

ANÚNCIOS E LETREIROS DO COMÉRCIO POPULAR: GÊNEROS EM DISCUSSÃO

Oswaldo Barreto Oliveira Junior (IFBA)

osvaldobojr@yahoo.com.br

Os gêneros discursivos são produtos de linguagem através dos quais podem ser percebidos os sentidos que são construídos (por meio de) e com a língua, pois concretamente revelam os modos culturais de uso da leitura, da escrita e da oralidade. Esses gêneros não surgem de mecanismos autônomos da língua, mas da associação dos conhecimentos linguísticos socialmente construídos com as ações cognitivas culturalmente elaboradas em contextos sociais específicos. Para melhor elucidar a noção de gêneros discursivos que adotamos neste trabalho, assumimos o caráter dialógico da interação verbal, postulado por Mikhail Bakhtin (1992), para argumentar que os usos populares da língua escrita revelam, de forma mais saliente, as condições históricas, linguísticas e socioideológicas, portanto discursivas, envolvidas nos atos de interação verbal mediados pela escrita. Nessa perspectiva, analisamos os gêneros discursivos anúncios e letreiros de atividades comerciais populares, direcionando nossos olhares para as especificidades dos gêneros analisados, tratando-os como práticas de letramento que se desenvolvem socialmente, com pouco ou nenhuma influência dos saberes formais valorizados pela e na escola. Dessa forma, congregamos a teoria sobre os gêneros discursivos com a das práticas sociais de letramento, a fim de comprovar que a língua, fenômeno social fundado nas necessidades de interação verbal, pode assumir diversas formas concretas que viabilizam a comunicação entre os membros de uma sociedade. Assim, defendemos que nenhum produto discursivo é fruto da vontade individual de um falante, ou da construção mental de um indivíduo privilegiado, pois toda comunicação verbal é dialógica, uma vez que a enunciação é totalmente produto da interação social. Palavras-chave: gêneros discursivos, interação verbal, anúncios, letreiros, comércio popular.