



GÊNEROS TEXTUAIS E O ENSINO DE LÍNGUA INGLESA: LEITURA E COMPREENSÃO DE TIRINHAS E ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

Ewerton Felix da Silva
Antônio Fernandes Dias Júnior
Prof. Dr. Leônidas José da Silva Júnior

Universidade Estadual da Paraíba (PIBID/UEPB/Campus III)
ewertonfelix_gba@hotmail.com
juninhotecla36@gmail.com
leonidas.silvajr@gmail.com

RESUMO: Os gêneros textuais tem recebido uma grande atenção no âmbito escolar nos últimos anos, não só pelo frequente contato com o qual nos submetemos em nosso cotidiano, mas também por serem bastante úteis enquanto ferramenta pedagógica no desenvolvimento da habilidade de compreensão escrita, não só nas aulas de língua materna, como também, nas aulas de língua estrangeira. No mundo multimidiático no qual vivemos, somos expostos todo o tempo a vários gêneros textuais, (seja no “mundo real” ou no “mundo virtual”) dos quais iremos destacar, o gênero “Tirinha” e o gênero “Anúncio Publicitário”. Ao se utilizar “*comic strips*” (tirinhas) e “*advertisements*” (anúncios publicitários) nas aulas de língua inglesa, além das questões puramente gramaticais, o professor dispõe da possibilidade de se explorar o verbal e o não-verbal, as expressões idiomáticas, a leitura e compreensão dos enunciados, além de também propor ao alunado, as possíveis interpretações referentes a estes gêneros. O presente trabalho é um relato de experiência do uso dos gêneros textuais “*comic strips*” e “*advertisements*” em uma atividade do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), subprojeto de Língua Inglesa, do Campus III da UEPB. Como aporte teórico, foram utilizados textos referentes aos estudos de Lima (2009), Oliveira (2014), Tomitch (2009), bem como os PCN. Palavras-chave: PIBID, Ensino de Língua Inglesa, Gêneros Textuais.

INTRODUÇÃO

No mundo multimidiático em que vivemos, estamos todo o tempo em contato com os mais diversos tipos de informação, (seja em forma de texto ou imagens), expostas nos mais diversos ambientes (mundo “real” ou “virtual”) e meios de comunicação, a fim de se divulgar ideias,



opiniões, eventos, produtos, em alguns casos busca-se informar, nortear, esclarecer (manuais de instrução, por exemplo) ou ainda, podemos encontrar estas “informações” sob a forma de crítica, de modo explícito ou não.

Os gêneros textuais têm recebido uma grande atenção no âmbito escolar nos últimos anos, não só pelo frequente contato com o qual nos submetemos em nosso cotidiano, mas também por serem bastante úteis enquanto ferramenta pedagógica, não só nas aulas de língua materna (L1), como também, nas aulas de língua estrangeira (LE).

Sendo assim, o professor possui uma vasta gama de gêneros textuais para se trabalhar em sala de aula e assim, desenvolver a habilidade de compreensão escrita, por exemplo, pois além do contato recorrente, os alunos podem observar e trabalhar a língua (materna ou estrangeira) em seu uso cotidiano, fugindo-se assim de certos formalismos e do uso de frases isoladas e fora de contexto, como nos norteia os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN):

Para o desenvolvimento da habilidade de compreensão escrita é necessário poder dispor de uma grande variedade de textos de diversos tipos, provenientes de jornais, revistas, instruções de jogos e de funcionamento de aparelhos, livros, da Internet etc. Será importante envolver os alunos nesse processo de coleta de textos para se assegurar, por um lado, o interesse dos alunos, e por outro lado, a conexão entre o que se faz na sala de aula de Língua Estrangeira e o mundo fora da escola onde a língua estrangeira é usada (p. 92).

Ao se utilizar tirinhas e anúncios publicitários nas aulas de Língua Inglesa (LI), além das questões gramaticais, o professor pode explorar o texto verbal e o não verbal, expressões idiomáticas, a leitura e compreensão destes enunciados, como também propor ao alunado, as possíveis interpretações referentes a estes gêneros.

Porém, não se descarta as questões gramaticais nestas aulas, tendo em vista que, para se chegar à compreensão dos enunciados, o aluno deve ter a sua “base” de regras da língua estudada e vocabulário, ou seja, a gramática nas aulas de LI deve ser vista como uma ferramenta, a qual nos



auxiliará na compreensão e realização das atividades propostas, como afirma Oliveira (2014):

[...] Isso significa que o professor não ensina gramática apenas para ensinar gramática, mas sim para ajudar o estudante a desenvolver sua competência comunicativa, sua capacidade de realizar funções linguísticas como, por exemplo, convencer, informar, ameaçar e convidar. A gramática é um meio importante, mas apenas um meio, para atingir os fins comunicativos. (p. 151)

O presente trabalho é um relato de experiência do uso dos gêneros textuais *comic strips* e *advertisement*, atividade esta, realizada no ano de 2014, em um módulo temático do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), subprojeto de Língua Inglesa do Campus III da Universidade Estadual da Paraíba.

METODOLOGIA

Foram necessárias 2 horas/aula para o desenvolvimento da atividade, em uma turma de 9º ano do Ensino Fundamental, com 10 alunos, no Centro Educacional Osmar de Aquino, na cidade de Guarabira/PB, durante o Módulo III do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência, subprojeto de Língua Inglesa, destinado ao uso de gêneros textuais nas aulas de LI, no mês de Setembro de 2014.

➤ COMIC STRIPS

Na primeira aula, os alunos foram divididos em cinco duplas, cada qual recebeu uma tirinha (*comic strip*), para leitura e compreensão, e em seguida responder a um questionário, o qual continha as seguintes questões:

- a) Descreva abaixo, quadro a quadro as expressões físicas dos personagens;
- b) Como você pode observar, os balões onde os diálogos estão inseridos têm diferentes

formatos. O que cada uma destas formas significa, em sua opinião?;

- c) Você conhece alguma série, personagem ou cartunista? Se sim, quais? Se não, quais seriam, em sua opinião, os motivos desta falta de contato?;
- d) Que elementos visuais o ajudaram na compreensão da tirinha?

Para tal aplicação, seguimos os conceitos de Tomitch (2009) sobre pré-leitura, leitura e pós-leitura, a qual é embasada pelos PCN:

- Na atividade de pré-leitura, fase esta, a qual “é caracterizada pela sensibilização do aluno em relação aos possíveis significados a serem construídos na leitura com base na elaboração de hipóteses” (BRASIL, 1998), além de que “o professor deve preparar atividades que tragam à tona o assunto do texto, com o objetivo de verificar o que eles já sabem sobre o assunto” (TOMITCH, 2009), questionamos aos alunos se eles tinham o hábito de ler tirinhas e/ou histórias em quadrinhos (HQ’s);
- Na fase de leitura, a qual “o aluno tem de projetar o seu conhecimento de mundo e a organização textual nos elementos sistêmicos do texto” (BRASIL, 1998) os alunos foram instigados a observar os mínimos detalhes de cada quadrinho da tirinha, para assim não apenas traduzir o enunciado, mas também desenvolver a compreensão do gênero, pois como afirma Lima (2009, p. 49), “um texto nunca possui apenas um sentido possível” e que “toda leitura é tradução, e tradução é transcrição”;
- Na fase da pós-leitura, que “faz a ligação entre o texto e a realidade do aluno” e cujo objetivo “é consolidar o que foi aprendido, fazer com os alunos utilizem o que foi aprendido em situações que lhes sejam relevantes” (TOMITCH, 2009), partimos para o questionário.

➤ **ADVERTISEMENTS**

Na aula seguinte, mantivemos as duplas, seguimos os mesmos passos da pré-leitura, leitura e



pós-leitura, porém, trabalhando agora, com anúncios publicitários (*advertisements*). Foram utilizados quatro anúncios em língua inglesa, sendo estes, de acordo com a informação: um anúncio internacional voltado ao turismo no Brasil; um anúncio de caráter comercial, sendo este, uma propaganda de 1955 da Chevrolet; um anúncio também de caráter comercial, sendo este da Colgate, sobre os prováveis benefícios do sal na composição do creme dental, e um anúncio antigo sobre a venda de cigarros.

Iniciamos o debate pedindo a opinião dos alunos sobre propagandas comerciais. Após isto, mostramos os “*advertisements*” e em seguida aplicamos um questionário contendo as seguintes questões:

- a) Qual anúncio publicitário chamou mais a sua atenção? E por quê?
- b) Ainda sobre a propaganda que mais chamou sua atenção, que elementos visuais/textuais despertaram este interesse?
- c) Em sua opinião, qual a finalidade/objetivo destes anúncios?
- d) Vivemos em um mundo midiático onde somos constantemente “bombardeados” por esse tipo de propaganda. Comente abaixo sobre uma propaganda que você considera criativa e outra que, em sua opinião, faltou com a criatividade mínima necessária para tal.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultado da atividade das tirinhas, observamos uma grande atenção dada aos alunos para este gênero textual, devido à maior facilidade de assimilação do enunciado, além de todo o aspecto verbal e não-verbal envolvido, e muitas vezes, contamos com personagens conhecidos dos alunos, envolvidos em situações cômicas.

A maior parte dos alunos relatou não ler tirinhas com frequência, alguns por falta de interesse, outros por não considerarem as tirinhas como algo “muito curto” ou simples de entender, etc. Os alunos que relataram ler histórias em quadrinhos citaram os mangás (história em quadrinhos feita no Japão), algumas histórias em quadrinho (HQ's) de super-heróis famosos (ainda assim a

série mais popular entre eles foi a da “Turma da Mônica”), além de reforçarem que tal gosto se iniciou com as tirinhas encontradas no livro didático de Língua Portuguesa.

Quanto à atividade com anúncios publicitários, concluímos que se processou de forma bem-sucedida, pois percebemos uma visão crítica por parte de alguns alunos, no que se refere aos enunciados e ideais propostos:

- Na propaganda do turismo, alguns alunos questionaram a razão de o Brasil mostrado no anúncio, ser bem mais parecido com alguma ilha do Hawaii, com pessoas praticando surfe, além de mostrar uma praia extremamente limpa;
- Quanto ao anúncio publicitário da Chevrolet, o qual mostrava um carro de 1955, houve um estranhamento quanto à estética do veículo em relação aos automóveis dos nossos dias, mas houve alunos que afirmaram que o enunciado os persuadia a comprar este bem;
- Na propaganda do creme dental também houve o estranhamento para com a pergunta “*Does your toothpaste have salt?*”, o que gerou um debate quanto às composições “milagrosas” que vemos em certas propagandas do produto;
- A última e mais polêmica propaganda, foi a de venda de cigarros, pois antes dos alunos traduzirem a frase “*Blow in her face and she’ll follow you anywhere*”, pensavam que se tratava de uma propaganda antitabagista, após a tradução, os mesmos se mostraram atônitos com a possibilidade de existência de uma propaganda deste tipo.

Nesta aula, demos preferência à fase de pós-leitura, pois o foco principal desta atividade envolvendo o gênero “*advertisement*”, era analisar e desenvolver o ponto de vista crítico-reflexivo destes alunos, como orienta os PCN:

“Ao final da leitura, o professor poderá planejar atividades destinadas a levar os alunos a pensar sobre o texto, emitir suas reações e avaliar, criticamente, as idéias do autor. O foco essencial é no relacionamento do mundo do aluno com as idéias do autor. Esses aspectos mais críticos evidenciados nesta fase devem perpassar toda a atividade de leitura, embora pedagogicamente estejam concentrados aqui.” (p. 92).



CONCLUSÃO

Após a aplicação desta atividade e observarmos os resultados obtidos, propomos a mesma, não só pela viabilidade de realização, mas também pelo fato de que acaba-se por se cumprir assim, alguns dos objetivos propostos pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) para o Ensino Fundamental, no que se refere à capacidade destes alunos em:

- Utilizar as diferentes linguagens – verbal, musical, matemática, gráfica, plástica e corporal – como meio para produzir, expressar e comunicar suas ideias, interpretar e usufruir das produções culturais, em contextos públicos e privados, atendendo a diferentes intenções e situações de comunicação;
- Saber utilizar diferentes fontes de informação e recursos tecnológicos para adquirir e construir conhecimentos;
- Questionar a realidade formulando-se problemas e tratando de resolvê-los, utilizando para isso o pensamento lógico, a criatividade, a intuição, a capacidade de análise crítica, selecionando procedimentos e verificando sua adequação.

Propomos ainda, a aplicação de questionários que envolvam também, o conhecimento de mundo dos alunos, não apenas como forma de debate ou fixação de conteúdo, mas por ser também uma forma de valorizar esse “*background knowledge*”, como enfatiza Oliveira (2014):

Portanto, o professor precisa ter o cuidado de não subestimar os aprendizes de inglês. E subestimar os alunos significa não levar em conta os conhecimentos que eles construíram ao longo de suas vidas e que levam para a sala de aula, os quais incluem conhecimentos linguísticos e textuais, provenientes do seu aprendizado da língua portuguesa e de outras disciplinas na escola, e conhecimentos enciclopédicos ou conhecimentos de mundo, provenientes das suas experiências pessoais ao longo da vida e da exposição a textos escritos, a programas de rádio e TV, a filmes e documentários, ao que circula na internet. Todos esses conhecimentos são fundamentais para a aprendizagem de inglês. (p. 25)



Ao se trabalhar com *comic strips* e *advertisements*, propiciamos não apenas uma “fuga” do tradicionalismo, ou mera tradução pela tradução, mas também a possibilidade dos alunos desenvolverem leituras em relação a estes gêneros, tão visuais e comuns em nosso cotidiano, tendo em vista o grande número de anúncios aos quais estamos expostos, não apenas no mundo real, mas também no mundo virtual, sendo este último um lugar, literalmente, sem fronteiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira** / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

LIMA, Luciano Rodrigues. Texto e discurso no ensino de inglês como língua estrangeira. In: LIMA, D. C. de. (Org.) **Ensino e aprendizagem de língua inglesa: conversas com especialistas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

OLIVEIRA, Luciano Amaral. **Métodos de ensino de inglês**. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.

TOMITCH, Leda Maria Braga. Aquisição de leitura em língua inglesa. In: LIMA, D. C. de. (Org.) **Ensino e aprendizagem de língua inglesa: conversas com especialistas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.