



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS – PROFLETRAS

JOSIANE LUZIA MENDONÇA DOS SANTOS

**PROPOSTA PEDAGÓGICA DE RESSIGNIFICAÇÃO DE
LEITURA COM O GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO**

Maringá

2015

JOSIANE LUZIA MENDONÇA DOS SANTOS

PROPOSTA PEDAGÓGICA DE RESSIGNIFICAÇÃO DE LEITURA COM O GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Letras, do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá.

Orientadora:

Prof^a. D^a. Lilian Cristina Buzato Ritter

Maringá

2015

JOSIANE LUZIA MENDONÇA DOS SANTOS

**PROPOSTA PEDAGÓGICA DE RESSIGNIFICAÇÃO DE LEITURA
COM O GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Letras, do programa PROFLETRAS, da Universidade Estadual de Maringá, sob apreciação da seguinte banca examinadora:

Aprovado em: __/__/__

Prof.^a Dr.^a Lilian Cristina Buzato Ritter –Orientadora
Universidade Estadual de Maringá

Prof.^a Dr.^a Cláudia Valéria Doná Hila
Universidade Estadual de Maringá

Prof.^a Dr.^a Roselene de Fátima Couto
Universidade Estadual de Maringá

Prof.^a Dr.^a Aparecida de Fátima Peres
Universidade Estadual de Maringá

A melhor parte de mim, a mais bela, a mais perfeita, a mais especial... Tão especial que Deus a quis para Ele. Ao meu anjo, meu amado filho Joaquim (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A Deus e a Nossa Senhora pela proteção e fidelidade.

A minha mãe, Creuza (*in memoriam*), por ter exercido o papel de mãe e pai com amor, zelo e dedicação.

Aos meus filhos, Maria Yasmin, José Ricardo e Miguel pela compreensão e paciência.

A minha família, de sangue e de coração, pelo incentivo e apoio.

Aos colegas de curso pela amizade.

As professoras Dr^a Claudia e Roselene pelas críticas, sugestões e relevantes considerações que muito me ajudaram a desenvolver e finalizar esse trabalho.

Em especial quero agradecer a duas pessoas sem as quais não estaria aqui: a professora Dr.^a Lilian Buzato Ritter, pela eficiente e sábia orientação, pelas palavras de incentivo e pela compreensão. E ao meu esposo Ricardo, pelo amor e cumplicidade, e por nunca me deixar desistir, estando sempre do meu lado me apoiando e incentivando, nos momentos bons e principalmente nos maus.

.

*Quem mal lê,
mal fala,
mal ouve,
mal vê.*

(Monteiro Lobato)

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo elaborar uma proposta pedagógica para o trabalho de leitura do gênero discursivo anúncio publicitário, tendo como público-alvo alunos da 7ª série/8º ano do ensino fundamental, da rede pública de ensino do Estado de São Paulo. A escolha do gênero anúncio publicitário não foi ao acaso, pois a mesma teve como base as experiências vividas em sala de aula com o uso do Caderno do Aluno da 7ª série/8º ano volume 1, Situações de Aprendizagem 7 e 8, que abordam basicamente somente esse gênero. abordando-o desde a primeira situação de aprendizagem, tendo um certo aprofundamento no decorrer das demais situação, analisando suas principais características/marcas, como estilo, publico alvo etc., mas deixando de lado a parte de interpretação e leitura réplica. Para a elaboração da proposta, tomamos como norte orientador as concepções bakhtinianas de gênero discursivo (BAKHTIN, 1997,2003), bem como revisitamos alguns autores da literatura referente à Linguística Aplicada sobre concepções de leitura, que partiram dos PCN de Língua Portuguesa (1998), dos trabalhos de Geraldi (2003), Menegassi (2010) e Hila (2009). Em relação a esta pesquisa, a metodologia utilizada baseou-se no paradigma da Linguística Aplicada, visto que o foco do estudo são aspectos relacionados ao processo de ensino-aprendizagem em sala de aula. O presente trabalho seguiu o seguinte percurso metodológico: partimos das inquietações e dúvidas vivenciadas em sala de aula, como o uso do material didático obrigatório da rede publica de ensino do estado de São Paulo; em seguida, buscamos redimensionar nossa prática docente por meio de estudos sobre o gênero em questão; fizemos uma breve análise do material didático utilizado; e, por fim, planejamos e elaboramos a proposta pedagógica de ressignificação de leitura com o gênero anúncio publicitário, utilizando treze anúncios publicitários distintos, que estão inseridos diretamente no contexto social/cultural e econômico dos alunos da 7ª série/8º da Escola rural E.E. Fazenda São Bento. Podemos considerar os resultados dessa pesquisa como atingidos, visto que houve um aprofundamento conceitual e linguístico do gênero trabalhado, a proposta foi elaborada levando em conta o contexto social/cultural e econômico dos alunos, bem como, o estudo foi realizado por meio de anúncios publicitários com circulação real.

Palavras-chave: Leitura – Anúncio Publicitário – Proposta Pedagógica.

RESUMEN

Este trabajo tiene como principal objetivo elaborar una propuesta educativa para el trabajo de leer el género del discurso publicidad, con el público objetivo de los estudiantes de la 7^a / 8^o grado de la escuela de la red pública de educación del Estado de São Paulo. La elección de lo género del discurso no fue al azar, ya que se basa en las experiencias en el aula utilizando cuaderno volumen uno da 7^a / 8^o grado Estudante, Situaciones de Aprendizaje 7 e 8, que básicamente se ocupan de la enseñanza sólo este género. Acercar se a ella desde la primera situación de aprendizaje, con un poco de refinamiento sobre las demás situaciones, analizando sus principales características / marcas tales como estilo, público objetivo, etc., pero dejando de lado la parte de la interpretación y la réplica de la lectura. En el desarrollo de la propuesta, tomamos como asesor norte concepciones bakhtinianas del género discursivo (Bakhtin, 1997,2003) y revisamos algunos autores de la literatura sobre la Lingüística Aplicada y las concepciones de lectura, como el PCN de Lengua Portuguesa (1998), el trabajo de Geraldi (2003), Menegassi (2010) y Hila (2009). Con respecto a esta investigación, la metodología utilizada se basó en lo paradigma de la Lingüística Aplicada, tiendo como el foco de estudio los aspectos relacionados con el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula. Este trabajo siguió el siguiente enfoque metodológico: partimos de las preocupaciones y dudas con experiencia en el aula, tales como el uso del material de enseñanza obligatoria de la red de enseñanza de la educación pública en el estado de São Paulo; luego buscamos cambiar el tamaño de nuestra práctica docente por medio de estudios sobre el género en cuestión; Hicimos un breve análisis de los materiales didácticos utilizados; y, por último, planificar y preparar la propuesta pedagógica de la lectura res significativa sobre el género publicidad, utilizando trece anuncios diferentes que se insertan directamente en el contexto social/cultural y económico de los estudiantes de la 7^a/8^o grado de la escuela rural EE Fachenda São Bento. Podemos considerar los resultados de esta investigación como logrado, ya que hove una profundización conceptual y lingüística acerca del trabajó con el género, la propuesta se elaboró teniendo en cuenta el desarrollo social / cultural y económica de los estudiantes, así, el estudio se llevó a cabo por medio de anuncios con la circulación real.

Palabras clave: Lectura - Publicidad - Propuesta Pedagógica

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Integração da LA com várias disciplinas.....	48
Figura 2	Imagem do material didático.....	60
Figura 3	Capa do Caderno do Professor.....	61
Figura 4	Orientação pedagógica.....	63
Figura 5	Orientação pedagógica.....	63
Figura 6	Orientação pedagógica.....	64
Figura 7	Orientação pedagógica.....	64
Figura 8	Orientação pedagógica.....	65
Figura 9	Anúncio Publicitário 1.....	66
Figura 10	Anúncio Publicitário 2.....	67
Figura 11	Anúncio Publicitário 3.....	68
Figura 12	Anúncio Publicitário 4.....	69
Figura 13	Fases da Leitura.....	71
Figura 14	Anúncio Publicitário Ex 1.....	74
Figura 15	Anúncio Publicitário Ex 2.....	75
Figura 16	Texto 1.....	76
Figura 17	Texto 2.....	77
Figura 18	Texto 3.....	78
Figura 19	Texto 4.....	78
Figura 20	Texto 5.....	79
Figura 21	Texto 6.....	79
Figura 22	Texto 7.....	80
Figura 23	Texto 8.....	80
Figura 24	Texto 9.....	81
Figura 25	Texto 10.....	81

Figura 26	Texto 11.....	82
Figura 27	Texto 12.....	82
Figura 28	Texto 13.....	83

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: O ENSINO-APRENDIZAGEM DE LÍNGUA PORTUGUESA E A PRÁTICA DE LEITURA	15
1.1 CONCEPÇÃO SOCIOINTERACIONISTA DE LINGUAGEM E DE LEITURA NO DOCUMENTO OFICIAL NACIONAL	15
1.2 A LEITURA COMO PRODUÇÃO DE SENTIDOS	21
1.3 A PRÁTICA DE LEITURA NA ESCOLA.....	28
1.4 O CONCEITO BAKHTINIANO DE GÊNERO DISCURSIVO.....	33
1.5 GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO	38
2 METODOLOGIA	45
2.1 PERCURSO HISTÓRICO DA LINGUÍSTICA APLICADA	46
2.2 PESQUISA DOCUMENTAL	50
2.3 PESQUISA-AÇÃO	52
2.4 CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICA DA ESCOLA	54
2.5 O CADERNO DO PROFESSOR	56
3 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA	71
3.1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE Intervenção PEDAGÓGICA.....	72
3.1.1 Modulo 1	72
3.1.2 Modulo 2	76
3.1.3 Modulo 3	88
3.2 REFLETINDO SOBRE A PROPOSTA	90

CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
ANEXOS	99

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado de inquietações e dúvidas que vivenciamos como professora de Língua Portuguesa atuante na escola rural E.E. Fazenda São Bento, localizada no centro dos assentamentos do município de Mirante do Paranapanema/São Paulo. Durante nossa experiência docente nessa escola, foi possível verificar que o ensino e trabalho de leitura nas aulas de Língua Portuguesa se baseiam, de um modo geral, somente no material didático obrigatório fornecido pela secretaria da educação do Estado de São Paulo, o que acaba por deixar várias lacunas, principalmente no nível de seleção de material para ser lido e no nível de leitura interpretativa, as quais, muitas vezes, não são preenchidas, causando assim, prejuízos ao processo de ensino-aprendizagem dos alunos.

Como mestranda do Programa de Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS, que de acordo com a CAPES (Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior), tem por objetivo a capacitação de professores em Língua Portuguesa para exercício da docência no Ensino Fundamental, colocamos nosso trabalho como mais uma contribuição para a melhoria da qualidade do ensino no país.

À luz dos novos conhecimentos adquiridos neste curso, pudemos identificar em nós a necessidade de um melhor entendimento das concepções de linguagem e leitura que fundamentam a construção do material didático e de suas relações com o contexto social e histórico de nossos alunos. A partir daí, começamos a dar importância de se trabalhar a aula de leitura com gêneros discursivos, em especial, o gênero anúncio publicitário.

No estado de São Paulo, o governo, por meio do programa “São Paulo Faz Escola”, criado em 2007, implantou um currículo pedagógico único para todas as mais de cinco mil escolas da rede pública estadual, no qual os professores e alunos da rede estadual de ensino recebem o mesmo material didático (Caderno do Aluno e Caderno do Professor). Todos devem seguir o mesmo plano de aula, porque essa medida, na visão do estado, pode melhorar a qualidade de ensino da rede pública, deixando todos os alunos da rede estadual no mesmo nível de aprendizado (neste momento, não temos a pretensão de avaliar a validade do referido programa).

De acordo com o Caderno do Professor e do Aluno do 8º ano, durante o primeiro e o segundo bimestre é trabalhado o gênero anúncio publicitário. Durante nosso trabalho em sala de aula com os alunos desta série, notamos que o material proposto, como foi elaborado para o estado inteiro, não foca determinado público e nem leva em consideração os diversos contextos sociais em que as mais de cinco mil escolas, que pertencem a rede pública estadual, estão inseridas.

Em consequência, como já dissemos, deixa lacunas a serem preenchidas pelo docente em relação à qualidade dos anúncios publicitários, que, além de trazer um número baixo de exemplares, ainda utiliza anúncios de circulação social limitada, ou seja, foram feitos para o material didático sem contextualização e circulação social real.

Diante dessa problemática, surgiram às reflexões que deram origem ao tema dessa pesquisa, o trabalho de leitura com gêneros publicitários, voltado para a 7ª série/8º ano do Ensino Fundamental, com o objetivo geral de elaborar uma proposta pedagógica de ressignificação do trabalho de leitura com o gênero publicitário. Para tanto, traçamos dois objetivos específicos, a saber: fazer um breve panorama da abordagem de leitura que subsidia o material didático “Caderno do Professor” do 8º ano, nas seções destinadas ao gênero anúncio publicitário, partes integrantes da proposta Curricular do Ensino Fundamental do Estado de São Paulo; sistematizar exercícios de leitura para textos pertencentes ao gênero anúncio publicitário, à luz da perspectiva de uma aula de leitura crítica defendida neste trabalho.

Com o intuito de se alcançar esses objetivos, a metodologia utilizada para a pesquisa se baseou no paradigma da Linguística Aplicada, visto que o foco do estudo são aspectos relacionados ao processo de ensino-aprendizagem em sala de aula.

A fundamentação teórica que subsidia essa pesquisa tem como base as teorias de Bakhtin (1997, 2003) sobre os gêneros discursivos e seus usos, as concepções de linguagem e leitura crítica e réplica, que partiram dos PCN de Língua Portuguesa (1998), dos trabalhos de Geraldi (1993), Menegassi (2010) e Hila (2009); e a definição de anúncio publicitário com Pinho (1990) e Martins (1997).

Assim, o presente trabalho encontra-se dividido em três capítulos: o primeiro, referente aos pressupostos teóricos, o segundo, dedicado ao percurso metodológico e a uma breve análise do material didático e o terceiro, à proposta de

intervenção pedagógica. No primeiro capítulo são apresentados o conceito de leitura para a concepção sociointeracionista de linguagem e seu ensino, com base nos PCN de Língua Portuguesa, e em autores da literatura referente à Linguística Aplicada, bem como discutir os aspectos abordados à luz da teoria bakhtiniana sobre os gêneros discursivos.

No segundo capítulo aborda-se o percurso metodológico do trabalho, e apresenta-se o material didático do 8º ano oferecido e utilizado pela rede de ensino pública do Estado de São Paulo. E, por fim, no terceiro e último capítulo, é apresentada a proposta em si, bem como discussão referente a sua importância para o processo de ensino-aprendizagem dos alunos.

1 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: O ENSINO-APRENDIZAGEM DE LÍNGUA PORTUGUESA E A PRÁTICA DE LEITURA

Neste capítulo, apresentamos os pressupostos teóricos que subsidiam nosso trabalho, focando, principalmente, questões relacionadas ao ensino-aprendizagem da Língua Portuguesa, no ensino fundamental e à prática de leitura.

Para tanto, revisitamos alguns autores da literatura referente à Linguística Aplicada que tratam desses aspectos. Além disso, discutimos os aspectos abordados à luz da teoria bakhtiniana dos gêneros discursivos.

Dada à abrangência da temática, optamos pela seguinte delimitação para este primeiro capítulo: na primeira seção, apresentamos algumas diretrizes oficiais para o ensino-aprendizagem da Língua Portuguesa, focando a prática de leitura; na segunda, abordamos a concepção de leitura como produção de sentido; na terceira parte, tratamos de questões que envolvem a prática de leitura na escola.

É importante visitar a literatura linguística, a fim de se ter clara quais são as concepções de leitura, partindo dos PCN de Língua Portuguesa (1998), das Diretrizes, dos trabalhos de Geraldi (1993), Bakhtin (1997, 2003) e Menegassi (2010).

1.1 CONCEPÇÃO SOCIOINTERACIONISTA DE LINGUAGEM E DE LEITURA NO DOCUMENTO OFICIAL NACIONAL

Não é de hoje que o trabalho com a Língua Portuguesa em sala de aula tem como base uma concepção sociointeracionista de linguagem, pois como se sabe, essa concepção surgiu no final da década de 70 e início da década de 80, na qual essa abordagem teórica metodológica começou realmente a ganhar força no âmbito dos estudos da Linguística Aplicada.

Essa concepção sociointeracionista de linguagem teve ênfase com a introdução de uma concepção histórico-discursiva do sujeito e com o reconhecimento da linguagem como uma ação social e dialógica ligada à noção de interação verbal, no início do século XX, com os estudos de Bakhtin (1997, 2003). Para tanto, os estudos bakhtinianos serviram como um dos pressupostos teóricos.

Esse novo olhar para a linguagem vista como forma de interagir socialmente, tem como objetivo desenvolver no indivíduo uma maior proficiência em práticas de oralidade, de leitura e de escrita.

Na concepção sociointeracionista da linguagem, a língua é concebida como um fato social que se torna capaz de revelar algumas das ideologias dos interlocutores por meio da interação que, por sua vez, é permeada pelo dialogismo.

Bakhtin (1997) concebe a linguagem a partir de sua realidade dialógica, já que as trocas discursivas realizadas entre o eu e o outro são quem possibilitam a elaboração de enunciados e de enunciações, que irão se concretizar por meio da compreensão do ato interlocutivo entre os sujeitos que se comunicam.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), tanto do ensino médio quanto do fundamental, são concebidos, entre outros fundamentos teóricos, sob orientação do pensamento do Círculo de Bakhtin. Por isso, o documento nacional propõe o ensino de Língua Portuguesa com base na noção de interação verbal e nas várias linguagens, para que se tomem as novas tecnologias e as façam dialogar, pois esse diálogo entre as diversas formas da linguagem é de suma importância para orientar a visão sobre discurso e gênero, por sua vez, são imprescindíveis ao ensino de Língua Portuguesa.

A concepção de ensino e de aprendizagem que os PCN (1998) trazem no volume de sua introdução revela o conhecimento como uma construção histórica e social, na qual são levados em consideração fatores de ordem antropológica, cultural e psicológica, entre outros, mostrando a relação de interação que existe entre o sujeito e o objeto a ser conhecido, o que irá possibilitar a este sujeito a interpretação da realidade, a construção de novos significados, e novos modos de ação e de conhecimento, como podemos observar na seguinte passagem:

O conhecimento, portanto, é resultado de um complexo e intrincado processo de construção, modificação e reorganização utilizado pelos alunos para assimilar e interpretar os conteúdos escolares. (...) a ação pedagógica deve se ajustar ao que os alunos conseguem realizar em cada momento de sua aprendizagem, para se constituir em verdadeira ação educativa (BRASIL, 1998, p.72).

Quando diz respeito à concepção de língua e linguagem, os PCN de Língua Portuguesa afirmam o seguinte: “O domínio da linguagem, como atividade discursiva e cognitiva, e o domínio de língua, como sistema simbólico utilizado por uma comunidade linguística, são condições de possibilidade de plena participação social” (BRASIL, 1998, p.19).

De acordo com essa afirmação, conclui-se que é por meio da língua que podemos significar o mundo e a sociedade em que estamos inseridos, já que esta é um sistema de signos histórico e social. É também por meio da linguagem que no decorrer do processo de interlocução, podemos expressar ideias, pensamentos e intenções, o que irá possibilitar o estabelecimento de um fluxo contínuo de ações e reações. Logo, aprender a língua significa “apreender pragmaticamente seus significados culturais e, com eles, os modos pelos quais as pessoas entendem e interpretam a realidade e a si mesmas” (BRASIL, 1998, p.20).

Nos PCN de Língua Portuguesa (1998), a concepção de leitura é vista como uma atividade de sentido na qual se leva em conta as experiências e os conhecimentos do leitor; e exige do leitor bem mais que o conhecimento do código linguístico, uma vez que o texto não é simples produto da codificação de um emissor a ser decodificado por um receptor passivo.

Os PCN reforçam o papel do leitor enquanto produtor de sentido e, portanto, sugere que o professor ensine aos alunos a utilização de estratégias de leitura como a seleção, a antecipação, a inferência e verificação. E, desse leitor, espera-se, de acordo com os objetivos propostos por esse documento, que o mesmo processe, critique, contradiga e avalie a informação que tem diante si, enfim, que produza sentido e significado ao que lê.

De acordo com o documento nacional, a leitura possui uma função de extrema importância para o ensino-aprendizagem dos alunos, uma vez que será a partir do desenvolvimento da sua competência leitora que eles poderão tornar-se proficiente em todas as disciplinas. Essa competência, por sua vez, é construída pelas práticas de leitura presentes dentro da sala de aula, com a finalidade de

formar leitores e produtores de textos aptos para o manejo claro e definido de diversos gêneros textuais.

Segundo as orientações dos PCN de Língua Portuguesa de 5ª a 8ª série:

Um leitor competente é alguém que, por iniciativa própria, é capaz de selecionar, dentre os trechos que circulam socialmente, aqueles que podem atender a uma necessidade sua. Que consegue utilizar estratégias de leitura adequada para abordá-los de formas a atender a essa necessidade (BRASIL, 1998, p.15).

Nessa definição de leitor competente, destacamos a ideia da importância de se levar em conta a interação entre o conteúdo do texto e o leitor, interação regulada pela intenção com que se lê o texto, e que o sentido não reside apenas no texto, mas depende também do interlocutor, isto é, do leitor, ou seja, o sentido do texto será o resultado da interlocução discursiva que é estabelecida entre sujeitos inseridos em determinados contextos sociais.

Sendo assim, quando pensamos a linguagem como interação, deixamos de atribuir todo o trabalho de compreensão de um texto somente a quem produz o texto ou somente a quem lê esse texto, fazendo com que essa complexidade seja compartilhada em um processo de interlocução. Neste sentido, a interação pela linguagem se processa numa atividade discursiva, quer oral, quer escrita, do texto, o qual se constitui em uma unidade significativa global.

A prática discursiva leva em conta os seguintes aspectos: dizer alguma coisa a alguém, de uma determinada forma, num determinado contexto histórico e em determinadas circunstâncias de interlocução. Isso quer dizer que para a interação verbal é necessário que o discurso se organize a partir de finalidades e intenções do locutor, que considera os conhecimentos, opiniões e valores do interlocutor, além de observar também a posição social e hierárquica que ambos ocupam. Nesse sentido, ao estudarmos e analisarmos a língua em situações reais de uso podemos favorecer a ampliação do domínio linguístico.

Os PCN quando abordam sobre a prática de leitura, apresentam a seguinte definição:

A leitura é um processo no qual o leitor realiza um trabalho ativo de construção do significado do texto, a partir dos seus objetivos, do seu conhecimento sobre o assunto, sobre o autor, de tudo o que sabe sobre a língua: características do gênero, do portador, do sistema de escrita, etc. (BRASIL, 1998, p. 53).

O documento oficial ainda afirma que:

A leitura não se trata simplesmente de extrair informações da escrita, decodificando-a letra por letra, palavra por palavra. Trata-se de uma atividade que implica, necessariamente compreensão na qual os sentidos começam a ser construídos antes da leitura propriamente dita (BRASIL, 1998, p.53).

Sendo assim, a leitura é um ato social entre dois sujeitos, aquele que lê e aquele que escreve, os quais interagem entre si, obedecendo a objetivos e necessidades socialmente determinados, e deve ser vista como resultado de produção de sentidos. Logo, a leitura não é somente decodificação, visto que decodificar é a repetição de sentidos dados como prontos, ela pode ser tanto a construção de sentidos a partir dos índices que o sentido do autor quis dar a seu texto, como os sentidos que o leitor atribui ao texto, pois o autor dá pistas do sentido do texto, mas dependerá do leitor essa interpretação de sentidos.

De acordo com os PCN, “o trabalho com a leitura tem como finalidade a formação de leitores competentes” (BRASIL, 1998, p.40), e ao utilizar a expressão “trabalho com a leitura”, ao invés de “ato de leitura”, vê-se que essa atividade, na maioria das vezes, é configurada como um processo coletivo e não individual.

Nesse processo, o professor, o aluno e o autor, por meio do texto, dialogam em busca de possíveis leituras, não havendo a predominância de nenhum desses elementos no processo de leitura, e na medida em que o caráter dialógico da linguagem convoca várias perspectivas aos textos, atribui-se o papel crítico e responsável a todos envolvidos nas relações com os gêneros, com outros textos, outros discursos, outras realidades.

Ainda de acordo com os PCN, a leitura:

[...] é um processo no qual o leitor realiza um trabalho ativo de construção do significado do texto, a partir de seus objetivos, do seu conhecimento sobre o assunto [...] não se trata simplesmente de extrair informações da escrita, decodificando a letra por letra, palavra por palavra. Trata-se de uma atividade que implica, necessariamente, compreensão (BRASIL, 1998, p.41).

Logo, a leitura é vista como um processo construído pelo leitor com a finalidade de se dar significado ao texto, e fazer com que haja a produção de sentidos. Os sentidos são produzidos por meio das relações históricas e sociais que o leitor trava com as condições de produção do texto.

As práticas pedagógicas do professor em relação à leitura são imprescindíveis para que haja a formação do leitor crítico. Os PCN reconhecem que a participação ativa do aluno faz a diferença em sua aprendizagem, bem como a intervenção do professor, pois é o professor que irá favorecer o desenvolvimento, provendo recursos necessários à formação do aluno.

Sendo assim, o professor deve assumir efetivamente seu lugar enquanto educador e mediador do conhecimento, pois são relevantes suas responsabilidades e sua importância no processo de formação do leitor crítico. Ainda de acordo com os PCN, se constitui tarefa do professor a reflexão e discussão dos aspectos da rotina da prática pedagógica, que devem ser constantemente transformados através da busca pela qualidade.

Os PCN referem-se a uma necessidade de investimentos na formação inicial e continuada dos professores, para que eles possam oferecer aos seus alunos práticas pedagógicas de leitura e escrita atualizadas e condizentes com o contexto social do mundo atual, visando o pleno desenvolvimento dos mesmo, e para isso se baseia na Lei de Diretrizes e Bases (LDB) (1996), que apresenta a seguinte afirmação:

O maior objetivo do EF é propiciar a todos formação básica para a cidadania, a partir da criação na escola de condições de aprendizagem para o desenvolvimento da capacidade de aprender, tendo como meios básicos o pleno domínio da leitura, da escrita e do cálculo; a compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia, das artes e dos valores em que se fundamenta a sociedade; o desenvolvimento da capacidade de aprendizagem, tendo em vista a aquisição de conhecimentos e habilidades e a formação de atitudes e valores; o fortalecimento dos vínculos de família, dos laços de solidariedade humana e de tolerância recíproca em que se assenta a vida social (art. 32).

Portanto, os PCN priorizam a formação de leitores competentes, ou seja, que tenham capacidade de produzir significados a partir de diferentes gêneros discursivos, preconizando uma abordagem que articula a leitura e a escrita, dando a estas o papel de atividades sociais articuladas e complementares.

1.2 A LEITURA COMO PRODUÇÃO DE SENTIDOS

A leitura é uma parte constitutiva dos processos de significação que são determinados historicamente. Os sentidos são produzidos tanto por quem escreve (autor) quanto por quem lê, ou seja, não há um único sentido que tenha origem no autor que possa ser reconstituído pelo leitor, ou um único sentido que irá surgir dependendo só do leitor, mas ambos, autor e leitor, constituem-se como sujeitos no processo de produção de sentidos.

De acordo com o que está escrito nos PCN, a leitura pode ser vista como um processo interacional, do ponto de vista da direção do fluxo da informação, também do ponto de vista dos participantes do discurso, autor e leitor, sendo, por isso, concebida como ato comunicativo.

No que diz respeito à leitura, Geraldi (1993), à luz dos estudos bakhtinianos, aborda o processo de interação entre o leitor, o texto e o autor, concebendo a leitura como um ato de interação entre esses sujeitos. Logo, há uma relação de cooperação entre eles, haja vista que no processo de produção de sentidos as significações são edificadas pelas informações elaboradas por cada um desses três sujeitos.

O efeito de sentidos produzidos pela interação verbal é delimitado pelo contexto histórico social, ou seja, pelas condições de produção que também abrange os papéis sociais desempenhados pelos interlocutores. Portanto, o processo de interação verbal vai além dos aspectos linguísticos, levando em consideração as condições de produção do discurso para a sua própria composição. Bakhtin (2003), em relação à interação verbal, afirma que “a língua vive e evolui historicamente na comunicação verbal concreta, não no sistema abstrato das formas na língua nem no psiquismo individual dos falantes” (BAKHTIN, 2003, p.124).

Na interação por meio do diálogo, o locutor e interlocutor não podem ser considerados como simples emissores e receptores, sendo necessário serem vistos como sujeitos históricos e sociais constituídos por valores decorrentes das suas relações com o extralinguístico. Na visão bakhtiniana, os interlocutores são considerados sujeitos sociais, e, por isso, são construídos ao mesmo tempo pela interação entre eles e pelas relações com o extralinguístico e com a sociedade.

Outros autores, caudatários dos estudos bakhtinianos, como por exemplo Geraldi (1993), afirma que a leitura é um diálogo. Pode-se explicar essa afirmação partindo-se da definição bakhtiniana de palavra:

[...] comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. Ela constitui justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte. Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia sobre mim numa extremidade, na outra se apoia sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor (BAKHTIN, 1997, p. 113).

Sendo assim, podemos compreender que o leitor deve interagir e dialogar com o autor e vice e versa, para haver a produção de significados de um texto. Mas isto irá depender da capacidade de construção de cada um em diferentes tarefas, como um na tarefa de escrever, o outro na tarefa de compreender. Nesse processo, o significado não é produzido nem só pelo texto, nem só pelo leitor, mas se torna

possível por meio do processo de interação entre leitor e o autor (locutor), por meio do texto.

A leitura concebida como uma ação interativa suscita as contribuições que Bakhtin elaborou sobre a linguagem e seu caráter dialógico, uma vez que a compreensão para este autor trata-se de um processo que envolve o sujeito e as experiências sócio-históricas e culturais que o constitui.

Logo, na leitura, o sentido é construção de responsabilidade tanto do texto, que oferece as dicas e as pistas para que o leitor o interprete, quanto do leitor, que aborda o texto no uso de suas bagagens que são constituídas sócio-historicamente. Geraldi (1993) afirma que o trabalho com a leitura é integrado em dois sentidos de produção:

[...] de um lado ela incide sobre “o que tem a dizer”, pela compreensão responsiva que possibilita, na contra palavra do leitor à palavra do texto que se lê; de outro lado, ela incide sobre “as estratégias do dizer” de vez que, em sendo um texto, supõe um locutor/autor e este se constitui como tal da mesma forma apontada por nós na produção de textos no item anterior. O produto de trabalho de produção se oferece ao leitor, e nele se realiza a cada leitura, num processo dialógico cuja trama toma as pontas dos fios do bordado tecido para tecer sempre o mesmo e outro bordado, pois as mãos que agora tecem trazem e traçam outra história (p.166).

Logo, a leitura é vista como um ato que coloca um discurso/texto em relação a outros discursos/textos anteriores a ele, interligados nele e posteriores a ele, abrindo assim, um leque infinito de possibilidades de réplica, fazendo com que o leitor tenha um papel ativo diante do que foi lido, e assuma assim, uma posição de resposta. Como resultado disso, cria-se a geração de novos discursos/textos, visto que, de acordo com Bakhtin (1997), qualquer tipo de compreensão deve ser ativa por conter uma resposta, pois compreender a enunciação de outro indivíduo significa orientar-se em relação a ela e encontrar o seu lugar adequado no contexto que a corresponde.

A compreensão de um enunciado, de acordo com o autor russo, é um processo dialógico, devido ao texto possibilitar ao leitor ter contato com outros

contextos, ampliando seu universo de compreensão, visto que ocorre nesse processo um cruzamento de pontos comuns entre o lido e o já lido. Neste ponto, o conhecimento novo se constrói tecido por uma relação dialógica com o conhecimento anterior e com o pré-figurado.

Ainda de acordo com o autor, esse processo de compreensão consiste em “opor à palavra do locutor uma contra palavra” (BAKHTIN, 1997 p.105), ou seja, quando um locutor profere uma palavra ao seu interlocutor espera que este assuma uma postura ativa diante do enunciado e que seja emitida uma resposta, e é essa resposta que será o resultado da postura ativa que o interlocutor assume, compreendendo e assumindo uma postura de sujeito responsivo ativo.

Segundo Bakhtin (2003), a leitura réplica traz juízos de valor, visto que a compreensão responsiva nada mais é senão a fase inicial e preparatória para uma resposta (seja qual for a forma de sua realização). O locutor postula esta compreensão responsiva ativa: o que ele espera não é uma compreensão passiva que, por assim dizer, apenas duplicaria seu pensamento no espírito do outro, o que espera é uma resposta, uma concordância, uma adesão, uma objeção, uma execução, etc.

É no fato de concordar, discordar ou ampliar a enunciação do locutor que o interlocutor acaba por se tornar um sujeito responsivo ativo, e esse processo, segundo Bakhtin (2003), consiste na postura que o interlocutor assume no momento em que tem contato com o que foi produzido pelo locutor, fazendo assim com que haja uma resposta.

Subsidiando-se nos pressupostos teóricos sobre a réplica ativa, Rojo (2004, p. 3), afirma que o discurso/texto carrega consigo um “conjunto de sentidos e apreciações de valor das pessoas e coisas do mundo, dependentes do lugar social do autor e do leitor e da situação de interação entre eles”. Logo, as atividades discursivas e linguísticas devem estar envolvidas durante todo o processo de leitura.

A autora ainda trata, em relação à réplica ativa, sobre a recuperação do contexto de produção do texto; a definição de finalidades e metas da atividade de leitura; a percepção de relações de intertextualidade; a percepção de relações de

interdiscursividade; a elaboração de apreciações estéticas e/ou afetivas; a elaboração de apreciações relativas a valores éticos e/ou políticos.

Nessa perspectiva teórica da Linguística Aplicada (LA) e da Psicolinguística, Menegassi (2010) destaca o conceito de leitura réplica e afirma que o desenvolvimento do leitor crítico deve passar pelo trabalho que possibilite o contato com várias estratégias e habilidades de leitura, bem como com a maior diversidade dos gêneros textuais que circulam em nossa sociedade, pois para que o leitor possa ser considerado e constituído realmente como um leitor crítico, é necessário que ele desenvolva determinadas características que, no ambiente escolar, são e devem ser orientadas pelo material didático e pelo professor.

De acordo com Menegassi (2010), algumas das características do leitor crítico são:

[...] Leva à produção ou construção de um outro texto, a leitura como réplica; Toma posição frente ao texto; Analisa sua própria leitura; Emprega estratégias: seleção, antecipação, inferência e verificação;[...] Sabe que a leitura é lugar de produção de sentido, lugar de constituição de significado, a partir da relação leitor-texto; Considera as marcas de sua individualidade e o contexto sócio-histórico do texto;[...] (p, 42).

Para o autor, como já destacamos, a característica mais importante é a da possibilidade de construir a leitura réplica, visto que o conceito dessa leitura concebe o leitor como capaz de questionar as informações lidas no texto com argumentos que contestem, refutem e expliquem o que está sendo lido, fazendo com o leitor se posicione como sujeito ativo e crítico, formulando sentidos próprios que são manifestados com suas próprias palavras. Logo, a réplica aqui é vista como fundamental para o desenvolvimento do leitor crítico, pois possibilita a manifestação do ponto de vista do leitor sobre o que está sendo discutido no texto.

De acordo com Menegassi (2010), para se chegar a essa leitura réplica, é necessário que o leitor passe por todas as etapas do processo de leitura e, à luz das referências da Psicolinguística e da LA, essas etapas podem ser divididas em quatro

momentos interdependentes, pois elas existem e são utilizadas pelo leitor de maneira concomitante.

A primeira etapa é a da decodificação, que é o reconhecimento do código escrito e sua ligação com o significado pretendido no texto. Nas palavras do autor, “decodificação malfeita implica em compreensão malsucedida” (MENEGASSI, 2010, p.45).

A segunda etapa é a da compreensão, na qual compreender um texto é captar a sua temática, conseguindo reconhecer as informações e os tópicos principais do texto. O leitor deve apresentar duas condições para compreender o texto: a primeira, dominar as regras sintáticas e semânticas da língua; a segunda, conhecer bem as regras sócio-comunicativas e textuais do gênero a que pertence o texto a ser lido.

Ainda segundo Menegassi (2010), a compreensão pode se dar em dois níveis: literal e inferencial. A compreensão literal é aquela em que o leitor capta as informações principais presentes na materialidade linguística do texto. Já, a compreensão com nível inferencial capta as informações implícitas ao texto. Na explicação do autor, as inferências “são as pontes de sentido que o leitor faz entre si e o texto, entre o texto e ele próprio” (MENEGASSI, 2010, p.51).

A terceira etapa é a da interpretação, na qual se utiliza a capacidade crítica do leitor para analisar, refletir e julgar as informações que ele lê, fazendo uso de seus conhecimentos anteriores para interligá-los ao que está sendo lido, produzindo-se um novo texto, uma contrapalavra.

E, por fim, a quarta e última etapa é a da retenção, que é o armazenamento das informações contidas no texto e das novas informações produzidas no decorrer da interpretação, e que agora faz parte dos conhecimentos prévios do leitor.

Vale ressaltar mais uma vez, que essas etapas, de acordo com Menegassi (2010, p.54), “ocorrem concomitantemente e recursivamente, dependendo uma da outra para sua realização, possibilitando um conjunto harmônico de estratégias e habilidades no leitor”.

Por isso, a importância de colocar o aluno em contato com a diversidade de gêneros, respeitando as suas condições de produção, visto que o texto não pode ser “artificial”. Sendo assim, podemos ver nos PCN a ênfase na maneira e a importância do estudo dos gêneros, e, além disso, sugerem, ainda, uma espécie de núcleo central, um conjunto essencial de gêneros considerados relevantes para a vida cotidiana e pública do estudante no mundo contemporâneo, tanto em atividades orais quanto escritas.

Os PCN (1998) mostram uma série de variáveis com as quais o sujeito/aluno tem de lidar, no papel de enunciador, tais como: lugar social do locutor em relação ao destinatário; o lugar social do destinatário; intenção do autor; tempo e lugar da produção e do suporte.

Vale ressaltar, que de acordo com o documento, há habilidades que são muito importantes e devem ser desenvolvidas no aluno, como a inferência, o reconhecimento de intenções do enunciador, o reconhecimento de gênero, a atitude responsiva crítica, usa de recursos figurativos, entre tantas outras, podendo ser resumidas na ideia bahktiniana de domínio dos gêneros, que nos permitem interagir como interlocutores durante o processo de comunicação, podendo prever a forma e o conteúdo do que provavelmente será dito. Bahktin considera que sem esses conhecimentos a comunicação se torna impossível.

Desse modo, ao compreendermos o texto como unidade básica da linguagem verbal, devemos utilizá-lo como instrumento no decorrer das aulas, tornando-o mais presente no cotidiano escolar, trazendo para o contexto educacional, os mais diversos gêneros textuais disponíveis na sociedade. No que diz respeito a isso, os PCN (1998, p.30) afirmam que:

Cabe a escola viabilizar o acesso do aluno ao universo dos textos que circulam socialmente, ensinar a produzi-los e a interpretá-los. Isso inclui os textos das diferentes disciplinas, com os quais o aluno se defronta sistematicamente no cotidiano escolar e, mesmo assim, não consegue manejar, pois não há um trabalho planejado com essa finalidade (PCN, 1998, p.30).

Quando inserimos a diversidade de gêneros nas nossas aulas, colocamos o nosso aluno em contato com os mais variados gêneros que são produzidos fora da escola, e em diferentes áreas de conhecimento, para que ele reconheça as particularidades do maior número possível de gêneros, preparando-o para usá-los de modo competente quando estiver em espaços sociais que não pertençam ao ambiente escolar.

Quando exploramos a diversidade textual-discursiva, aproximamos nosso aluno das situações e contextos de produção dos gêneros que não pertencem ao ambiente escolar, como situações e contextos de produção de textos jornalísticos, científicos, literários, médicos, etc., proporcionando assim, condições para que o aluno compreenda como surgem os mais diferentes gêneros, apropriando-se, a partir disso, de suas peculiaridades, o que facilita o domínio que esses alunos deverão ter sobre os gêneros.

Os PCN afirmam que:

Quando entram na escola, os textos que circulam socialmente cumprem um papel modalizador, servindo como fonte de referência, repertório textual, suporte de atividade intertextual. A diversidade textual que existe fora da escola pode e deve estar a serviço da expansão do conhecimento letrado do aluno. (PCN, 1998, p.34)

Logo, o trabalho diversificado com gêneros discursivos diversos, irá permitir ainda uma articulação das atividades entre as áreas de conhecimento, o que contribui diretamente para o aprendizado significativo de prática de leitura, produção e compreensão.

1.3 A PRÁTICA DE LEITURA NA ESCOLA

A prática da leitura está e se faz presente em nossas vidas a partir do momento no qual começamos a compreender o meio social em que estamos inseridos, vendo o mundo de diversos ângulos e perspectivas. Em todos esses

casos, estamos de certo modo lendo, embora, muitas vezes, sem nos dar conta disso.

Como a escola é a instituição social formalmente legitimada para mediar conhecimentos constituídos em forma de saber às novas gerações, é dentro de seu contexto educacional que as expressões “aprender a ler” e “ler para aprender” ganham o seu primeiro significado, para somente depois alcançar um dos objetivos básicos que é o de formar o leitor crítico.

A escola é o local no qual é transmitido e mediado o saber sobre a língua por meio de materiais didáticos, principalmente o livro didático, tendo como objetivo principal preparar o aluno/sujeito para viver em sociedade. Ao mesmo tempo, segundo Silva (2007, p. 141):

[...] ensinar-aprender uma língua escrita na Escola é, basicamente, adquirir uma competência linguística escrita e um saber sobre uma língua nacional em que se entrecruzam relações também complexas entre conhecimentos científicos e saberes institucionais em um espaço-tempo determinado.

Logo, a escola tem um papel importante e fundamental para legitimar e instrumentalizar a língua. Nessa perspectiva, os textos trabalhados em sala de aula atuam como um jogo de produção de sentidos, no qual a leitura aparece como construção dos sentidos e dos sujeitos, tendo uma noção mais abrangente, porque ler não é só decodificar, mas compreender e interpretar como um texto produz sentido por meio dos diversos gestos de interpretação.

O aspecto amplo dos sentidos da leitura se reflete nos livros didáticos carregados de ideologias, e assim, o tratamento dado à leitura, especificamente na escola, percorre a história social da leitura e, atualmente, só tem sentido quando se descobre que essa prática carrega consigo um potencial revolucionário, viabilizando a transformação das pessoas, da sociedade.

Dessa forma, o livro didático, se bem trabalhado, se torna um valioso recurso para o acesso à cultura e o desenvolvimento da Educação. Em muitos lares brasileiros, ele é o primeiro livro, abrindo caminho para o hábito da leitura e o

aprendizado. Ele vem sofrendo diversas transformações no decorrer dos anos, com o objetivo de acompanhar as novas dinâmicas em sala de aula e contribuir para uma aprendizagem significativa. No cenário educacional brasileiro, o livro didático é importante instrumento de apoio ao trabalho do professor e referência na formação dos mais de 50 milhões de crianças e adolescentes matriculados em escolas públicas e privadas.

De acordo com Rojo (2003), em seu estudo feito sobre os livros didáticos do PNLD/2002, os textos selecionados para o livro didático possuem uma grande diversidade temática, que infelizmente, acaba ficando “empobrecida por uma menor diversidade na abordagem das atividades de leitura nos textos” (p.84), e isso acaba gerando uma leitura plana das temáticas que são abordadas.

A autora ainda afirma que os contextos dessas temáticas não apresentam muita diversidade, apesar de haver uma grande diversidade de gêneros, “embora que nem sempre as características destes gêneros sejam exploradas nas atividades de leitura ou produção de textos” (p. 84).

Ainda de acordo com a autora, a diversidade e as variedades linguísticas não estão bem representadas, visto que há uma minoria de texto com marcas de oralidade. Outro ponto que ela ressalta é que, a maioria dos textos não são autênticos e na íntegra, moldados especialmente para facilitar a introdução e exploração de determinados conteúdos do livro didático.

Para Rojo (2003), houve uma melhoria na qualidade do livro didático em sala de aula nas escolas da rede pública de ensino, em termos de seleção de textos, práticas de letramento, impressão e Manual do Professor. Contudo, afirma que os livros didáticos que foram avaliados:

[...] não chegam a explorar satisfatoriamente aspectos linguísticos discursivos cruciais para a construção da leitura, tais como a percepção dos parâmetros, da situação de produção do texto e da leitura; a presença de plurilinguismo, da heteroglossia e do dialogismo (intertextualidade, variedades e registros) e a relação dialógica das diferentes linguagens (ilustração/texto) na apresentação da leitura (ROJO, 2003, p.89).

Vale ressaltar que essas considerações e resultados feitos pela autora é apenas uma média, no que diz respeito ao trabalho com leitura dos textos no livro didático.

Sabemos que o aluno aprende quando é submetido a práticas de leitura, ou seja, um aluno só consegue compreender ou interpretar uma questão/situação se conseguir dar sentido a ela. Hila (2009, p.34) afirma que em seus estudos, deparou-se com três grupos de professores:

O primeiro é composto por aqueles que não escolhem os textos a serem levados para a sala de aula, e seguem os que estão nas coleções avaliadas pelo PNLD/2007 de 1ª a 4ª séries (BRASIL, 2006).[...] O segundo grupo é composto por professores que trabalham com o livro didático e o complementam selecionando outros textos para serem levados à sala de aula. [...] um terceiro grupo de professores que já se atentou para a diversidade de gêneros e os levam para a sala de aula, porém ainda não conseguem elaborar totalmente questões que deem um tratamento adequado a essa noção.

Tais fatos vêm demonstrar que a prática docente de leitura em sala de aula varia de professor para professor, nas quais uns ainda estão estagnados, presos a concepções equivocadas de trabalho com o texto e a leitura que não dão conta de inserir os alunos num mundo em que outros letramentos se fazem necessários. Mesmo o grupo de professores que levam diversos gêneros textuais para a sala de aula, nota-se que estes são total ou parcialmente gramaticalizados, o que demonstra que ainda há um “processo de interface entre a prática tradicional da leitura e práticas de natureza mais discursivas” (HILA, 2009, p.4).

Conforme Hila (2009), “compreender significa ter a capacidade de confrontar e entender as informações do texto somadas às informações trazidas pelo leitor para a produção de uma nova informação” (p.25), sendo assim, o professor deve levar em consideração o que o aluno já possui de conhecimento sobre o assunto, e a partir desse ponto, ampliar o conhecimento, facilitando e possibilitando uma leitura significativa.

Logo, para que haja essa compreensão se faz necessário que o professor insira no trabalho com a leitura as questões sobre o gênero trabalhado, que envolvam a estrutura composicional, o estilo e o tema do gênero, questões do nível de inferenciação e interpretação.

Hila (2009) propõe que seja seguida uma determinada ordem de perguntas para o trabalho com a leitura crítica, com o intuito de facilitar a leitura para o aluno. Para isso, a autora levou em consideração “trabalhos de formação continuada desenvolvidos com a colaboração de professoras em formação do curso de Letras e professores em formação contínua” (HILA, 2009, p.26), tendo como base a leitura como um processo formado por fases e estratégias distintas, dividido em duas fases.

Na primeira fase, Hila (2009) traz a preparação para o texto, com questões relacionadas à pré-leitura para ativar os conhecimentos que o aluno já possui sobre o texto/gênero a ser lido, fazendo o uso de figuras, slides, etc. Na segunda fase, a autora propõe que haja um encontro com o texto, por meio de questões que abordem os aspectos do contexto de produção do gênero de um modo geral, e não sobre o texto em si, com questões do tipo: que texto é esse? onde podemos encontrá-lo? para que ele serve? para quem ele é normalmente feito/escrito? etc.

Dando sequência a essa ordem de questões proposta pela autora, devem ser trabalhadas questões que envolvam “o reconhecimento das principais informações do texto, de seu tema, de sua organização composicional, de seus elementos linguísticos e discursivos importantes para a caracterização do gênero” (HILA, 2009, p.26) .

Para finalizar esta segunda fase, Hila (2009) propõe que sejam feitas questões de interpretação, envolvendo o julgamento, a reflexão e a avaliação do leitor sobre o que foi lido.

Na visão da autora, essas questões, se bem trabalhadas e desenvolvidas, no sentido de se respeitar essa ordem apresentada, irá ajudar tanto o professor como o aluno a perceberem que a produção de sentidos é decorrente da junção dos elementos textuais e também dos elementos contextuais/enunciativos.

De um modo geral, da perspectiva da Pedagogia, a contextualização é o ato de vincular o conhecimento à sua origem e à sua aplicação. A ideia de

contextualização entrou em pauta com a reforma do ensino médio, a partir da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB nº 9.394/96), que acredita na compreensão dos conhecimentos para uso cotidiano. Além disso, os próprios PCN, guias que orientam a escola e os professores na aplicação do novo modelo, estão estruturados sobre dois eixos principais: a interdisciplinaridade e a contextualização.

Isso significa que o ensino deve levar em conta o cotidiano e a realidade de cada região, as experiências vividas pelos alunos, quais serão suas prováveis áreas de atuação profissional, como eles podem atuar como cidadãos; enfim, ensinar levando em conta o contexto dos estudantes. Com base nisso, o conhecimento ganha significado real para o aluno.

Sendo assim, as práticas leitoras desenvolvidas pela escola acabam por refletir diretamente na formação do leitor, visto que uma boa parte dos alunos da rede pública de ensino só encontra no ambiente escolar o espaço propício para realizar o ato de ler de forma completa, podendo assim, interagir de forma crítica consciente com o texto escrito e com o ambiente social em que está inserido.

1.4 O CONCEITO BAKHTINIANO DE GÊNERO DISCURSIVO

De acordo com os pressupostos teóricos do Círculo Bakhtiniano, a interação é a própria concepção de linguagem e constitui a realidade fundamental da língua, pois é por meio da interação verbal que o enunciado se concretiza. O autor russo afirma que todo discurso produzido pelo ser humano é uma rede complexa de inter-relações dialógicas com outros enunciados já existentes, e de que o enunciado não existe fora de um contexto de produção.

Para o autor, o diálogo é uma interação verbal que se dá entre indivíduos sócio-historicamente constituídos, ocasionando uma influência mútua em ambos por meio da linguagem, visto que por meio da linguagem, o sujeito se relaciona com o outro se constituindo como sujeito histórico e social.

Bakhtin (2003) apresenta ainda, a caracterização dos enunciados por meio do conceito de gêneros do discurso, que se constitui e reflete as condições específicas e a finalidade das esferas das atividades humana. O seu conteúdo

temático, estilo e construção composicional são elementos constitutivos dos gêneros e dos seus enunciados.

Os gêneros, que são “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.262), materializam formas de mediação entre o locutor e interlocutor, o qual acaba por tomar uma atitude responsiva ativa diante do enunciado/gênero visto/lido. Sendo assim, acabam por estabelecer relações socioculturais. Segundo estudiosos da teoria bakhtiniana, os enunciados individuais materializam uma situação de interação e se movimentam em direção a uma regularidade, surgindo o gênero:

[...] essa relativa estabilidade acontece por meio de seu uso em interações concretas semelhantes, que se dão nas diferentes esferas da atividade humana. [...] onde surge uma nova situação social de interação, surge também um novo gênero. Uma vez constituídos, os gêneros carregam em si, ao mesmo tempo, uma relativa estabilidade e um caráter flexível e plástico, além de regularem os novos enunciados dessa situação social de interação (SILVEIRA; ROHLING; RODRIGUES, 2012, p.49).

Para o autor russo, o enunciado não existe fora de um contexto de produção específico, porque ele é a unidade real e concreta da comunicação discursiva entre os interlocutores de uma dada situação de interação. Seus estudos permitem perceber que a formulação de um enunciado está relacionada às condições de produção, que por sua vez, estão ligadas a um determinado contexto dialógico social, ou seja, o locutor diz alguma coisa para seu interlocutor com base em uma determinada situação e com objetivos sócio-discursivos determinados.

Bakhtin (2003) afirma que os enunciados refletem ideologicamente os campos ou as esferas sociodiscursivas nas quais estão instaurados, ou seja, cada esfera social produz seu próprio tipo de enunciado, fazendo com que este tenha marcas, características de sua esfera de origem.

Hila (2009), ao explicar a teoria bakhtiniana, afirma que essas esferas se dividem em duas:

[...] as esferas do cotidiano (familiares, pessoais, de pequenos grupos), nas quais circulam a ideologia do cotidiano e as esferas dos sistemas ideológicos constituídos (como é o caso da Religião, da Ciência, da Arte, da Política, etc). Essas esferas instituem os lugares dos parceiros da enunciação, os temas (o que pode ser dito ou não), as finalidades ou intenções (HILA, 2009, p 12).

Para Bakhtin (2003), os gêneros são tipos relativamente estáveis de enunciados e possuem infinitas variedades, tanto quanto são inesgotáveis as atividades humanas. Assim, a variedade dos gêneros do discurso pressupõe a variedade de escopos intencionais daquele que fala e escreve. 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, necessidades de uma temática, do conjunto constituído de parceiros etc. Dessa maneira, não é o texto que se encaixa no gênero, mas o gênero é o ponto de partida, está na base do projeto discursivo.

Segundo Bakhtin (2003, p.272), “o enunciado é a real unidade da comunicação discursiva” e “é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados”. Ele é a unidade real e concreta de uma determinada situação de comunicação/interação entre os interlocutores, visto que e nele que o discurso irá se materializar, podendo ser verbal oral ou verbal escrito. Ainda de acordo com o russo, “aprender a fala significa aprender a construir enunciados (porque falamos por meio de enunciados e não por orações isoladas e, evidentemente, não por palavras isoladas)”(BAKHTIN, 2003, p.283).

No centro da concepção de enunciado concreto está a dialogia e o pressuposto de que este só se realiza na interação verbal, tendo em seu princípio constitutivo a contraposição eu/outro, conforme podemos constatar nas três particularidades que Bakhtin (2003) aponta como determinantes do enunciado concreto: a alternância dos sujeitos da comunicação; o acabamento específico do enunciado; a relação do enunciado com o enunciador e com os outros parceiros da comunicação.

Em relação à alternância dos sujeitos da comunicação explica que ela se dá tanto entre interlocutores numa relação face a face, conforme ocorre numa conversa cotidiana, como também se dá no interior do enunciado por meio da disseminação

dos discursos dos outros parceiros da comunicação verbal. Bakhtin afirma que a alternância dos sujeitos se dá por meio do postulado de réplica, pois sem esta não se tem um enunciado concreto, logo, esta é a característica que distingue o enunciado como a unidade da comunicação verbal. A réplica se dá em função de uma posição definida que o enunciado ocupa numa dada esfera/campo da comunicação verbal, relativa a uma dada questão, e ao assumir essa posição, o sujeito acaba por manifestar sua visão de mundo e o seu estilo relacionado com outras posições.

Essas réplicas, chamadas de reações-respostas a enunciados anteriores (e também aos pressupostos) se dão em diferentes tons: de confirmação, de complementação, de recusa, etc., estando em um diálogo permanente. Sendo assim, a alternância dialógica é que determina o acabamento específico, e este será determinado por três fatores: o tratamento exaustivo do tema, o intuito discursivo do locutor e as formas composicionais relativamente estáveis do todo, que serão definidos em função do gênero e da esfera da comunicação em que circulam.

A relação do enunciado com o enunciador e com os outros parceiros da comunicação verbal são determinantes na composição do enunciado para Bakhtin (2003). O autor mostra que a composição e o estilo do enunciado não são determinados somente pela relação de valor do enunciador com o elemento semântico do seu discurso e com o sistema linguístico, ou seja, para determinar o estilo não se considera somente a visão de mundo do enunciador e seus juízos de valor e emoção, nem o objeto de sentido do discurso e os recursos linguísticos utilizados, mas também, deve-se levar em conta a relação do enunciador com os enunciados dos outros parceiros da comunicação verbal.

A concepção dialógica da linguagem proposta por Bakhtin pressupõe o outro como constitutivo do discurso e, portanto, a heterogeneidade como constitutiva da linguagem, uma vez que “[...] Cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003, p.297).

Logo, qualquer análise que envolva os gêneros discursivos não pode proceder da análise das condições de produção ou contexto de produção incluindo-se a esfera comunicativa, os papéis sociais dos interlocutores, a finalidade ou

vontade enunciativa, o tratamento dado ao tema (o que dizer) e o gênero discursivo (como dizer).

Sendo assim, os enunciados produzidos refletem as condições específicas e os objetivos de cada uma das esferas, não somente por seu conteúdo, seu estilo verbal, isto é, pela seleção operada nos recursos da língua (recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais), mas também, e principalmente, por sua construção composicional.

Essa formulação veicula um aspecto central da teoria do gênero do discurso segundo a visão bakhtiniana, a de que os gêneros possuem três dimensões constitutivas: conteúdo temático ou aspecto temático – objetos, sentidos, conteúdos, gerados numa esfera discursiva com suas realidades socioculturais; estilo ou aspecto expressivo – seleção lexical, frasal, gramatical, formas de dizer que têm sua compreensão determinada pelo gênero; e por fim, a construção composicional ou aspecto formal do texto – procedimentos, relações, organização, participações que se referem à estruturação e acabamento do texto, levando em conta os participantes.

Os gêneros estão sempre ligados a algum tema e a um estilo, com uma composição própria, e com eles operamos de modo inevitável e incontornável, desde que usemos a língua:

Esses gêneros do discurso nos são dados quase como nos é dada a língua materna, que dominamos com facilidade antes mesmo que lhe estudemos a gramática [...] Aprender a falar é aprender a estruturar enunciados [...] Os gêneros do discurso organizam nossa fala da mesma maneira que a organizam as formas gramaticais. [...] Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível (BAKHTIN, 2003, p.301-302).

Bakhtin (2003) afirma que os gêneros discursivos não são criados a cada situação de interação pelos falantes, mas herdados de modo social e histórico, podendo ser mais preservados e/ou transformados e renovados.

Como visto, Bakhtin (2003) ao se referir a gênero mostra três elementos que o constituem: conteúdo temático, estilo e construção composicional. O conteúdo temático corresponde ao conjunto de temáticas que podem ser abordadas sócio-historicamente por um determinado gênero, não sendo só o assunto, mas um leque de temas que podem ser tratados em um dado gênero. Basicamente é aquilo que dizemos/escrevemos nas situações comunicativas em uma esfera social. É o tema do qual se trata o gênero, por exemplo, o artigo de opinião vai tratar de temas polêmicos da atualidade.

A construção composicional diz respeito à estruturação geral interna do enunciado, e o estilo, por sua vez, corresponde à seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais feita pelo enunciador. A respeito do estilo, podemos observar que alguns gêneros, como os literários, são mais abertos para que a pessoa que o escreve marque a sua individualidade no texto, mas nem todos os gêneros possibilitam esta reflexão da individualidade do falante (BAKHTIN, 2003), ou seja, eles são caracterizados de acordo com o estilo do gênero e não de quem o escreve.

1.5 GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

De acordo com Bakhtin (2003, p. 261), o enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma das esferas de atividade humana, não só por seu conteúdo (temático), por seu estilo, pela seleção operada nos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais – mas, sobretudo, por sua construção composicional. A perspectiva abordada aqui pelo autor traz à tona a necessidade de se ter conhecimento sobre os gêneros discursivos não só nos seus aspectos linguísticos como também na sua composição e contexto de produção para que ele possa participar ativamente dos processos sócio-históricos em que está inserido.

De acordo com o autor, a riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade 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.

As condições de produção (ou situação de comunicação) de um anúncio publicitário devem levar em consideração a identidade do interlocutor feita pelo locutor, a maneira de conceber e apresentar o referente, a finalidade do discurso, as características do plano de expressão e a natureza do interdiscurso.

O gênero anúncio publicitário sempre esteve presente em todos os níveis de entendimento humano e a serviço de interesses revelados ou não revelados. Ele cumpre com muita eficiência os seus objetivos propostos, sendo utilizado para vender ideias e/ou produtos ou provocar ações, e tem se tornado um poderoso mecanismo de dominação desde o seu surgimento.

As situações de comunicação presentes no contexto dos anúncios publicitários buscam causar no destinatário algum tipo de reação: uma reação que, em alguns casos, o leva a comprar/utilizar o produto/serviço oferecido por ele. Quando se cria uma publicidade, já se tem uma ideia do alvo a ser atingido, buscase, obviamente, atingir esse alvo através do enunciado que será apresentado. O anúncio publicitário tem diferentes interpretações, detalhes que chamam mais atenção de um leitor que de outro, de acordo com a vivência individual. Sabe-se que o alvo do anúncio é o consumidor.

O primeiro conceito de anúncio publicitário nos leva ao “ato de divulgar, de tornar público” (PINHO, 1990, p. 16). Ainda de acordo com este autor, os anúncios publicitários se dividem em dois: publicidade e propaganda. Para o autor, a publicidade pode ser classificada em:

- Publicidade de produto: divulga o produto, com o objetivo de levar o consumidor a conhecer e a comprar o produto.
- Publicidade de serviços: divulga serviços prestados por bancos, financiadoras e empresas seguradoras.
- Publicidade de varejo: divulga produtos comercializados por varejistas. Também chamada de publicidade comercial.
- Publicidade comparativa: divulga um produto e compara-o com o produto de outros concorrentes.
- Publicidade cooperativa: divulga um mesmo produto a partir da união de lojistas que vendem um determinado produto.

- Publicidade industrial: divulga não apenas o produto, mas influencia os custos do seu processo de venda.
- Publicidade de promoção: apoia às ações de promoção de vendas por mídias de grande alcance, como rádio, televisão, cinema, jornal, revista e outdoor (PINHO,1990, p. 18-19)

Assim como a publicidade, a propaganda também possui a sua classificação (PINHO, 1990, p. 22-24):

- Propaganda ideológica: modalidade em que o processo de persuasão é desenvolvido de forma mais global e ampla do que os outros tipos. Sua função básica está na difusão de uma determinada ideologia.
- Propaganda política: divulgação permanente de ideologias políticas, programas e filosofias partidárias.
- Propaganda eleitoral: modalidade com utilização ocasional que tem por objetivo a conquista de votos para candidato a cargo eletivo.
- Propaganda governamental: divulgação cuja função é trabalhar a imagem de um determinado governo junto à opinião pública.
- Propaganda institucional (ou de relações públicas): sua função é a de vender a imagem de uma empresa, e não um produto ou serviço específico que essa empresa ofereça.
- Propaganda corporativa: designa a propaganda institucional cujo foco está na divulgação das políticas, funções e normas de uma companhia ao público.
- Propaganda legal: consiste na publicação obrigatória dos balanços, atas de convocação e editais de empresas de sociedade anônima, de capital aberto ou não.
- Propaganda religiosa: divulgação da fé religiosa e as ações praticadas nas igrejas (campanhas, movimentos etc.).
- Propaganda social: engloba as campanhas cujo foco remete a causas sociais, como o desemprego, as drogas, a educação, as doenças sexualmente transmissíveis, entre outras.

Sendo assim, podemos perceber que publicidade e propaganda estão relacionadas intimamente, e mesmo com algumas diferenças, a finalidade das duas é a mesma, de persuadir o interlocutor.

Dentre as principais características da linguagem dos anúncios publicitários, está o objetivo de torná-lo atraente a ponto de persuadir e convencer determinados tipos de interlocutores sobre a relevância de se adquirir determinados produtos ou serviços e levá-los a uma ação.

Toda publicidade é fato comunicativo que reflete ideologias da fonte a serem transmitidas a determinados receptores. Para que isso aconteça satisfatoriamente, ela segue modelos informacionais da Linguística e da Semiologia que orientam na escolha e organização de sistemas de signos codificadores das mensagens. (MARTINS, 1997, p. 17).

Logo, é por meio do uso de técnicas persuasivas que os anúncios publicitários influenciam o comportamento de compradores potenciais, fazendo uso da argumentação retórica e da estética, persuadindo por meio de recursos subjetivos e emotivos. Portanto, a finalidade do gênero anúncio publicitário é a de persuadir, ou seja, o locutor (quem anuncia) tem o objetivo de convencer o seu interlocutor (quem irá comprar/consumir/utilizar) sobre a boa qualidade de um determinado produto/serviço, logo, quanto mais criativo e objetivo for o anúncio, mais há a possibilidade de aceitação. Para isso, é importante conhecer o público-alvo, fator decisivo perante a elaboração das estratégias a serem aplicadas.

Como vimos à publicidade não é feita somente com o objetivo de divulgar e vender um produto material, mas também surge o objetivo a partir dos fatos sociais e se configura como a “venda” de uma mensagem cultural. Não é suficiente pensar o gênero anúncio publicitário somente com o objetivo de compra e venda de algo físico, mais que isso, é a partir das questões sociais e dos pressupostos culturais é construída a interação entre enunciador e destinatário, promovendo o entendimento no discurso.

Portanto, de acordo com Cristovão; Nascimento (2004), temos dois tipos de anúncios publicitários: o anúncio publicitário social e o anúncio publicitário comercial. O anúncio publicitário social tem como foco os interesses não comerciais, tratando de questões e iniciativas de interesse público, ou seja, é um discurso promocional destinado a criar uma imagem, aumentar a reputação, incentivar boa vontade, ou

defender uma ideia ou a filosofia de uma organização, em vez de promover vendas, já o anúncio publicitário comercial tem como objetivo a venda em si de um produto e/ou serviço. Ambos circulam nas esferas de comunicação publicitária e midiáticas, utilizando como suportes de circulação revistas, jornais, outdoors, rádio, televisão, etc.

Seguindo a teoria bakhtiniana, é possível buscar as características discursivas presentes nas publicidades da mídia impressa, levando-se em conta a grande evolução tecnológica que ocorre na sociedade moderna, o que possibilita uma reflexão sobre os enunciados ali veiculados. É importante destacar as vozes que se apresentam nas publicidades e relacioná-las com as questões de identidade e de cultura, e assim, com os variados discursos que compõem as diversas esferas de atividades que nos cercam.

De acordo com a concepção de gênero de Bahktin (2003), podemos afirmar que a maior parte dos anúncios publicitários têm sua estrutura composicional formada por título, imagem, texto verbal, marca ou logomarca e slogan.

O título é a mensagem grafada em letras maiores e sua função é fazer com que o interlocutor do anúncio pare para entender o sentido da imagem por ele delimitada e prossiga a leitura para conhecer o produto a ser propagado. Gonzáles (2003, p18) afirma que “um bom título deve ter duas qualidades: ser conciso - ter no máximo de cinco a sete palavras gramaticais, verbos, substantivos, adjetivos - e ser positivo - abordar aspectos eufóricos e agradáveis”.

A imagem é a ilustração que, na maioria das vezes, compõe o anúncio, visto que é ela quem atribui vida, atraindo a atenção do consumidor para o texto publicitário e, conseqüentemente, despertando o desejo pelo produto/serviço oferecido. O texto verbal é a argumentação verbal que aparece logo abaixo da imagem do anúncio, e de acordo com Gonzales (2003, p.21), visa informar sobre o produto, o serviço ou ideia que está divulgando e também persuadir o leitor.

A marca vai representar o símbolo de uma organização e deve possuir um produto ou serviço tão bom quanto o produto que representa. Animadas,

inanimadas, orgânicas, geométricas, são letras ideogramas, monogramas, cores; seu fim não é ilustrar, é indicar, não representam, sugerem.

De acordo com Gonzales (2003, p.2), o slogan, "foi usado de inicialmente em exércitos, depois por pregoeiros ambulantes, em legendas e insígnias, até chegar aos anúncios de jornais, revistas e outdoors", com frases concisas, marcantes, geralmente, incisiva, atraente, de fácil percepção e memorização, que apregoa as qualidades e a superioridade de um produto, serviço ou ideia. O slogan no anúncio publicitário aparece logo abaixo da marca do anúncio, repetindo as informações dadas ao produto ou a instituição no texto do anúncio.

O conteúdo de um anúncio traz com detalhes as informações sobre o produto que está sendo ofertado, com uma linguagem sedutora e persuasiva, direcionada a um interlocutor específico, ou seja, o público - alvo que deseja atingir. Desse modo, o estilo do anúncio publicitário vai variar e depender do seu interlocutor específico/o público - alvo almejado.

Para Gonçalves (2006), a publicidade está relacionada com a sociedade, com a época e com as questões ideológicas, "também recorta a realidade e enfatiza aspectos que revelam o mundo que se quer "vender" ou o ponto de vista que se deseja construir" (Gonçalves, 2006: 14).

A linguagem utilizada na publicidade pode ser considerada uma linguagem social, que se encontra interligada ao consumo e ao capitalismo, buscando persuadir o destinatário. O autor chama a atenção para as novas possibilidades na linguagem publicitária, graças às modernas tecnologias que contribuem para a elaboração de publicidades que despertam verdadeiro fascínio em seu público.

Um dos recursos verbais muito usado para persuadir, estimular, induzir, convencer o interlocutor, é o modo verbal imperativo, que soa como uma ordem inconsciente. Diante de tal finalidade discursiva, a linguagem, necessariamente, precisa não somente ser clara e objetiva, mas também, bastante atrativa. Para tanto, torna-se indispensável o predomínio de uma linguagem não verbal, uma vez que imagens tendem a ser mais chamativas e, conseqüentemente, contribuem para a concretização dos objetivos propostos.

Um aspecto bastante utilizado são os recursos estilísticos voltados para a conotação, ou seja, passíveis de múltiplas interpretações. Assim, metáforas, comparações, hipérboles, dentre outras, são indispensáveis.

Desta forma, este gênero utiliza elementos linguísticos como frases curtas e concisas; palavras-chave carregadas de significação; adjetivos; verbos; advérbios; imperativo; elipses; linguagem figurada e outros. Além destes recursos, podem ser usados também modismos, gírias, regionalismos e neologismos, de acordo com o contexto vivenciado pelo anúncio que está sendo elaborado. Podemos dizer que o anúncio publicitário se caracteriza como um promotor de pesquisas e de avanços científicos.

Para a realização de um enunciado na publicidade é necessário perpassar vários outros enunciados já realizados antes. É importante um conhecimento de mundo e das situações histórico-sociais para compreender o que está sendo dito no anúncio. A partir desse texto espera-se a resposta ativamente responsiva do interlocutor, o qual já é imaginado pelo enunciador, levando-se em conta a posição social, as relações pessoais, determinada época em que se insere, e outros fatores relevantes para se construir o discurso.

Conhecer os aspectos que dizem respeito aos anúncios publicitários, os quais são “apreciação valorativa do agente produtor a respeito do tema dos destinatários, das relações sociais, institucionais e interpessoais da parceria locutor-interlocutor na instância social” (CRISTOVÃO; NASCIMENTO, 2004, p.22), proporciona aos sujeitos estarem aptos a discutir sobre os problemas sociais diversos.

Tal discussão serve para ampliar os saberes dos sujeitos, não se alienando ou se deixando manipular pelos mais diferentes meios de comunicação, traduzindo os mais diferentes objetos para que haja uma interação social do sujeito com o seu meio a fim de transformá-lo. A seguir, passamos ao capítulo 2 de nosso trabalho, cujo foco é a apresentação da metodologia utilizada.

2 METODOLOGIA

Uma pesquisa, ao ser considerada como um conjunto de ações que são determinadas com o propósito de se investigar, analisar e avaliar uma determinada questão ou problema em uma dada área do conhecimento, deve se basear em uma metodologia, na qual o pesquisador seja capaz de expor os materiais e métodos que foram utilizados com o objetivo de se obter um resultado.

No caso de pesquisa em educação, há várias modalidades de pesquisa que podem auxiliar a melhor compreensão de como se dá o processo de ensino aprendizagem em sala de aula, levando pesquisadores e professores à produção de conhecimentos relevantes tanto para o contexto acadêmico como para o contexto da prática. O método de pesquisa a ser escolhido irá depender do objeto ou questão a ser estudada.

Por exemplo, se o professor desejar saber a frequência de visitas dos pais à escola dentro dos vários períodos do ano letivo, provavelmente, terá que utilizar métodos quantitativos, tais como análise estatística e fatorial, de covariação, etc. Se ele desejar entender a relação do aluno com a leitura, será mais apropriado utilizar métodos qualitativos de investigação (TELLES, 2002, p.101).

A nossa pesquisa se caracteriza como pesquisa de natureza documental, visto que parte de uma amostra específica, unidades de material didático, e também utilizaremos alguns princípios da pesquisa ação, isto porque o foco do nosso estudo é o processo de ensino aprendizagem em sala de aula, tendo em vista a elaboração de uma proposta pedagógica de leitura com o gênero anúncio publicitário.

Colocando-nos, então, no papel de professor pesquisador, apresentamos, neste capítulo, a metodologia que orientou nossa pesquisa, a qual partiu de um problema no processo de ensino-aprendizagem de Língua Portuguesa, que nos levou a revisar teorias para ressignificar nossa prática docente. Neste capítulo, primeiramente, discorreremos brevemente sobre a Linguística Aplicada (LA) e seu percurso histórico como pressuposto teórico-metodológico orientador, bem como sobre algumas características da pesquisa de natureza documental e da pesquisa-ação.

2.1 PERCURSO HISTÓRICO DA LINGUÍSTICA APLICADA

Moita Lopes (1994, p.329) discute sobre pesquisa em Linguística Aplicada – LA, e como esta contribui para sua definição, estabelecendo a LA como área de investigação, visto que, de acordo com o autor, muitas pesquisas que são feitas e produzidas no nosso país, sob o rótulo de LA, ignoram as tradições de pesquisa nas quais se inserem, não se tratando apenas de demarcar áreas de investigação, mas também de refinar as maneiras pelas quais se realizam as pesquisas nesse campo.

Compreendemos a LA, conforme Moita Lopes (1994), como sendo uma área de investigação aplicada, interdisciplinar, cujo foco relaciona-se ao uso de linguagem em sala de aula. Portanto, priorizar a LA para esta pesquisa significa partir de uma situação real na qual, nós, professores de Língua Portuguesa, estamos inseridos e sentimos a necessidade de novas práticas pedagógicas que partam da língua em uso e da interação social para a construção de significados.

Ao pesquisador em LA, ainda de acordo com Moita Lopes (1994, p.329), cabe a discussão de como acontece e se dá a produção de conhecimento nessa área, de forma a definir suas formas de investigação. Sendo assim, se faz necessário que o pesquisador desenvolva um metac conhecimento sobre seu procedimento de investigação, auxiliando, assim, no processo de desenvolvimento de sua área investigativa. Por exemplo, a teoria dos gêneros discursivos adotada por nós, sob um viés bakhtiniano, é que orienta a nossa prática, ao pensarmos em uma proposta de ensino de leitura com o gênero anúncio publicitário. Ao elaborarmos nossa proposta, voltamos à teoria para analisar sua eficácia (ou não) para a prática docente.

A LA surgiu pelo fato de que era necessário trazer para sala de aula os avanços da própria Linguística, ficando subordinada à Linguística Teórica, vista principalmente, como uma ponte entre a Linguística e a prática de ensino de línguas. Os primeiros linguistas aplicados focaram em aplicar teorias linguísticas, no entanto, nos dias atuais, eles remodelaram a LA, buscando defini-la como um campo próprio de pesquisa e de teorização.

A LA se constituiu como área de investigação no campo do ensino aprendizagem de línguas, na década de 40, nos Estados Unidos, e durante o decorrer da segunda Guerra Mundial e após o seu término, é que a teoria foi aplicada na prática sendo vista como responsável pela didatização dos avanços das teorias linguísticas para as salas de aula. Sendo assim, podemos concluir que sua construção como ciência começou na área de ensino e aprendizagem de línguas.

Como visto, no início, a LA foi entendida como subárea da Linguística, tendo como foco somente o ensino e aprendizagem de línguas, sendo considerada consumidora e não produtora de teorias. Dessa forma, foi concebida como área de aplicação da ciência do século XX, a Linguística, detentora, entre as ciências sociais, de um grande privilégio por conta de estudar cientificamente as línguas, vistas como objetos de preocupação para todas as áreas, devido ao fato de que as línguas servem para a comunicação e que são elas que aproximavam ou distanciavam indivíduos, conhecimentos, ideologias, etc.

Os livros acadêmicos sobre LA vinham divididos em três partes, a primeira trazia a Linguística Teórica; a segunda, a aplicação primária de teorias linguísticas; e a terceira, as técnicas para fazer LA ao ensino de línguas.

No Brasil, a Linguística Aplicada tem uma história recente, com início nas décadas de 70 e 80, momento em que a disciplina se disseminou principalmente por meio dos programas de pós-graduação e associações criadas visando o intercâmbio de pesquisa docente.

Atualmente, de acordo com Celani (1998, p.20), a LA é considerada como área interdisciplinar, empenhada na solução de problemas humanos que derivam dos vários usos da linguagem. Logo, a LA tem como objetivo examinar e propor, discutindo teórica e empiricamente o uso real da linguagem vista no meio social em diversos contextos, privilegiando questões em que a língua assume o papel central nas demandas sociais nas quais o homem está como interlocutor.

Ainda de acordo com Celani (1998, p.136), as linhas de pesquisa que predominam a LA na atualidade são:

- interação em contextos institucionais e informais, incluindo-se neste caso contextos específicos tais como, negócios, sala de aula, médico/paciente, análise crítica do discurso;
- interação em aprendizagem, incluindo letramento, aprendizagem de segunda língua, interações transculturais e intraculturais em contexto pedagógico. O foco das pesquisas é sociocultural, discursivo e psicológico;
- aquisição e desenvolvimento da linguagem (materna e estrangeira) e ensino de língua, incluindo aquisição e desenvolvimento de escrita, leitura, habilidade oral;
- tradução, do ponto de vista da teoria, da prática e do ensino.

Como se sabe, não é só no ambiente escolar que há interações humanas e não é somente nas aulas de línguas que fazemos uso da linguagem. Sendo assim, são diversos os contextos e os usuários, fazendo com que o campo de estudo da LA seja vasto e abrangente. Logo, Celani (1998) afirma que uma visão pluri/multi/interdisciplinar da LA poderia ser representada por uma integração com muitas outras áreas, tais como:



Figura nº1: Integração da LA com várias disciplinas

Fonte: CELANI, 1998, p.118.

De acordo com essa visão multidisciplinar, Moita Lopes (1994, p. 114) afirma que:

O linguista aplicado, partindo de um problema com o qual as pessoas se deparam ao usar a linguagem na prática social e em um contexto de ação, procura subsídios em várias disciplinas que possam iluminar teoricamente a questão em jogo, ou seja, que possam ajudar a esclarecê-la.

Vale ressaltar que, de acordo com o tema e o objetivo da pesquisa em LA, a interdisciplinaridade pode ser menor ou maior com algumas das áreas específicas. Exemplo: as pesquisas relacionadas aos problemas de ensino-aprendizagem com foco nos aspectos de interação professor-aluno irão utilizar as teorias da Psicologia e da Educação; as pesquisas sobre a aprendizagem de uma determinada língua, com ênfase nas dificuldades gramaticais específicas, irão utilizar teorias linguísticas; as pesquisas sobre a caracterização de gêneros discursivos da esfera jornalística e/ou publicitária utilizará das teorias sobre Comunicação Social; etc.

Como podemos ver, a contribuição da LA foi e é muito importante para o ensino de línguas, mas ela não se restringe somente ao ensino. Moita Lopes (1994, p. 123) afirma que “Há uma preocupação cada vez maior em LA com a investigação de problemas de uso da linguagem em contextos de ação ou em contextos institucionais, ou seja, há um interesse pelo estudo das pessoas no mundo”.

Sendo assim, a investigação teórica e empírica de problemas reais em que a língua assume o papel central se torna o ponto central de estudo da LA, podendo se desdobrar em várias outras áreas, incluindo o ensino e aprendizagem de línguas, mas não somente para isso nem mesmo privilegiando essa área.

Em relação a nossa pesquisa, por partimos de uma análise do material didático obrigatório, adotado nas escolas estaduais do estado de São Paulo, nos é

permitido afirmar que o presente estudo insere-se no paradigma da pesquisa do tipo documental. Por esse motivo, adiante passamos a detalhar esse tipo de pesquisa.

2.2 PESQUISA DOCUMENTAL

Os documentos representam uma rica fonte de dados, logo a pesquisa documental pode ser definida como sendo aquela que busca um exame de materiais que ainda não foram observados de forma analítica, buscando novas interpretações ou mesmo interpretações complementares. De acordo com Gunther (2006) “a análise de documentos é a variante mais antiga para realizar pesquisa, especialmente no que diz respeito à revisão de literatura” (p. 205).

Sendo uma técnica decisiva para a pesquisa em ciências sociais e humanas, a Análise Documental é indispensável porque as maiores partes das fontes escritas são quase sempre a base do trabalho de investigação, ou seja, são aquelas realizadas com base em documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos.

A pesquisa documental é realizada em fontes como livros, cartas, fotografias, atas, relatórios, obras originais de qualquer natureza (pintura, escultura, desenho, etc.), diários, discursos, mapas, testamentos, inventários, informativos, depoimentos orais e escritos, certidões etc.

No trabalho com a pesquisa documental deve-se compreender que documento inclui:

- Materiais escritos (jornais, revistas, diários, obras literárias, científicas e técnicas, cartas, memorandos e relatórios);
- Materiais estatísticos;
- Elementos iconográficos (sinais, grafismos, imagens, fotografias e filmes).

De acordo com Godoy (1995, p.22), os documentos podem também ser classificados como primários, que são aqueles produzidos por pessoas que

vivenciaram diretamente o evento que está sendo estudado, ou secundário, quando coletados por pessoas que não estavam presentes por ocasião de sua ocorrência.

A pesquisa documental, enquanto método de investigação da realidade social, não traz uma única concepção filosófica de pesquisa, podendo tanto ser utilizada nas abordagens de natureza positivista como também nas de caráter qualitativo, que tenham um enfoque mais crítico.

Esse tipo de pesquisa toma forma de acordo com o referencial teórico do pesquisador, pois não só os documentos escolhidos, mas a análise deles deve responder às questões da pesquisa, exigindo do pesquisador uma capacidade reflexiva e criativa, tanto na forma como compreende o problema, como nas relações que consegue estabelecer entre este e seu contexto, no modo como elabora suas conclusões e como as comunica.

Nesse sentido, realizamos a investigação documental do “Caderno do Professor” da 7ª série/8º ano do Ensino Fundamental, de Língua Portuguesa, material didático obrigatório adotado na rede estadual de ensino do estado de São Paulo. De modo particular, focalizamos somente as unidades didáticas “Situação de Aprendizagem 7” e Situação de Aprendizagem 8”, as quais abordam o gênero anúncio publicitário.

Foram escolhidas essas duas “Situações de Aprendizagem”, pois as mesmas abordam quase que em sua totalidade o tema anúncio publicitário, por apresentarem uma abordagem pobre em exemplares de textos e por causa das muitas lacunas encontradas, que serão explicadas mais a frente.

Na próxima seção, dedicamo-nos também a apresentar algumas características da pesquisa-ação. Colocamo-nos como inseridos no contexto da pesquisa por um longo tempo, uma vez que atuamos na secretaria da Educação do Estado de São Paulo há mais de seis anos.

Nesse contexto, levantamos o problema e propomo-nos a apresentar uma proposta pedagógica de leitura com o gênero anúncio publicitário ressignificada. Logo, consideramos que para o desenvolvimento de nossa investigação adotamos parcialmente alguns princípios da pesquisa-ação, como veremos a seguir.

2.3 PESQUISA-AÇÃO

Partindo da proposta de intervenção que este programa de pós-graduação profissional propõe, tendo como finalidade refletir sobre questões que possam contribuir com a formação profissional e a construção real do aprendizado, nossa investigação se articula com alguns princípios e características da pesquisa-ação, pois mesmo que a nossa proposta de intervenção não seja aplicada ainda em sala de aula, ela não deixa de ter sua base em um contexto educacional e realidade específicos, de experiências de aprendizado reais e vividas em sala de aula.

Para Thiollent (1986, p.14), a pesquisa-ação é um tipo de pesquisa com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

No que se refere à organização da pesquisa-ação, Thiollent (1996) considera três fases fundamentais: a de planejamento, que envolve o conhecimento e reconhecimento da situação; a de ação, cujos resultados devem ser incorporados na fase seguinte; a de retomada do planejamento e assim sucessivamente. Dessa forma, por meio dessas três fases as ações tornam-se cada vez mais ajustadas às necessidades coletivas.

Dessa maneira, planejamos redimensionar nossa prática docente por meio de estudos teórico-metodológicos sobre os gêneros discursivos, focalizando o gênero anúncio publicitário e também aspectos do processo da leitura com esse gênero.

Como professora participante do Mestrado Profissional em rede nacional – PROFLETRAS – uma das condições para participar do processo de seleção era ser professor regente do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental. Coordenando-se com os pressupostos da pesquisa-ação, fazemos parte do quadro pedagógico da escola alvo de nossa investigação, pertencente à rede pública do estado de São Paulo (adiante descrevemos esse contexto educacional).

Nesses anos de trabalho com o Ensino Fundamental, foi nos possível ver na prática como o material didático utilizado em sala de aula, fornecido e elaborado pela Secretaria da Educação do estado de São Paulo, deixa várias lacunas a serem preenchidas.

Sabemos que em nosso trabalho não são realizados todos os passos metodológicos da pesquisa-ação, visto que a aplicação da proposta de intervenção pedagógica não foi aplicada em sala de aula. No entanto, utilizamos alguns de seus princípios, podendo descrever nossos passos metodológicos da seguinte forma:

- Em primeiro lugar, partimos das inquietações e dúvidas vivenciadas como professora de Língua Portuguesa na escola rural E.E. Fazenda São Bento, localizada no centro dos assentamentos do município de Mirante do Paranapanema/São Paulo, na qual foi possível verificar que o ensino e trabalho de leitura nas aulas de Língua Portuguesa se baseiam de um modo geral, somente no material didático oferecido pela secretaria da educação do Estado de São Paulo, o que acaba por deixar várias lacunas, que muitas vezes não são preenchidas, causando assim, prejuízos ao processo de ensino-aprendizagem dos alunos.
- Em segundo lugar, buscamos redimensionar nossa prática docente através de estudos teóricos metodológicos sobre a prática discursiva e os gêneros discursivos, com foco no gênero discursivo anúncio publicitário;
- Em terceiro lugar, fizemos uma breve apresentação e análise do material didático de uso obrigatório nas escolas estaduais do Estado de São Paulo;
- Em quarto lugar, fizemos o planejamento e a elaboração de uma proposta de intervenção pedagógica de leitura do gênero discursivo anúncio publicitário, para ser aplicada na 7ª série/8º ano do ensino fundamental, levando em consideração o contexto histórico/cultural/social em que os alunos desta série e da escola em que atuamos estão inseridos

A seguir, apresentaremos a caracterização histórica da escola em que atuamos como professora de Língua Portuguesa.

2.4 CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICA DA ESCOLA

A E.E. Fazenda São Bento foi criada conf. Dec. 40.824 de 10/05/96 (D.O de 11/05/96) e instalada conf. Res. SE – 75 de 11/06/97 (D.O de 12/06/97). Localiza-se no Bairro Engenheiro Veras, Zona Rural, do município de Mirante do Paranapanema e fica a 23 quilômetros da sede do município. A sua criação deve-se ao empenho do Excelentíssimo Senhor Governador do Estado, Dr. Mário Covas, que efetuou uma visita “in loco” nas referidas áreas, definindo a construção desta Unidade Escolar em substituição as escolas emergenciais existentes.

A escola localiza-se em área de assentamentos e atende exclusivamente filhos de assentados que estudam o Ensino Fundamental e Médio das seguintes áreas; King Meat, Canaã, São Bento I, São Bento II, Haroldina, Santa Apolonia, Estrela D’ alva, Santa Clara, Antônio Conselheiro, Paulo Freire, Arco Iris, Santana, Santa Cruz e Alvorada. Nesse contexto, é de extrema importância a existência do transporte escolar para todos os alunos, em um total de sete linhas, a saber: linha 34 (83 alunos), linha 35 (68 alunos), linha 36 (87 alunos), linha 37 (70 alunos), linha 38 (71 alunos), linha 39 (54 alunos) e linha 41 (71 alunos), isso nos três períodos de atendimento, totalizando 514 alunos viajantes.

A religião predominante é a católica seguida da evangélica. O tipo de moradia dos alunos em sua ampla maioria é de alvenaria. Os pais em média, possuem o 1º grau incompleto, muitos são analfabetos, oriundos de diversas partes do Brasil, que se estabeleceram ali por meio dos assentamentos que são frutos das diversas lutas pela terra. São lavradores e sobrevivem da lavoura e da produção de leite e/ou da produção de gado de corte, tendo alguns dos agregados trabalhando na Usina de Cana-de-açúcar e Etanol, Conquista do Pontal (ETH).

A E.E. Fazenda São Bento está localizada num terreno com 8.000 metros quadrados, com área construída de 2.159 metros quadrados, conta com dez salas de aula, uma sala para coordenação, Acesso Escola (11 computadores, mas que,

muitas vezes, não tem acesso a internet devido a falha e dificuldade de sinal por causa da distância), Biblioteca (bom acervo), secretaria, diretoria, vice-diretoria, sala dos professores, cozinha. Possui sanitário masculino e feminino (parte externa) para uso dos alunos e dois internos para professores e funcionários; além de almoxarifado para guardar produtos de limpeza.

Os funcionários e professores em sua maioria, residem na sede do Município e cidades circunvizinhas longe do prédio escolar, somente alguns poucos moram nos lotes próximos à escola. Conta ainda com recursos para registro de informações digitais (computadores, máquinas fotográficas, Scanner, impressoras, projetor de imagens, notebook).

O corpo docente apresenta em sua maioria professores com nível superior completo, e uma minoria com alguma pós-graduação ou cursando uma segunda licenciatura. Conta ainda com concluintes do REDEFOR-2010/2011, dois professores coordenadores, diretor e vice e um professor mediador. Funciona nos três períodos, e nos finais de semana oferece o Projeto “Escola da Família”, com participação da comunidade em geral, que é muito carente.

O projeto pedagógico da escola apresenta a linha pedagógica construtivista, em consonância com o Currículo Básico Oficial do Estado, dando ênfase e valorizando os saberes socialmente adquiridos pelos alunos. Além dos projetos da Secretaria de Estado da Educação, são desenvolvidos projetos elaborados pela própria escola. O processo de seleção de funcionários, professores e gestores são os critérios utilizados pelo estado, ou seja, por meio de concurso público para os funcionários e professores efetivos, lista de classificação para os professores contratados, que levam em consideração o tempo de serviço e nota de processo seletivo e designação para as funções de diretor, vice-diretor, professor mediador e professores coordenadores.

O principal problema que esta escola enfrenta é no âmbito da gestão participativa, pois devido a sua localização rural o acesso somente é possível por meio do transporte contratado exclusivamente para alunos. Desta forma, as reuniões dos colegiados sofrem prejuízos, pois somente são possíveis se os componentes utilizarem de meios de locomoção própria.

Outro problema que verificamos está relacionado à cobrança exigida para a obtenção e manutenção dos programas de remuneração que consideram apenas a frequência dos alunos em detrimento da aprendizagem. Boa parte dos pais não sentem necessidade da frequência dos filhos em atendimentos oferecidos pela escola para os alunos que necessitam de atendimento específico devido à defasagem de aprendizado. E ainda assim, a maioria dos pais que enviam os filhos a este atendimento, não acreditam que isso seja importante para a melhoria do aprendizado destes.

O maior desafio encontrado por esta escola é aumentar a participação e atuação dos colegiados dentro da escola, consecutivamente, aumentar a presença dos pais e/ou responsáveis na vida escolar do aluno, repercutindo na melhoria da aprendizagem de nossos alunos.

A seguir, passamos para uma breve análise do Caderno do Professor, bem como a proposta de leitura de anúncios publicitários veiculada nesse material didático para a 7ª séries/8º ano adotado em nosso contexto educacional, para a partir daí, explicitarmos uma proposta pedagógica de leitura com o gênero em foco.

2.5 O CADERNO DO PROFESSOR

O Caderno do Professor e o Caderno do Aluno (como é chamado o material didático utilizado no estado de São Paulo) foi uma solução encontrada pelo Governo do Estado de São Paulo para facilitar o monitoramento dos pais e professores sobre seus alunos e filhos, com o objetivo de prevenir e corrigir dificuldades, sendo distribuído por meio da Secretaria de Educação do município para estudantes do Ensino Fundamental e Ensino Médio das escolas paulistas desde o ano de 2007.

Por meio do programa "São Paulo Faz Escola", implantado em 2007, todos os alunos e professores da rede estadual recebem o mesmo material didático e seguem o mesmo plano de aula. Além do material entregue aos professores e alunos dos anos finais do Ensino Fundamental e do Ensino Médio da rede estadual, também é possível conferir os cadernos na internet, o que, muitas vezes, traz benefícios pela facilidade de acesso, e, em outras vezes prejuízos, pois é frequente

a cópia das respostas das atividades pelos alunos antes mesmo dessas serem abordadas em sala de aula. A título de amostra, fizemos uma breve análise do caderno do professor 7ª série/8º ano do ensino fundamental de Língua Portuguesa.

Com o Caderno do Aluno, os alunos dos Anos Finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio de todo o estado de São Paulo, seguem o mesmo conteúdo de estudos. A ação auxilia na qualidade do ensino, pois propicia o mesmo nível de aprendizado para todos os alunos da rede estadual paulista. Além do material entregue nas escolas, os estudantes podem acessar os cadernos por meio da Secretaria Digital Escolar.

Os Cadernos do Professor e do Aluno, até o ano de 2014, eram divididos em quatro volumes, um para cada bimestre, sendo que neste ano de 2015, passou a ser dividido em apenas dois volumes. Apesar do Caderno do Aluno ter um material bem elaborado, com questões que levam o aluno a pensar criticamente, existem muitos problemas a serem enfrentados.

O “Programa São Paulo Faz Escola” foi quem produziu e distribuiu os cadernos do aluno e do professor, e tem como objetivo unificar o currículo escolar para todas as mais de cinco mil escolas estaduais, sendo o responsável pela implantação do Currículo Oficial do Estado de São Paulo, formatado em documentos que constituem orientações para o trabalho do professor em sala de aula, visando garantir uma base comum de conhecimento e competências para todos os professores e alunos.

Com este programa, o governo do estado, busca fazer com que professores e alunos dos Anos Finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio recebam o material de apoio, composto pelos cadernos do Professor e do Aluno, que são organizados por disciplina, ano e bimestre, disponibilizando o material para as disciplinas de Língua Portuguesa, Matemática, História, Filosofia, Química, Física, Biologia, Inglês, Geografia, Sociologia, Arte e Educação Física.

Para ajudar o professor, foi criado também pelo programa São Paulo Faz Escola, o Caderno do Professor, que contém todas as atividades presentes no Caderno do Aluno, trazendo ainda orientações didático-pedagógicas que tem como

base o conteúdo do Currículo Oficial do Estado de São Paulo, que pode ser utilizado como complemento à Matriz Curricular.

Tanto o Caderno do Aluno como o Caderno do Professor tem como objetivo de apoiar o docente no planejamento de suas aulas para que explorem em seus alunos as competências e habilidades necessárias que comportam a construção do saber e a apropriação dos conteúdos das disciplinas, além de permitir uma avaliação constante, por parte dos docentes, das práticas metodológicas em sala de aula, objetivando a diversificação do ensino e a melhoria da qualidade do fazer pedagógico.

De um modo geral, os princípios que norteiam esta proposta curricular vêm o currículo como espaço de cultura inserido em uma escola que aprende que tem como eixo de aprendizagem o desenvolvimento de competências, e que prioriza a competência de leitura e de escrita e a articulação das competências para aprender, dentro das quais os conteúdos estão contextualizados no meio social em que o aluno está inserido.

Logo, ao ver o currículo como espaço de cultura, e de acordo com essa proposta, significa articular a cultura e o conhecimento estabelecendo a relação entre o currículo e a vida, buscando favorecer aprendizagens curriculares relevantes para os alunos, ou seja, trazer para a situação de aprendizagem e ensino a expressão da cultura científica, artística e humanista.

O desenvolvimento das habilidades de aprender a aprender, a fazer e a conviver, nesta perspectiva, prevê a continuidade da produção cultural e a manutenção das práticas sociais. A Proposta Curricular prioriza as competências de leitura e escrita por entender que, apenas por meio destas, seria possível concretizar o desenvolvimento das demais competências e deste modo deve ser o objetivo de aprendizagem de todas as disciplinas do currículo ao longo de toda a escolaridade básica, considerando que:

[...] as linguagens são sistemas simbólicos, com os quais recortamos e representamos o que está em nosso exterior, em nosso interior e

na relação entre esses âmbitos; é com eles também que nos comunicamos com os nossos iguais e expressamos nossa articulação com o mundo (FINI, 2008, p.16)

De acordo com a autora, que é uma referencia para a proposta curricular, além de ter participado de sua elaboração, a organização dos conteúdos de Língua Portuguesa para o ciclo II do Ensino Fundamental, privilegia o desenvolvimento das habilidades de leitura, de escrita, do falar, do ouvir e as relacionadas aos aspectos gramaticais da língua para todos os conteúdos prescritos, um em cada aula das cinco semanais previstas.

O objetivo desta organização, de acordo com FINI (2008), é que o aluno aprenda a lidar com textos nas diferentes situações de interação social, ou seja, amplie sua habilidade de:

[...] interagir linguisticamente por meio de textos, nas situações de produção e recepção em que circulam socialmente, que permite a construção de sentidos desenvolvendo a competência discursiva e promovendo o letramento ” (FINI, 2008, p.43).

Esse nível de letramento, de acordo com a Proposta Curricular para Língua Portuguesa, é evidenciado pela variedade de gêneros textuais que os alunos aprendem a reconhecer.

De acordo com Fini (2008), a proposta de leitura presente nos cadernos, é baseada em referencia bibliográfica específica e selecionada, sem ser uma simples reprodução de informações contidas em jornais, revistas, dicionários, etc., visando resultar em descobertas para os alunos. As aulas devem abordar discussões sobre tema, condições de produção, conteúdo temático, estilo e estrutura composicional de um anúncio publicitário, indo desde a sua produção (objetivo, publico alvo, etc.), até sua circulação na mídia e no meio social.

O Caderno do Professor, como dito anteriormente, foi criado com o objetivo de ajudar/auxiliar os mais de 240 mil docentes da rede estadual de ensino de São Paulo no preparo das aulas e no desenvolvimento das atividades com os alunos. Os professores recebem o material em suas unidades escolares, podendo também consultar os cadernos por meio da Intranet e Secretaria Escolar Digital.

Os Cadernos do Professor, de cada disciplina, de acordo com a Secretaria da Educação do Estado - SEE-SP apresentam “situações de aprendizagem para orientar o trabalho do professor no ensino dos conteúdos disciplinares específicos” (FINI, 2008, p.9), trazendo os conteúdos, as habilidades e as competências que devem ser trabalhadas pelos docentes. Estes cadernos também trazem “orientações para a gestão da sala de aula, para a avaliação e a recuperação, bem como de sugestões de métodos e estratégias de trabalho nas aulas” (FINI, 2008, p.9).

A seguir, apresentamos a forma como se organiza o Caderno do Professor de Língua Portuguesa volume um, 7ª série/8º ano, e, mais adiante, retomamos alguns desses aspectos para a análise de seus efeitos pedagógicos.

A seguir podemos visualizar os cadernos do professor e do aluno:



Imagem nº2: imagem do material didático utilizado pela Secretaria da Educação do Estado de São Paulo

A estrutura de apresentação é comum a todos os cadernos do professor em todas as disciplinas. A capa possui a seguinte configuração: indica que é o caderno do professor, sua área (disciplina), nível do ensino a que é destinado, série e volume.

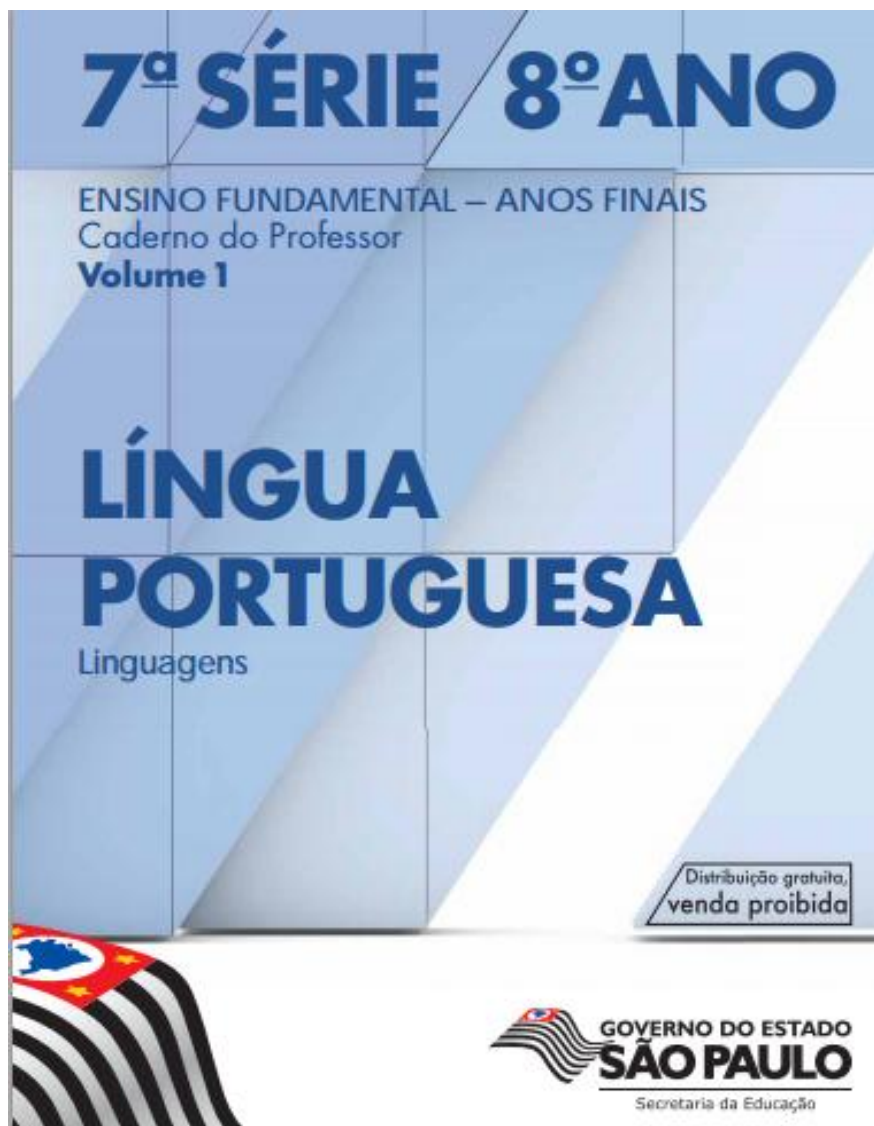


Figura nº3: Capa do Caderno do Professor de Língua Portuguesa.

Em seguida vem a folha de rosto e organograma, carta do secretário da educação do estado aos professores, sumário, orientações sobre os conteúdos do volume, contendo os objetivos do caderno, a apresentação dos temas e conteúdos e sua justificativa, os procedimentos para se alcançar os objetivos, metodologia, avaliação, sugestão ao professor e distribuição dos conteúdos e atividades, que podem ser vistos detalhadamente no Anexo I.

Dando continuidade, são apresentadas as situações de aprendizagem, que seguem sempre uma mesma sequência: objetivos, roteiro de aplicação, exercícios de leitura, oralidade, produção escrita e estudo da língua.

A escolha as situação de aprendizagem com o gênero anúncio publicitário não foi ao acaso, visto que foi embasada em experiências vividas em sala de aula em anos anteriores. Essas situações de aprendizagem estão no Caderno do Aluno da 7ª série/8º ano volume 1, nos capítulos 7 e 8, que abordam basicamente somente esse gênero..

Os Cadernos do Professor podem ser complementados com materiais de livros didáticos que já estão presentes no meio escolar, segundo orientações contidas nos próprios cadernos. As lacunas a que nos referimos anteriormente referem-se exatamente a essa “complementação” que devem ser preenchidas pelo docente.

O Caderno do Professor deixa claro em suas orientações, como podemos ver a seguir, que as atividades propostas podem e devem ser complementadas por outras que se julgarem pertinentes ou necessárias, dependendo do planejamento e da adequação da proposta de ensino deste material à realidade da escola e de seus alunos.

Roteiro para aplicação da Situação de Aprendizagem 7

Neste volume, já foram apresentadas algumas características do gênero “anúncio publicitário”. Nesta nova etapa, iniciaremos com uma recapitulação dos traços vistos; depois, apresentaremos mais algumas especificidades do gênero para que, ao final desta Situação de Aprendizagem, os alunos façam uma pequena campanha de lançamento de produto, por meio da produção de anúncios publicitários.

Para iniciar a retomada, selecione um anúncio publicitário que consta no livro didático e apresente-o aos alunos. Pergunte se eles se lembram desse gênero e que características lhes permitem chegar a essa conclusão.

Figura nº4: Roteiro para aplicação da Situação de Atividade 7.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 64

O retito explica que nessa “Situação de Aprendizagem” far-se-á uma retomada das características do anúncio publicitário, vistas anteriormente na situação de aprendizagem 4. Para isso propõe que se faça, fazendo uma leitura analítica, na qual o docente é quem deve escolher anúncios para serem apresentados aos alunos.

Faça essa recapitulação com um ou mais anúncios. Você pode até mesmo pedir aos alunos que pesquisem outros anúncios e os levem para a sala de aula, a fim de produzir análises semelhantes.

Figura nº 5, Orientação para recapitulação.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 64.

Nessa orientação pedagógica, é proposta uma análise de anúncios publicitários que devem ser selecionados pelo docente, ou pelos alunos. A análise contempla somente perguntas analíticas sobre algumas características da estrutura composicional do gênero e sobre o modo imperativo, mas sem nenhuma questão de interpretação.

Como complementação, você pode apresentar mais anúncios ou pedir aos alunos que pesquisem outros para levar para a sala de aula. Nesse caso, o critério de seleção será encontrar anúncios que funcionem com um dos seguintes objetivos:

- ▶ vender produto;
- ▶ vender serviço;
- ▶ divulgar uma marca;

- ▶ divulgar uma campanha de interesse público.

Figura nº 6: Orientação pedagógica.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 67 e 68.

Para você, professor!

Após as análises, observe se é necessário fazer análises semelhantes com os outros anúncios apresentados pelo livro didático ou selecionados em outras fontes ou pelos alunos. Não temos a intenção de esgotar a quantidade de recursos verbais usados pelos anúncios.

O objetivo, aqui, é perceber que todas as escolhas de um anúncio publicitário, sejam elas verbais ou não, foram intencionais e servem para auxiliar no poder de convencimento do texto.

Figura nº 7: Orientação pedagógica.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 69.

Para o estudo do terceiro novo aspecto a ser destacado – Diferentes tipos de suporte em que um anúncio publicitário pode ser veiculado: mídias impressa, televisiva, radiofônica e digital –, será necessário selecionar anúncios publicitários presentes em outros objetos que não o livro didático. Para tanto, você pode:

- ▶ gravar um anúncio de rádio;
- ▶ gravar um anúncio veiculado na televisão;
- ▶ trazer impresso um anúncio digital extraído da internet.

Figura nº 8: Orientação pedagógica.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 69.

Nesses outros momentos, podemos ver que fica também a cargo do professor providenciar ou pedir para os alunos trazerem anúncios publicitários para serem trabalhados em sala de aula. Esse fato muitas vezes não é possível devido a dificuldade dos alunos em terem contato com esse gênero, e/ou o professor não ter o suporte necessário na escola para apresentar os diferentes veículos nos quais os anúncios publicitários circulam (rádio, TV, internet, impresso etc.).

A seleção de outros anúncios publicitários veiculados em diversos veículos, que poderiam ser utilizados para análise em sala de aula, fica totalmente a cargo do professor ou dos alunos. De acordo com minha experiência em sala de aula o problema é que a maioria dos docentes acabam trabalhando somente com os conteúdos já propostos e estipulados no material didático, devido a obrigatoriedade de cumprir todas as atividades propostas e/ou a falta de tempo e recursos para trazer para a sala de aula exemplares de anúncios diversificados.

Contudo. Percebemos a ausência de atividades e/ou questões de leitura interpretativa, que envolvam os aspectos interdiscursivos constituintes do enunciado a ser lido; além disso, há também a ausência de questões que envolvam o julgamento, a reflexão e a avaliação do leitor sobre o que foi lido. Ademais, conforme já apontamos, há um retrocesso em termos de seleção de textos, quando o material didático traz anúncios não autênticos.

Os exemplares de textos utilizados no material didático, além de serem pobres em quantidade, ainda estão fora de contexto, como podemos ver a seguir no anúncio publicitário retirado da Situação de Aprendizagem 7:



ANGELO, Débora Mallet Pezarin de. Publicidade, entretenimento e outros sistemas. In: MURRIE, Zuleika de Felice (Coord.). *Linguagens, códigos e suas tecnologias: livro do estudante: Ensino Médio*. Brasília: MEC/Inep, 2002. p. 12.

Figura nº 9: Anúncio Publicitário 1

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 59.

O anúncio publicitário apresentado é um anúncio artificial, produzido para ser veiculado somente no material didático (Caderno do Aluno), sem circulação social, exceto no meio escolar. Ele é apresentado em preto e branco, e sua leitura e interpretação se dá somente de um modo analítico, com questões que só se referem ao público-alvo e marcas estilísticas: “a) Qual parece ser o público-alvo?”; “b) Há marcas no texto que indicam a quem o anúncio se dirige?”; “c) Há algum uso conotativo da linguagem?) Qual?”.

Adiante em outra seção do material, na Situação de Aprendizagem 8, novamente este anúncio é material de leitura, cujas perguntas se propõe a trabalhar com a “interpretação de uma possível intencionalidade de um anúncio publicitário” (São Paulo, 2014, p.78). Para tanto, as perguntas feitas são: “a) Qual parece ser a intenção do anúncio Docemel?”; “b) Como essa intenção aparece na parte verbal?”; “c) Como essa intenção aparece no trabalho visual?”.

Podemos afirmar que o objetivo da terceira questão fica muito comprometido pelo fato de o anúncio ser em preto e branco, ter uma pobreza no trabalho gráfico, principalmente em relação a imagem da maçã. A seguir visualizamos o segundo anúncio do material didático:



ABAURRE, Maria Luiza Marques. A vida em uma sociedade letrada. In: MURRIE, Zuleika de Felice (Coord.). *Linguagens, códigos e suas tecnologias*: livro do estudante: Ensino Médio. Brasília: MEC/Inep, 2002. p. 117.

Figura : Anúncio Publicitário 2.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 66.

Esse outro anúncio não é um anúncio artificial, pois tem circulação no meio social, contudo, sua leitura é analítica, pois abrange as mesmas questões do anúncio anterior, somente acrescentando uma comparação entre as funções sociais



dos anúncios apresentados. Durante toda a situação de aprendizagem 7, o Caderno do Professor só traz esses dois anúncios, ficando a cargo do professor oferecer/trazer, ou pedir para os alunos outros anúncios publicitários para serem trabalhados em sala de aula. Na Situação de Aprendizagem 8, constam os 3º e 4º anúncios:

**Receba bem
o cadastrador do
Cartão Nacional
de Saúde.**

A Prefeitura de Araraquara e o Governo Federal querem saber como vai a sua saúde. Quando a campanha tocar, receba bem o cadastrador do Cartão Nacional de Saúde.

Tenha os documentos de todas as pessoas que moram em sua casa à mão e facilite o seu cadastramento. Assim, vai ser possível melhorar e agilizar o atendimento no SUS.

Cartão Nacional de Saúde.
Um dia você também pode precisar.

LOUZADA, Maria Silvia Olivi. Defendendo ideias e pontos de vista. In: MURRIE, Zuleika de Felice (Coord.). *Linguagens, códigos e suas tecnologias: livro do estudante: Ensino Médio*. Brasília: MEC/Inep, 2002. p. 130.

Figura nº 11: Anúncio Publicitário 3.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 75.



ANGELO, Débora Mallet Pezarim de. Publicidade, entretenimento e outros sistemas. In: MURRIE, Zuleika de Fdize (Coord.). *Linguagens, códigos e suas tecnologias: livro do estudante: Ensino Médio*. Brasília: MEC/Inep, 2002. p. 16.

Figura nº 12: Anúncio Publicitário 4.

Fonte: Caderno do Professor volume 1, 7ª série/8º ano, página 81.

O anúncio 3 é de cunho social, que circula socialmente, contudo, foram retiradas suas cores, visto que o mesmo é apresentado no material didático em preto e branco. O anúncio 4, assim como o anúncio 1, foi elaborado somente para circular no contexto escolar, sem cores, e com ambos, são trabalhadas as questões referentes às características da estrutura do gênero anúncio.

Os anúncios publicitários 1 e 4, só circulam dentro do contexto escolar, mais especificadamente, em sala de aula, sendo assim, eles não circulam na esfera social a que pertencem, dentro do contexto publicitário e vinculado às mídias de divulgação do mesmo. Eles foram criados para circularem neste material didático, sem questões de interpretação, o que dificulta a compreensão por parte dos alunos da real leitura crítica desses anúncios, o que deixa lacunas a serem preenchidas.

No geral, tomando como base a abordagem teórico-metodológica de leitura do gênero anúncio publicitário realizada pelo material didático, podemos constatar que há exercícios muito relevantes sobre o contexto de produção, algumas características da estrutura composicional e estilo. São relevantes porque

contribuem para o desenvolvimento do leitor crítico porque levam o aluno a refletir sobre as condições específicas e os objetivos de cada situação enunciativa dos anúncios presentes no material didático, auxiliando-o na apreensão das principais características do gênero.

Sendo assim, com o objetivo de preencher as lacunas do material e contextualizar os conteúdos abordados à luz do estudo realizado em nossa pesquisa, faz-se necessária a elaboração de uma proposta didática de leitura com o gênero anúncio publicitário para a 7ª série/8º ano do Ensino Fundamental da E.E. fazenda São Bento, que seja condizente com a realidade e contexto social em que a mesma está inserida, possibilitando o desenvolvimento do leitor crítico de anúncios publicitários.

Para isso, selecionamos treze anúncios publicitários impressos, de circulação nacional e regional (visto que os anúncios impressos são mais viáveis para serem levados para a sala de aula devido ao suporte necessário), que sejam adequados ao contexto sociocultural da realidade dos alunos da E.E. Fazenda São Bento, para a elaboração de uma proposta pedagógica de leitura, respaldada nos passos metodológicos para uma aula de leitura como visto em Hila (2009) e Menegassi (2010). Os critérios de seleção desses anúncios publicitários são a faixa etária dos alunos e o entorno social dessa comunidade escolar.

3 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA

A escolha do gênero anúncio publicitário, como já dito anteriormente, não se deu ao acaso, pois a mesma teve como base as experiências vividas em sala de aula com o uso do Caderno do Professor da 7ª série/8º ano volume 1, nas Situações de aprendizagem 7 e 8, que abordam basicamente, somente esse gênero.

Conforme explicado no capítulo anterior, buscamos nessa proposta de intervenção pedagógica contextualizar os anúncios publicitários, aproximando-os mais da realidade do nosso público alvo, alunos da 7ª série/8º ano, pertencentes aos assentamentos da zona rural do município de Mirante do Paranapanema do estado de São Paulo.

Sendo assim, elaboramos essa proposta de intervenção pedagógica de leitura com o objetivo de complementar e ressignificar o material didático obrigatório da rede estadual paulistana, distribuído pela secretaria de Educação do Estado de São Paulo. Para tanto, seguimos os pressupostos teóricos dos autores mencionados neste trabalho, bem como as sugestões para uma aula de leitura crítica propostas por Hila (2009) e Menegassi (2010), iniciando com a fase da pré-leitura e terminando com a leitura interpretativa dos textos, etapas que podemos ver na figura a seguir:

<p>FASE 1 - PRÉ LEITURA (Preparação para o encontro com o texto) 1º) <i>Questões de pré-leitura</i> para acionar o conhecimento prévio das crianças (por meio de atividades como utilização de figuras/slides, perguntas e respostas, questionamento recíproco, etc.)</p> <p>FASE 2- LEITURA (Encontro com o texto) 2º) <i>Questões iniciais de contexto de produção</i> : envolvem alguns dos aspectos do contexto de produção sobre o gênero no geral (por exemplo, o gênero carta do leitor, o gênero fábula , etc.) e não sobre o texto em específico que será lido (pensando no público-alvo crianças de séries iniciais do ensino fundamental), como: que texto é esse? onde podemos encontrá-lo? para que ele serve? para quem ele é normalmente feito/escrito? Etc.</p> <p>3º) <i>Questões de compreensão e específicas do gênero (texto específico) escolhido para a aula</i>: envolvem o reconhecimento das principais informações do texto, de seu tema, de sua organização composicional, de seus elementos lingüístico e discursivos importantes para a caracterização do gênero.</p> <p>4º) <i>Questões de interpretação</i>: envolvem o julgamento, a reflexão e a avaliação do leitor sobre o que foi lido.</p>

Figura nº13: Fases da Leitura.

Fonte: HILA (2009, p.26).

A seguir, apresentamos a proposta pedagógica de intervenção que foi elaborada.

3.1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA.

A nossa proposta de intervenção pedagógica esta dividida em três módulos, como será apresentada a seguir.

3.1.1 Módulo 1

Fase de pré-leitura – nesta fase, o professor fará uma roda de conversa com os alunos com o objetivo de ativar os conhecimentos prévios sobre o gênero anúncio publicitário, e, em seguida confrontar esses conhecimentos apresentando dois tipos de anúncio.

Tempo Previsto – 3 a 5h/a.

Para dar inicio a aula, o professor deverá fazer uma discussão oral com os alunos acerca da seguinte questão:

1- Você já viu ou ouviu os seguintes enunciados:

LEVE 3 PAGUE 2
COMPRE SEM ENTRADA E PAGUE EM 10 VEZES SEM JUROS
LEVE HOJE E SÓ COMECE A PAGAR NO ANO QUE VEM

Você deve ter visto o primeiro desses enunciados no supermercado, bar ou quitanda, em pacotes de salgadinhos, chocolates, xampus, sabonetes ou outros produtos. Já os outros dois, são típicos de anúncios de lojas de móveis e eletrodomésticos, eletroeletrônicos etc. Então, quando um comerciante utiliza esses

textos, qual a intenção dele: é vender. E, além desses tipos de enunciados, qual mais ele pode utilizar?

A publicidade tem uma grande participação em nosso cotidiano e vários são os textos dessa esfera com que nos defrontamos todos os dias. Com base nessa afirmação, vamos refletir sobre alguns questionamentos:

- 1- Para você, o que é um anúncio publicitário?
- 2- Os anúncios publicitários fazem parte do nosso cotidiano. Como?
- 3- Quais são suas principais características?
- 4- Para que servem os anúncios publicitários?
- 5- Vocês podem citar algum exemplo de anúncio publicitário do qual gostam?
- 6- Em quais veículos de comunicação eles podem circular?.
- 7- Qual o papel que esses gêneros cumprem em nossa sociedade?
- 8- Você já comprou algum produto por causa de um anúncio publicitário?
- 9- O que havia no anúncio que o fez fazer a compra?
- 10- Você já deixou de comprar algum produto por causa do anúncio publicitário? Por quê?
- 11- O que havia no anúncio que o fez deixar de realizar a compra?
- 12-

Durante a roda de conversa, o professor deve ir sintetizando e organizando na lousa, ou em um quadro, com base nas respostas dos alunos, as principais características dos anúncios publicitários levantadas pela classe.

O professor, em seguida, comenta o que foi discutido, falando sobre como no nosso dia-a-dia somos cercados por textos com mensagens que nos oferecem os mais diferentes tipos de produtos e serviços.

Em seguida, os alunos devem fazer uma lista com os lugares e os tipos de anúncios publicitários que eles encontram em seu cotidiano, buscando lembrar se tem algum anúncio publicitário no caminho de casa para a escola, ou para a cidade etc. Se há, quais são? Qual o tipo? O que anunciam; produtos ou serviços?

Se por um acaso, não se lembrarem de algum, peça a eles para prestarem atenção, olhando atentamente e registrando no caderno os anúncios que forem encontrando, e que eles façam uma reflexão: o que esses anúncios dizem a respeito da região em que você mora ou estuda?

Após esse momento, deverão ser apresentados aos alunos dois anúncios publicitários (eles podem ser xerocados ou projetados, se for possível), um de produto e outro de serviços, para que os mesmos possam confrontar as informações sintetizadas no quadro feito pelo professor com base em suas respostas.



**O BRASIL ESTÁ UNIDO
CONTRA A FEBRE AFTOSA.**

**VACINE SEU GADO E
CONVOQUE SEU VIZINHO.**

Desde 2006, o Brasil não registra nenhum caso de Febre Aftosa. Isto é fruto de um esforço coletivo, com Governo e produtores empenhados em proteger o rebanho do país. Mas, para que a Febre Aftosa não volte a ameaçar, é preciso que todos estejam sempre alertas. Confira e acompanhe o calendário de vacinação do seu estado e faça a sua parte. **País forte é país que produz pensando no futuro.**

ATENÇÃO! NÃO ESQUEÇA DE DECLARAR A VACINAÇÃO AO SERVIÇO VETERINÁRIO OFICIAL DO SEU ESTADO E INFORMAR, EM CASO DE SUSPEITA DA DOENÇA.

PARA SABER MAIS, ACESSE
WWW.AGRICULTURA.GOV.BR
OU LIGUE 0800 704 1995.

Ministério da
Agricultura, Pecuária
e Abastecimento

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Figura nº14: anúncio Publicitário – Exemplo 1.

Fonte: www.abmp.com.br



Figura nº15: anúncio Publicitário – Exemplo 2

Fonte: redacoesinteressantes.blogspot.com

Observe os dois anúncios publicitários e pense sobre as seguintes questões:

- 1- Podemos considerar que os dois anúncios desejam vender um produto? Por quê?
- 2- Quais são os “patrocinadores” (produtores) de cada anúncio? Como ficamos sabendo essa informação?
- 3- Qual é o objetivo de cada anúncio?
- 4- Para concluir: os anúncios vendem somente um produto comercial? Por quê?

3.1.2 Módulo 2

Fase de compreensão – nesta fase, o professor anuncia para leitura e compreensão dos mesmos.

Tempo Previsto: 4 a 6 h/a.

O professor deverá entregar para os alunos as amostras de anúncios publicitários. Em seguida, deverá pedir aos alunos para lerem os textos desse gênero. Obs. Essa atividade poderá ser realizada em dupla.

Anúncios publicitários escolhidos:

Texto 1



The advertisement features the Nestlé logo at the top left. The main headline reads: *"Porque atrás de todo homem há sempre uma grande Moça"*. Below this, it says **Eduardo Guedes** and *Recomendado pelos melhores chefes.* On the right, a man in a white shirt and dark pants is sitting on a chair, smiling. At the bottom left, there is a can of Nestlé Moça condensed milk. Next to it, the text reads *Fazendo maravilhas desde 1921*.

Figura nº 16: Texto 1

Fonte: grupowarning.wordpress.com

Texto 2

Vacine seu gado contra AFTOSA e deixe seu patrimônio seguro

100% PROTEGIDO

Está aberta a temporada de vacinação contra Aftosa. Não importa se você tem 01 boi ou mil. De 01 a 30 de novembro faça sua parte e vacine seu gado contra a Aftosa. Atualmente o Maranhão está classificado junto ao Ministério da Agricultura como "Médio Risco" para Febre Aftosa e na última vacinação alcançamos 93,43% de cobertura vacinal. A meta do Governo é vacinar 100% do rebanho bovino e bubalino do Estado e nos habilitarmos para alcançar a Zona Livre de Febre Aftosa com vacinação "Baixo Risco". Falta pouco. E quando isso acontecer, vamos caminhar para novas conquistas no mercado agropecuário nacional e internacional.

PRORROGADO!
Vacine até 15 de dezembro e comprove.

Vacine e comprove na AGED (Agência Estadual de Defesa Agropecuária) de sua região

Importante: A vacinação contra a Febre Aftosa é obrigatória em todo o território do Maranhão. O não cumprimento resultará em multas e outras penalidades de acordo com o Art. 8º da Lei nº 7.386 de 16 de junho de 1.999.

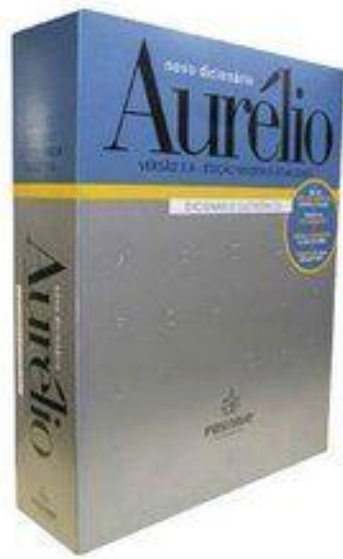
2ª ETAPA DE VACINAÇÃO 0800 280 6006

SEPREMA INAGIE 60+ ANOS AGED-MA Maranhão Agência Estadual de Defesa Agropecuária www.ma.gov.br

Figura nº17: Texto 2

Fonte: www.mauoprivado.com.br

TEXTO 3



BOM
PRA
BURRO.

dequencianet.com

Figura nº 17: Texto 3

Fonte: mundoguaseracional.blogspot.com

TEXTO 4

Marilda Lima
vê o mundo com
os olhos de um
doador. Há 1 ano.

Domênico Cunha
vive com o coração de
um doador. Há 6 meses.

Daniel Ribeiro
temu por da hemodiálise
com os rins de um doador.
Há 1 ano e 4 meses.

Tempo é vida.

DOE ÓRGÃOS. DOE VIDA.
Para ser um doador, avise sua família.

www.saude.gov.br
MINISTÉRIO DA SAÚDE 0800 61 1997

Sistema Nacional de
Transplantes - SNT

SUS

Ministério
da Saúde

BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Figura nº 19: Texto 4

Fonte: www.revistaespacios.com

TEXTO 5



Figura nº 20: Texto 5

Fonte: www.luzpropria.com.br

Texto 6

Figura nº 21: Texto 6

Fonte: comumdeduas.wordpress.com

TEXTO 7

Carrefour 

Faz a conta. Faz Carrefour.

Sonha em transformar seu quarto num camarim? Faz Carrefour.

Promoção **Camarim Faz Carrefour**

Concorra a **R\$ 500** em produtos de beleza.

A cada R\$ 50 em compras com 2 produtos de beleza = 1 cupom.**

Pagando com o  = + 2 cupons.

Figura nº 22: Texto 7

Fonte: www.cosmeticanews.com.br

TEXTO 8

Carrefour 

Faz a conta. Faz Carrefour.

CONCORRA A UM CARRO 0 KM¹ E A DEZENAS DE VALES-COMBUSTÍVEIS².

A partir de R\$ 60,00 em compras*, contendo um produto Automotivo ou de Bricolagem, você se cadastra e já pode concorrer.

Cadastre-se no site www.carrefourauto.com.br e participe!

Figura nº 23: Texto 8

Fonte: www.topdapromocao.com

TEXTO 9

SAIBA O QUE O JOVEM PENSA SOBRE
 AUTO-REAPROVEITAMENTO, RECICLAGEM, POLÍTICAS
 VERDES, COMPORTAMENTO, CULTURA E MUITO MAIS.
 PORQUE, PARA PENSAR O FUTURO, NADA MELHOR
 DO QUE OUIR HOJE QUEM VAI FAZER O AMANHÃ.

APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM 4
 TEATRO ABRIL - DIA 9/9/2008, ÀS 9H - AGUARDE SEU CONVITE.

COMA ESTE ANÚNCIO.

FOMOS TÃO FUNDO
 NO ASSUNTO SUSTENTABILIDADE,
 QUE ESTE ANÚNCIO FOI FEITO
 EM PAPEL COMESTÍVEL.

dossiêuniversojovem 4

SUSTENTABILIDADE

SAIBA O QUE O JOVEM PENSA SOBRE
 AUTO-REAPROVEITAMENTO, RECICLAGEM, POLÍTICAS
 VERDES, COMPORTAMENTO, CULTURA E MUITO MAIS.
 PORQUE, PARA PENSAR O FUTURO, NADA MELHOR
 DO QUE OUIR HOJE QUEM VAI FAZER O AMANHÃ.

APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM 4
 TEATRO ABRIL - DIA 9/9/2008, ÀS 9H - AGUARDE SEU CONVITE.

Figura nº24: Texto 9

Fonte: avidadeumplanner.wordpress.com

TEXTO 10

5 novidades para deixar
 VOCÊ de boca aberta.

Fechada. Aberta. Fechada.
 Aberta. Fechada. Aberta.

LACTA

BIS

Figura nº 25: Texto 10

Fonte: escritosmodernos.blogspot.com

TEXTO 11



Figura nº 26: Texto11

Fonte: brunakelly2012.blogspot.com

TEXTO 12



Figura nº 27: Texto 11

Fonte: https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAYQjB1qFQoTCIHv3aGm58gCFUaHkAod_c0B_g&url=http%3A%2F%2Fco-mciencia-ambiental.blogspot.com%2F2011_02_01_archive.html&bvm=bv.106130839,d.Y2l&psig=AFQjCNF-5xqvQjYIJ91sBqJlBLDfCt3a_g&ust=1446194896651206

TEXTO 13



Figura nº 28: Texto 13.

Fonte: expressoanaliseecritica.blogspot.com

O professor, após ter dado um tempo para os alunos lerem, discutirem e analisarem entre eles os textos apresentados, deverá entregar aos alunos questões de leitura, que deverão, segunda Hila (2009), seguir a seguinte ordem:

- perguntas do contexto geral de produção do gênero;

- perguntas de compreensão e do gênero em específico;
- e perguntas de interpretação.

ATIVIDADES DE LEITURA

Agora que vocês leram e discutiram os textos apresentados, vamos responder as seguintes questões:

Perguntas referentes ao contexto geral de produção:

1. A que tipo de gênero pertencem esses textos? Por quê?
2. Quais os lugares mais comuns que encontramos esses textos?
3. Qual é a finalidade desse gênero, o anúncio publicitário?
4. Marque a alternativa correta que complete a frase: é comum aparecer em anúncios publicitários

A () relato de casos reais.

B () as vantagens do produto/serviço oferecido.

C () a descrição de possíveis problemas que o produto/serviço anunciado pode causar.

D () a citação da marca concorrente.

Perguntas de compreensão dos anúncios selecionados visando objetivo e conteúdo temático.

5. Qual é o tipo de produto/serviço ofertado no texto? Responda preenchendo a tabela abaixo:

Anúncio	Produto ou serviço a ser consumido
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

6. O que levou você a chegar às respostas anteriores? Justifique suas respostas com exemplos (você observou mais as imagens, o texto escrito; você levou em consideração o local de circulação ou alguma outra informação etc.).

Pergunta de compreensão/ gênero, visando o interlocutor.

7. Para quem você acha que esses anúncios publicitários foram feitos, ou seja: qual público-alvo eles pretendem atingir? Observe o conteúdo, imagético e verbal, o formato das letras, as cores utilizadas, e justifique sua resposta.

	PÚBLICO ALVO	JUSTIFICATIVA
1		
2		
3		
4		

5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		

8. Por que aparece no anúncio 1º nome Eduardo Guedes? Explique qual é a importância dessa informação para o anúncio publicitário atingir seu público-alvo.

Pergunta de compreensão/gênero acerca da estrutura composicional

9. Marque um x na opção que contem em alguns dos elementos obrigatórios em um anúncio publicitário:

A () título, ilustração, reportagens, editora, cores e slogan.

B () imagem, texto, marca ou logomarca e slogan.

C () marca, slogan, cores chamativas e edição.

D () título, texto, cores chamativas, slogan e edição

10. Em relação ao anúncio 10, os enunciados utilizados dão a impressão de movimento. Explique por quê.

11. Em relação ao anúncio 13:

A. Que produto foi divulgado?

B. qual é a marca do produto? E o seu slogan?

C. No anúncio predomina a cor vermelha. Essa cor é importante para a composição do anúncio. Por quê?

D. Quais são as qualidades do produto divulgadas no anúncio? Elas são importantes para criarem no público-alvo o desejo de consumi-lo. Por quê?

12. Observe as imagens utilizadas nos anúncios publicitários. Por que elas foram escolhidas? Justifique sua resposta.

	JUSTIFICATIVA
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	

Pergunta de compreensão/gênero focando o estilo.

13. Observando a forma como os verbos são usados nos anúncios, responda:

A. Na maioria dos anúncios, há a presença de verbos no modo imperativo: por exemplo, no anúncio 4 “Doe órgãos...”; anúncio 7 “faz a conta...”; anúncio 9 “coma esse anúncio...”, anúncio 11 “Morde aqui...”; anúncio 12 “Diga não...”. O que indica essa forma verbal?

() Pedido, ordem, convite, apelo.

() Certeza.

() Dúvida, possibilidade.

() Negação.

Pelas formas verbais empregadas, pode-se determinar a pessoa ou o pronome que representa o interlocutor. Veja: doe órgãos (VOCÊ), faz a conta (VOCÊ).

B. Reescreva o texto do anúncio 12 como se o interlocutor fosse representado pelo pronome “vocês”.

C. O texto escrito dessa forma tem o mesmo efeito do anúncio na forma original? Explique.

14. Slogans são frases curtas, fáceis de memorizar.

A. no anúncio 4 “tempo é vida. Doe órgãos. Doe vida”, o slogan cumpre com esse objetivo? Explique.

B. A predominante no anúncio 4 é verde. Explique uma possível relação dessa cor com o objetivo do anúncio, que é influenciar o comportamento dos cidadãos em relação à doação de órgãos.

3.1.3 Módulo 3

Fase de interpretação – nesta fase o professor promoverá a interpretação dos anúncios lidos.

.Tempo previsto: 1 a 2 h/a.

Questões de interpretação

1. Sobre o anúncio publicitário número 10, responda:

A. Lendo SOMENTE a primeira frase do texto deste anúncio, o que você consegue entender?

B. Ao prosseguir a leitura se faz outra interpretação da expressão boca aberta. Qual?

C. Este anúncio publicitário foi criativo no uso das palavras? Justifique sua opinião.

D. A imagem e o texto do anúncio se relacionam com o produto anunciado? De que forma?

2. Em relação ao anúncio 13, tente descobrir qual o preço do lanche a ser vendido e reflita, com seu colega de classe, a quem ele é acessível economicamente.

3. Ainda em relação ao anúncio 13, podemos concluir: o produto a ser vendido é de acesso a toda a população brasileira? Por quê?

4. Em relação ao anúncio 6 responda:

A. Em sua opinião, “no Brasil ninguém paga caro por mentir”?

B. O anúncio argumenta que o jornal A Folha é um veículo da verdade. Você acha que um jornal pode ser totalmente verdadeiro? Explique sua resposta.

C. Você acha que usar um argumento ligado a falta de impunidade existente em nosso país contribuiu para o anúncio atingir seu objetivo? Por quê?

5. No geral que anúncio você mais gostou? Por quê?

6. Dos treze anúncios, qual você adquiriria o produto/serviço e qual não. Justifique sua resposta.

3.2 REFLETINDO SOBRE A PROPOSTA

O maior objetivo quando elaboramos uma atividade para ser realizada em sala de aula é levar nossos alunos a superarem as suas dificuldades de ler e escrever. Sendo assim, podemos considerar que a elaboração dessa proposta pedagógica de ressignificação de leitura conseguiu alcançar seu objetivo, que era de complementar o material didático obrigatório utilizado em toda a rede pública de ensino do estado de São Paulo.

Avaliamos que foi possível ofertar um número considerável de anúncios publicitários, possibilitando que os alunos conheçam as principais características desse gênero, que é tão rico e também passível de diversas interpretações, além de possibilitar que os alunos, ao analisarem os anúncios publicitários propostos, possam ser capazes de realizarem uma leitura crítica, que vai além da compreensão, partindo para a interpretação, podendo assim “ler o que está escrito nas entrelinhas” dos textos verbais e não verbais presentes nos anúncios.

Podemos afirmar que a proposta pedagógica conseguiu alcançar o nível de leitura crítica, pois as questões elaboradas podem levar os alunos, além de identificarem as condições de produção do anúncio e seus elementos estruturais e estilísticos característicos, tais como as imagens, as cores utilizadas, as letras, slogans etc., desenvolverem as habilidades de interpretar um texto e fazer uma réplica ao que foi lido, contribuindo assim, para a formação e desenvolvimento de leitores críticos.

No decorrer da proposta, foram trabalhados o reconhecimento da situação de interação na qual o anúncio publicitário está inserido, o seu estilo, sua estrutura composicional e conteúdo temático, além de atividades de interpretação e análise crítica, na qual o aluno possa produzir sua contrapalavra. Tivemos a preocupação de buscarmos r anúncios que estão inseridos na realidade do aluno da nossa comunidade escolar, pois quanto mais próximos os textos estiverem da realidade social, cultural e econômica do aluno, mais significativo será o processo de leitura para ele, buscando a sua formação como sujeito/interlocutor que seja apto a participar fluentemente de diferentes práticas sociais com a leitura.

Brandão (2001, p.43) afirma que:

[...] acreditamos que, ao levar o aluno a aprender a ler as estratégias discursivas com que se tecem os diferentes gêneros, o professor

estará contribuindo com sua parcela para formar o cidadão no seu sentido pleno.

Por isso, em nossa proposta, o gênero anúncio publicitário foi trabalhado como texto-enunciado, e não como um objeto descontextualizado como podemos ver em alguns dos anúncios do material didático analisado, tendo como objetivo não só fornecer ao aluno uma descrição do gênero, mas fazê-lo pensar em sua real função no meio social, trazendo-lhe, por meio da proposta, anúncios publicitários de real circulação social e que estão inseridos em seu contexto de vida, ou seja, estão inseridos dentro/próximos a realidade de mundo do aluno.

Sendo assim, os anúncios publicitários trabalhados na proposta didática deixaram de estar restritos ao ambiente escolar, e passaram a funcionar como textos nas situações de interação do seu dia-a-dia. Assim, o trabalho pedagógico com os gêneros presentes na sociedade podem tornar as aulas muito mais interessantes e significativas, desenvolver nos alunos sua competência textual e contribuir para que o aluno, de certa forma, sejam preparados para fazer o uso da comunicação nas muitas esferas de comunicação humana que se constituem na interação social.

Para que a proposta seja bem trabalhada, também se faz necessário que o docente assuma o papel de professor mediador, deixando de ser um mero transmissor de conhecimentos, e se tornando um orientador, capaz de estimular todos os processos que levam os alunos a construírem seus conhecimentos, conceitos, valores, atitudes e habilidades, favorecendo assim, que os alunos cresçam como sujeitos/interlocutores críticos, capazes expressarem suas opiniões.

Para que isso aconteça, durante as aulas de leitura, o docente deve considerar a individualidade e respeitar os níveis de desenvolvimento dos alunos, para que possam descobrir os caminhos que os levam a serem mais responsivos, criativos, conhecedores, participantes e transformadores da sua realidade.

Logo, cabe ao professor a tarefa de gerar possibilidades para que os alunos se apropriem das características discursivas e linguísticas de gêneros diversos, em situações reais, inseridas num determinado contexto, buscando promover por meio da leitura crítica, a discussão sobre o uso, as funções sociais dos gêneros escolhidos, sua composição, seu estilo, seu tema, assim como também a sua discursivização.

Em nosso entendimento, a proposta elaborada conseguiu ressignificar a abordagem dada pelo livro didático adotado (conforme apresentamos no capítulo anterior) e podem enriquecer a nossa maneira de lidar com os textos-enunciados nas aulas de Língua Portuguesa. As atividades propostas conseguem garantir o espaço da leitura nas aulas como exercício de interação, podendo torná-las mais produtivas e interessantes para os alunos, sendo um caminho para um ensino e aprendizagem efetuados de forma eficaz, contribuindo de maneira significativa para que os estudantes sejam mais proficientes, não só nas atividades de leitura em sala de aula, mas, também em suas práticas sociais.

Sendo assim, o processo de elaboração dessa proposta enriqueceu significativamente nossa formação profissional como docente, pois além da apropriação conceitual e metodológica, nos fez constatar que para que nosso trabalho em sala de aula possa estar dentro de uma perspectiva sócio-discursiva de estudo da língua se faz necessário muito estudo e planejamento das aulas; observando as necessidades de aprendizagem dos alunos e das possibilidades de ensino; selecionando gêneros e textos/enunciados mais apropriados para a turma além de estudo sobre os gêneros a serem trabalhados com os alunos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando iniciamos nossa pesquisa, estávamos cheios de dúvidas e inquietações acerca de como trabalhar o gênero anúncio publicitário na rede pública de ensino do estado de São Paulo, mais especificamente, na 7ª série/8º ano, da escola rural E.E. Fazenda São Bento, município de Mirante do Paranapanema, de modo a preencher as várias lacunas deixadas pelo material didático obrigatório usado no estado, favorecendo assim, o processo de ensino aprendizagem dos alunos, levando-os a uma leitura crítica desse gênero.

Como dito anteriormente, como professores da rede pública de ensino, temos de trabalhar com o material didático obrigatório, oferecido pela secretaria da Educação do Estado de São Paulo, que, pelo viés do subsídio teórico fornecido ao professor, apresenta uma boa qualidade, mas, pelo lado da seleção de textos, de atividades e exercícios de leitura, deixa a desejar. Para preencher essas lacunas, além de tempo, que quase não temos, ainda há demanda, por parte do docente, de muito estudo, o que acaba desmotivando o mesmo, pois na maioria dos casos, o professor trabalha em mais de um cargo para completar sua remuneração.

Podemos dizer que há certo incentivo em relação à formação continuada, desde que esta não interfira no seu horário de trabalho, o que acaba sendo quase impossível. Além disso, as condições referentes aos materiais pedagógicos são um pouco precárias, visto que se for necessário levar um material para sala de aula que não seja o material didático oferecido, fica a ônus do professor fazê-lo.

Não podemos deixar de ressaltar que o PROFLETRAS colaborou profundamente para a nossa formação docente, pois foi por meio das aulas, das explicações e dos conteúdos trabalhados, que ampliamos nosso conhecimento conceitual e metodológico, acerca de como trabalhar os gêneros discursivos em sala de aula, em especial, com a prática de leitura réplica relacionada ao gênero anúncio publicitário.

Mesmo com todos os desafios e dificuldades encontrados no decorrer desse mestrado, temos a plena certeza que tudo valeu a pena, pois é fato que se o professor quer oferecer aulas e conteúdo de qualidade aos seus alunos, ele deve

buscar o aperfeiçoamento e sua formação continuada, pois é por meio deles que o docente poderá refletir e ressignificar sua prática pedagógica.

Em relação ao objetivo geral de nossa pesquisa, elaborar uma proposta pedagógica de ressignificação do trabalho de leitura com o gênero anúncio publicitário, acreditamos que o alcançamos, visto que conseguimos selecionar um número razoável de exemplares para serem lidos, e os exercícios de leitura propostos fazem do professor um mediador do conhecimento, e não detentor dele, contribuindo para que os alunos interajam entre eles mesmos, com o professor e os textos, refletindo e se posicionando, o que contribui significativamente para uma leitura crítica.

Quanto aos dois objetivos específicos, fazer um breve panorama da abordagem de leitura que subsidia o material didático “Caderno do Professor” da 7ª série/8º ano, nas seções destinadas ao gênero anúncio publicitário, partes integrantes da proposta Curricular do Ensino Fundamental do Estado de São Paulo, e o de sistematizar exercícios de leitura para textos pertencentes ao gênero anúncio publicitário, à luz da perspectiva de uma aula de leitura crítica defendida neste trabalho, cremos que os alcançamos também.

Como dito anteriormente, nossa proposta de ressignificação pedagógica buscou contextualizar o material didático elaborado, levando para a sala de aula textos/anúncios publicitários que estão ligados diretamente com a realidade social, cultural e econômica dos alunos, o que faz com que eles fiquem mais motivados, tornando as aulas de Língua Portuguesa mais interessantes e significativas.

Os exercícios propostos, além de fornecerem aos alunos a caracterização sócio-discursiva do gênero, ainda auxiliam na reflexão sobre a real função do anúncio publicitário no meio social em que estão inseridos, instigando-os a se posicionarem frente ao texto com sua contrapalavra ao que foi lido, contribuindo assim, para a leitura crítica que tanto é preconizada nos PCNs.

Vale ressaltar, que a nossa proposta pedagógica requer que seja resgatado no contexto da prática pedagógica em sala de aula, a relação de interação entre professor e aluno, que é de suma importância para o processo de ensino-aprendizagem. Como se sabe, a sala de aula é um espaço de interação entre o

professor e os alunos, cada qual com sua forma própria de percepção e de conhecimento da realidade.

Logo, durante essa relação pedagógica, caberá ao docente a mediação do conhecimento com os alunos, levando em consideração que o aluno é um sujeito que está em formação, e que já pode possuir certos conhecimentos e informações sobre o conteúdo que será trabalhada. Sendo assim, o docente deverá valorizar as contribuições que os alunos trazem para a sala de aula, transformando a sala de aula em um espaço dialógico, contribuindo assim para que o aluno se forme em um leitor crítico, capaz de refletir, emitir argumentos, replicando e emitindo sua opinião.

O processo de ensino-aprendizagem em sala deve ter como base as diretrizes apresentadas nos PCN, visto que elas remetem à perspectiva sociointeracionista da linguagem, vendo a língua como um espaço de interação entre os sujeitos. Isso ressalta o trabalho com os gêneros, pois os mesmos quando bem trabalhados pelos professores, se tornam instrumentos capazes de transformar a prática pedagógica em sala de aula em um ambiente que favoreça e ofereça vivências socioeducativas, principalmente por meio do trabalho com a linguagem como situação real de comunicação.

Para que fosse possível chegarmos a essas conclusões, as bases teóricas e metodológicas vistas e estudadas no decorrer desses dois anos de estudo, foram essenciais, tanto para a produção da proposta pedagógica de resignificação, quanto para a qualidade da nossa formação e aperfeiçoamento, o que nos possibilitou refletir e ver com outros olhos nossa prática docente, mudando conceitos e acrescentando saberes, vendo o processo de ensino de gêneros como um processo interativo, uma situação comunicativa, que deve levar em consideração os veículos e suportes dos gêneros, bem como suas circunstâncias sociais, históricas e culturais.

Portanto, podemos afirmar que todo o estudo e trabalho feitos até o momento, mostraram-nos o quão importante é o aperfeiçoamento e a formação continuada do docente para a efetivação do processo de ensino-aprendizagem dos nossos alunos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. Marxismo e filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BRANDÃO, Helena Nagamine (Coord.). Gêneros do discurso na escola: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto/Secretaria de Educação do Ensino Fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: língua portuguesa, vol. 1. Brasília, 1998.

CELANI, Maria Antonieta A. Transdisciplinaridade na linguística aplicada no Brasil. In: SIGNORINI, Inês; CAVALCANTE, M.C. Linguística Aplicada e Transdisciplinaridade. Campinas, SP: Mercado de Letras, 1998.

CRISTOVÃO, Vera L. L.; NASCIMENTO, Elvira L. Modelos didáticos de gêneros: questões teóricas e aplicadas. In:_____ (Org.). Gêneros textuais: teoria e prática. Londrina: Moriá, 2004, p. 18-29.

CRISTOVÃO, Vera L. L.; TORRES, Ana C. G. Gênero Textual como instrumento para o engajamento do aprendiz no processo de avaliação da produção escrita. In: MACHADO, Loreni T.; CRISTOVÃO, Vera L. L.; FURTOSO, Viviane B. Aspectos da Linguagem: considerações teórico – práticas. Londrina: UEL, 2006. p. 37-57.

FINI, Maria Inês (coord.). Proposta Curricular do Estado de São Paulo: Língua Portuguesa. São Paulo: SEE, 2008.

GERALDI, J.W. Portos de passagem. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993

GODOY, Arilda S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. Revista de Administração de empresas, n. 2, São Paulo, v. 35, p. 57-63, 1995.

GONÇALVES, E. M. Propaganda & Linguagem: análise e evolução. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

GONZALES, Lucilene. Linguagem Publicitária: análise e produção. São Paulo: Arte e Ciência, 2003.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: Esta é a Questão?. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Mai-Ago 2006, Vol 22 n. 2.

HILA, Cláudia Valéria Doná. Ressignificando a aula de leitura a partir dos gêneros textuais. In: NASCIMENTO, E.L. (Org.). Gêneros textuais: da didática das línguas aos objetos de ensino. 1.ed. São Carlos: Editora Claraluz, 2009.

LOPES-ROSSI, M. A. G. Gêneros discursivos no ensino de leitura e produção de textos. In: KARWOSKI, A. M., GAYDECZKA, B. , BRITO, K. S.(Orgs). Gêneros Textuais: Reflexões e ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006. p. 73 - 84.

LOPES ROSSI, Maria Aparecida Garcia. Tendências atuais de pesquisa em linguística aplicada, 2001.

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, Marli E. D. A. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MARTINS, Jorge S. Redação publicitária: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MENEGASSI, R. J. O leitor e o processo de leitura. In: GRECO, E. A.; GUIMARÃES, T. B. (Org.). Leitura: aspectos teóricos e práticos. Maringá: Eduem, 2010c.

MOITA LOPES, L. P. Oficina de Lingüística Aplicada. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

PINHO, J. B. Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.

ROJO, Roxane. Letramento e capacidades de leitura para a cidadania. São Paulo: SEE: CENP, 2003.

ROJO, R. (2010). Multiletramentos: práticas de leitura e escrita na contemporaneidade. Disponível em: < <http://public.me.com/rrojo> >. Acesso em 5 nov. 2014.

SILVA, Mariza Vieira da. A escolarização da língua nacional. In: ORLANDI, Eni P. (org.) Política Lingüística no Brasil. Campinas: Pontes, 2007.

SILVEIRA, Ana Paula Kuczmynda da; ROHLING, Nívea; RODRIGUES, Rosângela Hammes. A análise dialógica dos gêneros do discurso e os estudos de letramento: glossário para leitores iniciantes. Florianópolis: DIOESC, 2012.

TELLES, J. A. “É pesquisa é? Ah, não quero, não, bem!” Sobre pesquisa acadêmica e sua relação com a prática do professor de línguas. Linguagem & Ensino, v. 5, n.2, 2002.

THIOLLENT, M. Metodologia da pesquisa-ação. 7. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

ANEXOS

ANEXO 1: CADERNO DO PROFESSOR - CD