

A construção dialógica do gênero discursivo propaganda

André William Alves de Assis¹
Raquel Tiemi Masuda Mareco²

Resumo: A importância da comunicação para o ser humano é inquestionável, porém obter sucesso comunicativo depende de diversos fatores, entre eles a escolha adequada de “tipos relativamente estáveis de enunciados”, chamados por Bakhtin (2003) de gêneros do discurso. Esses gêneros emanam de situações sociais imediatas e determinam a estrutura da enunciação em uma comunicação verbal concreta. Com base nos conceitos do Círculo de Bakhtin, elegemos como *corpus* uma propaganda da Caixa veiculada na Revista Veja. Diante desse *corpus*, temos por objetivo desenvolver uma análise descritiva que considere os elementos dialógicos do discurso em relação ao Tema, Estilo e Estrutura Composicional, características dos gêneros discursivos. Uma análise detalhada dessas características dos gêneros nos possibilitou observar os elementos dialógicos presentes em nosso objeto de análise. No decorrer de nosso percurso analítico, observamos que a relação dialógica entre a propaganda Caixa 150 anos, e os outros textos presentes na mesma revista, compõem os elos de encadeamentos com esses outros enunciados, evidenciando as características essenciais na construção da propaganda.

Palavras-chave: Gêneros do discurso; Dialogismo; Propaganda.

Abstract: The importance of communication for human beings is unquestionable, but a successful communication depends on several factors, including the proper choice of “relatively stable types of utterances”, which Bakhtin (2003) called discursive genres. These genres emanate from immediate social situations and determine the structure of the utterance in a concrete verbal communication. Based on concepts from Bakhtin Circle, we elected as *corpus* an advertisement of “Caixa” published in Veja magazine. Thus, we aim to develop a descriptive analysis that considers dialogical elements of discourse in relation to Theme, Style and Compositional Structure, characteristics of genres. A detailed analysis of these genre characteristics has allowed us to observe the dialogical elements present in our object of analysis. During the analysis, we observed that the dialogical relationship between the advertisement and other documents in the same magazine, make bonds of threads with these other utterances, showing the essential characteristics in producing the advertisement.

Keywords: Discursive genre; Dialogisme; Advertisement.

Considerações Iniciais

A importância da comunicação para o ser humano é inquestionável. O sucesso dessa comunicação depende de fatores determinados pelas condições de produção da enunciação. Entre eles, a escolha do gênero discursivo é essencial para que o objetivo comunicativo seja satisfatório

1 Doutorando da Universidade Federal de Minas Gerais. Bolsista FAPEMIG. Belo Horizonte-MG. Correio eletrônico: assis.awa@gmail.com.

2 Mestre em Letras pela Universidade Estadual de Maringá. Maringá (PR). Correio eletrônico: rachel.mareco@gmail.com.

em uma situação sócio-histórica concreta. A quantidade de gêneros que circulam em nossa sociedade é incalculável. Segundo Bakhtin (1997, p. 280),

a riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.

O autor afirma que o estudo desses gêneros, presentes nas mais diferentes esferas da atividade humana, tem fundamental importância para a linguística (BAKHTIN, 1997). A importância a que o autor se refere justifica nosso trabalho, em que propomos uma análise do gênero propaganda.

Nosso aporte teórico em relação aos gêneros está voltado para o Círculo de Bakhtin. Portanto, concebemos os gêneros como discursivos, dialógicos, com características que extrapolam as textuais (sem menosprezá-las), para observá-los no âmbito social. Para o Círculo de Bakhtin, algumas condições específicas relacionadas ao objetivo da comunicação, de acordo com a esfera em que os enunciados circulam, elaboram "tipos relativamente estáveis de enunciados", são os "gêneros do discurso" (BAKHTIN, 2003, p. 262). Esses gêneros emanam de uma situação social imediata determinando, assim, a estrutura da enunciação em uma comunicação verbal concreta.

Nossa proposta é desenvolver uma análise que considere os elementos dialógicos do discurso. Para tanto, selecionamos como *corpus* uma propaganda da Caixa, veiculada na revista Veja. Uma análise aprofundada das características dos gêneros discursivos, em torno dos conceitos de Tema, Estilo e Estrutura Composicional, nos possibilita observar os elementos dialógicos que compõem o gênero, tais como: a) a abordagem de informações históricas; b) mudança de estilo e da estrutura composicional em virtude de um outro³; c) os Elos que formam encadeamentos com a finalidade de provocar uma reação-resposta imediata dentro do contexto dialógico em que o gênero circula.

Para que possamos fazer uma análise consistente, apresentamos inicialmente um percurso em torno dos gêneros do discurso, o que nos

³ Todo enunciado está orientado para os outros inseridos na interação verbal. O sujeito que enuncia sempre constrói a imagem um possível destinatário, o outro, que têm, tanto a função de quem recebe como também a de quem permite ao enunciador perceber seu próprio enunciado.

permite a apresentação de um aporte teórico que contemple algumas das principais características dessa teoria enunciativa. Embasamo-nos em conceitos do círculo de Bakhtin e de alguns estudiosos brasileiros.

Posteriormente, apresentamos uma análise da propaganda "Caixa 150 anos", observando os elementos dialógicos que a compõe, assim como as características já levantadas no escopo teórico para, na última seção deste trabalho, apresentarmos nossas considerações finais.

Os gêneros do discurso

De acordo com os estudos do Círculo de Bakhtin, algumas condições específicas relacionadas ao objetivo da comunicação, de acordo com a esfera em que os enunciados circulam, propiciam a elaboração de gêneros discursivos, enunciados que possuem certa estabilidade na sociedade.

A situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir de seu próprio interior, a estrutura da enunciação. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 1929, p. 113)

Os gêneros discursivos emanam de uma situação social imediata e determinam a estrutura da enunciação em uma comunicação verbal concreta. Ao ser utilizado em um momento enunciativo, o gênero é selecionado de acordo com a situação comunicativa e as intenções nele desenvolvidas. Nesse contexto, a intencionalidade imanente da enunciação, o "querer dizer", define o gênero mais adequado à enunciação, as seleções lexicais, as construções sintáticas, o estilo, e todas as escolhas realizadas de acordo com o todo do enunciado que se apresenta em um momento sócio-histórico. Essas escolhas se relacionam com a necessidade de uma responsividade ativa por parte do outro⁴.

As palavras, orações, frases isoladas, fora de uma situação de enunciação concreta, não são capazes de produzir essas atividades responsivas ativas. De acordo com Bakhtin (1997, p. 308), "é só

⁴ Os outros não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da interação verbal, pois logo de início o locutor espera deles uma resposta, uma compreensão/atividade responsiva ativa, levando-se em consideração que "todo enunciado se elabora como que para ir ao encontro dessa resposta" (BAKHTIN, 1997, p. 320), essa avaliação do outro está sempre relacionada tanto à situação pragmática extraverbal como a do discurso verbal.

ao tornar-se enunciado completo que adquire tal capacidade”, o que só acontece no interior de um contexto, no todo da enunciação que envolve as situações de produção que, para Bakhtin (2003), têm como elementos a finalidade, o interlocutor, o gênero textual, o suporte textual, a circulação social e a posição sujeito. Como conceitua Geraldini (2002), trata-se do agrupamento entre “o que dizer”, “para quem dizer”, “como dizer”, “porque dizer” e “estratégias do dizer”.

O querer-dizer do locutor se realiza acima de tudo na escolha de um gênero do discurso. Essa escolha é determinada em função da especificidade de uma dada esfera da comunicação verbal, das necessidades de uma temática (do objeto do sentido), do conjunto constituído dos parceiros, etc. (BAKHTIN, 1997, p.301).

As formas como essas enunciações contextualizadas se manifestam evidenciam os gêneros do discurso que, de acordo com a época e o meio social, seguirão modelos que servem de normas, “dão o tom” (BAKHTIN, 2003). Brait (2005, p. 157) afirma que os gêneros são “formas comunicativas que não são adquiridas em manuais, mas sim em processos interativos”, o que lhes confere um caráter de prática social. Desta forma, “qualquer que seja o aspecto da expressão - enunciação considerado, será determinado pelas condições reais de enunciação em questão, isto é, antes de tudo pela situação social mais imediata.” (BAKHTIN, 1997, p. 302).

Consideramos os gêneros como discursivos porque sempre estão inseridos em um contexto social. Toda comunicação verbal se manifesta por intermédio de um gênero discursivo, oral ou escrito, seja na imediatez dos discursos (primários), seja nas produções mais elaboradas de enunciados (secundários), o que atesta a sua complexidade. Para Bakhtin (1997, p. 304), a “variedade dos gêneros do discurso é muito grande”, imensidão que Fiorin (2003, p. 61) justifica: “Falamos sempre por meio de gêneros no interior de uma dada esfera de atividade”.

O contexto de produção mais amplo dos gêneros é de suma importância para que determinado gênero seja produzido e compreendido. Caso o outro, a quem o gênero se destina, não compreenda ou não esteja inserido nas condições de produção desse enunciado, a responsividade manifestada pode diferir da esperada pelo locutor.

A possibilidade de recuperação do contexto no qual um dado gênero foi produzido pode ser considerada justamente porque cada gênero é produzido em um momento histórico, em uma determinada sociedade, para um determinado fim, uma vez que “toda época, em cada uma das esferas da vida e da realidade, tem tradições acatadas que se expressam e se preservam sob o invólucro das palavras, das obras, dos enunciados, das locuções, etc.” (BAKHTIN, 1997, p. 315).

Os gêneros, segundo o círculo de Bakhtin, são enunciados concretos resultantes das enunciações que ocorrem nas diversas esferas da atividade humana. São três as características principais dos gêneros:

- i) o conteúdo temático;
- ii) estilo;
- iii) construção composicional.

Essas características ocorrem simultaneamente em uma enunciação concreta (BAKHTIN, 2003), visto que é no momento da enunciação que se definirá como essas características deverão ser empregadas, “a situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir de seu próprio interior, a estrutura da enunciação” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 1929, p. 113).

Essas características se manifestem simultaneamente, estão interligadas mediante as condições de produção de uma enunciação concreta (BAKHTIN, 2003). Para que pudéssemos nos aprofundar nos estudos de cada uma delas, neste momento do trabalho, optamos metodologicamente por uma separação dessas características, para, posteriormente, uni-las novamente em nossa análise.

Para definir os gêneros discursivos, um dos aspectos destacados é o fato de que eles transitam por todas as atividades humanas e devem ser pensados, culturalmente, a partir de temas, formas de composição e estilo (BRAIT, 2005, p. 88).

A primeira característica que levantamos corresponde ao conteúdo temático do gênero. Definido pelo enunciador, o conteúdo temático depende ainda das situações, condições de produção, e necessidades da própria enunciação. A escolha desse conteúdo só

será possível e adequada ao momento da enunciação se satisfizer à intencionalidade do enunciador, se estiver de acordo com as suas necessidades.

O estilo, por conseguinte, pode ser observado na escolha dos vocábulos, na adequação da linguagem, conforme a finalidade e a própria estrutura do enunciado do gênero escolhido voltados para o interlocutor, o outro. Nas palavras de Bakhtin (1997),

O estilo é indissociavelmente vinculado a unidades temáticas determinadas e, o que é particularmente importante, a unidades composicionais: tipo de estruturação e de conclusão de um todo, tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro, etc.) (BAKHTIN, 1997, p. 284).

Ainda conforme o autor, “o enunciado - oral e escrito, primário e secundário, em qualquer esfera da comunicação verbal - é individual, e por isso pode refletir a individualidade de quem fala (ou escreve)” (BAKHTIN, 1997, p. 283). Em outras palavras, o enunciado possui um estilo individual. Como afirma Garcez (2002, p. 79) “a escrita é uma construção social”, e o outro é “o principal elemento definidor do que escrevo”. Sendo assim, o estilo é individual e definido pelo outro e pelo gênero, “depende do modo que locutor percebe e compreende seu destinatário, e do modo que ele presume uma compreensão responsiva ativa” (BRAIT, 2008, p. 95).

A terceira característica aqui levantada compreende a estrutura composicional do gênero. Esse é um elemento bem marcado que pode ser mais ou menos observado em uma construção discursiva, pois segue padrões definidos pela sociedade. Todo enunciado deve seguir este padrão que é pré-estabelecido/convencionado pelo gênero.

Essas três características dos gêneros, como brevemente foram levantadas nesse percurso, não são estanques e dependerão, em grande parte, das condições de produção de cada enunciado, uma vez que

[...] o discurso se molda sempre à forma do enunciado que pertence a um sujeito falante e não pode existir fora dessa forma. Quaisquer que sejam o volume, o conteúdo, a composição, os enunciados sempre possuem, como unidades da comunicação verbal, características estruturais que lhe são comuns, e, acima de tudo, fronteiras claramente delimitadas (BAKHTIN, 2000, p. 293).

Cada enunciado é um “elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados” (BAKHTIN, 1997, p.320), portanto, não há possibilidades de separações dos elos anteriores que os determinam, por fora ou por dentro, e provocam nele reações-respostas imediatas e uma ressonância dialógica. “Toda enunciação, mesmo na forma imobilizada da escrita, é uma resposta a alguma coisa e constituída como tal. Não passa de um elo da cadeia dos atos de fala.” (BAKHTIN, 1997, p.98).

Bakhtin (1997, p. 316) afirma, ainda, que

um enunciado concreto é um elo na cadeia da comunicação verbal de uma dada esfera. [...] ele está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal.

Entretanto, esses elos não são somente aqueles que precedem os enunciados, mas também aqueles que os sucedem; mesmo que no momento da elaboração desses enunciados essas ligações ainda não existam, todo enunciado elabora-se em função de um outro, em função de uma resposta responsiva ativa (BAKHTIN, 2003).

O fato de que o discurso se organiza em função do outro em uma corrente de outros enunciados é que estrutura e define seu caráter dialógico. Todo discurso objetiva uma compreensão responsiva ativa, seja ele de forma oral ou escrita, o que só se estabelece em elos na cadeia dialógica das relações sócio-históricas.

Análise

Com interesse em analisar um gênero discursivo sob uma perspectiva dialógica, escolhemos como *corpus* uma propaganda veiculada pela Caixa, que tem como suporte a revista *Veja*. A edição em tela é a de 11 de maio de 2011. Vejamos a propaganda:

CAIXA 150 ANOS
SUA LIBERTADE ZUREA PIA TONDI DE BANA ZONDI

OS ESCRAVOS POUPARAM NA
CAIXA PARA COMPRAR UM BEM
QUE JAMAIS DEVERIA TER PREÇO:
A LIBERDADE.

Escravos de ganho eram aqueles cedidos por um senhor a outro para trabalhos esporádicos em troca de um pagamento. Cada escravo tinha direito a uma parte do dinheiro que seu trabalho rendia. Depositavam esse dinheiro numa caderneta de poupança da CAIXA, até obter o suficiente para comprar sua carta de alforria. Pagavam assim por um direito que nunca lhes deveria ter sido roubado: a liberdade.



BRASIL
PAZ, LIBERDADE E JUSTIÇA

CAIXA

Figura 1. Revista Veja, ed.2216, p. 98.

Podemos observar no contexto mais específico do gênero em tela que a propaganda “Caixa 150 anos” traz como título “Os escravos pouparam na Caixa para comprar um bem que jamais deveria ter preço: a Liberdade”. A temática está relacionada a uma situação concreta e histórica, a comemoração ao dia 13 de maio, marcada pelo contexto histórico-social da abolição da escravidão no Brasil.

Em relação a essa temática, podemos observar dois campos lexicais utilizados para a construção dessa propaganda. O primeiro aborda questões da escravidão e estão marcados em escolhas lexicais

como “escravo”, “liberdade” e “carta de alforria, relacionados à temática da abolição da escravatura no Brasil”. Essa temática constrói, em primeiro plano, a imagem de uma instituição tradicional e sólida, que acompanha a vida do país desde o século XIX. Constrói, também, uma imagem de uma instituição inclusiva, que oferece oportunidades iguais a todos os brasileiros. Essa imagem é legitimada e reafirmada pelo *slogan* “Uma história escrita por todos os brasileiros”, generalizante. Além disso, demonstra preocupação em homenagear uma etnia desprivilegiada, pelo sofrimento desse povo e por sua conquista da liberdade, dando-lhes possibilidade de abertura da conta na Caixa.

O segundo campo lexical traz à tona o campo da economia, com escolhas como “poupavam”, “Caixa”, “compraram”, “bem”, “preço”, “ganho”, “pagamento” e “dinheiro”, relacionados à temática que envolve o querer-dizer da propaganda, a abertura da conta da Caixa. Esse último núcleo vocabular, que envolve escolhas relacionadas à economia, mostra-se mais forte do que o escravista. Isso se justifica pelo querer-dizer e pela finalidade da propaganda em alcançar esse grupo (negros) que atualmente tem a mesma oportunidade de todos: abrir uma conta na Caixa.

A “liberdade” veiculada pela propaganda tem tanto sentido de libertação de uma situação de escravidão, quanto de emancipação financeira. Essa escolha produz um sentido de que somente quem tem dinheiro tem liberdade, tem possibilidades, tem sua carta de alforria. Além disso, “A liberdade” está posicionada de maneira centralizada, separada do resto do enunciado, recebendo, assim, maior destaque, chamando mais a atenção do leitor para essa parte – A liberdade – visto que se encontra logo acima do corpo do texto da propaganda e da foto. Em relação à temática, não podemos dizer que houve uma exauribilidade plena nesta propaganda, o próprio gênero não permite um esgotamento total, uma vez que é feito um recorte do tema (abolição) apresentado e, por isso, a exauribilidade passa a ser relativa. A história nos conta que quem poderia abrir uma conta, com o advento da Lei do Ventre Livre⁵, não eram os escravos e sim seus senhores, uma vez que os escravos ainda eram vistos como objetos, não tinham documentação. Essas informações são silenciadas pela propaganda da Caixa, pois estariam em desacordo com os demais discursos apresentados, apresentar-se-

5 Em 28 de setembro de 1871, o Senado aprovou a lei nº 2040, a Lei do Ventre Livre, que estabelecia que todo filho de escravo nascido a partir da promulgação da nova lei seria livre.

iam incoerentes com a ideia de liberdade veiculada e com o sentido de igualdade, de inclusão produzido pela propaganda.

O estilo da escrita da propaganda é notadamente formal. A entonação que podemos perceber tem por finalidade marcar um caráter mais documental ao gênero, um relato histórico que estruturalmente pode ser observado pela foto ao lado direito, pelo tipo de papel utilizado, a escrita gótica desenhada em um pergaminho, aparentemente um documento antigo em papel amarelado, remetendo a uma carta de alforria, como vemos na figura a seguir:



Figura 2: Comparação do estilo da propaganda com uma carta de alforria.

Embora a carta de alforria⁶ tenha sido escrita à mão, não haja foto, nem cores, o modo como a propaganda foi elaborada, o estilo, o tema e construção composicional, remete à carta, com a fonte que imita a escrita da época, o papel com aparência envelhecida, como citamos acima.

A foto presente na propaganda possui características dialógicas. O estetoscópio limita a interpretação da profissão de médico; a cabeça de escravo e a mão (negra) de médico nos possibilitam, pelo menos, três leituras:

i) demonstram as mudanças sociais dos negros que hoje possibilitam que eles cheguem a uma profissão, a um patamar social antes improvável, o que lhes imputaria liberdade econômica e por isso

6 Carta de alforria datada de 1966. Disponível em: <http://www.historiabrasileira.com/escravidao-no-brasil/carta-de-alforria/>. Acesso em 01 out. 2012.

a união do negro de ontem com o negro de hoje. Nessa interpretação, o rosto de escravo marcaria a importância da cultura negra, da descendência, vista como orgulho por aqueles que assumem uma postura de cultura negra, ressaltando a identidade do grupo ou mesmo individual;

ii) além das mudanças sociais conquistadas pelos negros, apresentadas na possibilidade de leitura anterior, há marcas de luta da mulher por sua liberdade, visto que a fotografia com rosto de escravo é de uma mulher negra. Isso demonstra não só a luta pela liberdade de um povo, mas também a luta da mulher, principalmente a mulher negra, pela liberdade e independência, tanto sociais quanto financeiras.

iii) as imagens demonstram que, mesmo com as mudanças sociais, ainda hoje o negro precisa lutar para não ser discriminado ou julgado por causa de sua história, mesmo com uma profissão de *status* representada no recorte da parte inferior, a imagem de preconceito em relação ao escravo estaria marcada na fotografia, pois há a retomada do rosto de uma escrava, na imagem ao fundo, que compõe, junto a anterior, o todo da imagem, o resgate a história. Segundo Hall (2003), o fato de uma dada identidade estar em discussão (a identidade do negro brasileiro, por exemplo) já significa que é uma identidade em crise. Há, nesse caso, uma busca incessante por uma identidade.

Em relação ao contexto mais amplo da interação com a propaganda da Caixa, observamos os diálogos, os elos entre os enunciados da revista presentes nas reportagens. Nas páginas amarelas da mesma revista, tem-se uma entrevista com o filósofo Denis Lerrer Rosenfield.



Figura 3: Entrevista - Revista Veja, p. 19-23.

Na figura 3, Denis Rosenfield (filósofo e escritor brasileiro) traz à discussão a questão da liberdade individual, em termos universais, dizendo que o governo atual (Partido dos Trabalhadores - PT) tem feito uma discrepância com determinados grupos. O autor dá exemplos como a Lei da Palmada que, segundo ele, nada mais é do que uma intromissão do estado dentro da nossa liberdade. Além desse, o autor cita como exemplo comunidades quilombolas que, para ele, são um problema, pois hoje uma escola de samba também poderia se considerar uma comunidade quilombola, e escolher onde gostaria de ter sua terra.

A propaganda da Caixa em tela aborda o tema da escravidão e da questão econômica, e na entrevista de Denis Rosenfield esse tema também é abordado, pois questiona o tratamento dado pelo governo a grupos minoritários, não necessariamente só os negros, uma vez que o Movimento dos Sem Terra (MST) e escolas de samba também são citados, além de abordar a questão econômica dessa intervenção política que se dá o direito de segregar e atribuir direitos diferentes a determinados grupos, o que fatalmente acaba por excluir outros grupos. Para nós, essa aproximação temática entre os enunciados da propaganda e da entrevista evidenciam os elos, os diálogos entre as duas produções.



Figura 4: Reportagem - Revista Veja, p. 98

Também destacamos esses elos na reportagem anterior à propaganda, com título "A gerente das Bin Laden", figura 4. O texto de Julia Carvalho aborda a discussão de outro grupo, o das mulheres

Islâmicas dando como exemplo a executiva catarinense Simone Müller que trabalhou em um banco no Islã. O texto levanta discussão sobre a questão da mulher da sociedade muçulmana, também discute sobre a discriminação dos xiitas, amarrando o assunto à regulação do mercado, aos bancos islâmicos, que têm uma política de regulação maior em relação aos juros, e à questão do dinheiro de seus correntistas. Cita a autora, como exemplo, a família de Osama Bin Laden que é uma das mais ricas daquele lugar, o que se relaciona à temática que é capa da revista: a morte de Bin Laden. Esse texto, assim como o de Rosenfield, aborda nuances de determinados grupos (mulheres, xiitas, islâmicos) e, novamente, retoma a questão econômica com a regulação do mercado e dos bancos islâmicos.

Sendo assim, essa reportagem mantém uma relação dialógica com a propaganda da Caixa, que trata de minorias e da luta da mulher pela liberdade social e econômica, e com a entrevista de Rosenfield (fig. 3) que aborda as mesmas temáticas.



Figura 5: Revista Veja, ed. 2669, p. 100-101

Na sequência da revista, no texto "Qual Islã?", figura 5, de Ana Claudia Fonseca, Duda Teixeira e Julia Carvalho, os autores discutem sobre a diversidade do Islã. Os personagens apresentados, negros e brancos, mostram que a diversidade racial existe também no Islã, e em outros lugares do mundo. Os exemplos são de pessoas que, em algum momento, estiveram em uma situação desfavorável, mas que, com trabalho, conseguiram uma situação financeira melhor. Novamente, apresenta-se a luta das minorias por uma ascensão social e financeira, que mantém relações dialógicas com os outros textos apresentados

(fig. 1, 3 e 4).

Em todas as reportagens que circulam próximas à propaganda que selecionamos para análise, observamos que há diálogos existentes entre os textos que abordam um mesmo fio temático em torno de determinados grupos sociais, abordando questões de liberdade e economia. Portanto, ao analisar a propaganda da Caixa, entendemos como postulam Bakhtin (2003) e os estudiosos brasileiros, que o produtor se vale do conhecimento de enunciados anteriores para formular seus discursos e redigir seus textos. Além disso, um enunciado sempre é modulado pelo falante para o contexto social, histórico, cultural e ideológico. “Caso contrário, ele não será compreendido” (BRAIT, 2005, p.107).

Considerações Finais

Além de observar as três características dos gêneros do discurso - Tema, Estilo e Estrutura Composicional - em uma propaganda da Caixa, neste trabalho, reconhecemos os elementos dialógicos que estão inseridos no contexto da enunciação e que fazem parte da composição dos gêneros do discurso. Ressaltamos que o gênero analisado foi a “propaganda”, os outros gêneros que complementaram nosso *corpus* (a reportagem, a entrevista, etc.), serviram-nos de base para uma análise da dialogia mantida entre os textos da revista.

Com a hipótese levantada no início desse trabalho, foi possível observar na análise a abordagem de informações históricas com a temática do escravo; adequação do estilo e da estrutura composicional em virtude de um outro (que pode ser negro, simpatizante, ativista, grupo minoritário da cultura negra, e afins) para os quais os enunciados foram elaborados e destinados. Também demonstramos na análise os elos que formaram encadeamentos dentro da revista com a finalidade de provocar uma reação-resposta imediata dentro do contexto dialógico em que o gênero circula: a abertura da conta na Caixa.

Demonstramos, também, que os diferentes gêneros discursivos que compõem a revista mantiveram uma relação dialógica por meio de um fio temático que formaram elos de encadeamento entre os textos analisados, observando tanto o contexto amplo como o mais específico da produção da propaganda “Caixa 150 anos”.

Todos esses elementos, que trazem consigo as características para que uma enunciação se estabeleça, são essenciais na produção de um gênero do discurso, porém nem sempre são percebidos por leitores.

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). In: **Cadernos de estudos lingüísticos**, Campinas, UNICAMP – IEL, n. 19, 1990.

BAKHTIN, M. M. Volochinov, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1981 [1929].

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Maria E. G. G. Pereira (trad.). 2 ed. São Paulo: Martins fontes, 1997. pp. 277-326.

BRAIT, B. (org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.

FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

GARCEZ, L. H. C. **A escrita e o outro: os modos de participação na construção do texto**. Brasília: UNB, 1988.

GERALDI, J. W. **Portos de passagem**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

HALL, S. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Ed. DP&A, 2003.

MARCUSCHI, L. A. **Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

REVISTA VEJA. São Paulo: Abril, 2011. Semanal. Edição 2246, ano 44, n. 19.

Recebido em 14 de junho de 2013.
Aceito em 10 de novembro de 2013.