



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

Desvelando o texto: o trabalho com implícitos em anúncios publicitários

AUTOR PRINCIPAL: Sabrina Zamin Vieira

CO-AUTORES: Ana Paula Ledesma Vizzoto, Lissara *Kaiuane* Delphino Alves, Patrícia Quevedo, Susi Mara Variza

ORIENTADOR: Bianca Daniela Arnold

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo (UPF)

INTRODUÇÃO

Neste trabalho temos como objetivo discutir a relevância de conteúdos implícitos, aqueles que extrapolam o que foi abertamente dito, como ferramenta importante para que o aluno compreenda integralmente os sentidos possíveis que uma língua engloba, sendo eles explícitos ou implícitos. Nesse sentido, em consonância com os Parâmetros Curriculares da Língua Portuguesa (BRASIL, 1998), é papel do professor de língua materna levar o educando a aprender a realizar as leituras corretas ou plausíveis que um texto oferece, para que percebam os perigos e as vantagens (FERAREZZI JÚNIOR, 2008) que as línguas nos permitirem significar determinadas coisas sem dizê-las de maneira explícita. Dessa maneira, abordaremos o ensino e prática de leitura a partir de uma análise aprimorada de anúncios publicitários, partindo do pressuposto de que a leitura não se dá apenas no nível do dito, aquilo que está posto, mas, predominantemente, naquilo que não está dito, nos implícitos, que são incitados por meio de elementos linguísticos e pragmáticos (KOCH, 1997).

DESENVOLVIMENTO:

A língua somente efetiva-se através de textos, por serem esses a forma específica de manifestação da linguagem, e que são o resultado do meio social, da situação comunicativa, e de uma intencionalidade específica.

Sendo assim, o texto não é algo desvinculado da realidade espaço-temporal, mas é uma manifestação de linguagem que ocorre incorporado a uma cultura e a uma estrutura social. A partir de tal perspectiva, o texto pode ser configurado como resultante da atividade verbal de indivíduos que participam ativamente deste processo, na qual estes sistematizam suas ações com o objetivo de alcançar um fim

social, e, para que isso se efetive, é necessário que o texto esteja em consonância com as condições de produção “sob as quais a atividade verbal se realiza” (KOCH, 1997, p. 22).

Em outras palavras, o texto passou a configurar-se não mais como uma transposição de frases soltas e isoladas, como argumenta Koch (1997), mas sim como uma construção de sentidos e ligação de ideias, a partir da interação sujeitos-texto, que leva em consideração o contexto.

Diante disso, nessa concepção que vigora nos estudos sobre o texto, é possível afirmar que o contexto pode construir e reconstruir sentidos no decorrer do processo discursivo, que os componentes citados anteriormente intervêm na comunicação, e que nele há conjunto de suposições, implícitas ou explícitas, que são levantadas pelo leitor para que faça sentido e desempenhe a sua função comunicativa.

No processo de escrita, recorremos a outros textos para constituir o nosso e, no processo de leitura de um texto faz-se necessário que o leitor reconheça outros textos para produzir sentido daquilo que está lendo. Chamamos esse processo de interação de intertextualidade. A intertextualidade pode constituir-se, dentro do texto, explícita ou implicitamente.

A intertextualidade com explicitação faz citação da fonte do intertexto. Isso acontece no discurso relatado, nas citações e referências, nos resumos, resenhas e traduções.

Já a forma implícita de intertextualidade ocorre sem a citação expressa da fonte, o que faz com que o leitor recupere a informação na memória, de acordo com seus conhecimentos de mundo e de leitura, para que seja feita a construção de sentido.

Para que o sentido da intertextualidade e da mensagem intencionada pelo autor sejam construídos, é necessário que o leitor faça a análise daquilo que está oculto, requerendo que ele identifique o que está subentendido. Ao passo de que se o leitor não possuir um conhecimento prévio e estiver desatualizado sobre os acontecimentos do meio em que vive, a compreensão e interpretação da mensagem intencionada, podem se tornar fragmentadas.

Levando em consideração a teoria de Ingedore Koch, foi elaborada uma sequência didática sobre anúncios publicitários da empresa de cosméticos “O Boticário”, que apresenta os conteúdos intertextuais: implícitos e explícitos. Posteriormente, o trabalho foi realizado em sala de aula com a leitura do gênero textual e exercícios de compreensão e interpretação de texto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Com a realização do trabalho em sala de aula, nota-se que os alunos tiveram maior facilidade em compreender o conteúdo explícito dos anúncios publicitários. Para a compreensão do conteúdo implícito do texto, foi necessária a revalidação da memória dos alunos sobre os contos de fadas.

REFERÊNCIAS

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 1997.

KOCH, Ingedore Villaça e ELIAS, Vanda Maria. Ler e compreender os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.

KOCH, Ingedore Villaça e ELIAS, Vanda Maria. *Ler e escrever estratégias de produção textual*. São Paulo: Contexto, 2009.

ANEXOS:



O Boticário
VOCÊ PODE SER O QUE QUISER

A HISTÓRIA SEMPRE SE REPETE.
TODO CHAPEUZINHO VERMELHO
QUE SE PREZE, UM BELO DIA,
COLOCA O LOBO MAU NA COLEIRA.

MAIS DE 2.000 LOJAS
ESPANDINDO POR TODO
WWW.BOTICARIO.COM
0800 41 3011



O Boticário
VOCÊ PODE SER O QUE QUISER

GABRIELA VIVIA SONHANDO
COM SEU PRÍNCIPE ENCANTADO.
MAS, DEPOIS QUE ELA PASSOU A USAR
O BOTICÁRIO, FORAM OS PRÍNCIPES
QUE PERDERAM O SONO.

MAIS DE 2.000 LOJAS
ESPANDINDO POR TODO
WWW.BOTICARIO.COM
0800 41 3011

