediência à legislação, perfazendo o mínimo de 200 (duzentos) dias letivos anuais, independentes do período reservado aos exames finais de cada disciplina. O corpo docente deve cumprir 20 (vinte) semanas de aulas e atividades, programadas ao início de cada período letivo semestral, de modo que uma disciplina de 2 (duas) horas semanais de aula, tem uma duração total, no semestre, de 40 (quarenta) horas/aula. A grade curricular do curso é dividida em dois grandes blocos: conteúdos básicos, que buscam aprimorar a formação humanística e desenvolver maior capacidade de compreensão da realidade sócio-histórica; e conteúdos específicos que favorecem reflexões e práticas da Comunicação Social e da Publicidade e Propaganda. Segue abaixo a matriz curricular do curso:

<b>Curso: Publicidade e Propaganda</b>			
	Disciplinas	Carga Horária	
		Semanal	Semestral
1º Semestre	Língua Portuguesa: Redação e Expressão Oral	4	80
	Sociologia Geral	2	40
	Métodos e Técnicas de Pesquisa	4	80
	Publicidade e Propaganda	4	80
	Teoria da Comunicação Básica	2	40
	Informática	4	80
	Atividades Complementares	-	20
	TOTAL		

2º Semestre	Redação e Expressão Oral em Comunicação	4	80
	Sociologia da Comunicação	2	40
	Psicologia Geral e do Consumidor	4	80
	Comunicação Comparada	4	80
	Teoria da Comunicação Complementar	2	40
	Criatividade	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
3º Semestre	Produção de Textos	2	40
	Inglês Instrumental	4	80
	Elementos e Ambientes de Marketing	4	80
	Composição e Projeto Gráfico	4	80
	Filosofia da Comunicação	2	40
	Fotografia Básica	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
4º Semestre	Redação Publicitária	2	40
	Evolução das Artes Visuais	2	40
	Marketing Estratégico	4	80
	Pesquisa de Mercado	4	80
	Comunicação Multimídia	4	80
	Fotografia na Comunicação	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
5º Semestre	Ética e Legislação	4	80
	Planejamento de Marketing	2	40
	Estudo do Comportamento do Consumidor	2	40
	Planejamento de Comunicação	4	80
	Mídia	2	80
	Produção em Cinema e Vídeo	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
6º Semestre	Produção de Textos Publicitários	4	80
	Direito do Consumidor	4	80
	Estatística	2	40
	Atendimento ao Cliente	2	40
	Direção de Arte Publicitária	4	80
	Produção em Rádio e TV	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
7º Semestre	Pesquisa de Opinião / Mercado	4	80
	Finanças Aplicadas à Comunicação	4	80
	Empreendedorismo e Gestão de Agência	4	80
	Produção Publicitária On-line	2	40
	Planejamento de Mídia	2	40
	Projeto Experimental Integrado de Comunicação	4	80
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
8º Semestre	Textos e Criação Publicitária	4	80
	Planejamento de Campanha	4	80
	Técnicas de Apresentação	2	40
	Mídia para Campanha de Conclusão	2	40
	Trabalho de Conclusão de Curso	10	160
	Atividades Complementares		20
	TOTAL		420
	Estágio Supervisionado		0
	Trabalho de Conclusão de Curso	-	280
	Atividades Complementares	-	160
	TOTAL GERAL		3.360

Especificamente, neste trabalho, analisaremos a disciplina Redação e Expressão Oral em Comunicação que integra o segundo semestre do curso. Procuraremos discutir quais são critérios que selecionam os gêneros discursivos/textuais que embasam o plano de ensino dessa disciplina.

### **A disciplina Redação e Expressão Oral em Comunicação**

A disciplina “Redação e Expressão Oral em Comunicação” tem como objetivo aprofundar os conhecimentos a respeito das situações e possibilidades de uso linguagem, que são abordados na disciplina de Língua portuguesa no primeiro semestre. No primeiro semestre, os alunos são instigados a refletir e constatar as diferenças entre as modalidades orais e escritas da linguagem, isto é, a percepção dos contextos híbridos em que as modalidades circulam tanto no âmbito da vida social dos alunos, quanto no campo das profissões ligadas à Comunicação Social. Posteriormente, são apresentados alguns princípios de coerência e coesão. A partir disso, os alunos iniciam uma etapa de análise de desenvolvimentos de resumos. Na disciplina “LP – Redação e Expressão Oral” (no primeiro semestre) é iniciado um processo de identificação dos gêneros textuais, primeiramente por forma e função.

Em função da nossa experiência como docente do curso de Comunicação nas disciplinas de Língua portuguesa, constatamos que um questionamento muito frequente, por parte dos alunos, durante as aulas de LP do primeiro semestre é sobre o momento em que eles terão contato mais próximo com gêneros textuais mais ligados às esferas sociais da atividade publicitária, como por exemplo: *slogans*, *textos publicitários* e *jingles*.

Em função deste tipo de questionamento, no segundo semestre, a disciplina “Redação e Expressão Oral e Comunicação” foi reformulada com o objetivo de apresentar aos alunos gêneros textuais mais associados aos gêneros discursivos relacionados à Publicidade e Propaganda. No entanto, apesar desta reformulação, foi necessário manter uma grande parte do conteúdo desta disciplina voltada aos gêneros dissertativos-argumentativos, por serem necessários ao desenvolvimento de habilidades e competências voltadas não só para a prática profissional, mas, sobretudo, para os trâmites da vida acadêmica. Abaixo, seguem os objetivos e a ementa do plano de ensino:

#### **Objetivos**

Apresentar aos alunos os gêneros textuais mais veiculados na mídia escrita e eletrônica: os artigos de opinião, textos e *slogans* publicitários, e resenhas críticas. Explicitar as características e diferenças em cada um destes gêneros, e o uso deles na rotina do profissional de Comunicação. Desenvolver a produção destes gêneros textuais a partir de exercícios práticos e de leituras críticas orientadas em sala de aula.

#### **Ementa**

Ênfase à prática de redação de textos, inclusive publicitários e à interpretação de textos, analisando os mecanismos linguísticos utilizados na construção dos sentidos. Aprofundar os conhecimentos linguísticos

referentes ao idioma, para uma melhor capacitação comunicativa coerente com a formação profissional.

O desafio que fica delineado diante do planejamento desta disciplina é o de integrar gêneros discursivo/textuais que sejam ao mesmo tempo relacionados ao campo profissional e ao aperfeiçoamento da escrita acadêmica. É visível tal desafio pelo fato de que a profissão de publicitário é comumente idealizada sob uma imagem de criatividade calcada na realização de ideias geniais e imagens meticulosamente manipuladas em favor de um ideal estético e mercadológico. São essas as esferas sociais e discursivas que os alunos ingressantes esperam encontrar nos primeiros semestres do Curso de Publicidade e Propaganda. Em outras palavras, tais esferas representam o recorte, a pré-seleção, já feita no momento de escolha de um curso superior. A ideia pré-construída do que seja ou como age um publicitário estabelece uma expectativa muito sólida a respeito dos gêneros discursivos e textuais que os alunos vão encontrar nas disciplinas de língua portuguesa.

A saída para esse entrave foi concentrar a produção de gêneros argumentativos alinhada às ideias que os alunos têm dos gêneros discursivos próprios da Publicidade. Desta forma, discutir a esfera social/discursiva da atuação profissional para derivar dessas reflexões o papel que os gêneros argumentativos têm tanto na atuação profissional do publicitário, quanto na vida acadêmica. A necessidade de argumentação e persuasão foi o mote para o desenvolvimento dos gêneros discursivos/textuais na escrita acadêmica. Para essa tarefa, a necessidade de compreender e dominar gêneros textuais argumentativos foram exemplificados por meio dos gêneros discursivos próprios da Publicidade, onde foi possível fazer a distinção entre argumentação e persuasão. Segue abaixo o conteúdo programático da disciplina:

### **Conteúdo Programático**

#### **1. GÊNEROS TEXTUAIS**

- 1.1 Critérios de Textualidade: visão geral;
- 1.2 O texto e sua dimensão situacional e cultura;
- 1.3 Gêneros Textuais: contextos de produção e circulação.

#### **2. TEXTO ARGUMENTATIVO**

- 2.1. Signo, Significado e Significante;
- 2.2. Estrutura e funcionamento da comunicação escrita;
- 2.3. Persuasão e Argumentação;
- 2.4. Dissertação: definição e usos;
- 2.5. Contextos de circulação de textos argumentativos;
- 2.6. Texto dissertativo-argumentativo: elaboração de um projeto;
- 2.7. Estruturas do texto dissertativo-argumentativo.

#### **3. RESENHA**

- 3.1. As diferenças entre resenha e resumo na mídia;
- 3.2. As resenhas em diferentes situações de produção;
- 3.3. O plano global de uma resenha;
- 3.4. Os mecanismos de conexão: o uso dos organizadores textuais;
- 3.5. Análise e produção de resenhas.

Apesar de grande parte do conteúdo programático abranger a questão de gêneros argumentativos, explicitando critérios de circulação e contextos de produção, e assim, demonstrar suas propriedades sócio-comunicativas, a disciplina pretende desenvolver especificamente um gênero textual: a resenha. O plano de ensino da disciplina visa integrar a prática de textos necessários ao desenvolvimento acadêmico do aluno junto à explicitação dos gêneros discursivos/textuais próprios do campo profissional. Porém, na execução do plano há mais ênfase no desenvolvimento de gêneros textuais necessários ao aperfeiçoamento da experiência cultural do aluno como escritor e leitor, do que propriamente na exploração de gêneros discursivos próprios da atividade publicitária. Tal ênfase encontra justificativa no próprio plano pedagógico do curso, que estabelece dois direcionamentos da matriz curricular: (i) aprimorar a formação humanística e desenvolver maior capacidade de compreensão da realidade sócio-histórica; (ii) conteúdos específicos que favorecem reflexões e práticas da Comunicação Social e da Publicidade e Propaganda. A seleção dos objetos de ensino, nesta disciplina, segue um princípio de *pertinência*, no que tange às necessidades específicas de alunos ingressantes, ou seja, procura melhorar de alguma forma sua formação mais básica para posteriormente ter mais clareza e sensibilidade para lidar com conteúdos específicos profissionais. Rojo (2006, p.56) sintetiza esse posicionamento:

Logo no ensino, não é mais suficiente mostrar que os outros conseguiram comunicar e que construíram belos objetos de ensino. Agora é preciso que os objetos de ensino sejam *pertinentes*. E pertinentes em dois sentidos: em relação às situações de comunicação e em relação à experiência cultural de escritor/leitor. Trata-se agora, de se apropriar dos escritos para agir na vida, e isso é novo para a escolha.

### **Considerações Finais**

Nosso intuito, ao discutir o plano de ensino de uma disciplina de língua portuguesa no âmbito de um Projeto Pedagógico de um curso de ensino superior, foi apontar a complexidade de estabelecer critérios para a constituição de objetos de ensinos que sejam ao mesmo tempo pertinentes à necessidade de inserir o aluno em práticas concretas de leitura e produção textual juntamente com o recorte social e discursivo que

a escolha de um curso superior implica. No caso desta disciplina, procuramos mostrar as estratégias para integrar num plano de ensino o aprimoramento das práticas textuais/discursivas juntamente com os gêneros discursivo/textuais atribuídos às esferas sociais e discursivas próprias de um campo profissional. Na realidade, nossa breve discussão apenas revela parte uma questão frequentemente debatida nos estudos da Linguística Aplicada: as formas os gêneros discursivo/textuais são configurados como objetos de ensino, as implicações disso nos processos de ensino-aprendizagem de língua materna. Outro ponto que nossa discussão revela é que essa questão não está somente presente na elaboração de projetos de pedagógicos do ensino fundamental ou médio, mas também na tarefa de planejar as diretrizes de um curso superior. Tanto no ensino fundamental, médio ou superior o desafio é o mesmo: como proporcionar uma compreensão mais apurada da dimensão textual/discursiva inerente aos processos sócio-históricos e culturais da vida humana? Nas palavras de Rojo (2006, p.78) esse desafio não é:

mais ensinar produção de textos ou gramática, mas de subordinar este ensino aos movimentos de réplica e compreensão ativas, aos movimentos dos sentidos (que se intenciona produzir, que se percebe intencionados pelo autor, que produzimos como contra palavra), num estilo de docência persuasivo.

### **Referências:**

- BAKHTIN, M./VOLOCHINOV, V. N. (1929) *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. SP: Hucitec, 1989.
- BAKHTIN, M. (1953/1979) Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*, p. 277-326. SP: Martins Fontes, 1992 [1953].
- \_\_\_\_\_. (1934-1935) O discurso no romance. In: *Questões de Literatura e de Estética (A Teoria do Romance)*, p. 71-210. SP: Hucitec, 1998.
- BARBOSA, J. P. *Trabalhando com os gêneros do discurso: uma perspectiva enunciativa para o ensino de Língua Portuguesa*. Tese de doutorado. São Paulo: PUC-SP/LAEL, 2001.
- CENTRO UNIVERSITÁRIO PADRE ANCHIETA. *Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social*. s.e, 2006.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: A. P. DIONÍSIO *et al.* (Orgs) *Gêneros textuais e ensino*, p. 19-36. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

\_\_\_\_\_. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. São Paulo: Parábola, 2008.

ROJO, R. H. R. O texto como unidade e o gênero como objeto de ensino de Língua Portuguesa. In: TRAVAGLIA, L. C. (Org.). *Encontro na linguagem: estudos linguísticos e literários*, p. 51-80. Uberlândia: EDUFU, 2006.

\_\_\_\_\_. Gêneros de discurso/texto como objeto de ensino de línguas: um retorno ao *trivium*? In I. Signorini (org) *Percursos transdisciplinares de investigação sobre língua(gem)*. Campinas: Mercado de Letras, no prelo.

#### **Anexo**

PLANO DE ENSINO

2o. semestre de 2009

Curso: Publicidade e Propaganda

Disciplina: Redação e Expressão Oral em Comunicação

#### Objetivos

Apresentar aos alunos os gêneros textuais mais veiculados na mídia escrita e eletrônica: os artigos de opinião, textos e *slogans* publicitários, e resenhas críticas. Explicitar as características e diferenças em cada um destes gêneros, e o uso deles na rotina do profissional de Comunicação. Desenvolver a produção destes gêneros textuais a partir de exercícios práticos e de leituras críticas orientadas em sala de aula.

#### **Ementa**

Ênfase à prática de redação de textos, inclusive publicitários e à interpretação de textos, analisando os mecanismos linguísticos utilizados na construção dos sentidos. Aprofundar os conhecimentos linguísticos referentes ao idioma, para uma melhor capacitação comunicativa coerente com a formação profissional.

#### **Conteúdo Programático**

##### 1 GÊNEROS TEXTUAIS

- 1.1 Critérios de Textualidade: visão geral;
- 1.2 O texto e sua dimensão situacional e cultura;
- 1.3 Gêneros Textuais: contextos de produção e circulação.

##### 2 TEXTO ARGUMENTATIVO

- 2.1 Signo, Significado e Significante;
- 2.2 Estrutura e funcionamento da comunicação escrita;
- 2.3 Persuasão e Argumentação;
- 2.4 Dissertação: definição e usos;
- 2.5 Contextos de circulação de textos argumentativos;
- 2.6 Texto dissertativo-argumentativo: elaboração de um projeto;
- 2.7 Estruturas do texto dissertativo-argumentativo;

##### 3. RESENHA CRÍTICA

- 3.1 As diferenças entre resenha e resumo na mídia;
- 3.2 As resenhas em diferentes situações de produção;
- 3.3 O plano global de uma resenha;
- 3.4 Os mecanismos de conexão: o uso dos organizadores textuais;
- 3.5 Análise e produção de resenhas;

Método de Ensino

Exposição teórica seguida de exemplificações dos pontos tratados por meio de textos publicitários, jornalísticos e argumentativos.

Atividades discentes

Presenças nas aulas teóricas, participação na discussão sobre assuntos do programa da disciplina, produção de textos em sala de aula envolvendo os conteúdos da disciplina, elaboração de trabalhos.

**Bibliografia Básica:**

MACHADO, A. R. LOUSADA, E.; ABREU-TARDELLI, L. S. *Resenha*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

TOSCANI, Oliviero. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

ABAURRE, M. L.; ABAURRE, M. B. *Produção de texto: interlocução e gêneros*. São Paulo: Moderna, 2007.

BLIKSTEIN, I. *Técnicas de comunicação escrita*. 22 ed. São Paulo: Ática, 2008.

CITELLI, A. *Linguagem e persuasão*. 16 ed. São Paulo: Ática, 2006.

FARACO, C. A.; TEZZA, C. *Prática de texto para estudantes universitários*. Petrópolis: Vozes, 1995.

FARACO, C. A.; MANDRYK, D. *Língua Portuguesa: prática de redação para estudantes universitários*. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

KOCH, I. G.; ELIAS, V. M. *Ler e Compreender os sentidos do texto*: São Paulo:

MARCUSCHI, L. A. *Produção textual, análise e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MIRA, C. C. C. R. *Texto publicitário: um encontro entre a oralidade e a escrita*. Franca, Monografia de conclusão de curso – Universidade de Franca, 2002.