

A campanha comunitária como um gênero textual/discursivo: um valioso instrumento de ensino para a quebra da hegemonia

(The community campaign as textual and discursive genre:
a valuable instrument of education to break
the dominant hegemony nowadays)

Dalcylene Dutra Lazarini¹

¹Faculdade de Letras (FALE) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

dalcylenedl@ig.com.br

Abstract: This article shows that the textual and discursive genre are determined by its social function. We used an advertisement made by São Paulo. Ação Comunitária which aims at taking abandoned children from streets and give them education. In order to uncover the underlying messages that pervade the advertising discourse, campaigns of this nature can become teaching tools for reflection on the prevailing ideology and even to break the dominant hegemony nowadays.

Keywords: textual and discursive genre; community campaign; ideology.

Resumo: Este artigo mostra que o gênero textual/discursivo é determinado pela sua função social, sendo assim privilegiou-se uma campanha comunitária, promovida pela Ação Comunitária de São Paulo, objetivando retirar menores abandonados das ruas e lhes dar educação. Com o intuito de se desvendar as mensagens subjacentes que perpassam o discurso publicitário, campanhas dessa natureza podem se tornar instrumentos de ensino para a reflexão sobre a ideologia vigente e até mesmo para a quebra da hegemonia dominante.

Palavras-chave: gêneros textuais/discursivos; campanha comunitária; ideologia.

Introdução

O presente artigo objetiva focalizar a importância dos gêneros textuais/discursivos como um indispensável recurso para ser utilizado em ambiente escolar, no intuito de propiciar uma reflexão sobre o poder hegemônico dominante presente em campanhas publicitárias. O gênero que será utilizado para este artigo se relaciona ao discurso publicitário, pois se trata de uma campanha de inclusão social de crianças e de jovens da periferia da cidade promovida pela Ação Comunitária de São Paulo. Isso porque os gêneros concernentes à esfera publicitária têm a intenção de convencer/persuadir/seduzir/sensibilizar os leitores a comprar produtos ou a aderir comportamentos em prol do bem-estar social (LARA, 2007).

Para alcançar o objetivo proposto, utilizaremos como embasamento teórico os estudos sobre gêneros discursivos desenvolvidos por Bakhtin (1994 [1953]) e ampliados por Marcuschi (2008), que identifica um gênero a partir da função que este ocupa no meio social. Apesar de priorizar a função, o autor não desconsidera o conteúdo temático, a estrutura composicional e o estilo, conceitos propostos por Bakhtin como sendo elementos importantes para a composição e o reconhecimento de um gênero. Marcuschi (2002) também estuda a questão da “intergenericidade inter-gêneros”, provando que um gênero pode convocar outro(s) para sua estruturação, mas permanece com sua função social precípua.

Justamente por acreditar que é a função social quem determina os gêneros e que o texto deve ser estudado como uma prática discursiva e social, a análise focalizará uma campanha comunitária relacionada a um problema social constante em grandes cidades – crianças e jovens nos semáforos. A campanha a ser analisada apresenta uma proposta para que empresas e pessoas físicas ajudem a melhorar o futuro desses jovens. Para a análise, também será foco de atenção quais foram os mecanismos de textualização (BRONCKART, 1999) empregados para construí-la.

A partir dos estudos sobre Análise Crítica do Discurso (ACD) desenvolvida por Fairclough (2001, apud MEURER, 2005), pode-se tentar promover a cidadania dos indivíduos, tornando-os conscientes e reflexivos perante o poder hegemônico,¹ uma vez que existe uma preocupação constante em relacionar o discurso às mudanças sociais.

Portanto, como as campanhas comunitárias e os anúncios publicitários são gêneros de circulação cotidiana, podem servir de ferramentas/instrumentos para promover a mobilidade social, desde que a escola, como principal formadora de comportamentos, as utilize, conscientizando os alunos da grande manipulação feita por intermédio desse veículo.

Alguns estudos sobre os gêneros textuais/discursivos

É consenso entre os teóricos que o estudo dos gêneros textuais/discursivos apresenta-se como um grande desafio, já que existem muitas definições para o que seja gênero. Além do mais há também algumas correntes teóricas que distinguem gêneros textuais de gêneros discursivos. Para o presente estudo torna-se irrelevante tal distinção, pois, se o *texto* é a materialização do *discurso*, falar em gêneros textuais ou em gêneros discursivos (do discurso) permite-nos lançar mão tanto dos teóricos da Análise do Discurso Francesa quanto da Linguística Textual. Conforme Charaudeau (2004, p. 45), representante dessa primeira vertente:

No âmbito da Análise do Discurso, a categoria gênero de discurso é mais comumente definida a partir de critérios situacionais: ela designa, de fato, dispositivos de comunicação sócio-historicamente definidos e elaborados, de modo geral, com a ajuda de metáforas tais como as de “contrato”, “ritual”, ou “jogo” [...] Os gêneros em questão são, assim, normalmente caracterizados por parâmetros tais como os papéis dos participantes, suas finalidades, seu médium, seu enquadramento espaço-temporal, o tipo de organização textual que eles implicam, etc.

O gênero discursivo é um contrato,² já que é regido por normas, as quais devem ser aceitas e compartilhadas pelos interlocutores. É o reconhecimento desse contrato que permite que o ato de linguagem seja tomado como fundador da comunicação e se constitua em sua própria validação. Quanto à metáfora teatral, esta se refere ao fato de os interlocutores estarem sujeitos a condições determinadas socialmente para produzirem/compreenderem

¹ “O poder é a capacidade que os indivíduos, ou instituições que representam, têm de fazer uso de algum tipo de recurso para agir (GIDDENS, 1984) em algum contexto social. Hegemonia ‘é liderança tanto quanto dominação nos domínios econômicos, político, cultural e ideológico de uma sociedade’(FAIRCLOUGH, 2001a, p. 123)” (MEURER, 2005, p. 91).

² Para Charaudeau (2004, p. 26), o “contrato de comunicação” significa que “todo domínio de comunicação propõe a seus parceiros um certo número de condições que definem a expectativa (*enjeu*) da troca comunicativa, que, sem o seu reconhecimento, não haveria possibilidade de intercompreensão”.

determinado gênero, ou seja, é o fato de cumprirem vários papéis sociais, tais como o de pai/mãe, o de professor(a), o de aluno(a), que lhes permite produzir/compreender gêneros diferenciados. Já a perspectiva de estar em um jogo discursivo, implica para Maingueneau (2001, p. 70) que:

Como o jogo, um gênero implica um certo número de regras preestabelecidas mutuamente conhecidas e cuja transgressão põe um participante ‘fora do jogo’. Mas, contrariamente às regras do jogo, as regras do discurso nada têm de rígido: elas possuem zonas de variação, os gêneros podem se transformar.

A questão é que o estudo dos gêneros textuais/discursivos se dá a partir de correntes teóricas muito diversas, que, de modo geral, partem dos estudos bakhtinianos. Quanto à distinção entre tipo e gênero, de maneira similar ao quadro proposto por Dolz e Schneuwly (2004),³ Marcuschi (2002, p. 22) postula que tipo textual é uma espécie de construção teórica definida pela natureza linguística de sua composição, incluindo aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas. Os tipos textuais abrangem, assim, um número limitado de categorias conhecidas como: narração, argumentação, exposição, descrição, injunção. Já o gênero refere-se aos textos materializados que encontramos em nosso cotidiano e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por aspectos como conteúdo, estilo, composição característica e propriedades funcionais. Ao contrário do tipo textual, os gêneros são inúmeros, tais como: sermão, bilhete, *outdoor*, conversação espontânea, propaganda etc.

Segundo Marcuschi (2002, p. 23-24), ao se trabalhar com as noções de tipo e gênero, torna-se importante definir também a expressão *domínio discursivo* que colabora para o “surgimento de discursos bastante específicos” (tais como discurso jurídico, jornalístico, publicitário, religioso etc). Os domínios se constituem, pois, como “práticas discursivas dentro das quais podemos identificar um conjunto de gêneros textuais que, às vezes, lhe são próprios (em certos casos exclusivos) como práticas ou rotinas comunicativas institucionalizadas”. No caso do discurso publicitário, nosso objeto de pesquisa, constatamos que ele se situa no domínio midiático, sendo atravessado por diferentes tipos ou sequências – descritivos(as), injuntivos(as) –, porém com predominância do tipo/sequência argumentativo(a) dada a sua função persuasiva de vender um produto (serviço, ideia).

Devido ao caráter sócio-histórico dos gêneros e à sua imensa pluralidade, Marcuschi (2008) afirma que eles exercem um papel de controladores sociais. Nas próprias palavras do autor:

Os gêneros são atividades discursivas socialmente estabilizadas que se prestam aos mais variados tipos de controle social e até mesmo ao exercício de poder. Pode-se, pois, dizer que os gêneros textuais são nossa forma de inserção, ação e controle social no dia-a-dia. (MARCUSCHI, 2008, p.161)

³ O quadro proposto para o agrupamento dos gêneros foi elaborado por Dolz e Schneuwly (2004). Segundo os autores, para se obter êxito em qualquer agrupamento (narrar, relatar, argumentar, expor e descrever ações) é necessário dominar três níveis de operações de linguagem: capacidade de ação (representação do contexto social ou contextualização), capacidade discursiva (estruturação discursiva do texto) e capacidade linguístico-discursiva (escolha de unidades linguísticas ou textualização). A tipologização proposta pelos autores relaciona-se com a capacidade que o falante tem de “escolher” qual gênero usará numa determinada situação de interação, optando por códigos linguísticos e enunciados próprios para aquele contexto comunicativo.

É sabido que existem gêneros mais estáveis, por exemplo, documentos oficiais, principais controladores da esfera jurídica. No entanto, um estudo mais interessante se refere aos gêneros que transgridem o padrão, pois, além de ser preciso identificar a sua forma, exigem uma maior habilidade do leitor para compreender a sua função. Marcuschi (2008, p. 150) salienta isso ao afirmar que *todos os gêneros têm uma forma e uma função, bem como um estilo e um conteúdo, mas sua determinação se dá basicamente pela sua função e não pela forma.*

Desse modo, ao enfatizar a instabilidade de alguns gêneros, Marcuschi (2002) refere-se à célebre afirmação bakhtiniana *os gêneros discursivos são dados na cultura, são formas relativamente estáveis que permitem a estruturação da totalidade do discurso* (BAKHTIN, 1994[1953], p. 301). Marcuschi (2008) não desconsidera que o conteúdo temático, a estrutura composicional e o estilo sejam importantes para o reconhecimento de um gênero, porém o identifica e privilegia a sua função no meio social.

É importante ressaltar que os estudos relacionados aos gêneros não se configuram como algo inovador, uma vez que *o estudo dos gêneros não é novo, mas está na moda* (MARCUSCHI, 2008, p. 147), pois, desde Platão e Aristóteles, existe uma preocupação com a classificação genérica; no âmbito literário, encontram-se os gêneros lírico, épico e dramático. Segundo Lara (2007, p. 12), não foi somente na literatura que houve essa classificação, também na retórica antiga há a classificação tripartida dos gêneros do discurso: o deliberativo, o judiciário e o epidítico.⁴ A autora destaca que a preocupação com os gêneros no âmbito da linguística é recente, pois foi somente a partir do século XX que a discussão em torno dos gêneros do discurso se ampliou. Devido a essa amplitude, surgiram diversas abordagens para o estudo dos gêneros, as quais têm como pano de fundo os pressupostos bakhtinianos, dando origem a termos como: gênero, tipo, modo, modalidades de organização textual, espécies de textos e discursos.⁵

Ainda hoje os termos gênero textual e gênero discursivo apresentam para alguns autores suas especificidades, no entanto neste artigo são tidos como sinônimos. Isso se justifica pelo fato de o discurso se manifestar por intermédio de textos, isto é, *o texto é a realização linguística na qual se manifesta o discurso* (FOUCAULT, 1972; KRESS, 1989, FAIRCLOUGH, 1992; MEURER, 1997).

Conforme Lara (2007, p.14):

[...] um gênero se situa na ‘zona de tensão’ entre um conjunto de restrições – ou de regularidade – e um horizonte de possibilidades – ou de variações possíveis –, o que implica um sujeito capaz de operar sobre o convencional, sobre o previamente instituído, assumindo-o ou subvertendo-o, em busca da construção de outros (novos) efeitos de sentido.

Desse modo, o sujeito, ao tentar construir os efeitos de sentido propostos pelos diferentes gêneros, tem a possibilidade de assumir ou subverter esse sentido. Assim, justifica-se a utilização de gêneros referentes à esfera publicitária para o estudo em sala de aula. Nesse caso, o objetivo é alertar os alunos a respeito da ideologia dominante que perpassa a campanha comunitária e proporcionar-lhes uma verdadeira reflexão sobre o

⁴ Gênero deliberativo dirigido habitualmente a um auditório a quem se aconselha ou dissuade; gênero judiciário, em que o orador acusa ou defende, e gênero epidítico, que consiste em um discurso de elogio ou de repreensão, que versa sobre os atos do cidadão.

⁵ Conferir essas denominações em Brandão (2000, p.19)

seu papel cidadão. Talvez dessa forma esses alunos tenham a oportunidade de alterar práticas discursivas arraigadas na sociedade.

Conexão, coesão nominal e verbal na constituição do texto

Bronckart (1999) desenvolveu suas pesquisas quanto à infraestrutura de um texto empírico, tomando-o como *unidade comunicativa articulada a uma situação de ação e destinada a ser compreendida e interpretada como tal por seus destinatários* de modo coerente. Esse conceito é de extrema relevância, pois considera não só o autor e o leitor, mas também a sua materialidade, desse modo a construção da coerência se faz a partir dessa importante tríade. A fim de entender como procede essa coerência na materialidade textual, o autor propôs um estudo para compreender o funcionamento de dois mecanismos: o de *textualidade* e os *enunciativos*.

No que se refere ao estudo da coerência do texto, Bronckart se inspirou nos trabalhos de Charolles (1994) e distinguiu três planos de análise textual: (i) uma abordagem mais restritiva centrada no sistema da língua (microssintaxe); (ii) uma abordagem um pouco mais ampla, mas ainda centrada no sistema linguístico (macrossintaxe); (iii) uma abordagem baseada em regras de organização geral do texto (mecanismos de textualização).

Neste artigo, a análise do funcionamento desses mecanismos se restringirá ao de textualidade. Assim, faz-se importante a sua definição feita por Bronckart (1999, p. 259-260):

Os mecanismos de textualização são, por sua vez, articulados à progressão do conteúdo temático, tal como é apreensível no nível da infra-estrutura. Explorando as cadeias de unidades lingüísticas (ou **séries isotópicas**), organizam os elementos constitutivos desse conteúdo em diversos percursos entrecruzados, explicitando ou marcando as relações de continuidade, de ruptura ou de contraste, contribuindo, desse modo, para o estabelecimento da coerência temática do texto.

Desse modo, os mecanismos de textualização se subdividem em: (i) conexão: organizadores textuais; (ii) coesão nominal: introdutores de argumentos e organizadores de retomada – anáforas; (iii) coesão verbal: produtores de um efeito de progressão.

Sucintamente, os mecanismos de conexão, por explicitarem as relações entre diferentes níveis de organização textual, podem assumir as seguintes funções: *segmentação* (assinala diferentes tipos de discursos), *balizamento* ou *demarcação* (marca pontos de articulação), *empacotamento* (explicita a modalidade de integração das frases à estrutura), *ligação* (justaposição, coordenação) ou *encaixamento* (subordinação).

Em suma, o estudo dos mecanismos de textualização é importante para a compreensão da construção textual. Porém, não pode ser utilizado como pretexto para se ensinar gramática, já que o texto, além de suas marcas linguísticas, está também impresso de marcas enunciativo-discursivas.

Fairclough e a conscientização por intermédio de textos

Os estudos faircloughianos não se preocupam somente com os textos em si, uma vez que, além das marcas linguístico-discursivas, esses textos circulam na sociedade

interagindo com as estruturas sociais. Ou seja, a maior preocupação da ACD *não é o estudo dos gêneros textuais especificamente, e sim a investigação do papel da linguagem em geral na 'produção, manutenção e mudança de relações de poder.* (FAIRCLOUGH, 1989, p.1, apud MEURER, 2005, p.83)

Meurer (2005, p. 82) subdividiu a proposta da ACD de Fairclough em duas vertentes:⁶ uma teórica e outra metodológica, deixando explícito que elas não são dicotômicas para se estudar os gêneros, pelo contrário, complementam-se. Segundo o autor, as perspectivas teóricas podem se agrupar da seguinte forma: a) quanto à linguagem: tomam a linguagem como uma forma de prática social e com poder constitutivo; b) quanto aos textos: possuem *traços e pistas* de rotinas sociais, são perpassados por *relações de poder* (poder hegemônico), fazem parte de uma *corrente* contínua de outros textos e estão localizados historicamente; c) quanto à ideologia: o *trabalho ideológico* se realiza em diferentes discursos, interligando as formas de poder e a ideologia; d) quanto à *perspectiva emancipatória*: a partir da compreensão da linguagem como prática social, busca conscientizar os indivíduos quanto às mudanças sociais, resultado do poder constitutivo e ideológico do discurso, objetivando a emancipação de grupos menos privilegiados.

Já na vertente metodológica, a qual servirá de auxílio para a análise da campanha comunitária foco deste artigo, encontram-se algumas perspectivas para especificar como os textos podem ser analisados a partir da ACD: *além de ser descritiva é interpretavista e procura ser também explicativa, propondo-se a examinar os eventos discursivos sob três dimensões de análise que se interconectam: texto, prática discursiva e prática social.*

Sendo assim, os estudos faircloughianos servem como veículos que podem quebrar a hegemonia e a ideologia⁷ advindas do poder dominante, desde que, por intermédio dos gêneros textuais/discursivos, conscientize-se o indivíduo do seu papel como cidadão crítico. E nada melhor que esses gêneros sejam inseridos no ambiente escolar, a fim de que o professor e a escola possam instrumentalizar os aprendizes para a tão almejada cidadania.

Análise de uma campanha comunitária

Tendo como princípio metodológico o fato de o texto ser tomado como prática discursiva e social, a análise parte de um texto (anexo) referente a uma campanha da Ação Comunitária de São Paulo, a qual objetiva chamar a atenção para a necessidade de inclusão social dos menores de rua.

Ao se analisar a imagem, verifica-se que o menino descalço, representante dos afro-adolescentes, está de certa forma “invisível” na cidade. Como a construção do sentido em textos multimodais se dá a partir do amálgama imagem e código verbal, faz-se necessária a correlação com o texto inicial “*Quando a gente se acostuma a um problema, não quer dizer que ele deixa de existir*”. Pretende-se com essa campanha que a população se conscientize do seu papel cidadão para que, embora acostumada com crianças nos semáforos, não finja que o problema social do abandono não exista e tome providências para diminuir/sanar a triste realidade de muitos jovens.

⁶ Para explicações mais detalhadas sobre as vertentes da ACD, consultar Meurer (2005, p. 82-83).

⁷ “A ideologia é vista pela ACD como forma de conceber a realidade que contribui para beneficiar certo(s) grupo(s) em detrimento de outro(s).” (MEURER, 2005, p. 102)

Logo após a chamada, encontramos o seguinte texto:

Empresas como a sua podem mudar a vida de crianças por meio da educação. A Ação Comunitária é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que, com o apoio de empresas e de pessoas físicas, promove a inclusão social de crianças e jovens da periferia de São Paulo. Em **28 de abril**, comemora-se a **Semana de Educação para Todos**. Junte-se à Rede Empresarial de Cidadania e adote turmas dos programas inclusivos da Ação Comunitária. **Visite** www.acomunitaria.org.br ou **ligue (11) 5843 2922** e ajude a construir um futuro melhor para as nossas crianças.

Nessa campanha comunitária, pede-se o auxílio de empresa ou de pessoa física para ajudar por intermédio da educação a inclusão de crianças e jovens da periferia de São Paulo. Isso é feito da seguinte forma: o emprego da expressão coloquial “a gente” para envolver o leitor, o uso dos pronomes possessivos nas construções “**nossas** crianças” e “empresas como a **sua**” é uma forma de fazer o leitor se tornar parte do problema explicitado. Toca, assim, na questão da omissão, porque no momento em que um problema é frequente todos se acostumam com ele e passam a ignorá-lo.

O emprego dos verbos no imperativo “junte-se”, “adote”, “visite”, “ligue” e “ajude” é indicativo do tipo injuntivo, apela para os sentimentos dos cidadãos em adotar uma postura ativa a fim de tentar resolver o problema do abandono.

Quanto aos mecanismos de textualização encontram-se:

- (1) *mecanismo de conexão* por:
 - a) *encaixamento* no emprego da conjunção temporal “quando”, também na construção “em 28 de abril” como ajunto adverbial de tempo;
 - b) *ligação* na utilização da conjunção alternativa – ou em “visite ou ligue”, para que a pessoa não se desculpe por não ter tempo em conhecer o projeto pessoalmente e tenha a opção de ligar; nas orações conectadas pela conjunção aditiva “e” (“Junte-se à Rede Empresarial da cidadania e adote turmas dos programas inclusivos da Ação Comunitária.” / “[...] e ajude a construir um futuro melhor para as nossas crianças”);
- (02) *o mecanismo de coesão nominal*: a) *função de introdução*: determinante indefinido no sintagma nominal “um problema”, retomado anaforicamente pelo pronome pessoal “ele”; b) *função de retomada*: a palavra “crianças” é retomada por intermédio da repetição do mesmo léxico, também há a ocorrência de uma anáfora pronominal zero (Æ) em “A Ação Comunitária é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que, com o apoio de empresa e de pessoas físicas, Æ promove a inclusão social de crianças e jovens da periferia de São Paulo.”
- (03) *o mecanismo de coesão verbal*: como se trata de uma campanha publicitária publicada pela revista Superinteressante do mês de abril, na qual, mais especificamente no dia 28 de abril, consta uma comemoração da “Semana de Educação para todos”, verifica-se a preponderância da presença dos verbos no presente do indicativo (“se acostuma”, “promove”, etc.) para demonstrar a atualidade da campanha e verbos no imperativo (“junte-se”, “adote”, etc.) para indicar qual é atitude esperada do público perante a campanha.

A perífrase verbal “podem mudar”, representativa da modalização pragmática (BRONCKART, 1999, p. 332), revela a responsabilidade que uma empresa tem em relação à mudança social proposta pela campanha.

Uma possibilidade na sala de aula

Como uma das propostas teóricas da ACD é a emancipação do indivíduo por intermédio de sua conscientização, ao perceber não só as *interligações entre o discurso e as estruturas sociais*, mas também *a importância dos processos discursivos na produção, manutenção e mudança de relações de poder na vida social* (FAIRCLOUGH, 1989, p. 1, apud MEURER, 2005, p. 94), nada mais legítimo que levar para o ambiente escolar o discurso publicitário, manifestado em peças publicitárias, e, principalmente, em campanhas comunitárias, as quais conscientizam os leitores sobre assuntos atuais com o intuito de sensibilizá-los a participar/colaborar com ajuda financeira ou trabalho voluntário. Sendo assim, percebe-se a manifestação do discurso hegemônico; eximindo-se de sua parcela de contribuição, o governo atribui toda a responsabilidade para as empresas e os cidadãos.

A campanha comunitária analisada chama a atenção para o pedido de ajuda ser para duas instâncias sociais: a privada (empresa) e a pessoa física (individual). A partir disso, o professor, além de trabalhar os mecanismos de textualização, poderia analisar os conceitos de hegemonia e de ideologia, mostrando que a instituição governamental não foi acionada para participar da campanha. Sendo assim, parece que é somente a sociedade quem deve se unir para amenizar as mazelas sociais.

Segundo Meurer (2005, p. 92), Fairclough (1989) corrobora com Giddens (1984) ao adotar a perspectiva de que *cada situação de prática social é simultaneamente coercitiva ou coibidora e capacitadora*, ou seja, pode-se reforçar práticas já instituídas e ao mesmo tempo questioná-las, desafiá-las e mudá-las.

Não podemos perder de vista também a relevância de um estudo sobre aspectos concernentes à ideologia – uma espécie de “mola-mestra” que perpassa o discurso publicitário –, para que seja possível compreender plenamente a manipulação implícita/subliminar feita pelos publicitários com a pretensão de vender um dado produto (serviço, ideia). Segundo Vóvio (2004), a publicidade envolve a massa e pode “equipar” jovens e adultos, buscando a experiência de cada geração para analisar a ideologia atual.⁸

Por isso, o papel do professor é imprescindível para mostrar o que se encontra subjacente (elementos implícitos) nos discursos publicitários a fim de se tentar uma quebra de hegemonia. Portanto, a campanha comunitária presente neste artigo é somente um dos instrumentos de reflexão em sala de aula que poderá servir como um texto-alerta da negligência governamental relacionada ao descaso com o problema social dos menores abandonados na periferia de São Paulo.

Considerações parciais

Sob uma perspectiva qualitativa interpretativista, o estudo dos gêneros concernentes ao discurso publicitário, devido à sua acessibilidade, poderá contribuir de modo significativo para uma educação transformadora e não meramente reprodutora de uma ideologia, no momento em que o professor esteja preocupado em habilitar o aluno para interpretar o

⁸ Eagleton (1991, apud FONTANINI, 2002, p. 226) aponta algumas definições que encontramos atualmente sobre ideologia: “a) processo de produção de significados, símbolos e valores na sociedade; b) corpo de ideias características de um determinado grupo ou classe social; c) uma ilusão social necessária; d) a união entre discurso e poder; e) o processo pelo qual a vida social é convertida em uma realidade natural.”

sincretismo entre as duas linguagens – verbal e visual. Ao se analisar de forma crítica as aspirações humanas as quais o discurso hegemônico procura manter, o aluno poderá se tornar um leitor proficiente, sendo capaz de desvendar as mensagens subjacentes que envolvem esse interessante discurso.

Cabe, pois, ao docente desenvolver nos aprendizes habilidades de leitura que lhes propiciem um olhar crítico sobre a construção do discurso publicitário, por meio de situações de reflexão e análise que aprimorem a sua [do aluno] competência discursiva.

As mensagens subjacentes devem ser compreendidas pelos estudantes, pois, por intermédio do seu entendimento, existe a possibilidade de se confirmar o poder hegemônico atual ou de tentar questioná-lo para uma mudança, sendo de bastante relevância também que os alunos identifiquem quem seriam os leitores/destinatários desse gênero discursivo. Talvez, assim, ao se analisar as condições de produção do texto, os estudantes tenham condições de construir os efeitos de sentido do texto pretendidos pelo autor/emissor da campanha comunitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1994. [1953]. p. 327-358.
- BRANDÃO, H. N. Texto, gêneros do discurso e ensino. In: _____. (Coord.) *Gêneros do discurso na escola*. São Paulo: Cortez, 2000. v. 5. p. 17-45.
- BRONCKART, J. P. Os mecanismos de textualização: conexão e coesão nominal. In: _____. *Atividades de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sócio-discursivo*. Tradução de A. R. Machado e P. Cunha. São Paulo: EDUC, 1999. p. 259-271.
- CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. de (Orgs.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/POSLIN/FALE-UFMG, 2004. p. 13-41.
- CHAROLLES, M. Les plans d'organisation du discours et leur interaction. In: MOIRAND, S. et al. (Eds.) *Parcours linguistiques de discours spécialisés*. Berne: Peter Lang, 1994.
- DOLZ, J.; SCHNEUWLY, B. Gêneros e progressão em expressão oral e escrita – elementos para reflexões sobre uma experiência Suíça (francófona). In: _____. *Gêneros orais e escritos na escola*. Tradução e organização. de R. Rojo e G. L. Cordeiro. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004. p. 41-70.
- FAIRCLOUGH, N. *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- FONTANINI, I. Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. Bauru, SP: EDUSC, 2002. p. 225-238.
- FOUCAULT, M. *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge, 1972.
- GIDDENS, A. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press, 1984.
- KRESS, G. *Linguistic Processes in Sociocultural Practices*. Oxford: OUP, 1989.

LARA, G. M. P. Transgressão de gêneros em textos de publicidade e propaganda no Brasil. *Stockholm review of latin american studies*, Suécia, issue 2, p. 11-24, Nov. 2007. Disponível em: <http://www.lai.su.se>. Acesso em: 10 ago. 2010.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.) *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p.19-36.

_____. Gêneros textuais no ensino de língua. In: _____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. p. 145-225.

MEURER, J. L. Aspectos de um modelo de produção de textos. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) *Parâmetros de textualização*. Santa Maria: Editora UFSM, 1997. p. 13-28.

_____. Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 81-106.

REVISTA SUPERINTERESSANTE. São Paulo, edição 264, p. 27, abr. 2009.

VÓVIO, C. L. (Coord.) *Viver, aprender: educação de jovens e adultos: guia do educador*. 3. ed. São Paulo: Global, 2004.

ANEXO



Apoio:  Abril

PRESENER AMERICA

**QUANDO A GENTE SE ACOSTUMA A UM PROBLEMA,
NÃO QUER DIZER QUE ELE DEIXA DE EXISTIR.**

Empresas como a sua podem mudar a vida de crianças por meio da educação. A Ação Comunitária é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que, com o apoio de empresas e de pessoas físicas, promove a inclusão social de crianças e jovens da periferia de São Paulo. Em 28 de abril, comemora-se a **Semana de Educação para Todos**. Junte-se à Rede Empresarial de Cidadania e adote turmas dos programas inclusivos da Ação Comunitária. Visite www.acomunitaria.org.br ou ligue (11) 5843 2922 e ajude a construir um futuro melhor para as nossas crianças.


AÇÃO COMUNITÁRIA
PREPARANDO PESSOAS PARA A VIDA

Superinteressante, abril 2009 edição 264, p. 27