ANÚNCIO PUBLICITÁRIO: UMA ABORDAGEM DO GENÊRO TEXTUAL NO LIVRO DIDÁTICO DO 6º ANO[1]

Liliane Moraes Vaz[2]

Viviane Braz Nogueira[3]

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo averiguar o enfoque dado ao Gênero Textual Anúncio Publicitário e se o conteúdo apresentado no Livro Didático Vontade de Saber Português 6º ano, das autoras Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan (2012) utilizados pelos alunos das escolas públicas do Município de Humaitá-AM está condizente com o público alvo, ao considerar que o Livro Didático (LD) e os gêneros textuais possuem grande importância no processo de ensino e de aprendizagem da Língua Portuguesa na escola. Foi feita uma pesquisa de natureza qualitativa e de cunho bibliográfico baseado em autores como, Marcuschi (2002, 2008), Rocha (1995), Bueno e Cruz (2013/2014), Possenti (1996), Schuneuwly, Dolz (2004), PCN do Ensino Fundamental (1997, 1998), entre outros, para a discussão e reflexão da fundamentação teórica e princípios que norteiam os conceitos utilizados na escrita deste trabalho. Verificou-se que o Livro Didático analisado cumpre o exigido pelo PNLD, dá enfoque a competência comunicativa, argumentativa e discursiva do aluno, está de acordo com a faixa etária proposta, no entanto, apresenta algumas incoerências no que se refere a produção escrita do Gênero Textual Anúncio Publicitário.

Palavras-chaves: Anúncio publicitário, Livro Didático, Língua Portuguesa.

ABSTRACT

The present work aims to ascertain the focus given to the Text Advertisement and if the content presented in the Textbook will to Know Portuguese 6th grade, of the authors Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan (2012) use by the students of the public schools of the city of Humaitá-AM is consistent with the target audience, to consider that the textbook (LD) and the text genres have great importance in the process of teaching and learning the Portuguese Language at school. A qualitative research has a bibliographical nature based on authors such as, Marcuschi (2002, 2008), Rocha (1995), Bueno e Cruz (2013/2014), Possenti (1996), Schuneuwly, Dolz (2004), *PCN do Ensino Fundamental* (1997, 1998), among others, for discussion and reflection about the theoretical foundation and principles that guide the concepts used in the writing of this work. It was found that the Textbooks analyzed meets the required by the PNLD, give focus to communicative competence, argumentative and student's discursive, it is according to the age group proposal, however, presents some inconsistencies regarding the production of writing Text Advertisement.

Keywords: Text Advertisement, Textbook, Portuguese Language.

[1]Trabalho final de Conclusão de Curso (TCC).

[2]Acadêmica do Curso de Letras: Língua Portuguesa e Língua Inglesa na Universidade Federal do Amazonas;

[3]Orientadora e Professora Mestre do Instituto de educação, Agricultura e Ambiente – IEAA, a Universidade Federal do Amazonas;

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta uma análise sobre o gênero textual “Anúncio publicitário” contido no Livro Didático (LD) “Vontade de Saber Português” do 6º ano, “unidade 4”, capítulos “1 e 2” das autoras Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan, publicado no ano de 2012.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN (1997) destacam que a escola deve preparar o alunos para serem capazes de analisar criticamente, de questionar a realidade, além de saberem formular problemas e resolvê-los, e para isso devem usar o pensamento lógico, a criatividade e a intuição.

Nesse sentido, os gênero textuais são vistos por muitos educadores como importantes mediadores no processo de ensino e de aprendizagem da Língua Portuguesa, já que ajudam no desenvolvimento da competência comunicativa dos discentes em sala de aula. Dessa forma, muitas dúvidas e questões se levantam, no que se refere aos gêneros textuais presentes no livro didático, uma vez ser esse o principal suporte didático tanto para professores quanto para alunos.

Dentro desta perspectiva, os gêneros textuais são formas de linguagens variadas que constituem a comunicação entre os indivíduos. Situando-se na perspectiva bakhtiana, Schneuwly e Dolz (2004) destacam que, o gênero pode ser definido de três maneiras. A primeira corresponde aos conteúdos que são visto por meio dele; a segunda diz respeito à estrutura comunicativa que cada gênero pretende passar; e por último corresponde aos: “conjuntos particulares de sequências textuais e de tipos discursivos que formam sua estrutura”. (SCHNEUWLY E DOLZ, 2004, p. 44).

No entanto, neste trabalho a análise se deterá no Gênero Textual Anúncio Publicitário e dessa forma, tem-se como objetivos averiguar o enfoque dado pela autoras ao referido gênero e se o conteúdo apresentado no Livro Didático está condizente com o público alvo.

Ao analisar o gênero “Anúncio Publicitário”, busca-se mostrar ainda o quão pode ser interessante trabalhar com anúncios e propagandas nas aulas Português, uma vez que estes diversificam e potencializam as leituras e interpretações dos alunos, além de mostrar o uso da língua nos diferentes meios de comunicação.

A pesquisa possui uma abordagem de natureza qualitativa e de cunho bibliográfico, tendo como base teórica autores como: Marcuschi (2002, 2008), Rocha (1995), Bueno e Cruz

(2013/2014), Possenti (1996), Schuneuwly, Dolz (2004), PCN do Ensino Fundamental (1997, 1998).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Ensino da Língua Portuguesa

O ensino da Língua Portuguesa deve partir de uma relação de interação entre sujeito e texto. Desse modo, para que professores e alunos obtenham sucesso durante o processo de ensino e de aprendizagem do Português há a necessidade do envolvimento dos processos de leitura, escrita oralidade e gramática. Sob esse olhar, a escola deve proporcionar ao aluno o pleno desenvolvimento do uso da linguagem oral e escrita, permitindo que os mesmos reflitam, dialoguem, concordem e discordem sobre o uso da língua materna que utilizam no dia a dia.

Nesta perspectiva, as orientações do PCN de Língua Portuguesa (1998), assinalam que o ensino da língua deve ser baseado no eixo USO x REFLEXÃO x USO. De acordo com o referido documento,

> [...] os conteúdos de Língua Portuguesa apresentam estreita relação com os usos efetivos da linguagem socialmente construídos nas múltiplas práticas discursivas. Isso significa que também são conteúdos da área os modos como, por meio da palavra, a sociedade vem construindo suas representações a respeito do mundo. Não há como separar o plano do conteúdo, do plano da expressão. (BRASIL, 1998, p. 40).

Constata-se que o ensino da Língua Portuguesa deve ser baseado em conteúdos diversificados e que devem estar de acordo com a realidade do aluno, no qual devem ser praticados a língua em uso, ou seja, praticar a leitura, a escrita, a oralidade e as suas estruturas gramaticais. Nos dias de hoje não se pode mais conceber a Língua Portuguesa como uma estrutura pronta e acabada.

Neste contexto, Travaglia (1998, p.17) corrobora ao afirmar que o objetivo principal do ensino de língua materna é desenvolver prioritariamente a competência comunicativa dos usuários da língua (falante, escritor/ouvinte, leitor)", ou seja, é preciso que as aulas de Português aceite a heterogeneidade linguística e valorizem e priorizem o ensino com textos diversificados que respeitem as especificidades da língua e da linguagem.

Dessa forma, o PCN (1998, p. 24) destaca ainda que,

> [...] é preciso que as situações escolares de ensino de Língua Portuguesa priorizem os textos que caracterizam os usos públicos da linguagem. Os textos a serem selecionados são aqueles que, por suas características e usos, podem favorecer a reflexão crítica, o exercício de formas de pensamento mais elaboradas e abstratas, bem como a fruição estética dos usos artísticos da linguagem, ou seja, os mais vitais para a plena participação numa sociedade letrada.

Concorda-se com o supracitado documento, visto que a sala de aula deve ser o local privilegiado, onde acontece a construção dos mais diversificados conhecimento e saberes, proporcionado pelas mais diferentes atividades de comunicação, sejam elas por meio da escuta, da oralidade, da leitura ou da escrita, sendo que, para que este aprendizado acontece de forma eficiente, é preciso a interação entre professor e aluno, que consequentemente levará a formação de um leitor e escritor que seja critico, autônomo, e como consequentemente utilizará corretamente todas as estruturas gramaticais da língua sem que para isso, seja preciso dizer que ele está estudando regras gramaticais.

No entanto, mesmo com o ensino dinâmico da Língua Portuguesa propagado pelo PCN(1998) e por muitos educadores especialistas no tema, ainda, não é difícil constatar, a prevalência do ensino tradicional, marcado pelo ensino da gramática, com frases soltas, leituras e interpretações descontextualizadas e distante da realidade do aluno. Bagno (1999, p.149) assinala que,

> A gramática tradicional permanece viva e forte porque, ao longo da história, ela deixou de ser apenas uma tentativa de explicação filosófica para os fenômenos da linguagem humana e foi transformada em mais um dos muitos elementos de dominação de uma parcela da sociedade sobre as demais.

As aulas de Português acabam se tornando as aulas conteudístas, do “certo” e do “errado”, ou seja, a gramática assume o papel de vilã no ensino da língua materna, uma vez que as aulas de Língua Portuguesa se restringem ao ensino das enfadonhas regras gramaticais e das listas intermináveis de exercícios de frases soltas.

Indo na contramão deste processo Possenti (1996) ressalta que:

> [...] saber uma gramática não significa saber de cor algumas regras que se aprendem na escola, ou saber algumas análises morfológicas e sintáticas. Mas profundo do que esse conhecimento é o conhecimento (intuitivo e inconsciente) necessário para falar efetivamente a língua. (POSSENTI, 1996, p. 30).

Faz-se necessário lembrar da existência de uma gramática internalizada que possibilita que o usuário da língua possua competência linguística, gramatical e discursiva, e este a utilize com o contexto no qual está inserido.

Nesse sentido, não se quer ir contra o ensino da gramática normativa, porém destaca-se a necessidade de que esta, seja inserida por meio de textos e de forma contextualizada, pois assim, acredita-se que o aluno enriquecerá não só seu vocabulário, mas seu texto, quer seja ele oral, quer seja escrito.

Ainda de acordo com Antunes (2003, p. 86),

> Regras de gramática, como o nome já diz, são normas, são orientações acerca de como usar as unidades da língua, de como combiná-las, para que se produzam determinados efeitos, em enunciados funcionalmente inteligíveis, contextualmente interpretáveis e adequados aos fins pretendidos na interação.

Desta forma, o ensino da Língua Portuguesa não pode continuar se referindo apenas as nomenclaturas gramaticais como ainda acontecem nos dias de hoje, mas sim que levem os alunos a conhecerem todos os mecanismos de uso da Língua Portuguesa.

2.2 O Gênero Textual

Os gêneros textuais são ferramentas comunicativas existentes em grandes quantidades, que contribuem para o aprendizado dos alunos, fazendo com que os mesmos sejam estimulados e despertem a criticidade e a curiosidade.

Para definir o conceito de gênero textual, buscou-se suporte teórico em Marcuschi (2002, p.25) que ao fundamenta-se em Bakhtin (1992) afirma que [..] gêneros textuais são formas verbais de ação social relativamente estáveis realizadas em textos situados em comunidades de práticas sociais e em domínios discursivos específicos (2002, p. 25).

Dessa forma, os gêneros textuais favorecem não só a construção do conhecimento dos alunos, mas também desperta a reflexão para o domínio discursivo e o desenvolvimento da competência comunicativa do educando. Marcuschi (2008) assinala ainda que,

> O gênero tem uma existência real que se expressa em designações diversas, constituindo em princípio listagem abertas, tais como: telefonema, sermão, carta comercial, carta pessoal, romance, bilhete, reportagem jornalística, aula, notícia jornalística, horóscopo, receita culinária, bula de remédio, instruções de uso, outdoor, etc. São formas textuais estabilizadas, histórica e socialmente situadas. Sua definição não é linguística, mas de natureza sociocomunicativa. (MARCUSCHI, 2008, p.29)

Em virtude do mencionado, pode-se dizer que os gêneros textuais são definidos pelas suas características e estilo único, os quais promovem uma interação entre os interlocutores de determinado discurso, seja uma resenha crítica jornalística, receita de bolo, publicidade ou lista de supermercado, fazendo-se necessário considerar seu contexto, função e finalidade.

Nessa perspectiva, os gêneros textuais não estão apenas inseridos na escola e podem ser encontrados em diversos lugares, podendo ser oral e escrito, com funções diferenciadas em cada situação. No mais, o essencial é que o aluno saiba o porquê de produzir um texto, e/ou qual o objetivo almeja alcançar e para quem escreverá, sendo que os textos, produzidos na escola, devem ter um caráter social e não apenas feitos para o professor ler ou para obtenção de notas.

Com o avanço tecnológico a comunicação evoluiu cada vez mais. Antigamente escrevia-se um bilhete e esperava um tempo para obter a resposta. Nos dias atuais, por exemplo: ao enviarmos uma mensagem via celular em poucos segundos à mensagem chega ao destinatário. Contudo, nota-se que é necessário saber que são através dos gêneros que se consegue escrever a mensagem para transmitir a alguém.

Cada gênero possui seu próprio conteúdo temático, sua estrutura de regras e um estilo único, apresentado de maneira adequada a cada tipo de esfera existente na sociedade, além de contribuir para o desenvolvimento da linguagem no dia a dia. A comunicação passa a existir quando o entendimento do enunciado falado ou escrito consegue transmitir a mensagem a um determinado grupo social.

Para Bronckart (2003) *apud* BOOF, KOCHE, MARINELLO, 2009, p. 2) “conhecer um gênero de texto também é conhecer suas condições de uso, sua pertinência, sua eficácia ou, de forma mais geral, sua adequação em relação às características desse contexto social”. Cabe à escola proporcionar atividades voltadas à leitura e produção de textos que mostrem para o aluno sobre as formas de cada gênero que ocorre no dia a dia, pois assim ele conseguirá aperfeiçoar a linguagem que já tem afinidade e conhecer outros meios que permitam uma interação mais social e eficiente.

Diante disso, quando o educador trabalha os gêneros textuais com seus alunos ele mostra as características de cada gênero e sua importância para o uso da interpretação na vida social. Sendo que, quanto mais gêneros forem expostos nos conteúdos em sala de aula mais o aluno conseguirá desenvolver sua capacidade interativa, fazendo uso diversificado deste gênero, podendo assim ser leitor e autor.

Por outro lado, vale destacar mais uma vez, que segundo as orientações do PCN (1998) é preciso formar alunos com a competência de interpretar e produzir textos coesos e coerentes, e os gêneros textuais podem ser esse estímulo alcançar tal objetivo. Bueno e Cruz (2013/2014, p. 05) ressaltam que "o professor deve oferecer aos alunos uma convivência com diversos textos das diferentes esferas sociais, como textos literários e não literários, artigos científicos e não científicos, contos, reportagens, novelas, jornal, revistas, redes sociais entre outros", ou seja, a importância de se trabalhar as mais diversas formas dos gêneros textuais nas aulas de Língua Portuguesa permitirá que o aluno não só decodifique o código escrito. Mas também compreenda os diferentes textos orais e escritos.

Sob esse olhar, Schneuwly, Dolz (2004, p. 45) destacam que "Finalmente, as *estratégias de ensino* supõe a busca de intervenções no meio escolar que favoreçam a mudança e a promoção dos alunos a uma melhor mestria dos gêneros e das situações de comunicação que lhes correspondem", isto é, o trabalho com os gêneros textuais abrirá um leque de informações e opiniões que fará com que o aluno compreenda facilmente o assunto e a partir daí consiga desenvolver seu próprio texto.

Assim, "o gênero pode, assim, ser considerado um megainstrumento que fornece um suporte para a atividade, nas situações de comunicação e uma referência para os aprendizes" Schuneuwly, Dolz (2004, p. 64), no entanto, para que isso aconteça é importante que o ambiente escolar proporcione ações, projetos, feiras de conhecimento; todos voltados para a interação com os diversos gêneros.

2.3 Gênero Anúncio Publicitário

Schuneuwly, Dolz (2004, p. 67) destacam que "A situação de comunicação é vista como geradora quase automática do gênero, que não é descrito, nem ensinado, mas aprendido pela prática de linguagem escolar, por meio dos parâmetros próprios à situação e das interações com os outros". Dessa forma, o foco de análise deste trabalho é o Gênero Textual Anúncio Publicitário no livro didático, que tem como finalidade promover uma ideia, uma marca, um serviço, entre outros e pode ser muito um instrumento para despertar a criatividade e criticidade do aluno.

De acordo com Rocha (1995, p. 46), os anúncios publicitários "[..] substituíram o velho refrão o segredo é a alma do negócio, pelo conceito a propaganda publicitária é a alma do negócio, e, finalmente, pela temática mais real: a propaganda vende, educa e estimula o

progresso". Nota-se que quanto mais criativo for o anúncio publicitário, mais atrairá o consumidor, com o objetivo de persuadir o público alvo a adquiri algum produto ou oferecer uma ideia de um determinado serviço ou instituição, com fins ou sem fins lucrativos.

Assim aborda Marcuschi (2008) que "A publicidade opera de maneira particularmente produtiva na subversão da ordem instituída para chamar a atenção sobre um produto" (Marcuschi, 2008, p.167). Marcuschi (2008) ainda diz que nas empresas é comum encontrarmos anúncios que envolvam o objetivo de compras motivando a atenção para a leitura que o enunciado transmite, tendo como a finalidade de seduzir o consumidor.

Ao utilizar o anúncio publicitário em sala de aula, faz-se que o professor reflita,

> a) [...] sobre o seu lugar de leitor preferencial do texto escolar e assumir mais explicitamente que o aluno tenta reproduzir no seu texto aquilo que o professor aprova (ou desaprova, quando o aluno quer se contrapor); b) o professor busque ampliar o leque de possibilidades de leitores para o texto escolar e assim delinear, junto com os alunos, o perfil do leitor destinatário, antes de cada atividade escrita (EVANGELISTA et al., 2008, p.123).

Com isso pode-se dizer que por meio do anúncio publicitário o professor pode levar o aluno a ampliar sua visão, ao levar em conta as relações de poder e as ideologias que esteja presente neste gênero, e consequentemente isso transformará as maneiras de pensar e entender o mundo. Dessa forma, a importância de se trabalhar com esse gênero dentro da sala de aula é uma forma diferente de incentivar a produção de textos escritos e textos orais pelos alunos, estimulando assim sua criatividade e interação com sociedade no qual ele está inserido.

2.4 O Livro Didático

No que se refere ao Livro Didático, este é um instrumento de apoio muito importante para o educador e para o aluno, sendo uma ferramenta que incentiva e auxilia a aprendizagem do educando. De acordo, com o PCN (1997, p. 67) "O livro didático é um material de forte influência na prática de ensino brasileiro. É preciso que os professores estejam atentos à qualidade, à coerência e a eventuais restrições que se apresentam em relações aos objetivos educacionais propostos".

Marcuschi (2008, p. 178) ressalta ainda que "O livro comporta os mais diversos gêneros que se queira". A partir deste conhecimento, o livro didático não pode ser mal utilizado enquanto recurso didático, ele deve ser considerado como uma rica fonte de informação disponível para o educando.

Vale ressaltar que o livro não deve ser a única ferramenta de ensino de um professor. Pois, atualmente, boa parte dos professores, faz uso, somente, do livro didático. Isto, de certa forma, "empobrece" o desenvolvimento e a aprendizagem do aluno, de forma que o docente acaba por usar o método de ensino tradicional. Neste sentido Libâneo (1994, p.78) desta que,

> O professor passa a matéria, os alunos escutam, respondem o interrogatório do professor para reproduzir o que está no livro didático, praticam o que foi transmitido em exercícios de classe ou tarefas de casa e decoram tudo para a prova. Este é o tipo de ensino existente na maioria de nossas escolas, uma forma peculiar e empobrecida do que se costuma chamar de ensino tradicional.

O professor que irá ministrar as aulas deverá ter a consciência de buscar em outras fontes de conhecimentos ou conteúdos em: revistas, jornais, ou notícias atuais para dentro de sala de aula, que irá enriquecer, ainda mais, o conhecimento dos alunos, pois como Fiorin (2006, p. 60) assinala que,

> Depois que os Parâmetros Curriculares Nacionais estabeleceram que o ensino de Português fosse feito com base nos gêneros, apareceram muitos livros didáticos que veem o gênero como um conjunto de propriedades formais a que o texto deve obedecer. O gênero é, assim, um produto, e seu ensino torna-se, então, normativo.

Nesse contexto, é preciso que professor verifique e analise qual o enfoque que o gênero textual em estudo ganha do livro didático, se realmente podem contribuir para a construção do conhecimento do educando ou se acaba se tornando um produto como nos livros didáticos antigos, o que deixa o ensino de certa forma normativo e tradicional. Nesse sentido, Bezerra (2010, p. 46) adverte que alguns livros didáticos,

> [...] apresentam mudanças apenas no nível superficial, permanecendo com as mesmas práticas, as mesmas concepções teóricas, outros imprimem alterações teórico-práticas. Embora a gramática da palavra/frase continue tendo grande relevância, o texto está cada vez mais presente nesses livros (é verdade que, muitas vezes, como pretexto para o ensino de regras gramaticais), variando tanto em gênero como em autores.

Vale dizer ainda, que o livro didático é de suma importância para auxiliar alunos e professores nas aulas de Língua Portuguesa, contribuindo assim para a formação de leitores e escritos críticos, criativos, competentes e capazes de interferir de forma consciente na sociedade em que vive.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, de cunho bibliográfico, tendo em vista o objeto de estudo em questão, o Livro Didático, pois segundo Lüdke & André (1986, p. 13) a pesquisa qualitativa: "[...] envolve a obtenção de dados descritos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes".

Primeiramente fez-se uma pesquisa bibliográfica baseado em autores como, Marcuschi (2002, 2008), Rocha (1995), Bueno e Cruz (2013/2014), Possenti (1996), Schuneuwly, Dolz (2004), PCN do Ensino Fundamental (1997, 1998), entre outros, para a discussão e reflexão da fundamentação teórica e princípios que norteiam os conceitos utilizados na escrita deste trabalho.

Em seguida, foi feita a análise Gênero Textual Anúncio Publicitário contemplado no Livro Didático "Vontade de Saber Português 6º ano" das autoras Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan, publicado no ano 2012, sendo que o referido material didático é utilizado pelos professores e alunos do Ensino Fundamental II em escolas públicas no Município de Humaitá.

4. ANÁLISE DE DADOS

O livro didático escolhido para esta análise foi à coleção "Vontade de Saber Português" das autoras Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan publicado pela editora FTD, 1ª edição, 2012 e avaliado pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) no ano de 2014.

A referida coleção é composta por quatros volumes dos 6º, 7º, 8º e 9º ano do Ensino Fundamental, organizada da seguinte forma: **leitura, produção de textos, oralidade e conhecimentos linguísticos**. Essa coletânea foi selecionada para esta pesquisa por serem os livros utilizados nas escolas de Ensino Fundamental no Município de Humaitá – AM.

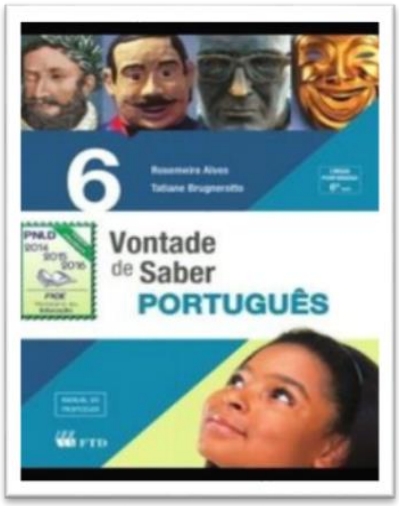


Figura1: Capa do Livro Didático Analisado

Fonte: http://www.google.com.br/search?q=foto+da+capa+do+livro+vontade+de+saber+portugues. Acesso em: 08/03/2017

Segundo o PNLD (2014, p. 116), o livro didático em questão "tem como pontos fortes tratamento dado a textos literários e multimodais: articulação entre leitura, produção de texto e oralidade; diversidade de gêneros e orientações detalhados para a produção de textos orais e escritos". De acordo, com os pontos positivos, percebe-se a importância dada pelas autoras ao trabalhar os eixos oralidade, escrita, leitura gramática com a finalidade de o aluno adquirir competência linguística e desenvolvimento crítico do mesmo. Nesse sentido, o livro didático está de acordo com as orientações das politicas educacionais vigentes e atende a todos os requisitos solicitados segundo as normas estabelecidas para a aprovação do PNLD.

No entanto, não passou despercebido que o supracitado livro possui como ponto fraco a "fraca articulação entre o eixo de conhecimento linguístico e os demais, com elevado números de atividades dedicadas a aquisição de metalinguagem; abordagem superficial e reduzida da variação linguística [...]". PNLD (2014, p. 117). Fica evidente que a supracitada obra precisa atender a um estudo mais aprofundado quando se trata de conteúdos superficiais das variações linguísticas.

Após uma breve leitura das informações contidas sobre o livro didático pesquisado no PNLD (2014), a análise do corpus iniciou a partir de uma leitura mais aprofundada feita de toda coleção, com a finalidade de identificar quais capítulos do livro em questão eram voltados para o Gênero Textual Anúncio Publicitário.

Levando em consideração que a coleção é composta por quatros livros do Ensino Fundamental e pela extensão de gêneros contidos no livro em questão, decidiu-se delimitar o estudo apenas no volume do 6º ano. Dessa forma, identificou-se, Unidade 4, composta pelos

Capítulos “1 e 2” nos quais constam dos Gêneros Textuais Anúncio Publicitário, Seminário e Artigo de Opinião.

Como o estudo deste trabalho foca seu olhar sobre o Anúncio Publicitário esta pesquisa limitou-se ao estudo do Capítulo, da Unidade 4 do supracitado livro didático “Não deixe a natureza ir embora!”.

Apesar da unidade 4 “Meio ambiente: responsabilidade de todos” ser dedicada ao Anuncio Publicitário, a unidade inicia com a apresentação de um cartum “Natureza Morta” do cartunista brasileiro Angeli e uma fotografia de uma escultura de dois artistas plásticos Tim Noble e Sue Webester, com a finalidade de contextualizar o conteúdo a ser explanado na referida unidade (Anúncio Publicitário, Seminário e Artigo de Opinião). Em seguida é apresentado algumas questões referentes as imagens exibidas, com o intuito de fazer com que o aluno pratique a oralidade e exercite o seu raciocínio e sua criticidade já que estes devem seguir a orientação “Responda oralmente”, o que pressupõe o direcionamento, intervenção do professor para poder criar um ambiente escolar propício que incentive o aluno a expor sua opinião sem a preocupação de ser criticado ou de sofrer algum de preconceito linguístico por parte dos colegas de turma.

unidade 4

Meio ambiente: responsabilidade de todos

Observe atentamente o cartum e a fotografia de uma escultura.

NATUREZA MORTA

Cartum produzido pelo cartunista brasileiro Angeli.

Angeli. Natureza Morta. In: *Folha de S.Paulo*, 22 fev. 2005. Extraído do site «www2.uol.com.br/angeli». Acesso em 24 nov. 2007.

a) Ambos foram produzidos para denunciar a agressão ao meio ambiente, a fim de que as pessoas reflitam sobre os danos que têm causado a ele e possam mudar seu comportamento.
c) No cartum, o artista apresenta, com desenho, uma caveira formada pela clareira e pelos troncos de árvores, denunciando o desmatamento. Na escultura, os artistas usam resíduos de lixo urbano e projetam luzes formando sombras humanas, denunciando a responsabilidade do ser humano na questão do acúmulo de lixo.

Tim Noble e Sue Webster, dois artistas plásticos ingleses, extraem arte das ruas de Londres. Eles recolhem materiais jogados no lixo e os empilham, com o objetivo de formar uma imagem na parede, por meio da projeção de uma luz no lixo. Nessa fotografia, é possível observar uma escultura produzida por esses artistas, retratada em 2000.

Responda oralmente

Conversando sobre o assunto

a) O cartum e a escultura foram produzidos com um objetivo semelhante. Explique o que os autores esperam despertar no público com essas produções.
b) O cartum e a escultura denunciam situações provocadas pelo ser humano. Identifique a situação retratada em cada um deles. No cartum, o desmatamento; na escultura, a poluição por meio do excesso de lixo.
c) Que recursos foram utilizados pelos artistas para compor suas críticas?
d) Em sua opinião, de que forma os problemas mostrados nas imagens podem ser amenizados? Pessoal. Possível resposta: por meio da conscientização das pessoas, em relação ao desmatamento e à poluição provocada pelo excesso de lixo.

136

Figura 2: Cartum e Fotografia
Fonte: Vontade de Saber Português: Meio ambiente: responsabilidade de todos, 2012, p.136

Embora nas orientações do manual do professor, as autoras mostrem a preocupação com o desenvolvimento da competência comunicativa do aluno e a necessidade de facilitar a compreensão dos conteúdos Anúncio publicitário, Seminário e Artigo de opinião por meios de cartum, fotografia e imagens, que são recursos chamam mais atenção dos alunos e trazem leituras rápidas de linguagem verbal e não verbal, o que consequentemente devem facilitar a aprendizagem, e ampliar a capacidade de compreensão e interpretação dos estudantes envolvidos nesse processo, ficou evidente que a forma como o conteúdo é explorado ainda não é suficiente para o aluno dominar o texto apresentado e consequentemente a competência argumentativa do educando.

capítulo 1 Não deixe a natureza ir embora!

Leitura 1

A cada dia, nossas florestas estão sendo devastadas e, com elas, a vida animal e vegetal está desaparecendo. O anúncio publicitário a seguir, veiculado no ano 2000, alerta para o problema do desmatamento e pede ajuda para mudar essa realidade. Você acha que isso é possível? Comente sua opinião com os colegas.

WWF

É este o planeta que você está construindo para os seus filhos?

Horizonte Geográfico. São Paulo. Horizonte Geográfico, ano 13, n. 71, out. 2000, p. 17.

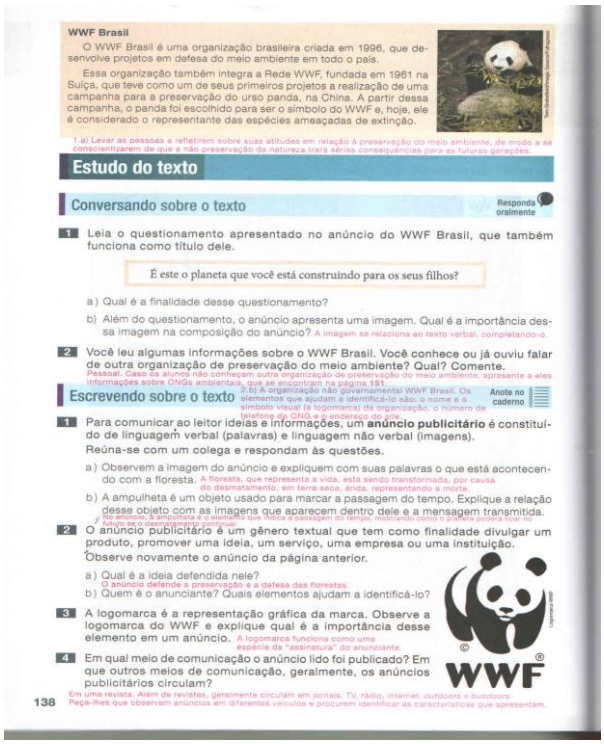
Capítulo 1 Não deixe a natureza ir embora!

137

Figura 3: Anúncio Publicitário da WWF
Fonte: Vontade de Saber Português: Meio ambiente: responsabilidade de todos, 2012, p.137

O tema aqui pesquisado só é apresentado na leitura 1 com um Anúncio Publicitário da organização brasileira WWF sobre desmatamento. E seguida o LD apresenta um breve texto sobre a referida organização. No livro do professores, os docentes recebem em letras pequenas e em vermelho a orientação das autoras de “Levar as pessoas a refletirem sobre suas atitudes em relação à preservação do meio ambiente, de modo a se conscientizarem de que a não preservação da natureza trará sérias consequências para as futuras gerações” (TAVARES E COLSENVAN, 2012, p. 138) o que ao olhar desta pesquisadora é um ponto positivo.

Observou-se que nesta unidade do supracitado Livro Didático tudo parte de imagens e anúncios e se o professor souber direcionar corretamente as aulas de Português e desenvolver juntamente o aluno uma leitura e interpretação crítica, os discentes envolvidos nesse processo construirão os seus próprios significados. Dessa forma, os itens “conversando sobre o texto” e “escrevendo sobre o texto” traz questões que direcionam o aluno a produção de resposta crítica sobre o tema, no entanto a forma como o exercício é apresentado nos faz lembrar os velhos questionários aplicados no ensino tradicional.



WWF Brasil

O WWF Brasil é uma organização brasileira criada em 1996, que desenvolve projetos em defesa do meio ambiente em todo o país.

Essa organização também integra a Rede WWF, fundada em 1961 na Suíça, que teve como um de seus primeiros projetos a realização de uma campanha para a preservação do urso panda, na China. A partir dessa campanha, o panda foi escolhido para ser o símbolo do WWF e, hoje, ele é considerado o representante das espécies ameaçadas de extinção.

1.a) Levar as pessoas a refletirem sobre suas atitudes em relação à preservação do meio ambiente, de modo a se conscientizarem de que a não preservação da natureza trará sérias consequências para as futuras gerações.

Estudo do texto

Conversando sobre o texto — Responda oralmente

1 Leia o questionamento apresentado no anúncio do WWF Brasil, que também funciona como título dele.

> É este o planeta que você está construindo para os seus filhos?

a) Qual é a finalidade desse questionamento?

b) Além do questionamento, o anúncio apresenta uma imagem. Qual é a importância dessa imagem na composição do anúncio? A imagem se relaciona ao texto verbal, completando-o.

2 Você leu algumas informações sobre o WWF Brasil. Você conhece ou já ouviu falar de outra organização de preservação do meio ambiente? Qual? Comente.
Pessoal. Caso os alunos não conheçam outra organização de preservação do meio ambiente, apresente a eles informações sobre ONGs ambientais, que se encontram na página 191.

Escrevendo sobre o texto — Anote no caderno

2.b) A organização não governamental WWF Brasil. Os elementos que ajudam a identificá-lo são: o nome e o símbolo visual (a logomarca) da organização, o número de telefone da ONG e o endereço de site.

1 Para comunicar ao leitor ideias e informações, um **anúncio publicitário** é constituído de linguagem verbal (palavras) e linguagem não verbal (imagens).
Reúna-se com um colega e respondam às questões.

a) Observem a imagem do anúncio e expliquem com suas palavras o que está acontecendo com a floresta. A floresta, que representa a vida, está sendo transformada, por causa do desmatamento, em terra seca, árida, representando a morte.

b) A ampulheta é um objeto usado para marcar a passagem do tempo. Explique a relação desse objeto com as imagens que aparecem dentro dele e a mensagem transmitida. No anúncio, a ampulheta é um objeto que marca a passagem do tempo, mostrando como o futuro se o desmatamento continuar.

2 O anúncio publicitário é um gênero textual que tem como finalidade divulgar um produto, promover uma ideia, um serviço, uma empresa ou uma instituição.
Observe novamente o anúncio da página anterior.

a) Qual é a ideia defendida nele? O anúncio defende a preservação e a defesa das florestas.

b) Quem é o anunciante? Quais elementos ajudam a identificá-lo?

3 A logomarca é a representação gráfica da marca. Observe a logomarca do WWF e explique qual é a importância desse elemento em um anúncio. A logomarca funciona como uma espécie de "assinatura" do anunciante.

4 Em qual meio de comunicação o anúncio lido foi publicado? Em que outros meios de comunicação, geralmente, os anúncios publicitários circulam?
Em uma revista. Além de revistas, geralmente circulam em jornais, TV, rádio, internet, outdoors e busdoors. Peça-lhes que observem anúncios em diferentes veículos e procurem identificar as características que apresentam.

138

Figura 4: Exercícios do Livro Didático
Fonte: Vontade de Saber Português: Meio ambiente: responsabilidade de todos, 2012, p.138

Percebeu-se também que não existe nenhum texto com a explicação mais aprofundada sobre o conceito de Anúncio Publicitário, sua estrutura ou suas características. Nesse sentido, cabe ao professor buscar outros materiais que sanem esse problema durante as aulas.

Em seguida, constatou-se que o livro do 6º ano as autoras se utilizaram mais especificamente de dois tipos de anúncios publicitários: o institucional e o comercial. Segundo as autoras Tavares e Conselvan (2012, p.139) “o anúncio institucional geralmente tem finalidade social e/ou ambiental, sem fins lucrativos, e promovem uma instituição”, como é o caso do Anuncio publicitário da WWF.

Percebe-se que este anúncio institucional desenvolve campanhas sem fins lucrativos pedindo ajuda e atenção da sociedade para que mudem a realidade e preservem o meio ambiente e as espécies ameaçadas de extinção.

Já o anúncio publicitário comercial, de acordo com Tavares e Conselvan (2012, p. 139) “tem como objetivo vender um produto, divulgar um evento com finalidade de obter lucros”. Nota-se uma grande diferença entre ambos, o primeiro não almeja fins lucrativos e o outro requer lucros para obter saídas de produtos expostos por uma empresa, ou seja, nem sempre o anúncio publicitário terá apenas a finalidade de consumismo de um determinado produto, mas a intenção para mostrar uma ideia de alerta para um comportamento social ou ambiental.

Também observou-se a grande diversidade de exercícios que exploram exaustivamente o assunto em foco, mas não direciona o aluno a produzir de maneira livre, autônoma e criativa o gênero textual estudado como propõe o PCN (1998), apesar das autoras mostrarem a importância dos gêneros textuais presente no seu dia a dia. Nesta perspectiva, Marcuschi (2008, p.155) aborda que,

> Os gêneros textuais são textos que encontramos em nossa vida diária e que apresenta padrões sóciocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas.

Segundo o autor, os gêneros tem suas formas, funções e estilos próprios, que sempre farão parte do cotidiano do indivíduo em qualquer situação que se encontrem. Assim, vale lembrar que cabe ao professor escolher a melhor metodologia para facilitar o desenvolvimento cognitivo do aluno, e apesar das autoras procurem elaborar exercícios que suscitem respostas subjetivas por parte dos alunos, faz-se necessário que o docente incentive o aluno a expressar seu ponto de vista crítico a respeito das imagens expostas no supracitado capítulo do livro didático e torne dessa forma, a sua aprendizagem mais significativa.

Percebeu-se também que no item “Ampliando a linguagem” é explorado diferentes recursos de linguagens para fazer com que o aluno aprenda a diferenciar a relação verbal e não verbal do anúncio, como pode ser observado no livro didático.

Ampliando a linguagem

Recursos de linguagem no anúncio publicitário

Na sociedade atual, os anúncios publicitários são veiculados em diferentes meios de comunicação, até mesmo em meios de transporte (ônibus e automóveis), a fim de persuadir o público a comprar um produto, a adotar certo comportamento, ou ainda a aderir à ideia de uma instituição.

Observe os anúncios a seguir.

A

Pediatria do Hospital Samaritano de São Paulo.

Cuidamos da sua filha do teste do pezinho até os primeiros garotos ficarem aos pés dela.

B

Vai levar as netas para o aquário da mata atlântica? Aproveita enquanto tem água.

capítulo 1

Não deixe a natureza ir embora!

141

Figura 5: Anúncio Publicitário
Fonte: Vontade de Saber Português: Meio ambiente: responsabilidade de todos, 2012, p.141

Na imagem “A” o anúncio sobre a Pediatria do Hospital Samaritano de São Paulo, apresenta a imagem de um tênis com um curativo para especificar que o hospital proporciona cuidados com crianças e adolescentes. E, é através do anúncio que o aluno irá distinguir a linguagem verbal, e a não verbal que é demonstrada apenas com imagem de um tênis, mas com intenção de que as mães façam o teste do pezinho em seus filhos. Ao mesmo tempo que o Anúncio tenta conscientizar as mães para a importância desse teste para a prevenção de futuras doenças, mas ao mesmo tempo tenta persuadi-las a comprar o produto, que no caso é o teste do pezinho, levando em consideração que o hospital em questão é uma instituição particular.

Já na imagem “B” o anúncio é sobre a preservação da Mata Atlântica, ou seja o desmatamento traz sérios prejuízos para a humanidade, e o organização SOS Mata Atlântica tenta chamar atenção para a falta de ações governamentais e não governamentais de preservação das florestas.

Em seguida o LD irá refletir através dos exercícios para obter melhor entendimento do conteúdo, no entanto, os exercícios continuam engessados e direcionados, não proporcionando nenhuma liberdade de criação aos alunos.

Assinala-se que as autoras do Livro Didático tiveram a preocupação de compor o item em análise com anúncios que não são meramente comerciais, ou seja, tiveram a preocupação de trazer anúncios com reflexões sobre o meio social, o meio ambiente e a natureza em si, cuidados com animais, para um olhar mais humano, que não tinham de só a finalidade de influenciar para o consumo, mas também para conscientização de preservação. Segundo as autoras Tavares e Conselvan (2012, p. 139): "o anúncio institucional geralmente tem finalidade social e/ou ambiental, sem fins lucrativos, e promove uma instituição".

Produção escrita

ıúncio publicitário

Na página 137, você viu um anúncio da instituição WWF Brasil. Agora, você vai ver ıtro anúncio publicitário e rever algumas características desse gênero.

capítulo 1

Não deixe a natureza ir embora!

4 de outubro, Dia do Cão.
Hoje é o contrário:
é você quem faz festinha
para o cachorro.

Pedigree
Cachorro
é tudo de bom.

Identifique nesse anúncio os seguintes aspectos:

a) O que ele divulga. Produtos da marca Pedigree.

b) Com que objetivo ele foi produzido. Para convencer o público a comprar produtos da marca anunciada.

c) A que tipo de anúncio ele pertence. Comercial.

Peça aos alunos que tragam revistas para a sala de aula, a fim de observarem os anúncios publicitários divulgados nelas e discutirem sobre a estrutura de cada anúncio.

145

Figura 6: Anúncio Publicitário da WWF
Fonte: Vontade de Saber Português: Meio ambiente: responsabilidade de todos, 2012, p.145

Constatou-se que somente no item "Produção escrita" é que os alunos irão desenvolver a produção escrita por meio. Por meio de um anúncio de revista de uma ração para cachorro, que apresenta a imagem de um cão alegre, bonito e bem saudável com um simples texto que sugeri que o público alvo festeje "O dia do cão" presenteando o seu animal de estimação com o produto da marca anunciado. Diante dessa imagem e texto simples, com poucas explicações há novamente um número extenso de atividades que se desenvolve a partir desse anúncio. Observou-se atividades simples e tradicional, com perguntas objetivas, mas não se pode deixar

de negar as perguntas subjetivas que provoquem a argumentação do aluno, porém é um minuciosamente direcionado pelas autoras.

Só a partir desta situação é que existe no livro do professor a orientação para que os docentes solicitem que os alunos pesquisem e tragam revistas para a sala de aula com o intuito de fazer com que os discentes a estrutura do Anúncio Publicitário.

Diante da situação cabe ao professor dialogar com os alunos para que os mesmos possam entender e fazer perguntas quanto ao conteúdo para que se abra um leque de interação a ser explanado, como orienta o PCN (1998, p. 22), "Ao professor cabe planejar, implementar e dirigir as atividades didáticas, com o objetivo de desencadear, apoiar e orientar o esforço de ação e reflexão do aluno, procurando garantir aprendizagem efetiva", ou seja, o LD é apenas o suporte, o professor deverá tomar a frente e orientar seus alunos para que possam sentir-se motivados com as aulas com a finalidade de que o aprendizado fique mais eficiente.

Percebe-se na unidade quatro a exploração de vários tipos de anúncios publicitários através de textos, exercícios e perguntas objetivas e subjetivas, mostrando o lado positivo e negativo do anúncio, que tenta levar o aluno a desenvolver a competência comunicativa, argumentativa, além do desenvolvimento da criticidade, no entanto a parte escrita que desenvolve a criatividade ficou prejudicada na abordagem do tema estudado, pois Marcuschi (1996) ressalta que,

> [...] podemos admitir que a compreensão textual se dá em boa medida como um processo inferencial, isto é, como uma atividade de construção de sentido em que compreender é mais do que extrair informações do texto: é uma atividade de produção de sentidos. [...] Compreender textos não é simplesmente reagir aos textos, mas agir sobre os textos. (MARCUSCHI, 1996, p. 74).

Em poucas palavras o teórico supracitado destaca que para aprendizagem da Língua Portuguesa, quer seja a leitura, quer seja a escrita não pode se resumir a simples extração de informações superficiais do texto, mas deve suscitar uma reflexão crítica sobre o texto e sobre a realidade social que o cerca, ou seja, o Livro Didático pode até ter um propósito, mas se o professor não souber trabalhar o conteúdo o resultado não será positivo, é preciso o mediador consiga interagir com o aluno para que este possa absorver todas as informações de forma significativa e eficiente.

Antunes (2001) também corrobora com o tema quando assinala que,

> [...] elaborar um texto escrito é uma tarefa cujo sucesso não se completa, simplesmente, pela codificação das ideias ou das informações, através de sinais gráficos. Ou seja, produzir um texto escrito não é uma tarefa que implica apenas o ato de escrever. Não começa, portanto, quando tomamos nas mãos papel e lápis. Supõe, ao contrário, várias etapas, interdependentes e intercomplementares, que vão desde o planejamento, passando pela escrita propriamente, até o momento posterior da revisão e da reescrita. Cada etapa cumpre, assim, uma função específica, e a condição final do texto vai depender de como se respeitou cada uma dessas funções. (ANTUNES, 2003, p. 54).

Embora o Gênero Anúncio Publicitário seja pouco explorado em sala de aula, é importante reconhecer que o mesmo contribui no aprendizado do aluno se for bem explorado tanto pelo livro didático quanto pelo professor. Além disso, o aluno deverá compreender que anúncio publicitário é um gênero que tem o intuito de promover uma ideia, uma instituição, um serviço e divulgar uma marca, entender que a linguagem empregada em anúncios pode ser verbal e não verbal ou mista dependendo de como esse anúncio está apresentado para o público alvo. Para que o mesmo conheça as diferenças entre anúncios, como: institucional e comercial no qual o livro didático destaca.

Dessa forma, percebe-se que no livro didático o gênero Anúncio Publicitário é explorado exaustivamente o conteúdo por meio de exercícios sobre o referido gênero, sendo o assunto em sala de aula deveria ser mais trabalhado pelos professores e alunos, em forma de trabalhos expositivos com recortes de revista, jornais, para que o aluno com a instrução do professor possa produzir seu próprio anúncio com os elementos que estruturam o gênero como: título, corpo do texto, identificação do produto ou marca e imagem.

Quanto a parte de produção textual não foi muito explorada, pois somente no único item “Produzindo texto” do capítulo 1 é que o aluno irá produzir um Anúncio Publicitário.

Observou-se que existem instruções dado pelas autoras que devem ser seguidos, não foi permitido que o aluno tivesse liberdade de criação, pois atividade solicita que ele cria uma logomarca e um slogan de acordo com os exemplos apresentados.

Sob esse olhar, o professor deve usar uma metodologia que chame atenção do aluno, explicando o assunto a ser abordado para assim gerar um discurso entre professor e aluno, levando para dentro de sala de aula diversos vídeos sobre alguns anúncios, áudio de propagandas, com a finalidade de que esse aluno possa expor seu trabalho e também algumas ações que a escola promove, estimulando o aluno a produzir o seu próprio texto como palestras de anúncios do cotidiano, uma vez que cabe novamente ressaltar que o LD é apenas um suporte para o processo de ensino e de aprendizagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, a análise do Gênero Textual Anúncio Publicitário do Livro Didático "Vontade de Saber Português" das autoras Rosemeire Aparecida Alves Tavares e Tatiane Brugnerotto Conselvan, do 6º ano do Ensino Fundamental mostrou que o Livro Didático analisado cumpre o exigido pelo PNLD, no entanto apresenta algumas incoerências no que se refere a apresentação e desenvolvimento do Gênero Textual Anúncio Publicitário.

Quanto aos objetivos sugeridos para a análise proposta por este trabalho, constatou-se que as autoras do livro em questão tiveram como enfoque o desenvolvimento da competência linguística e comunicativa do aluno. No que se refere ao conteúdo apresentado está de acordo com a faixa etária dos alunos, sendo que se bem explicado pelo professor o aluno conseguirá compreender o que fora proposto pelas autoras.

Percebeu-se também que tanto o livro como a parte analisada estão de acordo para o ensino fundamental, pois o livro no que se trata aos gêneros textuais o Livro Didático apresenta uma diversidade de gêneros, o que contribui muito para desenvolvimento crítico do aluno.

No entanto, também ficou evidente no que trata do Anuncio Publicitário o Livro Didático pesquisado não contempla de forma eficiente o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para que o aluno possa produzir o seu próprio Anúncio.

Cabe destacar ainda que o Anúncio Publicitário que tem uma grande importância para o desenvolvimento discursivo do aluno, pois proporciona um desenvolvimento cognitivo e crítico, fazendo-os viver na sociedade e conhecendo os mecanismos de construção dos anúncios que os rodeiam.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé, 1937 **Aula de português: encontro & interação** – São Paulo: Parábola Editorial, 2003 – (Série Aula; 1)

BAGNO, Marcos. Preconceito linguístico: O que é, como se faz. São Paulo: Ed. Loyola, 1999.

BEZERRA, Maria Auxiliadora. Ensino de língua portuguesa e contextos teóricos-metodológicos. In.: DIONÍSIO A. P., MACHADO, A. R., BEZERRA, M. A. (Orgs.). Gêneros textuais e ensino. 4. ed., Rio de Janeiro: Lucerna, 2010. p. 39-49.

BOFF, Odete M. B.; Koche, Vanilda S. ; MARINELLO, Adiane F. **O gênero textual artigo de opinião: um meio de interação**. Revel, vol.7, n. 13, 2009. [www.revel.inf.br].

BUENO, Elza Sabino da Silva; CRUZ, Stephanie Narsalla. **Gêneros Textuais – Mecanismos Auxiliares ao Ensino Aprendizagem em Sala de aula**. Interletras, v. 3, Edição 18, out. 2013 / mar 2014.

BRASIL. Ministério da Educação: PDE: **Plano de Desenvolvimento da Educação: Prova Brasil; ensino fundamental; matrizes de referência, tópicos e descritores.** Brasília: MEC, SEB, INEP, 2008.

BRASIL. Secretária de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais. Introdução**. Secretaria de Educação Fundamental, Brasília: MEC/SEF, 1997.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa/ Secretaria de Educação Fundamental**. Brasília: MEC/SEF, 1998.

CANDAU, V. M. **Papel da Didática na Formação de Educadores.** In: CANDAU, Vera Maria (Org.). A didática em questão. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

CORACINI, Maria José (org.). **O processo de legitimação do livro didático na escola de ensino fundamental e médio: uma questão de ética. In: Interpretação, autoria e legitimação do livro didático: língua materna e língua estrangeira.** 1 ed. Campinas, SP: Pontes, 1999.

EVANGELISTA, Aracy Alves Martins et al. Algumas indicações para o trabalho com a escrita na sala de aula. In:_____. Professor-Leitor, aluno-autor: reflexões sobre avaliação do texto escolar. Minas Gerais: CEALE, 2008, p. 115-125.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa dicionário/ Aurélio Buarque de Holanda Ferreira**; coordenação de edição Marina Baird Ferreira; equipe de lexicografia Margarida dos Anjos. – 7.ed. – Curitiba: Ed. Positivo; 2004.

FIORIN, José Luiz. Introdução ao pensamento de Bakhtin. São Paulo: Ática, 2006.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

Guia de livros didáticos: PNLD 2014**: língua portuguesa: ensino fundamental.** Anos finais - Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2013.

Disponível em: http://googleweblight.com/?lite_url=http://m.portugues.uol.com.br/redacao/o-anuncio-publicitario-uma-analise-linguistica. Acesso em: 08 de Março de 2017.

http://www.google.com.br/search?q=foto+da+capa+do+livro+vontade+de+saber+portugues. Acesso em: 08 de Março de 2017.

LIBÂNEO, J. C.. **Didática.** 1º Edição. São Paulo. Cortez Editora. 1994.

LÜDKE, Menga & ANDRÉ, Marli E.D.A de. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão**. Ed. Paraíba. São Paulo, 2008.

_____ . Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (orgs.). Gêneros textuais e ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. Exercícios de compreensão ou copiação nos manuais de ensino de língua? Em Aberto, Brasília, 69, jan./mar. 1996. Disponível em: <http://emaberto.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/viewFile/1039/941>. Acesso em: 17 jul. 2017.

POSSENTI, Sírio, **Por que (não) ensinar gramática na escola/** Sírio Possenti – Campinas, SP: Mercado de Letras, 1996. (Coleção Leituras no Brasil)

RIBEIRO, Júlio; SCHUSTER, Marco Antônio. Jovens Criativos. **Press Advertising**, ano IX, edição 107, 2006, p. 6-13.

ROCHA, Everaldo P. Guimarães. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade.** 3. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e colaboradores; ROJO, Roxane e Cordeiro, Glaís Sales (Trad e Org). **Gêneros Orais e Escritos na Escola.** Campinas-SP. Mercado de Letras, 2004.

TRAVAGLIA, L. C. Gramática e interação: uma proposta para o ensino de gramática no 1° e 2° graus. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1998.

TAVARES, Rosemeire Aparecida Alves; CONSELVAN, Tatiane Brunerotto. **Vontade de Saber Português, 6º ano.** Ed. 1 – São Paulo: FTD, 2012.