

A língua portuguesa nas aulas de publicidade: da língua oral à escrita

Edson Roberto Bogas Garcia

UNESP – São José do Rio Preto - SP

UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga

Resumo

A disciplina de Língua Portuguesa na grade curricular do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Votuporanga, estado de São Paulo, tem contribuído no sentido de despertar o interesse dos alunos a questões relativas à nossa língua. Afinal, é a partir da compreensão eficaz do nosso idioma que um futuro redator publicitário pode levar o consumidor a refletir sobre a importância de se adquirir um produto/marca/serviço. Tendo em vista essas considerações, é importante pensar em procedimentos capazes de contribuir para criar, nesses estudantes, condições para que percebam as várias possibilidades estruturais de se trabalhar com o português. O presente artigo tenta mostrar, dessa maneira, como a teoria proposta por Marcuschi (2004), em que se analisam as operações linguístico-textuais-cognitivas na passagem da língua oral para a língua escrita, pode ajudar nesse processo.

Palavras-chave: análise; retextualização; entrevistas; Língua Portuguesa; Publicidade e Propaganda

Abstract

Portuguese language, a subject in the undergraduate curriculum of the Publicity and Advertising course at the “Centro Universitário de Votuporanga”, a university in São Paulo State, Brazil, has contributed to arouse the interest of the undergraduate students in issues concerning this language. This reflects the point that it is the full understanding of language that helps a future copywriter to lead the consumer to reflect on the importance of purchasing a product/brand/service. It is thus worth examining ways of guiding these students toward understanding the structures they can work with in Portuguese. This article attempts to show how the theory proposed by Marcuschi (2004) for analyzing the linguistic-textual-cognitive operations in the change from spoken to written language may advance this process.

Key-words: analysis; retextualization; interviews; Portuguese language; Publicity and Advertising

INTRODUÇÃO

Havia luz pela amplidão suspensa no
 azul do céu, vergéis e coqueirais...
 e o Lácio, com fulgores divinais,
 abrigava de uma virgem a presença...
 Era um castelo de ouro, amor e
 crença, que igual não houve, nem haverá
 jamais...
 Onde os poetas encontraram ideais
 na poesia nova, n'alegria imensa...
 A virgem era a Língua portuguesa,
 a mais formosa e divinal princesa,
 vivendo nos vergéis de suave aroma!
 Donzela meiga que, deixando o Lácio,
 abandona os umbrais do seu palácio,
 para ser de um povo o glorioso idioma!...¹

A disciplina de Língua Portuguesa é uma grande aliada na formação dos alunos dos cursos de Comunicação Social. Mais especificamente nos cursos de Publicidade e Propaganda, é um dos momentos decisivos para explorar os diversos mecanismos de que a nossa língua dispõe para pôr em prática os conhecimentos que serão utilizados na confecção de suas peças publicitárias. Desse “manuseio” consciente dos aspectos lexicais, sintáticos e semânticos, é que dependerá a criação de um texto que levará o consumidor a se interessar pelo produto/marca/serviço. Além disso, o ensino profícuo dessa matéria pode colaborar para a aquisição de sólidos conhecimentos de ordem sócio-cultural, política e econômica, bem como desenvolver neles uma reflexão acerca da realidade que nos rodeia e dos desafios éticos que envolvem o exercício da profissão. Segundo Sant’Anna (1998, p. 84):

O homem de propaganda não pode, portanto alhear-se a esse problema; nem ignorar ou fugir aos debates que se travam em torno do assunto. Antes, sua participação pode assumir importância considerável, desde que se coloque em posição isenta de fanatismo ou preconceitos. Para isso, é claro, ele necessita juntar aos conhecimentos de ordem profissional pelo menos noções de sociologia, sobretudo de sociologia das comunicações de massas. Essa qualificação, esse preparo dar-lhe-ão uma base através

¹ Lima, Waldin. Soneto à Língua Portuguesa. In: **Gota de orvalho**. Porto Alegre, 1989.

da qual poderá estimar, nos limites do sensato, a responsabilidade social de sua profissão e de seu próprio trabalho.

Por outro lado, também passamos por graves problemas na educação brasileira. Os discentes que chegam às Universidades, a cada ano, apresentam um conhecimento humanístico escasso e a universidade acaba por assumir a difícil tarefa de, em quatro anos, capacitar seus alunos a conceber o complexo fundamento da comunicação social e de seu poder como instrumento do que chamamos de dominar pensamentos, emoções e atitudes. Não é necessário muito tempo para que o docente, envolvido nessas premissas, procure levar seus discípulos a adquirirem, respeitando o repertório de sua clientela, a necessária maturidade para assumir as responsabilidades de escolhas, que, por sua vez, determinarão o seu futuro.

O que se deseja nas universidades deve ser bem mais do que esse aprofundar-se nas especializações. É preciso que a Universidade seja o propiciamento de uma abertura de visão de mundo, para a reflexão em torno do sentido da vida do homem: uma atitude compreensiva diante das conquistas do saber, uma interpretação dos feitos humanos e suas perspectivas futuras e transcendentais (Brandão, 1996, p. 32).

Trabalhamos, hoje, então, no ensino universitário, tentando recuperar essa defasagem. No entanto, se não há (pelo menos em faculdades particulares e em alguns cursos em especial) seleção nas provas de ingresso, há dois fatores que consideramos positivos para que ainda possamos trabalhar em sala de aula:

- a) a escolha pela futura profissão de publicitário, no caso, pressupõe que o aluno se interesse pelas Ciências Humanas;
- b) apesar de algumas instituições se fundamentarem no ciclo do capitalismo e do lucro, outras, preocupadas com a educação, ainda não adotaram a aprovação automática e os alunos sabem que deles depende o esforço para se capacitarem a enfrentar uma sociedade em que as lutas por emprego estão cada vez mais acirradas.

Devemos também levar em conta o esforço institucional, por meio do colegiado de cursos, em adaptar suas grades curriculares às tendências contemporâneas. O Curso de Comunicação Social (Habilitação em Publicidade e Propaganda), do Centro Universitário de Votuporanga, interior do Estado de São Paulo, por exemplo, promoveu mudanças em sua grade (com o intuito de integrar unidades de conteúdos das disciplinas em blocos afins e inserir algumas disciplinas técnicas nos primeiros anos). As disciplinas de primeiro e segundo anos têm objetivos mais direcionados. No caso da disciplina de Língua

Portuguesa para o curso de Publicidade e Propaganda, demos prioridade à compreensão e à interpretação textual e aos textos dissertativos argumentativos. Com relação ao ensino das variantes linguísticas, fundamentamo-nos no que preceitua o Conselho (2008):

a. O anúncio adotará o vernáculo gramaticalmente correto, limitando o uso de gíria e de palavras e expressões estrangeiras, salvo quando absolutamente necessárias para transmitir a informação ou o "clima" pretendido. Todavia, esta recomendação não invalida certos conceitos universalmente adotados na criação dos anúncios e campanhas. O primeiro deles é que a publicidade não se faz apenas com fatos e idéias, mas também com palavras e imagens; logo, as liberdades semânticas da criação publicitária são fundamentais. O segundo é que a publicidade, para se comunicar com o público, tem que fazer uso daquela linguagem que o poeta já qualificou como " Língua errada do povo / Língua certa do povo / Porque ele é que fala gostoso / O português no Brasil"; b. na publicidade veiculada pelo Rádio e pela Televisão, devem os Anunciantes, Agências e Veículos zelar pela boa pronúncia da língua portuguesa, evitando agravar os vícios de prosódia que tanto já estão contribuindo para desfigurar o legado que recebemos de nossos antepassados; c. todo anúncio deve ser criado em função do contexto sociocultural brasileiro, limitando-se o mais possível a utilização ou transposição de contextos culturais estrangeiros; d. o anúncio não utilizará o calão; [...].

Outro fator a ser ponderado é o número de alunos em sala de aula. Hoje, no primeiro ano, não mais de 45 alunos são permitidos em cada curso. E esse número tende a diminuir (por vários motivos socioeconômicos) consideravelmente. Atualmente, contamos com salas, no segundo, terceiro e quarto anos de, no máximo, trinta alunos. Apesar do ônus (?) que significa para a Instituição, o trabalho do docente tem-se tornado mais gratificante. Podemos conhecer melhor o aluno, sua forma de pensar e escrever o mundo. O aluno, por sua vez, tem a oportunidade de se relacionar melhor com seus companheiros e com seus professores.

A DISCIPLINA DE LÍNGUA PORTUGUESA

A disciplina de Língua Portuguesa do curso de Publicidade e Propaganda, no primeiro e segundo semestres, tem uma carga horária de 172 horas, distribuídas em quatro horas semanais. Nela, como dissemos acima, trabalhamos a importância da linguagem em interpretações e em gêneros textuais. A gramática, elemento de suporte linguístico, tende a valorizar a produção de textos: tentamos criar condições e estratégias para o desenvolvimento das habilidades de falar e escrever, evitando os exercícios de "cópiação" e despertando a crítica em torno da necessidade de se repensar a importância da norma. Em intervalos frequentes, analisamos essa produção em exercícios de refacção para que o

próprio aprendiz amadureça seu conhecimento de mundo e a maneira de colocar no papel suas idealizações mentais.

Ministrados esses conteúdos e conscientes da progressão gradual do conhecimento, resta-nos estabelecer o quanto foi possível ajudar a desenvolver aptidões. A pergunta, temerária num primeiro momento, é a seguinte: “os conteúdos aplicados em sala tiveram resultados positivos e propiciaram algum progresso ao discente?”

Dessa maneira, uma das primeiras atividades solicitadas no terceiro semestre de Publicidade e Propaganda tem como objetivo medir e analisar, por meio de um exercício de retextualização², o grau de consciência dos alunos a respeito das diferenças entre fala e escrita, observando a própria atividade de transformação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A teoria para a verificação dos levantamentos realizados parte das investigações de Marcuschi (2004), suas sugestões de análise das relações entre a oralidade e a escrita e um modelo de tratamento das retextualizações, principalmente, do texto oral para o texto escrito.

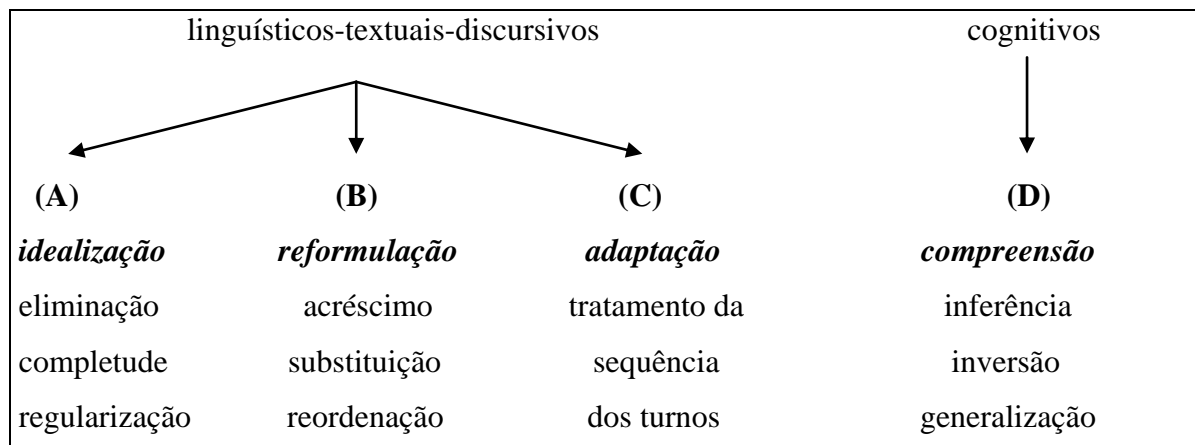
O autor estuda alguns aspectos das semelhanças e diferenças entre fala-escrita, considerando a distribuição de seus usos na vida cotidiana. A língua e o texto, dessa forma, são vistos como um conjunto de práticas sociais e culturais. Se assim são definidos, não podemos considerar a oralidade e a escrita como opostas, mas como atividades interativas e complementares (que vão desde um modelo exclusivo da modalidade *fala* -uma conversação espontânea -, um modelo de *domínio misto* -um noticiário televisivo - e um protótipo da *escrita* - um artigo científico-).

A escrita não pode ser tida como uma representação da fala [...]. Em parte, porque a escrita não consegue reproduzir muitos dos fenômenos da oralidade, tais como a prosódia, a gestualidade, os movimentos do corpo e dos olhos, entre outros. Em contrapartida, a escrita representa elementos significativos próprios, ausentes na fala, tais como o tamanho e tipos de letras, cores e formatos, elementos pictóricos, que operam como gestos, mímica, prosódia graficamente representados (Marcuschi, 2004, p. 17).

² Segundo Marcuschi (2004, p. 46), “a expressão retextualização foi empregada por Neusa Travaglia (1993) em sua tese de doutorado sobre a tradução de uma língua para outra. O uso do termo retextualização (...) se recobre apenas parcialmente com aquele feito por Travaglia, na medida em que (...) se trata de uma “tradução”, mas de uma modalidade para outra, permanecendo-se, no entanto, na mesma língua.” Diferentemente também do que se poderia denominar “refacção e reescrita”, a retextualização está preocupada essencialmente com a passagem da fala para a escrita.

Isto equivale a dizer que tanto a fala como a escrita apresentam um *continuum de variações*, ou seja, *a fala varia e a escrita varia*. Assim, a comparação deve tomar como critério básico de análise uma relação fundada no *continuum* dos gêneros textuais para evitar as dicotomias estritas. (Marcuschi, 2004, p. 46).

A retextualização envolve operações linguístico-textuais-discursivas e cognitivas, de acordo com o quadro abaixo:



Nesse modelo, o autor pressupõe três subconjuntos diferenciados de operações. Os blocos A e B são relativos a operações e processos de natureza linguística-textual-discursiva e se atêm às evidências empíricas. O bloco C comporta operações de citação e sugere operações cognitivas, “distribuindo-se ao longo de todas as demais operações, o que pede para esse bloco um modelo específico, já que para poder transformar um texto é necessário compreendê-lo ou pelo menos ter uma certa compreensão dele” (Marcuschi, 2004, p. 69/70).

Para explicitar os aspectos textuais-discursivos (A) e (B), Marcuschi ainda propõe um diagrama das operações da passagem do texto oral para o texto escrito. Apesar de mencionar em seu estudo que o modelo merece vários reparos sob o ponto de vista de sua operacionalidade, servimo-nos dele como base para a análise dos trabalhos realizados pelos alunos em sala de aula. Além disso, didaticamente, tornam-se mais claros os vários níveis de retextualização.

TEXTO FALADO (BASE)

1ª. OPERAÇÃO: Eliminação de marcas estritamente interacionais, hesitações e parte de palavras (estratégia de eliminação baseada na idealização linguística).

▼ ou

2ª. OPERAÇÃO: Introdução da pontuação com base na intuição fornecida pela entoação ou da fala (estratégia de inserção em que a primeira tentativa segue a sugestão da prosódia).

▼ ou

3ª. OPERAÇÃO: Retirada de repetições, reduplicações, redundâncias, paráfrases e pronomes egóticos (estratégia de eliminação para uma condensação linguística).

▼ ou

4ª. OPERAÇÃO: Introdução de paragrafação e pontuação detalhada sem modificação de ordem dos tópicos discursivos (estratégia de inserção).

▼ ou

5ª. OPERAÇÃO: Introdução de marcas metalinguísticas para referenciação de ações e verbalização de contextos expressos por dêiticos (estratégia de reformulação objetivando explicitude).

▼ ou

6ª. OPERAÇÃO: Reconstrução de estruturas truncadas, concordâncias, reordenação sintática, encadeamentos (estratégia de reconstrução em função da norma escrita).

▼ ou

7ª. OPERAÇÃO: Tratamento estilístico com seleção de novas estruturas sintáticas e novas opções léxicas (estratégia de substituição, visando a uma maior formalidade).

▼ ou

8ª. OPERAÇÃO: reordenação tópica do texto e reorganização da sequência argumentativa (estratégia de estruturação argumentativa).

▼ ou

9ª. OPERAÇÃO: Agrupamento de argumentos condensando as ideias (estratégia de condensação).

OPERAÇÕES ESPECIAIS: readaptação dos turnos para formas monologadas ou dialogadas

1	2	3	4	5	6	7	8	9
▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼

(TEXTO ESCRITO ALVO)

As atividades solicitadas aos alunos em sala obedeceram aos seguintes critérios:

- a) uma discussão oral acerca do tema “a censura na televisão brasileira atualmente”, em que os alunos lançaram suas opiniões e críticas sobre o assunto;
- b) a seguir, solicitamos que elaborassem questões sobre o tema acima (foram oito questões);
- c) dividimos a sala em dois grandes grupos, que se reuniram em ambientes diferentes.
- d) utilizamos a técnica da entrevista e os alunos desempenharam os dois papéis na interlocução: ora de entrevistador, ora de entrevistado. Cada um, a seu turno, realizou as entrevistas e, após, foi entrevistado (utilizou-se, para tanto, um gravador);
- e) a tarefa consistiu em proceder à decupagem das gravações e, em seguida, à retextualização. Para que não houvesse “contágio” da teoria, foram apenas mencionados os procedimentos a serem adotados na transcrição das entrevistas³ para o texto escrito.

Analizamos 96 perguntas e respostas para levantar um *corpus* possível para o tratamento da teoria proposta.

ANÁLISE E COMENTÁRIOS

O que notamos é que a maioria das retextualizações (48%) se condensou até a quarta operação, como no exemplo abaixo (não foram modificadas, em hipótese alguma, as produções dos alunos):

<p>B. Você acha que as novelas exibidas pela Rede Globo deveriam passar por um critério mais rigoroso:: de avaliação quanto à violência, a nudez, sexo?</p> <p>K: Eu acho que sim porque:: porque esses são os horários que a família está reunida né:: e é constrangedor você ver uma cena de sexo com o seu pai ao lado né... então: deveria ser reformulado né... o:: contexto né:: eu acho que deveria sim ser reformulado. (70)</p>	<p>B. Você acha que as novelas exibidas pela Rede Globo deveriam passar por um critério mais rigoroso de avaliação quanto à violência, à nudez e sexo?</p> <p>K: Sim, porque esses são os horários que a família está reunida e é constrangedor você ver uma cena de sexo com o seu pai ao lado. Deveria ser reformulado. O contexto, eu acho, deveria ser reformulado. (63)</p>
--	--

³ Os sinais adotados para a transcrição das fitas foram: a) falas simultâneas: [[]; b) sobreposição de vozes [; dúvidas e suposições: (); c) ênfase ou acento forte: MAIÚSCULA; d) comentários do analista (()); e) alongamento de vogal: :: (que podem ser repetidos a depender da duração).

Operações realizadas:

- 1^a) eliminação de hesitações e dos marcadores típicos da fala “eu acho que”, “né”, “então”, “sim”;
- 2^a) eliminação da palavra “porque” tributável à hesitação;
- 3^a) a inserção da pontuação é clara e segue a entoação, coincidindo, no geral, com as pausas;
- 4^a) não houve divisão em parágrafos;

Em 35% das respostas, observamos um aprofundamento das operações, envolvendo algumas estratégias de concordância, reordenação e opção por novos léxicos:

<p>J.M. O que você entende por censura:: ela é boa ou má na sua opinião?</p> <p>J.D. Em alguns aspectos é boa e má:: não tem um quesito para eu falar assim:: se ela é boa ou ruim:: não tem como eu julgar:: em alguns aspectos é boa ((risos)) e outros não:: no sentido é o seguinte::</p> <p>J.M. EXEMPLO!</p> <p>J.D. Isso é o que eu ia te exemplificar agora:: primeiro pode ser ruim pelo fato do seguinte:: ela pode cortar é a liberdade que os jornalistas podem ter ao revelar uma informação:: Isso no caso:: seria uma censura maléfica:: Já a benéfica seria para novelas:: programas que são transmitidos em horários não adequados para crianças:: então é assim:: tem seu lado ruim e seu lado bom. (117)</p>	<p>J.M. O que você entende por censura? Ela é boa ou má na sua opinião?</p> <p>J.D. Em alguns aspectos é boa, já em outros, má. Não existe nada específico para eu julgar! É o seguinte...</p> <p>J.M. EXEMPLO!</p> <p>J.D. É o que eu vou exemplificar agora: primeiro pode ser ruim porque pode podar a liberdade dos jornalistas de revelar uma informação. Isso seria uma censura maléfica. Já a benéfica seria em controlar as novelas e os programas que são transmitidos em horários não adequados para crianças. A censura tem um lado ruim e seu lado bom. (85)</p>
---	--

Operações realizadas:

- 1^a) eliminação de hesitações, dos marcadores típicos da fala “então”, “no sentido”, “pelo fato do seguinte” e dos comentários sobre a ação do falante: “((risos))”;
- 2^a) a inserção da pontuação é clara e segue a entoação, coincidindo, no geral, com as pausas;
- 3^a) retirada de elementos sentidos como desnecessariamente redundantes: “em alguns aspectos é boa ((risos)) e outros não”;
- 4^a) não houve divisão em parágrafos;

5ª) _____

6ª. e 7ª) seleção de novas estruturas sintáticas e novas opções lexicais: “já a benéfica seria em controlar as novelas...”, podar, etc.

Em 17% (e aqui acreditamos que, quanto maior a resposta, maior a retextualização), houve uma maior transformação do texto base para o final sem, contudo, percebermos uma perda importante das informações proposicionais:

<p>F: O que você acha da implantação da censura na TV?</p> <p>L.C. Eu acho que a censura:: ela tolhe um pouco ou até bastante a liberdade das pessoas eh:: a implantação da censura é uma maneira de coibir alguns abusos:: coisas nesse sentido:: alguns programas:: algumas coisas que o pessoal buscava a alguns anos ah:: aquela liberdade de expressão eh:: eu acho que está havendo uma certa libertinagem:: mas eu acho que a volta da censura na TV é uma boa desde que ela não tolha a liberdade do ser humano como um todo:: eu acho dessa forma a censura para a televisão:: a volta da censura na televisão. (105)</p>	<p>F: O que você acha da implantação da censura na TV?</p> <p>L.C. Acho que a volta da censura na TV é uma boa, desde que ela não tolha a liberdade do ser humano como um todo. O que está havendo hoje é uma certa libertinagem: a implantação da censura é uma maneira de coibir certos abusos. (48)</p>
--	--

Operações realizadas:

No diálogo acima, temos um exemplo de retextualização drástica. Das 105 palavras da versão original, somente 48 foram mantidas, mas houve boa parte das informações proposicionais. Há a eliminação de hesitações, de marcadores típicos da fala, de redundâncias e repetições. Houve assim uma reordenação tópica e uma condensação bem marcada das ideias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analizamos, resumidamente, algumas considerações sobre os resultados que obtivemos a partir do tema proposto neste artigo. Se pensarmos o ensino-aprendizagem como um amadurecimento intelectual gradativo, acreditamos que os percentuais, apesar de

não representarem uma homogeneidade na realização das operações, não são tão díspares a ponto de não entrevermos avanços na produção de nossos alunos. Notamos, assim, que os conteúdos ministrados na disciplina de Língua Portuguesa têm uma razão teórico-prática decisiva para a formação do futuro profissional de Publicidade e Propaganda.

Seria, no entanto, ilusório, de nossa parte, pretender abarcar todos os problemas de produção textual nesse processo de retextualização: é apenas um exercício de análise. Partimos de um ponto de vista baseado na relação oralidade-escrita, tentando estabelecer uma visão linguístico-textual-discursiva que o aluno do terceiro bimestre pode perceber, sem se falar em operações e que, ao mesmo tempo, nos dê uma ideia de sua evolução no curso.

Devemos pensar, por exemplo, que nem sempre o discente terá a possibilidade de partir de uma entrevista para a confecção de um texto. Há momentos em que apenas fatos do cotidiano ou de suas idealizações de mundo servirão como “pretexto” para um fim específico.

O certo é que todas as tentativas de melhorar a qualidade e a capacidade deles são válidas no atual contexto educativo em que estamos inseridos. Se um dia pararmos de concretizar nossos anseios de uma melhor (mesmo que sejam tentativas de erro-acerto-erro) educação, estaremos também nos recusando a plantar e a admitir de que nós também precisamos de tempo para nos tornar frutos. Caso não haja frutos, continuaremos a aceitar o mundo tal qual é. Acreditamos, no entanto, que não seja esta a proposta de educadores.

REFERÊNCIAS

Brandão, E. (1996). *Universidade e Transcendência*. Curitiba: Champagnat.

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. *Código e anexos*. Artigo 27, parágrafo 6. São Paulo, 05 de maio de 1980. Disponível em: <http://www.conar.org.br/>. Acesso em: 05 nov. 2010.

Marcuschi, L.A. (1986). *Análise da conversação*. São Paulo: Ática.

_____. (2004). *Da fala para a escrita: atividades de retextualização*. 5. ed. São Paulo: Cortez.

Sant’anna, A. (1998). *Propaganda: teoria, técnica e prática*. 7. ed. São Paulo: Pioneira.

O AUTOR

Edson Roberto Bogas Garcia é Doutorando em Estudos Linguísticos, linha de pesquisa de Descrição e Análise do Léxico em Língua Geral, na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho UNESP – Campus de São José do Rio Preto – SP – IBILCE e professor de Língua Portuguesa e de Redação Publicitária da UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga-SP e no IMES – Instituto Municipal de Ensino Superior de Catanduva-SP. Desenvolve pesquisas relacionadas ao léxico, à publicidade e ao ensino aplicado às mídias.

E-mail: edsonbog@terra.com.br