

**LEITURA COMO PRÁTICA SIGNIFICATIVA
DO GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO:
ANÁLISE O LIVRO *VONTADE DE SABER PORTUGUÊS*
DO SEXTO ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL**

Vanderlis Legramante Barbosa (UEMS)

vanderlis1@yahoo.com.br

Nataniel dos Santos Gomes (UEMS)

natanielgomes@uol.com.br

RESUMO

O ensino voltado à prática da leitura está relacionado aos inúmeros gêneros que podem ser discutidos e estudados em sala de aula. Entre os gêneros, optamos em analisar o anúncio publicitário, disponível no material didático do livro *Vontade de Saber Português*, do 6º ano do ensino fundamental. A identificação dos diversos elementos que compõem um anúncio publicitário como imagens, cores, letras, *slogans*, logotipos, texto verbal, requer estratégias de orientação de leitura durante as aulas de língua portuguesa. Para isso, objetivamos fazer uma análise reflexiva sobre a abordagem de leitura e a sequência didática dos textos do livro. Outro aspecto observado será o tratamento do referido gênero textual pelo material didático. Para tal, recorremos a autores como João Wanderley Geraldi (2001), Ângela Kleiman (2002), Marisa Lajolo (1993), Wilson José Leffa (1996), Luiz Antônio Marcuschi (2002; 2008), Eni Puccinelli Orlandi (2008), Rafael Sampaio (1999) e Magda Soares (2009) como referência para este estudo. Aspectos como letramento, atribuição de sentidos ao texto e uso do livro didático serão considerados neste trabalho.

Palavras-chave: Anúncio publicitário. Leitura. Significado. Livro didático.

1. Introdução

Os textos publicitários abordam diversas estruturas da linguagem que aliam recursos verbais, semânticos, estilísticos e visuais. Essas possibilidades ligadas a aspectos sociais como cultura, mídia, contexto, interação no leitor gerando associação e interpretação dos textos. A interação gerada na soma desses fatores compactua diretamente para a negociação e construção de sentido pelo aluno. Portanto, esse gênero foi utilizado para refletirmos a respeito da prática de mediação do professor nas aulas de língua portuguesa no sentido de ressaltar a leitura como forma de conhecimento e acesso ao uso interativo da língua.

A prática de leitura em textos publicitários foi abordada em uma de nossas práticas em sala de aula com intuito de desenvolver práticas de letramento¹³⁷ mais abrangentes e significativas, uma vez que tem ganhado espaço nos estudos com gêneros textuais e nos livros didáticos. Nesse sentido, os textos publicitários são gêneros que fazem uso de diversos recursos para a interação entre leitor, mídia e sociedade por meio de apelos linguísticos, imagens chamativas, efeitos visuais, conceitos comportamentais, entre outros. Esses textos empregam recursos linguísticos criativos e apresentam repertório sócio cultural que permitem, por meio de leitura analítica, levantar pressupostos interpretativos para o desenvolvimento do pensamento crítico e significativo diante das intenções discursivas.

As práticas desenvolvidas em sala de aula pelo professor instigam o aluno para o senso crítico e produtivo e, contribuem para o desenvolvimento da leitura letrada. Eliana Nagamini (2000) explica a importância do trabalho com esse gênero em sala de aula:

Estudar, na sala de aula, as estratégias linguísticas utilizadas na construção do discurso publicitário contribuirão para um melhor entendimento das potencialidades de uso da língua, nos diferentes meios de comunicação.

Essa atividade pode apresentar desafios tanto para o aluno como para o professor que, ao exercer seu papel de mediador, terá de ser também um 'leitor crítico' para elaborar sua pesquisa e buscar novas metodologias. (NAGAMINI, 2000, p. 77)

Nesse sentido, compreender os diferentes contextos de comunicação, o uso da linguagem, o sentido das imagens, o efeito desejado, inferir sentimentos e intenções da publicidade, são pontos que, não podem passar despercebidos como se fossem de segunda importância, Ângela Kleiman (2002) afirma que a leitura deve ser objetivada e entendida pelo aluno para que se torne significativa, esses esclarecimentos são primordiais para que a leitura seja participativa e interessante ao aluno.

Tendo como ponto de partida a leitura como atribuição dos sentidos Wilson José Leffa (1996) em especial do gênero anúncio publicitário, trabalhamos a sequência didática proposta pelo livro *Vontade de Saber*

¹³⁷ Segundo Magda Soares (2004), o letramento são práticas que ultrapassam a alfabetização, pois levam o indivíduo a interagir de forma funcional nas práticas sociais, "saber ler e escrever em direção ao ser capaz de fazer uso da leitura e escrita" (SOARES, 2004, p. 7), ou seja, o indivíduo é capaz de entender e participar da sociedade e, sobretudo saber usar o código da escrita na construção do significado durante a aprendizagem.

Português (ALVES & BRUGMEROTTO, 2012) como prática de ensino em uma turma do 6º ano do ensino fundamental da rede municipal. Realizamos aulas seguindo algumas sugestões do material, ressaltando aspectos relevantes dos quais achamos pertinentes no livro, assim como também propusemos outros recursos metodológicos para a ampliação do material didático e variações do gênero.

Convém afirmar que o livro didático foi utilizado como suporte para o desenvolvimento das atividades propostas. No entanto contamos com outros recursos como o projetor de multimídia, vídeos publicitários e revistas. Com isso, queremos salientar que o livro didático, muitas vezes julgado como artificial no uso metodológico, pode trazer letramentos interessantes para a prática docente e desenvolvimento da leitura, principalmente quando associados a outras linguagens.

2. Acerca da leitura

Quando pensamos em leitura, especialmente por sermos educadores, sentimos que a motivação e o entendimento daquilo que se lê é um enclave no desenvolvimento do aluno quanto leitor crítico, que é capaz de inferir leituras em determinados textos e, mais profundo ainda, não consegue atribuir significado ao que decodifica nas palavras.

Mais do que tudo o ato de ler deve envolver a imaginação, a sensibilidade e a concepção de que existem diversas formas de leitura, Eni Puccinelli Orlandi (2008), e a esse processo o leitor está diretamente ligado a relações que a estabelecem como conexão entre “autor/leitor/texto”, ou seja, os efeitos polissêmicos e discursivos do texto ganham dimensões distintas de acordo com os conhecimentos prévios de quem lê.

Em se tratando de leitura como prática social, é importante afirmar que a decodificação de letras e palavras não se configura em aprendizagem ou de letramento, pois muitas vezes os alunos não são capazes de atribuir sentido ao texto, evidenciando assim a visão de Magda Soares (2009, p. 24) de que “um indivíduo pode não saber ler e escrever, isto é, ser analfabeto, mas ser, de certa forma, letrado”. Os textos são multifacetados e dependem da compreensão do leitor a qual no ato da leitura associa-se a diversos fatores como crenças, valores, contexto social, importância e relevância.

A leitura é um ponto sensível no processo de aprendizagem, por isso a importância de valorizá-la desvinculada às diversas concepções a que estão atreladas – estudo gramatical, decodificação ou avaliação. Assim, Ângela Kleiman (2002) alerta sobre o aspecto cognitivo da leitura a partir de “práticas pedagógicas que inibem o desenvolvimento de estratégias adequadas para processar e entender o texto” (KLEIMAN, 2002, p. 16), isso se explica quando a leitura e análise do texto são utilizados como pretexto para a análise linguística, sem promover uma ação que desperte o interesse e o prazer de ler.

Em vista disso, entendemos que a prática de leitura tem como prioridade apresentar ao aluno um recorte significativo de gêneros que circulam socialmente e que contemplam as diferentes linguagens a fim de que haja a relação da natureza funcional e interativa da língua e compreenda o processo seletivo das palavras e de construção textual.

Como ponto de partida deste artigo objetivamos a análise do gênero anúncio publicitário proposto no livro didático *Vontade de Saber Português*. Entretanto, convém ressaltar a valorização da interpretação do aluno, uma vez que os livros didáticos destinados ao professor sugerem respostas às atividades apresentadas. Saber renegociar os diversos sentidos que podem ser atribuídos a um texto, principalmente tratando-se da publicidade, geralmente composta por elementos de letramento visual, preconizam as possibilidades de ver mais além daquilo que está previsto. A leitura tem a função de abrir espaço para a subjetividade ser desenvolvida no sentido de instigar o aluno a compreender o texto e/ou imagens colaborando na ampliação dos sentidos e da concepção crítica da produção do texto.

3. A leitura na escola

Segundo os *Parâmetros Curriculares Nacionais* (BRASIL, 1997), a leitura na escola deve ser objeto de ensino e de aprendizagem, desde que faça sentido ao aluno. Essa intenção é válida do ponto de vista de leitura como prática social que engloba as diversidades dos textos, suas funções e intenções no processo comunicativo.

O intuito da escola é o de formar leitores capazes de “compreender os diferentes textos com os quais se defrontam” (BRASIL, 1997, p. 36) e para isso, o exercício da leitura de diferentes gêneros colabora para uma formação de leitor investigativo, que busca o significado implícito

nas entrelinhas, relaciona os sentidos do texto, amplia novos conhecimentos e saberes, possibilita novos olhares e atitudes das diversas situações de comunicação com as quais se depara em seu cotidiano.

Ademais, ainda segundo os *Parâmetros Curriculares Nacionais* (BRASIL, 1997), a qualidade dos materiais de leitura é indispensável, assim como “modelos de leitores” que estimulem uma prática contínua e prazerosa do ato de ler. Nesse entendimento percebemos a figura do professor como relevante na escolha e seleção de textos os quais, segundo Marisa Lajolo (1993), serão também os responsáveis pela iniciação do prazer da leitura, a autora salienta, portanto, que como influência o professor deve manifestar-se também como leitor, envolver-se genuinamente como propagador do prazer e dos benefícios da leitura.

A discussão sobre a leitura, principalmente na escola, embate em várias questões que vão desde a falta de matérias, acervo adequado à faixa etária ou à quantidade de alunos até a ausência de espaço para a realização de leituras em ambientes diversificados. Todavia, além dessas adversidades, Marisa Lajolo (1993), defende a leitura na escola como um momento de liberdade, principalmente não determinando quais livros o aluno deve ler, principalmente no que se referem a textos literários. A leitura deve ser cultivada primeiro no leitor sem imposição. Por isso a necessidade de as escolas adotarem a diversidade textual nas aulas de leitura como estratégia de “convidar” os leitores para que independente do gênero, a leitura faça parte do universo da escola.

Outro fator relevante é levantado por João Wanderley Geraldi (2001) quando discorre sobre o espaço destinado à leitura na escola. Geralmente as aulas de língua portuguesa são organizadas para analisar metalinguisticamente exercícios da língua. O tempo durante as aulas que garanta uma intimidade maior com a leitura é muito disperso e divide-se com exercícios de interpretação e análise de textos.

A relação dada por João Wanderley Geraldi (2001) entre leitor e texto são sugeridas por vivências de leitura que definem o “para que” ler em possíveis posturas ante o texto. Cita *A leitura – busca de informação*, a que é feita para buscar informações no texto, associada ou não a um roteiro que procura extrair do texto informações superficiais ou mais profundas mantendo relação com outros textos ou leituras. Outra prática recomendada é *A leitura de estudo do texto*; nesse caso ler passa ser uma análise do processo de interlocução entre autor/texto contrapondo pontos, visões, teses. Já *A leitura do texto – pretexto*, envolve pontos de trans-

formação do texto em que o aluno se manifesta como autor da aprendizagem; o texto serve de pretexto para a transformação/produção de outro texto; por exemplo: um texto ser pretexto para uma dramatização, ilustração, quadrinho etc. Por fim, traz *A leitura – fruição do texto*, nesse caso expõe a dissolução da leitura por prazer na escola; contrapõe o sistema de resultado do “produto” da leitura como avaliação ou até mesmo punição. Nesse sentido o professor corrobora para o fim da leitura por prazer gratuito; a fruição no sentido dado pelo autor está na abertura da escola do “ler por ler” com propósito de respeitar o leitor, propiciando circuitos do livro e rodízios que incentivam a leitura qualitativa em vez da quantitativa.

A escola tem como ponto de partida a necessidade de repensar metodologias que priorizem o desenvolvimento do hábito e prazer pela leitura. Não é de hoje que esse tema é referenciado em diversos estudos e ganha margem de discussão frente ao surgimento da *Internet*, fato esse que vem ocasionado um descaso ainda maior às leituras ditas canônicas.

Diante disso, o que podemos afirmar é que a escola é o espaço para assegurar a prática da leitura e assim como Ângela Kleiman (2002) apostamos no conhecimento do professor na área específica da leitura para que a partir dela desenvolvam-se as outras habilidades decorrentes do estudo da língua portuguesa.

A leitura na escola de forma proficiente segue o “modelamento de estratégias metacognitivas mediante a formulação de objetivos prévios à leitura e à elaboração de previsões sobre o texto” (KLEIMAN, 2002, p. 31) tais como levantamento de conhecimento prévio dos alunos, elaboração de hipóteses, opiniões, outras fontes que tratam do mesmo assunto, ou seja, o levantamento de diversos pontos de vista para que o aluno, no processo cognitivo, construa sentido que lhe permita a interação com o texto e o entendimento da leitura.

4. Os textos publicitários

Segundo Rafael Sampaio (1999), desde a Roma antiga as pessoas são influenciadas pela propaganda. Tal técnica de tendência econômica ou cultural transformou a sociedade, principalmente nos últimos cinquenta anos com o desenvolvimento da industrialização.

A publicidade gera lucro e incessante busca pela evidência do produto ou ideia a se propagar. Não obstante também não poupa estratégias para alcançar os objetivos de persuasão.

Os meios midiáticos facilitaram a divulgação dos textos publicitários e ampliaram as possibilidades de desenvolvê-los com recursos cada vez mais inovadores os quais se tornaram instrumentos poderosos para quem os utilizam (SAMPAIO, 1999), sendo assim, consistem em uma arma perigosa se mal-empregada.

Mais do que vender produtos, os anúncios publicitários, em geral, estabelecem estilos de vida, identidade, *status* social, aceitação coletiva.

Nessa visão, Maria Clara Ramos Nery (2013) destaca a sociedade de consumo da contemporaneidade personificada pela aquisição de objetos que garantem um lugar na sociedade. Veiculadas nos meios de comunicação em massa e nas redes sociais digitais, as propagandas estabelecem padrões que levam o indivíduo a consumir sem crítica e reflexão.

Os anúncios publicitários têm ganhado posição ao longo dos anos nos estudos com gêneros textuais, sobretudo nos livros didáticos. A partir dessa perspectiva e, tendo em vista estudiosos como Rafael Sampaio (1999) e Maria Clara Ramos Nery (2013) que exploram o universo da publicidade como fator de influência e atuação na sociedade, convém ressaltar e refletir sobre as leituras desse gênero textual dentro da sala de aula em uma ótica reflexiva, crítica e de construção de sentidos.

Os estudos de textos publicitários em aula se constroem por meio da análise da essência da propaganda, o que ela pode fazer, como funciona, qual é a intenção, que artifícios utiliza tanto no aspecto linguístico como visual, qual é sua força hoje na economia e na relação de consumo. Enfim, que aspectos perceptivos da leitura do gênero publicitário somos capazes de elucidar aos nossos alunos? Como trabalhar a gama de fatores externos à leitura explícita e implícita situados no contexto ou na cultura de um anúncio publicitário? Como levar o aluno a perceber a relação de sentidos na leitura dos aspectos visuais? Como conhecer e compreender os elementos linguísticos que compõem a produção textual?

Essas são algumas das questões pertinentes que impulsionaram a sequência didática do trabalho com textos publicitários na sala de aula e são compartilhadas neste artigo a fim de considerarmos os eixos de enfoque da leitura – social, linguístico, visual, cultural etc. – (LEFFA, 1996) que permeiam o ensino de língua portuguesa.

5. O livro didático

O Ministério da Educação, por intermédio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, é o responsável pela distribuição do material didático entregue nas escolas públicas brasileira. O Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), juntamente com o *Guia de Livros Didáticos*, é encarregado pela aquisição e a distribuição de livros didáticos para os alunos de todas as escolas públicas do ensino fundamental e médio. Dessa forma, a partir de 1996 os livros inscritos no programa do livro didático passam por um processo de avaliação pedagógica para melhor adequação da qualidade dos materiais didáticos.

De acordo com Egon de Oliveira Rangel (2006), o livro didático vem sofrendo diversas interferências e adequações já que nas décadas de 1970 e 1980 passou por um período de descrença por ser considerado deficiente ante a realidade educacional do país. Essa visão propiciou parcerias que avaliam com resenhas as obras selecionadas “no sentido de estabelecer e pôr à disposição do ensino público obras e padrões adequados” (RANGEL, 2006, p. 16), isso em conjunto com professores e equipe pedagógica da escola, o que configura em uma oportunidade de escolha mais realista ou adequada à comunidade escolar.

Para Egon de Oliveira Rangel (2006) o uso do livro didático é visto pelo Programa Nacional do Livro Didático como um recurso de apoio que deve vir ao encontro do projeto político-pedagógico da escola. Entretanto essa utilização não dispensa o olhar crítico e a necessidade de outros materiais didáticos nas situações de ensino aprendizagem.

A *Base Nacional Comum Curricular* (BRASIL, 2016) reafirma a importância de relacionar os estudos com outros materiais além do uso exclusivo do livro didático. “A escola precisa, assim, comprometer-se com essa variedade de linguagens que se apresenta na TV, nos meios digitais, na imprensa, em livros didáticos e de literatura e outros suportes” (BRASIL, 2016, p. 87). Essa prática proporciona o ensino multimodal, fundamental para a aprendizagem significativa e perceptiva do mundo, principalmente quando os alunos não têm contato com bons materiais de leitura ou poucos recursos para praticá-la.

6. A abordagem do texto publicitário no livro *Vontade de Saber Português*

Já que nossa abordagem traz reflexões acerca da prática de ensino-aprendizagem em sala de aula, resolvemos analisar a sequência de atividades sugerida pelo livro didático de língua portuguesa *Vontade de Saber Português* referente ao 6º ano do ensino fundamental.

Nosso enfoque se deu na Unidade 4 e Capítulo 1, direcionados ao estudo do texto publicitário. Ao apresentar a unidade e o capítulo em questão, trouxe como motivação anúncios relacionados ao tema do meio ambiente e a responsabilidade da sociedade frente às consequências de seus atos contra a natureza.

O tema da Unidade 4 é “Meio ambiente: responsabilidade de todos”. Verifica-se (Imagem 1) que são utilizados um cartum e uma fotografia de uma escultura. Ambos são direcionados à leitura analítica uma vez que não ressalta aspectos verbais. Nesse caso a leitura depende de aspectos contextuais e sociais para a interpretação e construção dos sentidos da imagem. Nota-se que abaixo das imagens (Imagem 1) há um roteiro para a observação dos textos chamado “Conversando sobre o assunto”. Nesse boxe há algumas indagações quanto aos aspectos estruturais, visuais e linguísticos utilizados nos textos, o que facilita uma interação maior com o tema exibido e de certa forma permite que o aluno se posicione com criticidade a partir das questões levantadas.



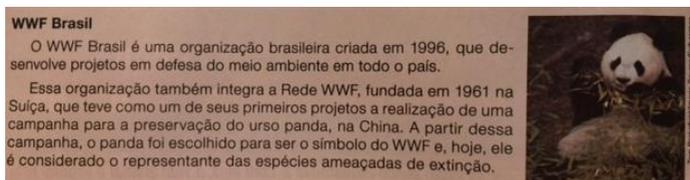
Imagem 1 (p. 136)



Imagem 2 (p. 137)

Já na abertura do Capítulo 1 há um anúncio (Imagem 2) o qual ocupa quase todo o espaço da página. A imagem gera curiosidade e instiga o aluno à análise do por que do uso de uma ampulheta, instiga sobre a relação da imagem com o tema, sugere inferências e, à proporção que as associações são elaboradas, por meio da leitura dos recursos, o aluno constrói os sentidos do texto.

Na sequência há um boxe explicativo sobre o significado da sigla WWF Brasil que está presente no anúncio (Imagem 2). Essa abordagem do livro é pertinente, pois abre espaço para discussões que podem fazer referência a outros movimentos semelhantes e ao intuito de organizações como essas, diante do tema sugerido pela unidade do livro didático.



(p. 138)

A seguir a proposta de atividade do livro vem intitulada de “Estudo do texto”. É dividida em quatro eixos de estudo, os quais representam os eixos de estudo da língua portuguesa. No material, os eixos são organizados em: “Conversando sobre o texto” (oralidade); “Escrevendo sobre o texto” (produção e interpretação); “Discutindo ideias e valores” (oralidade e interpretação); “Explorando a linguagem” (análise linguística). Tal organização auxilia o trabalho do professor possibilitando uma visão geral dos aspectos da língua, entre eles pontos que não foram priorizados em determinados eixos, assim como optar em não trabalhar com determinadas atividades que não são pertinentes à sala, tempo, idade, interesse da turma, entre outros.

No eixo “Escrevendo sobre o texto”, há outro exemplo de publicidade (Imagem 3), nesse caso o enfoque se dá em um anúncio comercial de uma bota. Essa mudança de um anúncio institucional para um comercial é explorada pelo livro nas atividades de análise do texto e pelas questões que seguem o eixo da oralidade (Discutindo ideias, construindo valores) e da análise linguística (Explorando a linguagem).

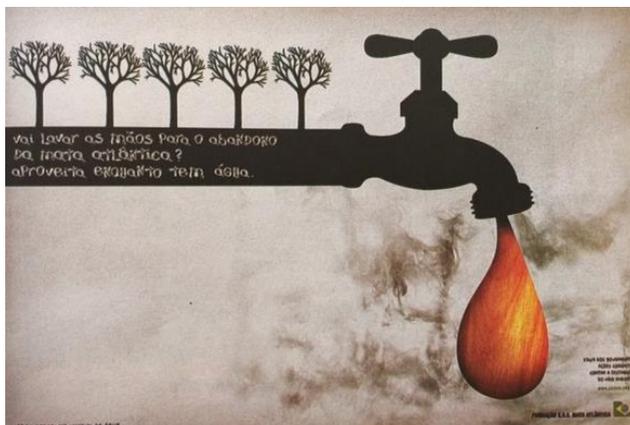


Imagem 3 (p. 139)

No eixo intitulado “Ampliando a linguagem” há a disponibilização de outros textos que servem de exemplo para analisar os recursos da linguagem nos anúncios publicitários. Fica claro aqui o enfoque nos recursos de persuasão para a compra do produto, do comportamento ou à ideia a ser propagada.



Anúncio A (p. 141)



Anúncio B (p. 141)

No exemplo acima temos dois anúncios A e B. O anúncio A faz referência ao Hospital Pediátrico Samaritano, mas para isso utiliza recursos persuasivos que necessitam de leitura atenciosa do texto verbal, no entanto para que as imagens presentes ganhem valor semântico, é importante a associação da figura do tênis à adolescência, que é o período até onde os pediatras acompanham as crianças. Já o curativo remete aos cuidados do hospital à criança e ao adolescente. A imagem do curativo e do tênis vem seguida da seguinte frase: “Cuidamos da sua filha do teste do pezinho até os primeiros garotos ficarem aos pés dela”.

A leitura dessa frase ganha sentido quando construída com questões que envolvem contexto e conhecimento de mundo como, por exemplo, questionar aos alunos se sabem o que quer dizer “teste do pezinho” e o que significa, no entendimento deles, “ficarem aos pés dela”. Diversos pontos são fundamentais nessa discussão para que haja entendimento das intenções do texto produzido, sem contar que devemos levar em conta outras leituras que possam ser construídas pela observação e experiências que servem de influência ao leitor.

Quanto à leitura do anúncio B, há uma demonstração simples de uma imagem de torneira com árvores embutidas ao longo do cano, entretanto quando aberta, no lugar de água, sai uma gota de madeira. Traz o seguinte texto como mensagem: “Vai lavar as mãos para o abandono da Mata Atlântica? Aproveita enquanto tem água”. Diversos aspectos de leitura podem ser inferidos em tão poucas imagens. A leitura nesse caso leva em conta muito mais o visual que o verbal. Percebe-se que ao fundo

do anúncio há presença de fumaça, o que provavelmente seria o efeito das queimadas das florestas, ou de chaminés de indústrias, efeito estufa, poluição etc. Desse modo, o anúncio explora muitas leituras em se tratando do tema discutido que são as ações do homem no meio ambiente.

No decorrer da sequência didática do livro, há diversos outros exemplos de textos publicitários, inclusive com grande variedade de anúncios que vão desde propagandas comerciais quanto a exemplos de conscientização social.

Outro fator relevante no tratamento dos textos publicitários, que se desenvolve no decorrer da unidade, foi o levantamento das características da composição de um texto desse gênero e determinados elementos como o logotipo, logomarca, *slogan*, texto, imagem, argumentos e intenção do divulgador.



Exemplos de logomarcas (p. 147)

O apontamento desses elementos também interage com o processo de metacognição da leitura. A partir do momento em que o aluno percebe a presença de particularidades do gênero, como a instituição ou empresa que divulga o produto ou comportamento, é capaz de estabelecer ligações entre as linguagens e a produção de sentido ocorre de forma mais significativa.

Destacamos como exemplo de observação da leitura o anúncio abaixo, também sugerido pelo livro didático:



(p. 145)

Percebemos que nesse exemplo há diversas inferências de leitura ao levar em conta o público-alvo, a imagem central – do cachorro feliz –, o título “4 de outubro, Dia do Cão”, o texto que interage com atitudes comuns aos cachorros, mas que nesse dia, comprando determinada ração, a situação se inverterá. Sem contar as outras possibilidades de leitura que podem ser levantadas durante a análise com os alunos. João Wanderley Geraldi (2001) comenta sobre essa instância discursiva em que o texto passa por uma reconstrução de significado a partir da leitura dos interlocutores que pode se mostrar distinta da intenção do autor. Essa contribuição de leituras possíveis é fundamental e evidencia a relação autor/texto/leitor.

Ainda que outros aspectos dos textos publicitários sejam interessantes para a observação no estudo da linguagem, nos atentamos aos ligados à leitura e construção do sentido de textos publicitários por meio de algumas sugestões do livro didático *Vontade de Saber Português*, para o 6º ano.

7. Reflexões acerca do livro didático *Vontade de Saber Português* e sugestões de contribuições de recursos no estudo do gênero

O uso do livro didático nas escolas representa a organização do trabalho em sala de aula, auxiliando o estudo das matérias como uma espécie de roteiro, permitindo tanto aos alunos quanto aos professores ter à

disposição formas alternativas de construção do conhecimento. (RANGEL, 2006)

Nesse sentido, Dulce Cassol Tagliani (2011) se refere ao livro didático como uma ferramenta que favorece a aprendizagem do aluno e serve como orientação na prática do professor, todavia esclarece a importância de um olhar crítico para as propostas de atividades a fim de objetivar os pontos relevantes e aliá-los às necessidades vivenciadas pelos alunos. Ressalta também com ponto positivo o processo pelo qual a avaliação dos livros tem passado. O PNLD – Plano Nacional do Livro Didático –, a partir da década de 1990, avançou favoravelmente na apreciação da composição dos livros.

Segundo o Programa Nacional do Livro Didático de Língua Portuguesa (BRASIL, 2015) é requisito para a avaliação positiva do livro didático a relevância

no tratamento didático dado aos objetos próprios desses eixos, as atividades de leitura e compreensão, de produção escrita e de produção e compreensão oral, em situações contextualizadas de uso, devem ser prioritárias. Por outro lado, as práticas de reflexão, assim como a construção correlata de conhecimentos linguísticos e a descrição gramatical, devem justificar-se por sua funcionalidade, exercendo-se, sempre, com base em textos produzidos em condições sociais efetivas de uso da língua, e não em situações didáticas artificialmente criadas. (BRASIL, 2015, p. 14)

O objetivo principal do ensino da língua portuguesa é habilitar o aluno a usar a língua de forma adequada nas mais diversas situações sociais, e para isso os procedimentos de leitura, produção textual, análise e compreensões da funcionalidade da língua são essenciais. Contudo, o livro didático tem a incumbência de representar os quatro eixos básico da língua materna – ouvir, ler, falar e escrever – para garantir aos alunos práticas letradas nas diferentes esferas de atividades humanas.

No que se refere à análise da sequência didática do livro *Vontade de Saber Português*, verificou-se que os textos selecionados para o estudo em foco – texto publicitário – foram diversificados levando em conta os diferentes meios de comunicação e a intenção comunicativa da qual se dirige o anunciante.

Recursos como a linguagem e o estilo utilizados nos textos publicitários também foram discutidos nas atividades e no embasamento teórico. Entretanto questões que instigassem outras leituras além das já sugeridas nas respostas do livro não foram sugeridas.

Por mais que os textos disponibilizados pelo livro variassem de acordo com finalidade – vender, divulgar, conscientizar – não houve no material, intervenções em relação a outras formas de publicidade como propagandas veiculadas na televisão, na internet ou até a panfletária. No que se referem aos anúncios observados, os temas não se aproximaram muito da faixa etária a que estão propensos alunos do 6º ano. Não houve abordagem de anúncios que questionassem a postura de algumas propagandas cujo objetivo infere a venda um estilo de vida, um estereótipo ou hábito alimentar. Questões como essas seriam relevantes na formação reflexiva e crítica dos alunos quanto leitores e embasariam a proposta de que na aula de língua portuguesa, pode-se além de observar os aspectos linguísticos e estruturais da língua, ser um momento para ler e compreender a sociedade. Tal fato refletiu-se nas atividades do livro didático com propostas, na sua maioria, de análise dos aspectos linguísticos e estruturais dos anúncios.

Como nosso objetivo foi de refletir sobre o processo cognitivo da leitura de textos publicitários, observamos que o material oferecido no livro foi abrangente, pois trouxe como exemplos anúncios voltados ao comércio, campanhas de conscientização e divulgação social representando diversas situações da sociedade em que o aluno está inserido. No entanto não houve recomendações diversificadas de leituras dirigidas ao professor, não há referências a *sites*, livros, vídeos que poderiam apoiar a pesquisa e aperfeiçoamento das aulas. Com isso verificou-se a necessidade de buscar outros recursos e plataformas distintas para ampliar a visão sobre o gênero estudado tanto para aprimorar os conhecimentos do professor quanto para complementar os sentidos do texto para o aluno.

Uma prática a ser realizada como complementação do material didático seria a apresentação de vídeos que demonstrem outros exemplos de propagandas veiculadas em outros suportes como a televisão, internet e até mesmo a rádio. Essa atividade pode ser lida tendo em vista diversos aspectos como efeitos visuais, música, personagens envolvidos, espaço, público alvo, entonação da voz, entre outros levantados com os alunos.

Além dos anúncios demonstrados pelo livro seria pertinente a leitura com outros exemplos de textos publicitários. Para uma explanação coletiva, sugere-se o uso de aparelho projetor de multimídia. Nessa metodologia há a oportunidade de ressignificar e construir os sentidos do texto, levando em conta a percepção dos alunos, expandindo a leitura para outras possibilidades de interpretação a partir dos elementos ressaltados na imagem, texto, formato da letra, cores, produto etc.

Nesse sentido, o papel do professor pesquisador, que procura mediar o material disponível com outros recursos de letramento, garante uma leitura mais expressiva, capaz de inferir informações e despertar o olhar crítico do aluno diante de textos que fazem parte do cotidiano e que de certa forma são disseminadores de opiniões e comportamentos.

No entanto, o uso do material didático sem crítica e sem critérios, corre o risco de automatizar a prática do professor em sala de aula, principalmente no desenvolvimento da leitura preocupada em formar cidadãos pensantes. E ainda de acordo com o autor, a recusa do professor em utilizar “outras formas de conceber, organizar e transmitir conhecimentos” (RANGEL, 2006, p. 14) representa o descrédito pelo qual o livro didático pode ser concebido.

8. Considerações finais

Afastando-nos do objetivo de dar sugestões metodológicas, este trabalho pretendeu levantar uma questão comum à prática docente que é o uso do livro didático com intuito de observar as propostas de atividades na perspectiva do desenvolvimento da leitura significativa e crítica.

É comum ouvirmos críticas a respeito da construção do material didático disponível nas escolas. Muitos professores tecem reflexões negativas a respeito da elaboração de atividades e escolha de textos pelos autores dos livros didáticos, principalmente em língua portuguesa. Entretanto observamos que há critérios específicos estabelecidos pelo Programa Nacional do Livro Didático que reforçam a intenção de contemplar os eixos que envolvem o estudo da língua como um todo.

No que se refere à análise do livro *Vontade de Saber Português* do 6º ano, as atividades de compreensão e interpretação contribuíram para o desenvolvimento da leitura como prática social, principalmente à medida que os aspectos do contexto foram resgatados como parte da reconstrução dos sentidos do texto pelo aluno leitor, explorados nos exemplos que demonstramos e analisamos.

No caso do gênero publicitário, os recursos expressivos empregados nos textos foram discutidos e conduziram à leitura analítica na maioria das atividades, no entanto, a apreensão de outras possibilidades de sentidos foram didatizadas com maior particularidade, conduzindo para a interpretação sugerida pelo material o que reflete o motivo pelo qual o uso do livro, muitas vezes, é visto como superficial e pouco expansivo

para o universo de alternativas de leitura.

A partir da análise sugerida nesse trabalho, propomos uma reflexão sobre como estamos abordando as propostas de leitura dos livros didáticos no ensino das aulas de língua portuguesa. Ressalta-se também que o material didático disponível nas escolas públicas passa por um processo de seleção e de requisitos para sua elaboração e aprovação, portanto, muito já vem sendo aperfeiçoado no que se refere à variedade de gêneros e no tratamento dos eixos da língua materna.

Quanto aos procedimentos expressivos empregados aos textos como formador do aluno leitor, temos pontos a avançar, pois é o aspecto fundamental no ensino de língua portuguesa. Todavia, vale reafirmar que o livro didático por si só não representa todas as necessidades e estratégias para a prática do professor. A contribuição de outros suportes de leitura deve ser parte do planejamento das aulas.

A questão principal a ser compartilhada não é *como* ensinar com o livro didático e sim ensinar *com* o livro didático no sentido de aperfeiçoar e apontar para situações de interação e apreensão de leitura no processo em que o professor, munido de expectativas e objetivos em sua prática e, aliado ao material didático que é oferecido a todos os alunos da rede pública, intervenha com oportunidades distintas de ensino-aprendizagem.

Selecionar o que é conveniente, relacionar os textos com as situações sociais, complementar olhares com outras plataformas como vídeos, imagens, produtos, músicas – no caso do publicitário, por exemplo – representando o sistema de leitura não como um pretexto para a realização de uma atividade proposta pelo livro e sim pela interlocução significativa entre texto e leitor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rosimeire; BRUGMEROTTO, Tatiane. *Vontade de saber português*, 6º ano. São Paulo: FTD, 2012.

BRASIL. Ministério da Educação. *Base nacional comum curricular*. Conselho Nacional de Secretaria de Educação, 2016.

_____. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: língua*. – Brasília, 1997.

_____. *Guia de livros didáticos: PNLD 2016: Alfabetização e letramento e língua portuguesa: ensino fundamental anos iniciais*. Brasília: Ministério da Educação, Secretária de Educação Básica, 2015.

GERALDI, João Wanderley. Prática de leitura na escola. In: _____. *O texto na sala de aula*. São Paulo: Ática, 2001.

KLEIMAN, Ângela. *Oficina de leitura: teoria e prática*. 9. ed. Campinas: Pontes, 2002.

LAJOLO, Marisa. *Do mundo da leitura para a leitura do mundo*. São Paulo: Ática, 1993.

LIVRO didático: histórico. Disponível em:

<<http://www.fnde.gov.br/programas/livro-didatico/livro-didatico-historico>>. Acesso em: 22-10-2016.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela P. et al. (Org.). *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-36.

NAGAMINI, Eliana. O discurso da publicidade no contexto escolar: a construção dos pequenos enredos. In: CHAPPINI, Ligia; CITELLI, Adilson. (Coords.). *Outras linguagens na escola: publicidade, cinema e TV, rádio, jogos, informática*. São Paulo: Cortez, 2000.

NERY, Maria Clara Ramos. Pilares da sociedade contemporânea. In: SIMÃO, Ana Regina Falkembach et al. *Sociedade e contemporaneidade*. Canoas: ULBRA, 2013.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez, 2008.

RANGEL, Egon de Oliveira. *A escolha do livro didático de português: caderno do professor*. Belo Horizonte: Ceale, 2006.

SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. Rio de Janeiro: Campus/ABP, 1999.

TAGLIANI, Dulce Cassol. O livro didático como instrumento mediador no processo de ensino-aprendizagem de língua portuguesa: a produção de textos. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, Belo Horizonte, vol. 11, n. 1, p. 135-148, 2011.