



UMA ANÁLISE DE TÍTULOS EM REDAÇÕES DE VESTIBULARES: UMA QUESTÃO DE AUTORIA?

Autoria: Agnes Priscila Martins de Moraes - - -

Resumo: O presente trabalho tem por escopo socializar os resultados de uma pesquisa empreendida com o objetivo de analisar a construção de títulos em redações de vestibulares. Discorrendo sobre isso, Heing (2002) afirma que o título é um convite à leitura e, por isso, possibilita uma relação entre ele, o texto e o leitor. Inicialmente, buscou-se a etimologia, a fim de mostrar que, já em sua origem, o título desempenhava uma função. Sendo assim, ao se criar um texto em que o escritor pretende despertar a atenção do público leitor, ele deve estar atento à algumas questões importantes, como, utilizar de um título criativo, que explique a temática do texto, que construa significado no texto, que provoque hipóteses, etc. Nessa direção, a proposta de análise partiu de estudos teóricos pautados em Gradim (2000), Heinig (2002), Pellim (2009), entre outros. Para consecução do objetivo proposto nesta pesquisa, foram analisadas 200 produções textuais de artigos de opinião, com vistas a observar se o título indiciava marcas de autoria, ou seja, uma relação entre autor/título/texto/autor e, se não, quais as dificuldades apresentadas pelos estudantes nesse processo de criação. Sendo assim, a partir análise empreendida foi possível constatar que os estudantes de almejam uma boa nota nos vestibulares precisam se atentar para o processo de construção do título, uma vez que aparecem títulos com problemas diversos, tais como: informações genéricas e que não dão ideia da temática central do texto; títulos apelativos que tentam mobilizar a atenção do leitor de modo exagerado e simplista; títulos com problemas linguísticos que inviabilizam a construção dos sentidos; títulos clichês que empobrecem a ideia defendida no texto e, por fim, títulos totalmente desvinculados da proposta que não apresentam uma ideia geral do texto e nem o anúncio do ponto de vista defendido pelo aluno.