

REFLEXO CULTURAL NA PUBLICIDADE DE TV COMO RECURSO NAS AULAS DE PBE

Maria Célia Cardoso de Lira (UFF)

liramcl@hotmail.com

Este trabalho apresenta os comerciais da televisão brasileira como recurso didático nas aulas de português do Brasil para estrangeiros (PBE). Visa trabalhar a linguagem e a cultura da língua-alvo de forma dinâmica, motivadora e contextualizada, porque, desse modo, a compreensão da língua, em seus múltiplos contextos, aconteceria mais naturalmente, pois o professor trabalharia com situações reais de comunicação utilizando materiais autênticos.

Por isso buscamos apresentar uma proposta pedagógica em que aprender uma língua estrangeira não se restringisse à aquisição de hábitos linguísticos, mas se fizesse necessário conhecer a cultura dessa língua, para despertar o senso crítico no aluno e as competências para uma interação autônoma em situações reais de comunicação, ampliando a visão de sua própria identidade cultural.

Esta comunicação apresenta estratégias que contribuem para o ensino de PBE através de uma perspectiva cultural, com base na análise de três anúncios da televisão que podem ser utilizados nas aulas de PBE, a fim de apresentar de forma dinâmica alguns aspectos da cultura brasileira que são refletidos na linguagem, como: *o uso afetivo do ão X inho* – no comercial da Cervejão da Nova Schin – *a diversidade cultural dentro do Brasil* – na campanha publicitária Viaja Brasil – *e a questão do uso dos provérbios no dia a dia dos brasileiros* – no anúncio da Olympus.

Palavras-chave:

Gêneros textuais. Publicidade de TV. Ensino de línguas.