



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**



RITA DE CÁSSIA MENDES DA SILVA

**GÊNERO PROPAGANDA: ANÁLISE DE UM LIVRO DIDÁTICO DE
LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS E DE PROVAS DO ENEM**

Rondonópolis-MT
2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



RITA DE CÁSSIA MENDES DA SILVA

**GÊNERO PROPAGANDA: ANÁLISE DE UM LIVRO DIDÁTICO DE
LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS E DE PROVAS DO ENEM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, do Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso, Câmpus Universitário de Rondonópolis, na Linha de Pesquisa Linguagem Cultura e Construção do Conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Sandra Regina Franciscatto Bertoldo

Rondonópolis-MT
2019

S586g SILVA, Rita de Cássia Mendes da.
GÊNERO PROPAGANDA: ANÁLISE DE UM LIVRO DIDÁTICO
DE LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS E DE
PROVAS DO ENEM / Rita de Cássia Mendes da SILVA. -- 2019
113 f. ; 30 cm.

Orientador: Sandra Regina Franciscatto Bertoldo.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso,
Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Programa de Pós-
Graduação em Educação, Rondonópolis, 2019.
Inclui bibliografia.

1. Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). 2. Linguagens,
Códigos e suas Tecnologias (LCT). 3. Gênero propaganda. 4. Livro
didático do Ensino Médio de Língua Portuguesa. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a)
autor(a).

Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-
PROGRAMA DE PÓS-GRADUACÃO EM EDUCAÇÃO
Rod. Rondonópolis.-Guiratinga. km 06 MT-270 -
Tel : (66) 3410-4035 - Email : ppgedu@ufmt.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO : "GÊNERO PROPAGANDA: ANÁLISE DE UM LIVRO DIDÁTICO DE LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS E DE PROVAS DO ENEM"

AUTOR: Mestranda Rita de Cássia Mendes da Silva

Dissertação defendida e aprovada em 05/08/2019.

Composição da Banca Examinadora:

Presidente Banca / Doutor(a) Sandra Regina Franciscatto Bertoldo
Instituição UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

Examinador Interno Doutor(a) Sílvia de Fátima Pileqi Rodrigues
Instituição UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

Examinador ExternoDoutor(a) Clecio dos Santos Bunzen Júnior
Instituição Universidade Federal de Pernambuco

Examinador Doutor(a) Cancionila Janzkovski Cardoso
Instituição UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

RONDONÓPOLIS.19/08/2019.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por toda a bênção alcançada, porque Dele e por Ele são todas as coisas.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e se mostraram orgulhosos de mim, mesmo não sabendo exatamente o que eu estava estudando.

Aos meus irmãos, pelo carinho e apoio em todos os momentos, em especial a minha irmã Andreia, pela amizade e pelo ombro amigo de sempre.

Aos meus sobrinhos João Pedro, Maria Júlia, Vitória Beatriz e Ellen.

As minhas amigas, Daiane, Fabiana, Ivanete, Keiliane, Leila, Liane, Rosilene, Roseli e Tatiane, pelas conversas, risadas, desabafos, apoio e incentivo.

Aos colegas e professores do grupo de pesquisa ALFALE, pelas valiosas contribuições nos nossos encontros durante esses dois anos.

À Prof.^a Dr.^a Sandra Regina Franciscatto Bertoldo, pela orientação paciente e por ser um modelo de dedicação acadêmica.

A todos os professores que me trouxeram até aqui.

Aos Professores Cancionila Janzkovski Cardoso, Clécio dos Santos Bunzen Júnior e Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues, por aceitarem participar da banca examinadora e pelas valiosas contribuições ao meu trabalho.

RESUMO

Esta dissertação apresenta o resultado de uma pesquisa que teve como objetivo geral investigar como o gênero propaganda é abordado em relação aos aspectos linguístico-discursivos nas provas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), de 2009 a 2017, e no livro didático (LD) “Língua portuguesa: linguagem e Interação” de Faraco, Moura e Maruxo Jr. A pesquisa está vinculada ao Grupo de Pesquisa Alfabetização e Letramento Escolar (ALFALE), da linha de pesquisa “Linguagens, cultura e construção de conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea”, no Programa de Pós-Graduação em Educação do Câmpus Universitário de Rondonópolis, Universidade Federal de Mato Grosso (PPGEdu/CUR/UFMT). As principais questões que nortearam a pesquisa foram: como é tratado o gênero propaganda no livro didático e nas provas do ENEM? Quais tipos de atividades didáticas foram propostas para trabalhar o gênero propaganda: de leitura, de gramática, de produção de texto, de produção oral? Com metodologia centrada na pesquisa documental, são descritos e analisados aspectos qualitativos inerentes à presença do gênero propaganda no livro didático e nas provas do ENEM, os quais constituem o *corpus* de toda essa investigação. Tomou-se como referencial teórico para discussão de gêneros textuais, os estudos de autores na perspectiva bakhtiniana, tais como, Rojo (2005) e Silva (2014). Para a discussão do gênero propaganda, amparou-se em Carvalho (2000), Sandamann (1997), González (2009), Brandão (2004). Em relação à temática das propagandas presentes no livro didático, é de caráter social, quanto às provas do ENEM, a maioria das propagandas é educativa, como: campanha de prevenção à saúde e sensibilização de problemas sociais. As atividades propostas no livro didático têm objetivos diversos, como questão de leitura, de gramática, produção textual e oral. Quanto ao resultado da pesquisa evidenciamos que as atividades analisadas, nos dois documentos, exigem diferentes conhecimentos do leitor, como conhecimento linguístico, conhecimento de mundo e conhecimento interacional, a partir de situações concretas de comunicação.

Palavras-chave: Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT). Gênero propaganda. Livro didático do Ensino Médio de Língua Portuguesa

ABSTRACT

This dissertation presents the result of a research that had as general objective to investigate how the advertising genre is approached in relation to the linguistic-discursive aspects in the tests of Languages, Codes and its Technologies (LCT) of the National High School Exam (ENEM), of 2009 to 2017, and in the textbook (LD) "Portuguese Language: Language and Interaction" by Faraco, Moura and Maruxo Jr. The research is linked to the Alphabetization and School Literacy Research Group (ALFALE), from the research line "Languages, culture and knowledge construction: historical and contemporary perspectives", in the Graduate Program in Education of the University Campus of Rondonópolis, Federal University of Mato Grosso (PPGEdu / CUR / UFMT). The main questions that guided the research were: how is the advertising genre treated in the ENEM textbook and exams? What types of didactic activities were proposed to work the advertising genre: reading, grammar, text production, oral production? With a methodology centered on documentary research, qualitative aspects inherent to the presence of the advertising genre in the textbook and ENEM tests are described and analyzed, which constitute the corpus of all this research. It was taken as theoretical reference for discussion of textual genres, the studies of authors in the Bakhtinian perspective, such as Rojo (2005) and Silva (2014). For the discussion of the advertising genre, it was supported by Carvalho (2000), Sandamann (1997), González (2009), Brandão (2004). Regarding the theme of advertisements in the textbook, it is social, as for ENEM tests, most advertisements are educational, such as: health prevention campaign and awareness of social problems. The activities proposed in the textbook have different objectives, such as reading, grammar, textual and oral production. As for the result of the research, we evidenced that the analyzed activities, in both documents, require different knowledge of the reader, such as linguistic knowledge, world knowledge and interactional knowledge, from concrete communication situations.

Keywords: National High School Exam (ENEM). Languages, Codes and their Technologies (LCT). Advertising genre. Portuguese Language High School Textbook

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Propaganda de 1808	28
Figura 2 - Propaganda de 1900	29
Figura 3 - Propaganda de 1930	29
Figura 4 - Propaganda do volume 1	53
Figura 5 - Sumário dos títulos e gêneros das unidades e dos capítulos das coleções ..	55
Figura 6 - Objetivos do capítulo 08.....	63
Figura 7 - Texto de abertura do capítulo 08.....	65
Figura 8 - Anúncios publicitários	68
Figura 9 - Para entender o texto	69
Figura 10 - As palavras no contexto.....	72
Figura 11 - Linguagem e texto.....	76
Figura 12 - Produção escrita	80
Figura 13 - Questão 125/ENEM 2009	84
Figura 14 - Questão 100/ENEM - 2010	86
Figura 15 - Questão 102/ENEM - 2011	87
Figura 16 - Questão 106/ENEM - 2012	89
Figura 17 - Questão 116/ENEM - 2013	90
Figura 18 - Questão 135/ENEM – 2014.....	92
Figura 19 - Questão 101/ENEM – 2014.....	94
Figura 20 - Questão 124/ENEM – 2014.....	95
Figura 21 - Questão 101/ENEM – 2015.....	96
Figura 22 - Questão 97/ENEM - 2016.....	98
Figura 23 - Questão 43/ENEM – 2017	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - ENEM na linha do tempo: as principais mudanças	58
Quadro 2 - Produtos e temas anunciados nas propagandas	83
Quadro 3 - Competências e habilidades das questões analisadas do ENEM	101

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CBE Câmara da Educação Básica
CNE Conselho Nacional da Educação
CNLD Comissão Nacional do Livro Didático
COLTED Comissão do Livro Técnico e do Livro Didático
EJA Educação para Jovens e Adultos
EM Ensino Médio
ENEM Exame Nacional do Ensino Médio
FENAME Fundação Nacional do Material Escolar
FIES Fundo de Financiamento Estudantil
FNDE Fundo Nacional do Desenvolvimento da Educação
HQ História em Quadrinho
INEP Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
INL Instituto Nacional do Livro
LCT Linguagens, Códigos e suas Tecnologias
LD Livro Didático
LDP Livro Didático de Português
LDB Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
LP Língua Portuguesa
MEC Ministério da Educação
MR Matriz de Referência
OCEM Orientações Curriculares para o Ensino Médio
PCNEM Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio
PNLD Programa Nacional do Livro didático
PNLD/EM Programa Nacional do Livro didático do Ensino Médio
PROUNI Programa Universidade para Todos
SISU Sistema de Seleção Unificada
TRI Teoria da Resposta ao Item

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 OS CAMINHOS DA PESQUISA.....	17
2.1 Natureza da pesquisa.....	17
2.2 Tipo de pesquisa.....	18
2.3 O contexto da pesquisa	19
3 ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE GÊNEROS.....	21
3.1 Os gêneros na perspectiva bakhtiniana	21
3.2 Propaganda e publicidade: conceito e as primeiras propagandas brasileiras	26
3.2.1 Propaganda e discurso	31
3.2.2 Gênero propaganda	33
4 O LIVRO DIDÁTICO DO ENSINO MÉDIO	37
4.1 O papel do livro didático.....	37
4.2 Programa Nacional do Livro Didático do EM	39
4.3 A disciplina de Língua Portuguesa do EM e os pressupostos legais	42
4.4 Livro Didático “Língua portuguesa: linguagem e interação”	48
4.5 Análise do gênero propaganda na coleção	52
5 EXAME NACIONAL DO ENSINO MÉDIO	56
5.1 ENEM na linha do tempo.....	56
6 OS DADOS DA PESQUISA: ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	63
6.1 Iniciando as discussões: texto de abertura	63
6.2 Análise do capítulo 08 do Livro Didático	67
6.3 Análise da prova do Exame Nacional do Ensino Médio	82
6.4 Correlação entre os conteúdos abordados no livro didático e nas questões do ENEM	100
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
REFERÊNCIAS	108

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação é vinculada ao Grupo de Pesquisa Alfabetização e Letramento Escolar (ALFALE), da linha de pesquisa “Linguagens, cultura e construção de conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea”, no Programa de Pós-Graduação em Educação do Câmpus Universitário de Rondonópolis, Universidade Federal de Mato Grosso (PPGEdu/CUR/UFMT). O presente trabalho tem como foco o estudo do gênero propaganda presente na prova de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT), do Enem de 2009 a 2017, e no livro didático “Língua portuguesa: linguagem e interação”, dos autores Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016).

Para compreendermos nosso objeto de investigação, fizemos, inicialmente, o estudo do estado da arte do tema em questão a fim de sabermos, especificamente, o que se investigou sobre o ensino do gênero propaganda nos LDP (Livros Didáticos de Português) do Ensino Médio (EM) e nas provas do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio).

No que tange às provas do ENEM, não encontramos pesquisas específicas que abordaram nosso objeto de trabalho, entretanto identificamos estudos que investigaram o gênero propaganda nos livros didáticos de Língua Portuguesa do Ensino Fundamental e Médio e nas aulas de Língua Portuguesa, a saber: “A presença dos gêneros na esfera propaganda no livro didático de Língua Portuguesa” (COSTA, 2008) e “Um olhar sobre a propaganda no livro didático em aulas de Língua Portuguesa no ensino médio” (CHAVES, 2007).

Apesar de o trabalho de Sueli Costa (2008) tratar do gênero propaganda e de ter sido, também, fonte teórica para nossa pesquisa, optamos por apresentar os resultados apenas de Chaves (2007), que investigou como foi tratado o gênero propaganda no LDP do EM, uma vez que isso é foco do nosso trabalho.

Chaves (2007) realizou um estudo para identificar como as propagandas aparecem no LDP do EM nos livros didáticos: “Português: Língua e Literatura”, de Maria Luiza Abaurre, Marcela Nogueira Pontara e Tatiana Fadel (2000), volume único, e “Curso de Gramática Aplicada aos Textos”, do autor Ulisses

Infante (2001). Além disso, a pesquisadora observou como os professores de uma determinada escola trabalhavam com o gênero proposto no Livro Didático (LD).

Em relação aos temas das propagandas, a autora constatou que são interessantes e de relevância social, “porém as escritoras do livro didático, em momento algum, elaboraram e, ou, direcionaram para professores e alunos um debate sobre o conteúdo da propaganda” (CHAVES, 2007, p. 78). No que diz respeito à postura metodológica dos professores quanto aos temas, não souberam aproveitar o momento da relação ensino-aprendizagem para “explorar qual teria sido a intenção das autoras do livro didático em ter escolhido aquela propaganda para ser utilizada em sala de aula” (CHAVES, 2007, p. 75).

Chaves observou que muitas questões do LDP estão voltadas para o ensino de gramática e que os professores ainda apresentam “um ensino focado na gramática normativa [...] ao observar o modo como trabalharam as propagandas do livro didático e de que forma se procedeu a interação de seus alunos” (CHAVES, 2007, p. 105).

Ainda sobre o ensino, Chaves fez uma reflexão importante sobre a metodologia. Segundo ela, é preciso definir uma

metodologia de interpretação do texto publicitário no livro didático de língua portuguesa. As sugestões de leitura para esse tipo de texto são insuficientes, não ativam nem motivam o aluno a refletir e valorizar esse gênero textual. (CHAVES, 2007, p. 107)

Considerando esses dados, acreditamos que nosso trabalho, contribuirá com as práticas pedagógicas dos professores de Língua Portuguesa e com a minha também, pois poderemos repensar nossas ações didáticas e, assim, apresentar propostas didáticas para a propaganda que permitam aos alunos refletirem sobre os processos de elaboração e os recursos linguístico-discursivos empregados no referido gênero.

Essa intenção está ligada à trajetória profissional desta pesquisadora, que é graduada e especialista em Língua Portuguesa pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e atua, há mais de dez anos, como professora da respectiva disciplina com alunos do Ensino Médio na rede estadual de Mato Grosso. Tal desejo é por entender que o ensino dos gêneros é essencial para

que os alunos aprendam a ler e a escrever textos que fazem parte de seu cotidiano e de outros espaços sociais dos quais eles possam vir a participar, pois os gêneros exercem um fundamental papel social quando o assunto é comunicação.

De acordo com Marcuschi (2008, p. 18), “o estudo dos gêneros é uma fértil área interdisciplinar, com atenção especial para o funcionamento da língua e para as atividades culturais e sociais”. Para o autor, os gêneros se manifestam nas mais diversas situações de comunicação,

são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. (MARCUSHI, 2008, p.155)

Os gêneros podem ser classificados conforme com a situação de produção de um texto, como o assunto, a situação e o papel dos interlocutores. Marcuschi (2008) lista alguns deles, tais como: romance, telefonema, carta pessoal, carta comercial, bilhete, aula expositiva, reunião de condomínio, horóscopo, resenha, conversa espontânea, edital de concurso, inquérito policial e propaganda.

Nessa lista do autor, podem ser acrescentados outros tantos, pois, consoante com Bakhtin (2016), a riqueza e a variedade dos gêneros são infinitas, já que a variedade da atividade humana é inesgotável, uma vez que os gêneros são criados (ou surgem) a partir da necessidade de comunicação e, por isso, são considerados “relativamente estáveis” (BAKHTIN, 2016, p.12). As necessidades comunicativas ou sociointerativas são um campo fecundo para os novos gêneros, mesmo que esses se apresentem como uma modernização de outros já bastante explorados.

Nessa perspectiva, podemos lançar um olhar atento para o gênero propaganda, que está presente praticamente em todos os meios de comunicação por meio de vários portadores¹ (jornais, revistas, livros, cartazes, cinemas, televisão, internet etc.). No que tange ao meio educacional, a

¹ Para este trabalho, utilizamos o termo “portador” para referenciar os locais ou espaços onde estão alocados os textos. Para alguns autores, esse termo é substituído por “suporte”.

propaganda aparece no livro didático com funções diversas, como: ensino de gramática, produção textual, leitura e interpretação texto, entre outros.

Refletindo sobre as afirmações enunciadas anteriormente, esta pesquisa tem como objetivo geral investigar como o gênero propaganda é abordado em relação aos aspectos linguístico-discursivos nas provas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) do Exame Nacional do Ensino Médio, de 2009 a 2017, e no livro didático “Língua portuguesa: linguagem e Interação” de Faraco, Moura e Maruxo Jr.

Partindo desse objetivo geral, temos os seguintes objetivos específicos:

- Analisar como o gênero propaganda é abordado na coleção Língua Portuguesa: Linguagem e interação e na prova de LCT do ENEM.
- Identificar quais atividades didáticas são propostas para trabalhar o gênero propaganda.
- Investigar os tipos de propagandas que são trabalhados no livro didático em pauta e nas provas de LCT do ENEM, dentro do período estabelecido.

Para a realização deste estudo, as perguntas que nortearam a pesquisa foram: Que tipo de propaganda é trabalhado? Qual é o foco atribuído à linguagem nessas propostas? Atribuindo especial atenção ao LD como material que potencialmente contribui na preparação do aluno para a prova do ENEM, pretendeu-se, ainda, compreender: quais tipos de atividades didáticas foram propostas para trabalhar o gênero propaganda: de leitura, de gramática, de produção de texto, de produção oral?

Essas questões, foram analisadas a partir dos resultados obtidos no LDP de EM e nas provas em questão, constituíram as análises aqui pretendidas, pois a legitimação do gênero propaganda, com finalidade pedagógica, causa algumas preocupações, devido ao fato de se associá-lo como meio de atender a interesses comerciais e o de que não teria relação com o processo didático. O texto publicitário, ao sair dos portadores convencionais e ser inserido no livro didático, passa a ser um material pedagógico que deve trabalhado em sala além dos aspectos linguísticos.

A escolha da coleção se justifica pelo fato de ter sido aprovado pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), chegando à sua 3ª edição e,

ainda, conforme destacado pelo Guia do PNLD/EM 2018, estarem presentes nessa coleção as práticas de linguagem, desde as cotidianas até as mais institucionalizadas e elaboradas. Além disso, contempla o estudo do gênero propaganda, foco deste estudo, sendo uma das coleções mais escolhidas pelos professores para serem trabalhadas nas escolas públicas, segundo informação contida no *site* do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE)².

Outro motivo pela qual a coleção foi selecionada para nossa pesquisa foi porque, quando a elegemos, estava acontecendo o processo de seleção para LD do EM para o triênio de 2018 a 2020 e esta coleção era a primeira opção de escolha na escola em que a pesquisadora leciona. No entanto, a coleção de LP recebida nessa instituição foi a segunda opção indicada e como a pesquisa já havia sido iniciada, decidimos pela manutenção da primeira coleção.

A escolha das provas do ENEM se justifica por se tratar de um instrumento oficial de avaliação que tem como objetivo “avaliar o desempenho individual do participante ao final do ensino médio” (BRASIL, 2018, p 2), além de selecionar estudantes de todo o país para instituições federais de ensino superior por meio de programas do governo federal, como o Sistema de Seleção Unificada (SISU), o Programa Universidade para Todos (PROUNI) e o Fundo de Financiamento Estudantil (FIES).

Para descrever e analisar o referido processo de ensino-aprendizagem, esta dissertação está organizada em sete capítulos, incluindo esta introdução. No segundo capítulo, abordamos os aspectos metodológicos aplicados para a realização deste trabalho. A primeira etapa envolveu uma análise documental, uma vez que foram analisadas as provas do ENEM (edições de 2009 a 2017) e a coleção “Língua portuguesa: linguagem e interação”, volume 2, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016).

Em nosso terceiro capítulo, “Abordagem teórica sobre gêneros”, trazemos as bases teóricas que nos ancoraram para refletir acerca de gêneros. Apresentamos, ainda, uma revisão de literatura sobre o estudo específico do gênero propaganda, o qual é objeto de nosso trabalho.

²Informação contida no *site*: <<https://www.fnde.gov.br/programas/programas-do-livro/pnld/dados-estatisticos>>. Acesso em 18 de outubro de 2017.

No quarto capítulo, discorremos sobre o papel do Livro Didático de Português e apresentamos a finalidade do Programa Nacional do Livro Didático do Ensino Médio (PNLD/EM). Por fim, mostramos a estrutura do LD em análise, como cada unidade e cada capítulo da coleção estão organizados bem como a análise quantitativa para identificar a presença do gênero propaganda na coleção.

Em seguida, no quinto capítulo, apresentamos o histórico e a estruturação do ENEM, assim como sua Matriz de Referência, documento que orienta o perfil avaliativo do exame em foco.

O sexto capítulo está distribuído em quatro seções e traz as análises e discussões dos dados. A primeira e segunda seções apresentam as análises das questões do LDP. Logo após, fizemos uma análise das questões do gênero propaganda nas provas do Enem, de 2009 a 2017. Das 28 (vinte e oito) questões que trabalham com o gênero propaganda encontradas nas 9 (nove) edições do ENEM, apenas 11 (onze) foram analisadas nesta pesquisa. Por considerarmos um número alto para a realização desta análise, optamos por examinar as amostras dessas questões que estão presentes nos 3 (três) volumes da coleção, numa seção específica, denominada: “Questões para o ENEM”. Como esses 3 (três) volumes não contemplam 1 (uma) questão de cada edição do Exame Nacional do Ensino Médio, escolhemos, ainda, 06 (seis) questões para contemplar todas as edições, totalizando 11 *corpus*.

Na última seção do capítulo, “Correlação entre os conteúdos abordados no livro didático e nas questões do ENEM”, discorremos acerca dos dois documentos analisados.

Nas Considerações finais, sétimo e último capítulo do trabalho, ponderamos acerca do percurso investigado e apresentamos nossas conclusões sobre a abordagem dada ao gênero propaganda empregada no LDP do EM e nas provas do ENEM.

2 OS CAMINHOS DA PESQUISA

Para alcançar os objetivos propostos para esta investigação e desenvolver, com o máximo de rigor científico possível, as análises pretendidas, esta pesquisa se apoia nos pressupostos metodológicos da pesquisa documental tendo, ainda, um olhar para a perspectiva da pesquisa qualitativa. Quanto aos dados selecionados, damos um rápido enfoque aos aspectos quantitativos inerentes à presença do gênero “propaganda” no livro didático e nas provas do ENEM, os quais constituem o *corpus* de toda esta investigação.

Antes, porém, de passar à discussão desses elementos metodológicos, sublinhamos que, teoricamente, os estudos se ancoram em pesquisadores que tratam dos gêneros, a partir das proposições de Bakhtin (2016).

As opções metodológicas trazidas para esta pesquisa se estabelecem a partir do objetivo instituído para a investigação, a qual é: investigar como o gênero propaganda é abordado em relação aos aspectos linguístico-discursivos nas provas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), de 2009 a 2017, e na coleção “Língua portuguesa: linguagem e Interação” de Faraco, Moura e Maruxo Jr.

2.1 Natureza da pesquisa

Levando-se em consideração a natureza do fenômeno investigado, esta pesquisa pode ser classificada como documental, uma vez que os objetos de estudo foram as provas de LCT do ENEM, de 2009 a 2017 (totalizando nove provas) e a coleção “Língua portuguesa: linguagem e interação, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016). Segundo Pádua (1997), a

pesquisa documental é aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos (não fraudados); tem sido largamente utilizada nas ciências sociais, na investigação histórica, a fim de descrever/comparar fatos sociais, estabelecendo suas características ou tendências [...]. (PÁDUA, 1997, p. 62).

Assim, pode-se dizer que a pesquisa documental se dispõe a produzir novos conhecimentos. Ela pode ser aplicada no ensino, na perspectiva de que o investigador “imersa” no campo de estudo procurando compreender o fenômeno a partir dos aspectos contidos nos documentos, colaborando com a área na qual está inserido, seja na área de Saúde, Exatas, Educação, Humanas, Social ou Biológica.

A pesquisa documental faz uso de documentos, conceito comum nas diversas áreas do conhecimento. Mas o que pode ser compreendido e classificado como um documento? Partindo da etimologia da palavra “documento”, que corresponde à palavra latina *documentum*, de acordo com Rondinelli (2011), significa aquilo que ensina e que serve de exemplo.

Para Cellard (2008), não é fácil conceituá-lo e defini-lo é um desafio, pois, para o autor, este termo assume o sentido de prova - instrumento escrito que, por direito, faz fé daquilo que atesta; para servir de registro, prova ou comprovação de fatos ou acontecimentos. O autor afirma, ainda, que “o documento escrito constitui uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais” (CELLARD, 2008, p. 295). Nessa perspectiva, portanto, ao tomarmos o LDP como objeto de análise, alteramos sua configuração inicial passando a considerá-lo documento que constituirá o *corpus* investigativo da pesquisa.

2.2 Tipo de pesquisa

Quanto à abordagem, a pesquisa foi consolidada de caráter qualitativo. De acordo Triviños (1987), o uso da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, tentando intuir as consequências.

Para Knechtel (2014):

A abordagem qualitativa é uma modalidade de pesquisa voltada para o entendimento de fenômenos humanos e cujo objetivo é obter uma visão detalhada e complexa desses fenômenos, analisando a forma como os respondentes os figuram e os apreendem. (KNECHTEL, 2014, p. 97)

Portanto, a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Conforme Minayo (2001), esse tipo de pesquisa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

2.3 O contexto da pesquisa

Como primeiro passo da metodologia, foi delimitado o objeto de estudo: uma análise do gênero propaganda, abordado na coleção “Língua portuguesa: linguagem e interação, volume 2, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016) e o conteúdo avaliativo (competências e habilidades) nas questões de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) da prova do ENEM, de 2009 a 2017.

As provas do ENEM estão disponíveis no *site* do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)³.

Para a seleção do *corpus* de pesquisa, optamos pelas provas de LCT do ENEM a partir de 2009, porque foi nesse ano que houve reformulação tanto na função como na estrutura desse exame. O ENEM passou a responder a uma nova orientação pedagógica e se tornou instrumento seletivo para ingresso em diversas universidades públicas e para programas do governo federal, por meio do Sistema de Seleção Unificada (SISU). Quanto ao detalhamento sobre o ENEM, nossa escolha se pautou em escrever um capítulo à parte sobre esse exame, de modo a detalhar elementos que possam elucidar o uso do documento.

Conforme já citado anteriormente, a coleção escolhida para esta análise foi “Língua portuguesa: linguagem e interação”, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016), encaminhado a alunos do Ensino Médio. Nele, vamos trabalhar especificamente com o capítulo 08, por contemplar o estudo do gênero propaganda, objeto de nossa pesquisa.

O LDP apresenta um manual do professor com o objetivo de guiá-lo na obra e é composto por palavra do professor, introdução, estrutura da coleção,

³ Provas disponíveis no *site*: <<http://portal.inep.gov.br/provas-e-gabaritos>. Acesso em 24 de janeiro de 2018.

como “funcionam” os projetos da unidade, projeto sugeridos nas unidades e interdisciplinares, estrutura dos capítulos, textos para leitura e reflexão, referência, sugestões de leitura e orientações específicas.

O manual do LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”, proposto pelos autores, não representa um guia passo a passo para o professor ministrar suas aulas. Entretanto, ele discute as premissas da língua e aprendizagem sobre as quais foi construído e apresenta comentários sobre os tipos de atividades e os papéis dos alunos e do professor. Conforme relatam os autores:

Nos três volumes que compõem esta proposta de trabalho, ao longo do Ensino Médio, os textos de leitura – das esferas literária, jornalística de divulgação científica, entre outros – permitirão que os alunos, amparados por você, se envolvem em discussões a respeito de vários temas que fazem parte do seu dia a dia e da sociedade em geral. Estas leituras favorecem abordagens interdisciplinares e, em muitos casos, no próprio livro do aluno há sugestões de atividades que procuram levar em conta a possibilidades de execução das tarefas de forma interligadas a outras disciplinas, além da de Língua Portuguesa. [...] tanto no livro do aluno quanto o Manual do Professor – constituem sugestões: você pode enriquecer seu trabalho adaptando-as ao seu fazer didático-pedagógico, aproximando-as da realidade em que atua. (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 340)

Os objetivos gerais do LD “Língua portuguesa: linguagem e interação” foram estabelecidos com base nos pressupostos teórico-metodológicos dos documentos organizadores e norteadores do Ensino Médio no Brasil, OCEM, PCNEM e na Matriz de Referência de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias do ENEM. Quanto à descrição do livro didático, fá-lo-emos em um item à parte.

3 ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE GÊNEROS

Neste capítulo, abordamos as bases teóricas desta pesquisa. Na primeira seção, discutiremos acerca da noção de gêneros na perspectiva bakhtiniana. Na segunda seção, apresentamos o gênero propaganda, considerando a origem, as primeiras propagandas brasileiras, o discurso, os portadores textuais e o aparato legal em relação este gênero no LDP.

3.1 Os gêneros na perspectiva bakhtiniana

De acordo com Bakhtin (2016, p. 11), “todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem” e essa utilização é feita através de enunciados (orais ou escritos). Para o autor, esses enunciados estão ligados por uma tríade, a saber: “o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional estão indissoluvelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente estabelecidos pela especificidade de um determinado campo de comunicação” (BAKHTIN, 2016, p. 12).

Os conteúdos temáticos são o conjunto de temas que pode ser discutido por um determinado gênero. O tema apresenta-se em função da intenção discursiva, destarte, ele é o componente determinante na escolha do gênero pelo enunciator, visto que, pelo tema, deixamos indícios ao nosso destinatário a respeito de nossas intenções discursivas. É através do tema de um gênero que conseguimos estimar o valor de “conclusibilidade do enunciado” (BAKHTIN, 2016, p. 35) e dirigimos a ele nossa compreensão e resposta. Desse modo,

O objeto é objetivamente inexaurível, mas ao se tornar *tema* do enunciado (por exemplo, de um trabalho científico), ele ganha uma relativa conclusibilidade em determinadas condições, em certa situação do problema, em um dado material, em determinados fins colocados pelo autor, isto é, já no âmbito de uma ideia *definida de autor*. (BAKHTIN, 2016, p. 36-37, grifo do autor)

A construção composicional está ligada aos procedimentos de estruturação geral interna do enunciado, levando em conta os participantes. Também se relaciona às estratégias semânticas, lexicais e pragmáticas das

quais o falante se serve para que seu enunciado cumpra sua função comunicativa. Bakhtin considera que

Esses gêneros do discurso nos são dados quase da mesma forma que nos são dadas a língua materna, a qual dominamos livremente até começarmos o estudo teórico da gramática. A língua materna – sua composição vocabular e sua estrutura gramatical – não chega ao nosso conhecimento a partir de dicionários e gramáticas, mas de enunciações concretas que nós mesmos ouvimos e nós mesmos reproduzimos na comunicação discursiva viva com as pessoas que nos rodeiam. Nós assimilamos as formas da língua somente nas formas dos enunciados e justamente com essas formas. As formas da língua e as formas típicas dos enunciados, isto é, os gêneros do discurso, chegam à nossa experiência e à nossa consciência em juntas e estreitamente vinculadas. (BAKHTIN, 2016, p. 38).

Como visto, para Bakhtin, já dominamos a língua materna antes de a estudarmos formalmente, uma vez que estamos submetidos a diversos enunciados concretos. Aprendemos a forma dos textos, sua estrutura e sua composição antes mesmo de iniciarmos o processo de escolarização, no entanto, as estruturas mais formais são obtidas a *posteriori* com a sistematização do conhecimento, geralmente, na escola.

O estilo diz respeito ao vocabulário, à formação de frase e à gramática utilizada pelo enunciador. Para Bakhtin (2016), o falante, ao escolher uma determinada forma gramatical, já fez um ato estilístico.

O traço estilístico de um gênero é a o “eco da totalidade do gênero que ecoa na palavra” (BAKHTIN, 2016, p. 53). O estilo também diz a respeito à forma que cada indivíduo tem de se expressar, sugerindo uma estreita relação entre estilo e personalidade, estilo e individualidade. Sobre estilo, Bakhtin, ainda, considera que

a estilística desconhece qualquer terceiro elemento. Ela só considera os seguintes fatores que determinam o estilo do enunciado: o sistema da língua, o objeto do discurso e do próprio falante e a sua relação valorativa com esse objeto. A escolha dos meios linguísticos, segundo a concepção linguística corrente, é determinada apenas por considerações semântico-objetais e expressivas. Com isto se determinam também os estilos da língua, tanto os de uma corrente quanto os individuais. O falante com seu conhecimento de mundo, os seus juízos de valor e emoções, por um lado, e o objeto de seu discurso e o

sistema da língua (dos recursos linguísticos), por outro – eis tudo o que determina o enunciado, o seu estilo e sua composição. É esta concepção dominante. (BAKHTIN, 2016, p.56)

O conteúdo temático, a construção composicional e o estilo compõem o enunciado que vive na interação com outros enunciados. O enunciado, para Bakhtin (2016), é a unidade concreta e real de comunicação discursiva, pois o discurso só pode existir, na realidade, na forma de enunciados concretos de determinados indivíduos. O autor ressalta que

O enunciado não é uma unidade convencional, mas é uma unidade real, delimitada com precisão pela alternância dos sujeitos do discurso e que termina com a transmissão da palavra ao outro, por mais silencioso que seja o “dixi” percebido pelos ouvintes (como sinal) de que o falante concluiu sua fala (BAKHTIN, 2016, p. 29).

Para Bakhtin (2016), os gêneros definem-se por sua função social em uma determinada situação comunicativa. Eles se relacionam com o contexto discursivo para promover uma interação específica. Para Silva,

na reflexão bakhtiniana, a noção de gênero discursivo reporta ao funcionamento da língua em práticas comunicativas, reais e concretas, construídas por sujeitos que interagem nas esferas das relações humanas e da comunicação. É, no interior dessas esferas, correspondentes às instâncias públicas e privadas do uso da linguagem, que se elaboram os gêneros discursivos, para responderem às necessidades interlocutivas dos sujeitos que nelas se inter-relacionam. Dada a diversidade de esferas da atividade e da comunicação humana, as quais refletem a diversidade das (inter e intra) relações sócio-culturais dos grupos sociais, os gêneros discursivos são múltiplos, heterogêneos, os quais, se abordados sob um ponto de vista teórico-metodológico, situam-se em um sistema *continuum* de situações discursivas [...] (SILVA, 1999, p. 5 *apud* SILVA, 2014, p. 24)

Silva (2014) afirma que Bazerman, embora pertença à escola americana, comunga do pensamento de Bakhtin, por isso trazemos o conceito de gênero textual postulado por ele. Na concepção de Bazerman,

Gêneros não são apenas formas. Gêneros são formas de vida, modos de ser. São frames para a ação social. São ambientes para a aprendizagem. São os lugares onde o sentido é

construído. Os gêneros moldam os pensamentos que formamos e as comunicações através das quais interagimos. Gêneros são os lugares familiares para onde nos dirigimos para criar ações comunicativas inteligíveis uns com os outros e são os modelos que utilizamos para explorar o não-familiar. (BAZERMAN, 2006 p.23)

Para o autor, ao utilizarmos o texto, organizamos nossas ações diárias, além de darmos significado a um processo de interação tipificado num sistema de atividades que articula significativamente as ações discursivas. Bazerman (2006), ainda, reflete sobre a concepção de gênero e tipificação e seu funcionamento. “Temos gêneros altamente tipificados de documentos e estruturas sociais altamente tipificadas nas quais esses documentos criam fatos sociais que afetam as ações, direitos e deveres das pessoas” (BAZERMAN, 2006, p. 21). Para Silva (2014), a proposta do autor contribui para repensar as teorias sobre produção textual, bem como oferece instrumentos para ponderarmos sobre o papel da criatividade social.

Silva (2014) também aponta que os estudos de Rojo (2005) dialogam, em certa medida, com os estudos de Bakhtin. Em seu texto “Gênero do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas’ (ROJO, 2005) fornece informações importantes para a discussão acerca dos trabalhos realizados com a teoria dos gêneros no cenário nacional” (SILVA, 2014, p. 26).

Rojo (2005) aponta duas vertentes para a compreensão dos gêneros, denominadas por ela de **teoria dos gêneros do discurso ou discursivos** que é pautada no estudo das situações de produção dos enunciados ou textos em seus aspectos sócio-históricos, e a **teoria de gêneros de texto ou textuais** que é centrada na descrição da composição e da materialidade textual. A autora explica que as duas vertentes estão enraizadas em diferentes releituras da herança bakhtiniana. Rojo busca explicitar as diferenças entre gênero discursivo e gênero textual:

Os trabalhos que estou classificando como adotando uma teoria de gêneros de texto tendiam a recorrer a um plano descritivo intermediário – equivalente à estrutura ou forma composicional – que trabalha com noções herdadas da linguística textual (tipos, protótipos, sequências típicas etc.) e que integrariam a composição dos textos do gênero. A outra vertente, a dos gêneros discursivos, tendiam a selecionar os aspectos da materialidade linguística determinados pelos parâmetros da

situação de enunciação – sem a pretensão de esgotar a descrição dos aspectos linguísticos ou textuais, mas apenas ressaltando as ‘marcas linguísticas que decorriam de/ produziam significações e temas relevantes no discurso. Com isso, para fazê-lo, tinha tendência a recorrer a um conjunto de autores e conceitos variados de base enunciativa. (ROJO, 2005, p. 186)

Considerando o que afirma Rojo (2005), evidenciamos que os gêneros do discurso, ao serem tomados “como objeto de ensino de Língua Portuguesa, podem ser reconstruídos, apropriados, transformados, atravessados, sobretudo, pelos pressupostos textuais e/ou discursivos” (BORGES, 2012, p. 115 *apud* SILVA, 2014, p. 23).

Corroborando com o pensamento bakhtiniano, Rodrigues (2005) faz o seguinte comentário em relação ao gênero do discurso:

Essa é a natureza verbal comum dos gêneros a que o autor se refere, i. é, a relação dialética que estabelece entre os gêneros e os enunciados, ou seja, olha os gêneros a partir da sua historicidade (eles não são unidades convencionais) e lhes atribui a mesma natureza dos enunciados (natureza social, discursiva e dialógica), ao tomá-los como seus tipos históricos. (RODRIGUES, 2005, p. 163)

Percebemos este pensamento quando Bakhtin menciona que “o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados concretos e únicos” (BAKHTIN, 2016, p.11). A partir da definição de enunciado proposta por ele, é possível concluir que a língua se reproduz pela interação, através das relações dialógicas e não apenas por meio de “recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais” (BAKHTIN, 2016, p.12).

Ainda em conformidade com Rodrigues (2005), “a constituição dos gêneros encontra-se vinculada à atividade humana, ao surgimento e (relativa) estabilização de novas situações sociais de interação verbal” (RODRIGUES, 2005, p.165), ou seja, os gêneros representam as situações de interação verbal típicas (mais ou menos estabilizadas e normativas), cada gênero está ligado a uma situação social de interação, dentro de uma esfera social, apresentando seu propósito discursivo e sua própria concepção de autor e destinatário.

De acordo com a visão de alguns autores citados em nossa pesquisa, que acreditamos serem importantes para a discussão sobre o ensino de língua

através dos gêneros, na nossa próxima seção, discorreremos sobre o gênero propaganda.

3.2 Propaganda e publicidade: conceito e as primeiras propagandas brasileiras

Há um conflito entre os significados dos termos publicidade e propaganda que, em geral, são tomados como sinônimos. Para o termo propaganda, existem várias explicações, embora não haja certa exatidão acerca do assunto. Sandamann (1997, p. 9) afirma que o termo “propaganda foi extraído do nome Congregação de ‘propaganda fide’⁴, criada em 1622, em Roma, e que tinha como tarefa cuidar da propagação da fé”. Essa congregação religiosa criou seminários para formar missionários e propagar o catolicismo nos países não católicos. Logo a expressão foi usada por qualquer organização que divulgava doutrinas religiosas ou políticas. Atualmente, há propaganda a favor e contra tudo, até mesmo propaganda antirreligiosa, o que é uma ironia etimológica.

Já a palavra publicidade, para Brandão, é “calcada no francês *publicité* e proveniente do latim *publicus* (público), foi registrado pela primeira vez em línguas modernas (pelo dicionário da Academia Francesa, em 1694) com o sentido jurídico (publicidade de debates)” (BRANDÃO, 2004, p. 56).

Embora propaganda e publicidade tenham origens etimológicas diferentes, surgem com finalidades parecidas. Sandamann (1997) afirma que, em português, publicidade é usada para venda de produtos ou serviços, e propaganda tanto para a propagação de ideia como no sentido de publicidade. Para o autor, propaganda é, portanto, o termo mais amplo e que pode ser utilizado em todos os sentidos.

Conforme Pinho (1990, p 21), tanto a propaganda quanto a publicidade podem ser classificadas conforme função e os objetivos estratégicos. Em relação à publicidade, pode ser de:

1- Produto – serve para divulgar um produto com a intenção de levar o consumidor a comprar, ressaltando seus pontos positivos em relação à concorrência. O responsável por sua veiculação é o fabricante do objeto.

⁴ Em tradução literal temos “congregação da fé que deve ser propagada” (tradução de Sandamman, 1997).

2- Serviço – procura “vender” serviços, tais como: os de bancos, financiadoras e seguradoras.

3- Varejo ou comercial - anuncia o nome da empresa de varejo, que vende ao consumidor final produtos fabricados por outras empresas, como, por exemplo, automóveis, cinemas etc.

4- Promoção – divulga a promoção de venda através do rádio, da televisão, do jornal, da revista, do cinema, do *outdoor*.

Em relação à propaganda, pode ser:

1- Ideológica – tem como propósito difundir ideologias e convicções, ou seja, um conjunto de ideias a respeito de um determinado grupo sobre outro, de modo a influenciar todo o seu comportamento social. A propaganda que exalta o estilo vegetariano, tem um viés ideológico, por exemplo.

2- Política – objetiva divulgar os aspectos ideológicos e políticos, assim como as filosofias partidárias.

3- Eleitoral – é utilizada em época de eleição e tem como objetivo conquistar votos de candidatos a cargo eletivos. Para isso, são utilizadas as mais diversas estratégias, desde comícios até o *marketing* digital.

4- Governamental – busca fortalecer a imagem de um determinado governo, prestar contas para a população, divulgar eventos e campanhas de conscientização, entre outros objetivos.

5- Institucional – visa à disseminação de ideais com o objetivo principal de posicionar empresas, tanto para o público interno como para o público externo.

6- Social – voltada para a conscientização de alguma causa social, como, prevenção de doenças, sustentabilidade, trânsito, entre outras questões.

De acordo com Costa (2008, p.15), criadas e difundidas no século XIX no Brasil, a publicidade (**divulgação e venda de produtos**) e propaganda (**divulgação de ideias e ideais**) mantiveram a mesma finalidade no século XX com o cenário de guerra e de desenvolvimento dos meios de comunicação.

Para Gonçalves (2009), as primeiras propagandas brasileiras foram feitas boca a boca pelos mascates, ambulantes e tropeiros até surgir o primeiro jornal em 1808 e, nele, o primeiro anúncio. O anúncio inaugural foi uma oferta de venda de uma casa. As propagandas, dessa época, tinham linguagem simples e reproduziam a fala cotidiana; os textos eram curtos, sem ilustrações e

informativos. O assunto era sobre venda e compra de escravos, carruagem e imóveis.

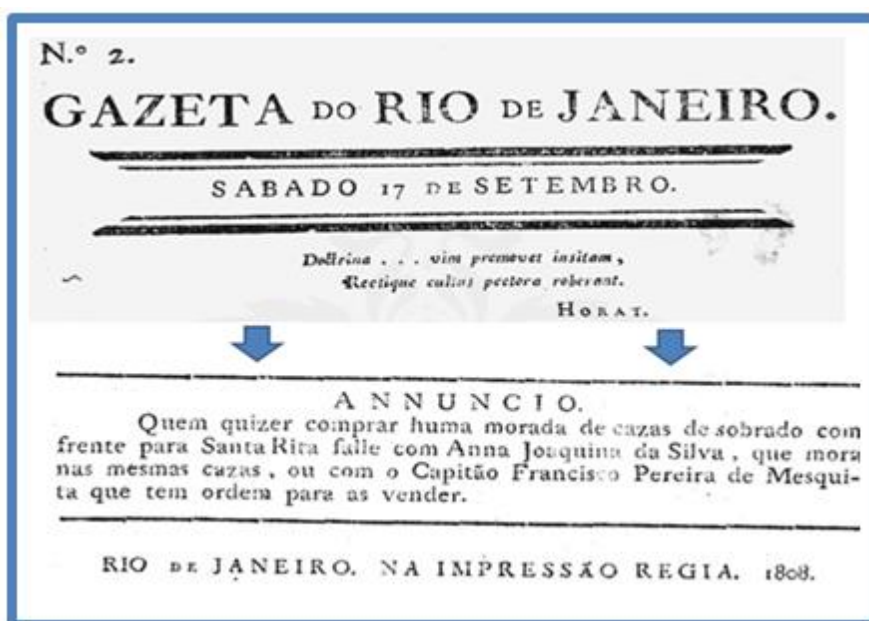


Figura 1 - Propaganda de 1808

Fonte: Almanaque Info. Disponível em: <<http://www.almanaque.info/?p=3238>>. Acesso em 20 de março de 2018.

A partir de 1900, com o nascimento da “Revista da Semana” no Rio de Janeiro, as propagandas ganham mais espaço, cores, ilustrações mais aprimoradas e começam a mostrar os produtos que refletiam os hábitos do consumo da época. Os produtos já eram bastante variados, como: remédio, marca de cerveja e vinho, produtos de beleza e moda, cigarro, papelaria e chapelaria etc.



Figura 2 - Propaganda de 1900

Fonte: Portal São Francisco. Disponível em: <<https://www.portalsaofrancisco.com.br>>. Acesso em 20 de março de 2018.

Com a chegada do rádio em 1930, a propaganda se renova com sons e músicas. Surgiram assim os spots e os jingles. Nessa época, o investimento com publicidade cresceu. Os principais produtos eram de lojas de departamento, restaurantes e lanchonetes, além de xaropes, remédios e produtos alimentícios. Grandes empresas, que existem até hoje, já anunciavam na época, como: Guaraná Antarctica, Nestlé e Coca-Cola (cf. GONÇALEZ, 2009).

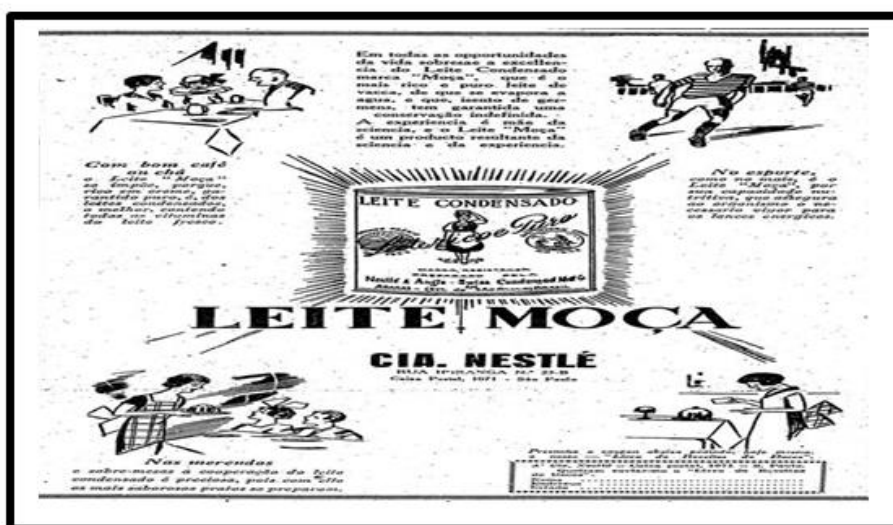


Figura 3 - Propaganda de 1930

Fonte: Propagandas Históricas. Disponível em: <www.propagandashistoricas.com.br>. Acesso em 20 de março de 2018.

Para Gonzalez (2009), com o surgimento da primeira TV no Brasil em 1950, deu-se a grande revolução da propaganda brasileira. As imagens iam para o ar ao vivo, pois não existiam videoteipes. Começa a haver uma disputa em relação ao mercado e as propagandas passaram a ser mais elaboradas. Surge então, a necessidade de formar profissionais na área.

O desenvolvimento tecnológico e industrial influenciou o processo de consumo e, com isso, o crescimento de propaganda em vários portadores, conforme menciona Carvalho (2000, p.11) “a mensagem publicitária é o braço direito da tecnologia moderna. É a mensagem da renovação, progresso, abundância, lazer e juventude, que cerca as inovações propiciadas pelo aparato tecnológico”. A publicidade se apropriou de todo lugar vazio e ocioso, sendo quase impossível andar pela cidade sem encontrar uma propaganda. Atualmente, o gênero propaganda é dos que mais circulam na sociedade e está presente por meio de vários portadores, tais como:

- eletrônicos: internet, televisão, rádio etc.;
- impressos: revistas, jornais, catálogos, cartões de visita, *banners* etc.;
- promocionais: campos e quadra de esporte, camisas de equipes esportivas, capacetes, capas de produtos, ímãs de geladeira, porta-chaves, camisetas, bonés, chaveiros, adesivos, canetas promocionais, guarda-sol, pastas de eventos, porta-lápis, mesas e cadeiras de bares, sacolas de lojas e supermercados etc.;
- urbanos: *outdoors*, canteiros centrais, vitrine de lojas, lixeiras, bancas de revistas e jornais, muros, paredes, fachadas de prédios, portões, placas, letreiros etc.;
- móveis: balões dirigíveis, interior e traseira de ônibus, carros, traseiras e/ou laterais de caminhões etc.;
- humanos: (o corpo é o portador) ambulantes, locutores, pilotos de corridas, jogadores (de futebol, basquetebol, voleibol, tênis), ciclistas, motociclistas etc.

Independentemente de o tipo de portador no qual a propaganda se apresente, ela sempre tem a mesma função social, que é divulgar, vender ou promover um determinado produto ou convencer de uma ideia.

3.2.1 Propaganda e discurso

A propaganda constitui um tipo de discurso, pois conforme com Bakhtin, “falamos apenas a através de certos gêneros do discurso, isto é, todos os nossos enunciados têm *formas* relativamente estáveis e típicas de *construção do conjunto*” (BAKHTIN, 2016, p 38, grifo do autor), ou seja, utilizamos de um rico repertório de gêneros orais e escritos. O estudo da propaganda e publicidade na perspectiva de Bakhtin contribui para a compreensão dos embates ideológicos apresentados nestes discursos. Para Bakhtin (2016),

Todos os diversos campos de atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana, o que é claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua. O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana (BAKHTIN, 2016, p. 11).

Produzir linguagem significa produzir discursos. De acordo com Brandão (2004), é no discurso que se sistematizam os fenômenos linguísticos e os processos ideológicos e, é através dele, que o homem, enquanto sujeito, irá sempre reproduzir, mesmo que, involuntariamente, a ideologia da classe social à qual pertence. O discurso é constituído por diversas vozes vinculando-se à interdiscursividade. A autora define "discurso como toda atividade comunicativa entre interlocutores; atividades produtoras de sentidos que se dá na interação entre falantes" (BRANDÃO, 2004, p. 02).

Portanto, o discurso é produzido de acordo com uma situação social existente, pois ele se constitui em função de um interlocutor localizado em espaço e tempo determinados. Conforme expõe a autora:

o discurso é uma espécie pertencente ao gênero ideológico. Em outros termos, a formação ideológica tem necessariamente

como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas. Isso significa que os discursos são governados por formação ideológica (BRANDÃO, 2004, p. 38).

Para Bakhtin (2016), toda palavra é ideológica por excelência, enquanto o pensamento é afetado pela ideologia. A ideologia equivale a uma espécie de condição de possibilidade para a interpretação do mundo ou do outro ao mesmo tempo em que produz as formas subjetivas ou os pontos de vista para tais interpretações, terminando por esconder, deformar ou torcer o processo e as estratégias pelas quais isso é realizado.

A ideologia também é encontrada fortemente no discurso da propaganda, pois busca difundir ideias, comportamentos e visões de mundo. De acordo com Sandamann (1997, p. 34), “sendo a linguagem da propaganda até certo ponto reflexo e expressão da ideologia dominante, dos valores em que se acredita, ela manifesta a maneira de ver o mundo de uma sociedade em certo espaço da história”. Para Carvalho (2000), ao fazer uma análise crítica do discurso da publicidade em relação à sociedade, percebe-se que os vários discursos refletem algumas características da sociedade capitalista moderna que transitam. A esse respeito, o autor assim discorre:

O discurso legitima a dominação das elites, e a publicidade constitui um exemplo claro, pois apresenta à população os bens de consumo da sociedade capitalista, servindo de elo entre ambos, assumindo o papel de incentivador. Reafirma, legitima e torna desejável o papel de consumidor para a população (CARVALHO, 2000, p.17).

Dessa forma, é preciso compreender a dimensão de uma propaganda como representação social, através de sua participação no processo de comunicação da sociedade por intermédio de seus signos, conforme Bakhtin e Volochinov (2006),

Os processos de compreensão de todos os fenômenos ideológicos (um quadro, uma peça musical, um ritual ou um comportamento humano) não podem operar sem a participação do discurso interior. Todas as manifestações da criação ideológica – todos os signos não-verbais – banham-se no discurso e não podem ser nem totalmente isoladas nem totalmente separadas dele (BAKHTIN; VOLOCHINOV, 2006, p. 28).

De acordo com Bakhtin, a palavra precisa ser considerada como um signo social, funcionando como elemento primordial que acompanha e comenta todo ato ideológico. Para Chaves (2007), “a propaganda, então, representa, por intermédio de símbolos, o que se encontra no pensamento dos indivíduos e informa, por meio de interpretações orais e verbais, as relações sociais de sua época” (CHAVES, 2007, p. 43). Em face da publicidade, ela funciona como uma ferramenta tecnológica e é, ao mesmo tempo, formadora de uma consciência perceptiva comum.

Bakhtin, ao abordar os campos de atividade humana, relaciona-os com a utilização da língua. Portanto, dentro deste contexto, podemos considerar a esfera da propaganda, porque o seu discurso está relacionado à sua construção no que se refere ao tema, estilo e gênero, utilizando para isso de mensagem de caráter persuasivo para convencer o consumidor.

3.2.2 Gênero propaganda

O gênero propaganda é um dos mais recorrentes na sociedade e, frequentemente, estamos em contato com ele nas suas mais variadas formas e portadores. Ele também é bastante usado para o ensino de leitura e produção textual. Portanto, precisamos estar atentos para responder corretamente à intenção desse gênero, pois, em conformidade com Carvalho (2000, p. 17), “o discurso publicitário é um dos instrumentos de controle social e, para bem realizar essa função, simula igualitarismo, remove da estrutura de superfície os indicadores de autoridade e poder, substituindo-os pela linguagem da sedução”.

O gênero de propaganda, assim como todos os outros gêneros de outras esferas da atividade humana, são compostos por conteúdo temático, estilo e construção composicional.

De acordo com Bazerman (2005, p. 106), “cada pessoa, através da comunicação por gêneros, aprende mais sobre suas possibilidades pessoais, desenvolve habilidades comunicativas e compreende melhor o mundo com que está se comunicando”. Nessa concepção, o estudo da propaganda em sala de aula constitui um material criativo e atraente para explorar vários conteúdos relacionados à linguagem. Conforme discorre Cardoso (2005):

O discurso de propaganda e *marketing* constitui um material privilegiado para a prática escolar do ensino/aprendizagem de língua materna. A reflexão sobre a linguagem na sala de aula por meio do funcionamento desse tipo de discurso produzido em nossa sociedade, ao qual estamos expostos no nosso dia-a-dia, sobretudo pela mídia, pode ser um elemento poderoso para ajudar a fazer da escola um espaço mais transformador do que reprodutor, a formar alunos leitores e produtores de textos conscientes do lugar que ocupam na sociedade e capazes de reagir criticamente àquilo que se institui (CARDOSO, 2005, p. 93).

O gênero propaganda, como uma prática social, é formada de texto verbal e não verbal que estão ligados às condições de produção (sentidos). Apesar de a propaganda ser bastante recorrente nas mídias (*outdoors*, revistas, jornais, *Internet*, TV entre outros), ele é ainda pouco usado nas aulas de português, como afirma Schimieguel:

Devido à falta de um constructo teórico capaz de subsidiar uma análise que se ocupa não só dos processos sintático-semânticos como também dos recursos visuais e da relação entre ambos, bem como das condições de produção dos discursos e das intencionalidades subjacentes às formações discursivas presentes nesse gênero textual (SCHIMIEGUEL, 2009, p. 2).

Todavia, o gênero propaganda precisa seguir alguns critérios para o uso em LD. O parecer CNE/CEB nº 15, de 04 de julho de 2000, trata da pertinência do uso de imagens comerciais nos livros didáticos. No parecer, é expressamente proibido usar “imagens comerciais identificadas, voltadas diretamente para finalidades comerciais propriamente ditas, não devem figurar em livros didáticos candidatos ao Programa Nacional de Livro Didático do Ministério da Educação” (BRASIL, 2000, p. 17). O parecer ainda exige

A obediência aos princípios, objetivos e normas constantes da legislação brasileira, em especial àquela relativa à educação e à publicidade vistos seus ordenamentos proibitivos e em consonância com os aspectos informativos, educacionais, pedagógicos e de orientação social (BRASIL, 2000, p. 17).

Em relação aos aparatos legais que o parecer mencionar sobre a propaganda e publicidade são referenciados no PNLD 2019:

Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) Art. 36, §2º- É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Estatuto da Criança e do Adolescente. Art. 79. As revistas e publicações destinadas ao público infanto-juvenil não poderão conter ilustrações, fotografias, legendas, crônicas ou anúncios de bebidas alcoólicas, tabaco, armas e munição, e deverão respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Constituição Federal – Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. § 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

Lei nº 9294/1996 (Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas). (BRASIL, 2019, p. 38-39)

Nessas leis são listados os locais onde estes tipos de propagandas estão explicitamente proibidos. É o caso das salas de aula, bibliotecas e do LD.

O parecer CNE/CEB nº 15, de 04 de julho de 2000, ainda considera:

O uso reflexivo de imagens comerciais, voltado para o leitor crítico, que não se prenda a uma única marca ou empresa, evitando-se incluir exemplos desnecessários e relacionados à ostentação.

O uso inteligente de produtos com nomes e desenhos fictícios ou sem marca identificada como campo de criação artística e de inventividade pedagógica. (BRASIL, 2000, p. 17)

Para Costa (2009), a propaganda apresenta vários recursos de linguagem verbal e visual, por isso, tomá-la como objeto de ensino implica em lidar com ideologias, valores, símbolos sociais importantes para a formação do estudante. Sendo assim, a escola precisa criar situações para que os alunos se tornem pessoas capazes de notar certos aspectos que os rodeiam cotidianamente. A

linguagem da propaganda apresenta uma série de significações, reflexões, efeitos de sentido que devem ser analisados pelo leitor. Para Belmiro, “a presença das imagens, em suas múltiplas expressões (fotografia, arte, desenho, etc.), no cotidiano dos sujeitos, solicita da escola uma postura de reflexão acerca das diferentes práticas de linguagens, suas ações e interações” (BELMIRO, 2003, p.306).

O professor precisa orientar seus alunos a uma leitura crítica dos discursos da propaganda para descobrir a intencionalidade e sutileza desse dizer. É preciso que o aluno articule os conhecimentos de mundo com os conhecimentos linguísticos tornando-se um bom leitor crítico diante da sociedade e dos fenômenos da linguagem.

A propaganda é um bom recurso didático pedagógico para ser estudada em sala de aula, pois é um importante veículo de discussão, interação social para o ensino-aprendizagem e sendo bem trabalhada possibilita até mesmo a transformação dos alunos em sujeitos mais interativos e comprometidos com as causas sociais e políticas.

4 O LIVRO DIDÁTICO DO ENSINO MÉDIO

Neste capítulo, discorreremos sobre o papel do livro didático e a disciplina de LP no Ensino Médio e os pressupostos teóricos. Abordamos sobre o Programa Nacional do Livro Didático do Ensino Médio (PNLD/EM). Por fim, apresentamos o LDP, corpus de nossa pesquisa, e fizemos uma análise da presença do gênero propaganda na coleção “Língua portuguesa: linguagem e interação”, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. (2016).

4.1 O papel do livro didático

Estabelecer uma reflexão sobre a introdução e o avanço do livro didático no Brasil pode parecer uma tarefa simples em um primeiro momento. No entanto, ao nos dedicarmos às pesquisas sobre o tema, é possível perceber que o LD despertou o interesse de pesquisadores há apenas pouco mais de quatro décadas. O tema LD tem sido objetos de estudo de diferentes autores, tais como Lajolo (1996), Choppin (2004), Manukata (2012) entre outros, tanto no que tange às políticas públicas de seleção, distribuição e circulação desses materiais, quanto ao seu uso e desuso na perspectiva histórica e contemporânea.

A partir da década de 1970, o livro didático passou a ter um papel de destaque no processo de ensino-aprendizagem. Tornou-se um instrumento de ensino imprescindível devido à desqualificação profissional do professor e à desvalorização do ensino público, assumindo uma função importante na prática pedagógica do sistema educacional brasileiro. “As funções do livro didático alteraram-se. De um manual de apoio ao trabalho docente assumiu lugar central na prática pedagógica, estruturando e ordenando o ensino das disciplinas escolares” (LUCA, 2012, p. 5).

Munakata (2012) chama a atenção para as diversas funções que o livro didático assume na escola: função de referência, pois contém boa parte do programa da disciplina; função instrumental, pois apresenta uma metodologia específica e exercícios; ideológica e cultural, afinal, ele está inserido em uma cultura e acaba se tornando um instrumento de transporte dela, e por fim; o livro

didático tem caráter documental, no sentido de seu conteúdo poder provocar reflexões que venham a desenvolver o senso crítico do estudante.

Para Lajolo (1996, p. 4), “a importância atribuída ao livro didático em toda a sociedade faz com que ele acabe determinando conteúdos e condicionando estratégias de ensino, marcando de forma decisiva o que se ensina e como se ensina”. Apesar das críticas, não se pode negar a importância dada ao LD nem a importância que ele tem no processo educativo. Mais do que qualquer outro material didático, o livro tem seu papel de destaque nas escolas.

Fato é que o LD tem um papel protagonista na educação brasileira. Silva (1996) defende essa premissa já em 1996, afirmando que esse protagonismo pode se tornar prejudicial, tornando professores completamente dependentes do livro para cumprirem bem a sua função. Essa tradição é tão forte, no Brasil, que a adoção do livro didático, independentemente da escolha do professor, é sustentada no saudosismo dos pais e estudantes, nos *marketings* das editoras de livros e no próprio imaginário que orienta as decisões pedagógicas do professor.

As principais críticas que se levantaram acerca do LD em décadas passadas se apoiam em argumentos isolados e, por vezes, generalizantes. Silva (1996) afirma que a adesão do livro indica a falta de preparo do professor e que o livro serve ao profissional da educação como uma muleta de apoio. Ressalta também a dependência ao recorte arbitrário que o professor fica em relação ao livro, além da superficialidade com que os temas são ressaltados e a reprodução de ideologias específicas.

As críticas do autor em questão são baseadas em seu contexto histórico e, talvez naquele período, tenha todo o sentido. No entanto, argumentos como esses não expressam mais a realidade da nossa escola, educador e educando. Instrumentos que visem à inibição dessas problemáticas foram criados, entre eles o PNLD. O papel ideal seria que o livro didático fosse apenas um apoio, mas não o roteiro do trabalho dele.

Para Soares (1996), o LD deveria servir como um dos materiais de apoio, mas não como um roteiro de trabalho para o professor. Ele não pode, de forma alguma, substituir o papel do professor enquanto mediador da produção do conhecimento. Também não deve se entregar à ilusão de que o livro didático, por mais bem confeccionado que seja, é completo, pois é impossível qualquer

objeto conseguir captar todas as possibilidades de heterogeneidade que nossa sociedade abarca. Por fim, é importante ressaltar que o LD não pode assumir uma postura autoritária, que recusa qualquer forma de debate, reflexão e estímulo à criticidade.

Diferentemente de outros livros, o LD tem um foco: a escola. Não se pode abstrair dele o fato de estar inserido em um mundo capitalista e, como tal, atender a um mercado específico (a escola), onde geralmente é tratado como mercadoria. No entanto, não se deve demonizá-lo apenas pela sua característica de mercadoria, afinal, um livro que derruba o capitalismo é tão mercadoria quanto o livro que o exalta (MUNAKATA, 2012).

4.2 Programa Nacional do Livro Didático do EM

Em 2003, o Ministério da Educação traçou novos caminhos para o ensino brasileiro e instituíram o Programa Nacional para o Ensino Médio (PNLD/EM). Assim, o PNLD, que inicialmente atendia apenas ao Ensino Fundamental, passa agora a atender também o Ensino Médio no país. A esse respeito, Silva (2015) esclarece:

Na primeira década do século XXI, o Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), até então voltado para o atendimento aos alunos do ensino fundamental, recebe novo impulso significativo. Ao assumir a Presidência da República, em 2003, Luiz Inácio Lula da Silva incluiu, entre as políticas de educação a serem operacionalizadas, o programa de distribuição de livros para uso de alunos e professores. Seguindo os caminhos trilhados pelo Governo Fernando Henrique Cardoso, foi proposto pela gestão que se iniciava não apenas a continuidade das ações já desencadeadas em relação ao PNLD, como também a sua ampliação e extensão para outras etapas e modalidades de ensino da educação básica. Isso implicou, naturalmente, um crescimento considerável do montante de recursos destinados à compra e distribuição de livros didáticos. (SILVA, 2015, p.2)

PNLD/EM foi instituído pelo MEC, por meio da Resolução nº 38, de 25 de outubro de 2003 e passou a ser implantado, de maneira gradativa. Em 2004, teve início a distribuição dos livros didáticos de Matemática e Língua Portuguesa para os alunos do 1º ano do Ensino Médio (EM) regular das regiões Norte e Nordeste. Em 2005, o Governo Federal ampliou a distribuição de livros didáticos

destas disciplinas para todos os estados do Brasil. (BRASIL, Relatório anual, 2005)

As demais disciplinas foram implantadas gradativamente. Em 2006, Biologia; em 2007, Química e História; em 2008, Física e Geografia. Em 2012, foram distribuídas obras didáticas para mais quatro disciplinas: Língua Inglesa, Língua Espanhola, Sociologia e Filosofia. No ano de 2015, houve a distribuição do LD de Arte. Esses livros compõem a base nacional comum do currículo do EM.

O decreto nº. 9.099, de 18 de julho de 2017, apresenta, inicialmente, os objetivos e, posteriormente, as diretrizes do PNLD/EM:

- I - aprimorar o processo de ensino e aprendizagem nas escolas públicas de educação básica, com a consequente melhoria da qualidade da educação;
 - II - garantir o padrão de qualidade do material de apoio à prática educativa utilizado nas escolas públicas de educação básica;
 - III - democratizar o acesso às fontes de informação e cultura;
 - IV - fomentar a leitura e o estímulo à atitude investigativa dos estudantes;
 - V - apoiar a atualização, a autonomia e o desenvolvimento profissional do professor; e
 - VI - apoiar a implementação da Base Nacional Comum Curricular.
- São diretrizes do PNLD:
- I - o respeito ao pluralismo de ideias e concepções pedagógicas;
 - II - o respeito às diversidades sociais, culturais e regionais;
 - III - o respeito à autonomia pedagógica das instituições de ensino;
 - IV - o respeito à liberdade e o apreço à tolerância; e
 - V - a garantia de isonomia, transparência e publicidade nos processos de aquisição das obras didáticas, pedagógicas e literárias. (BRASIL, 2017, p.1)

A cada edição do PNLD/EM, há a publicação de um edital, que contém as regras e critérios que regerão o processo de avaliação dos livros didáticos. Os livros aprovados, nessa primeira fase, ainda passam por uma segunda análise pela Secretaria de Educação Básica (SEB/MEC), a qual escolhe os especialistas que analisam as obras de acordo com os critérios constantes no edital. Para orientar a escola na escolha do livro didático, existe o Guia do Livro Didático, lançado a cada nova edição do PNLD. O Guia chama a atenção para a necessidade de orientação por parte da Secretaria e da necessidade da

participação do professor nesse processo de escolha, pois traz resenhas e informações acerca de cada uma das obras aprovadas no PNLD, apresentando aos docentes análises, reflexões e orientações quanto ao conteúdo e à estrutura das obras e suas potencialidades para a prática pedagógica. Além disso, há textos introdutórios escritos pelas equipes de avaliação de cada componente curricular.⁵

O Guia, além de orientar o professor nas escolhas das obras, enuncia, também, os pressupostos da avaliação pedagógica, efetivados em observância ao Edital do Programa e em consonância com as afirmações acadêmicas atualizadas. Ainda, apresenta reflexões fundamentais à formação docente no tocante aos processos de mediação (Guia do PNLD/EM 2018).

Os principais critérios elencados no Guia do PNLD/EM 2018 para a aprovação do LD comuns a todas as áreas são: o respeito à legislação, às diretrizes e às normas oficiais relativas ao Ensino Médio; a observância dos princípios éticos democráticos que direcionam o estudando ao exercício da cidadania, o respeito à perspectiva interdisciplinar na abordagem de conteúdo; a coerência e atualização de conceitos, informações e procedimentos e a coerência à abordagem teórico-metodológica assumida pela obra.

A cada três anos, as escolas da rede pública brasileira passam pelo mesmo ritual: a escolha do LD. Para esse processo acontecer, muitos são os autores envolvidos em todo o procedimento, desde a confecção, a avaliação e a escolha, até a chegada do LD nas mãos do aluno.

Os autores concebem obras por iniciativa própria ou a pedido de editoras, o que por si só já se compõe de um trabalho árduo, de muita pesquisa e de adaptação da linguagem, metodologias, objetos de ensino, parte gráfica e foco do material. Autor e editora não podem estar desatentos às políticas públicas que orientam a educação no Brasil.

O professor, porém, ainda é o principal responsável nesse processo, afinal, é ele quem escolhe o LD que atua na mediação entre ele e aluno e, por isso mesmo, destacamos a importância de que esse profissional tenha pleno preparo para escolher a edição do material que, muitas vezes, será a única referência teórica que o estudante terá em mãos. Esse material também será o

⁵ <http://portal.mec.gov.br/pnaes/195-secretarias-112877938/seb-educacao-basica-2007048997/12637-guias-do-programa-nacional-do-livro-didatico>

principal instrumento que orientará as aulas do professor durante os três anos letivos do EM.

Silva (2017) chama a atenção para algumas falhas que ocorrem no processo de escolha do livro didático. O autor aponta pesquisas que indicam que a escolha do livro didático na escola através do PNLD é carente de reuniões para discussão das opções de livros e tem se caracterizado até mesmo pela falta de tempo hábil para a análise das opções. A escolha, geralmente, é feita no intervalo dos alunos, que costuma durar entre quinze e vinte minutos. Assim, a consulta aos colegas tem maior importância do que o Guia do Livro Didático. O autor aponta, também, a exclusão, nesse processo de escolha do livro, de alguns professores não efetivos, sob a alegação de que eles, possivelmente, não estarão na escola, no ano seguinte.

Ainda para Silva (2017) outro “problema” que pode surgir, e que tende a desmotivar um maior empenho dos gestores e professores na escolha do livro didático, é que alguns reclamam sobre as escolhas de outrora, as quais podem não chegar à escola. Isso realmente é possível de acontecer, já que as negociações entre o governo e as editoras acontecem após a escolha do livro didático por parte das escolas; logo, um dos lados pode não ficar plenamente satisfeito com a negociação e não concretizar a compra/venda dos livros.

4.3 A disciplina de Língua Portuguesa do EM e os pressupostos legais

De acordo com Bald e Fassini (2018), o Ensino secundário⁶ no Brasil, desde o Período Colonial até a atualidade, passou por diversas modificações em sua estrutura e organização. Várias reformas com diferentes objetivos foram realizadas. Somente em 1996, as diretrizes e finalidades do Ensino Médio foram definidas com a aprovação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), presentes nos artigos 35 e 36. A partir de então, começaram a serem elaboradas propostas de reforma curricular para o EM. A primeira reforma foram os Parâmetros Curriculares do Ensino Médio (PCNEM) em 2000 com o objetivo de organizar os princípios e as finalidades do EM. Uma das principais mudanças é reorganizar o currículo em área do conhecimento, para serem trabalhadas

⁶ Atualmente denominado de Ensino Médio.

numa perspectiva de interdisciplinaridade e contextualizada, conforme discorre o documento

Partindo de princípios definidos na LDB, o Ministério da Educação, num trabalho conjunto com educadores de todo o País, chegou a um novo perfil para o currículo, apoiado em competências básicas para a inserção de nossos jovens na vida adulta. Tínhamos um ensino descontextualizado, compartimentalizado e baseado no acúmulo de informações. Ao contrário disso, buscamos dar significado ao conhecimento escolar, mediante a contextualização; evitar a compartimentalização, mediante a interdisciplinaridade; e incentivar o raciocínio e a capacidade de aprender. (BRASIL, 2000, p. 4)

Em relação à disciplina de LP, os PCNEM orientam que o ensino “deve basear-se em propostas interativas língua/linguagem, consideradas em um processo discursivo de construção do pensamento simbólico, construtivo de cada aluno em particular e da sociedade em geral” (BRASIL, 2000, p.19). O documento ressalta que o texto precisa ser tomado como entidade discursiva para que o aluno deixe de ser um mero emissor e receptor de mensagem e que aja socialmente por meio da linguagem, pois

O aluno deve ser considerado como produtor de textos, aquele que pode ser entendido pelos textos que produz e que o constituem como ser humano. O texto só existe na sociedade e é produto de uma história social e cultural, único em cada contexto, porque *marca o diálogo* entre os interlocutores que o produzem e entre os outros textos que o compõem. (BRASIL, 2000, p. 18)

Dessa forma, é importante o trabalho em sala de aula com os diferentes textos para o desenvolvimento da competência comunicativa do aluno, pois quanto maior for o contato do indivíduo com os diversos gêneros, maiores serão as possibilidades de interação com a realidade em que vive.

De acordo com Cereja (2004, p.182), o MEC, ao perceber a insatisfação dos professores em relação ao PCNEM, procedentes de diferentes esferas educacionais e sociais, publicou em 2002, os Parâmetros Curriculares Nacionais + Ensino Médio (PCN+), com o subtítulo de “Orientações educacionais complementares aos Parâmetros Curriculares Nacionais”. A proposta do documento foi organizar a educação no Ensino Médio em três grandes áreas:

Ciências da Natureza e Matemática, Ciências Humanas, Linguagens e Códigos, sendo que essas áreas “organizam e interligam disciplinas, mas não as diluem nem as eliminam” (BRASIL, 2002, p. 8).

No que concerne à disciplina de LP, os PCN+ apontam a importância dos textos para o ensino aprendizagem que contribuem para as competências e habilidades específicas. Entre elas:

- reconhecer, produzir, compreender e avaliar a sua produção textual e a alheia;
- interferir em determinadas produções textuais (por exemplo, em sua própria ou na de colegas), de acordo com certas intenções;
- incluir determinado texto em uma tipologia com base na percepção dos estatutos sobre os quais foi construído e que o estudante aprendeu a reconhecer (saber que se trata de um poema, de uma crônica, de um conto). (BRASIL, 2002, p. 58)

Conforme o documento explicitado, é através dos textos orais e escritos que é constituído o universo do seu autor, ou seja, como ele pensa e expressa seus pensamentos, aliados com diálogos que travam com outros textos de outros interlocutores, favorecendo o desenvolvimento das habilidades gramaticais, textuais e interativas através da:

- leitura de textos literários, opinativos, publicitários, entre outros, pressupõe a mobilização de conhecimentos linguísticos de que o aluno dispõe;
- produção de textos orais e escritos no interior de um projeto de trabalho requer também o exercício da competência interativa, uma vez estabelecidos grupos de trabalho que devem apresentar produtos finais de seu processo de aprendizagem. (BRASIL, 2002, p. 59)

Já as Orientações Curriculares para o Ensino Médio (OCEM) surgiram em 2006 com o intuito de garantir a democratização do acesso e as condições de permanência na escola durante as três etapas da educação básica e tem como objetivo “contribuir para o diálogo entre professor e escola sobre a prática docente” (BRASIL, 2006, p. 05). No que diz respeito ao papel da disciplina Língua Portuguesa, o documento reafirma a importância de proporcionar aos estudantes a capacidade de usar as formas da linguagem em diferentes

situações de interação para estimular o saber ouvir, esperar para falar, conviver com a divergência, pois

[...] as ações realizadas na disciplina Língua Portuguesa, no contexto do ensino médio, devem propiciar ao aluno o refinamento de habilidades de leitura e de escrita, de fala e de escuta. Isso implica tanto a ampliação contínua de saberes relativos à configuração, ao funcionamento e à circulação dos textos quanto ao desenvolvimento da capacidade de reflexão sistemática sobre a língua e a linguagem. (BRASIL, 2006, p. 18).

Nesse intuito de “refinar” as habilidades linguísticas dos estudantes, as OCEM enfatizam a necessidade de desenvolver nos estudantes competências linguístico-discursivas. Assim sendo, parte-se da premissa de que os livros didáticos de Língua Portuguesa adotados pelas escolas precisam estar alinhados com que preconizam as orientações governamentais para a área, pois dentre os recursos pedagógicos, o LD constitui o instrumento mais utilizado pelos professores, principalmente no Ensino Médio da escola pública.

É importante destacar que muitas vezes, para o aluno de escola pública, o LD representa sua única fonte de informação científica. Ele é um material importante no contexto escolar por ser uma ferramenta muito utilizada e, em muitos casos, ser o único recurso que o professor possui para o preparo de suas aulas.

No entanto, é importante salientar também que o LDP, por si só, não é capaz de garantir o aprendizado, e não deve ser atribuído apenas a ele o sucesso ou insucesso do ensino. Rangel (2006) afirma que nenhum material pode, por si só, garantir a qualidade e a efetividade do ensino ou do aprendizado. O autor ressalta o processo de autonomia que cada contexto implica no processo de aprendizado.

Alguns elementos como pressupostos teóricos, adequação do material utilizado e métodos adotados são tão relevantes quanto a escolha do livro didático. Entretanto, é inegável que a qualidade do material escolhido, sendo ele mais ou menos elaborado, mais ou menos qualificado para determinados contextos, tenha seu papel indispensável, por isso, estudar a relevância da escolha do LDP se faz imprescindível.

A escolha do LDP é uma tarefa difícil para o professor, porque é ele que permeará a relação complexa desse instrumento no momento de contato direto com os alunos. Dessa forma, compete ao docente conhecer concepções de língua e linguagem para compreender melhor o material a ser usado. Consoante Bunzen e Rojo (2005), é preciso que alunos e professores tenham as mesmas percepções do material que será utilizado:

[...] os interlocutores privilegiados do LDP – professores e alunos – também tiverem em relação ao livro um olhar semelhante, poderão fazer escolhas mais bem embasadas e se relacionarão com o discurso do autor de maneira respondente, por meio de réplica e compreensão ativa, na medida em que possam compreender criticar e responder à postura e ao projeto autoral. Talvez isso possa também contribuir para que o LDP deixe de ser meramente consumido e passe a ser um elemento do diálogo plurivocal da sala de aula. (BUNZEN; ROJO, 2005, p.112-113)

Rangel (2006) destaca, ainda, que, na escolha do LDP, é preciso levar em consideração três variáveis principais, sendo a primeira delas os sujeitos envolvidos. É importante pensar de que forma serão contemplados os estudantes que receberão esse material cogitado. Em seguida, é necessário pensar em quais são os objetivos pretendidos com esse material, ou seja, o material cogitado contribuirá para o alcance das metas relacionadas aos objetivos de ensino pré-estabelecidos? E, por último, é importante pensar no tempo e no espaço, no contexto histórico, político e social. Será que esse livro será útil para a realidade da escola na qual se pretende utilizá-lo?

De acordo com os documentos orientadores para o EM no país, os estudantes, ao terminarem essa etapa escolar, devem ser bons leitores e estarem apropriados da língua oral e escrita, além de apresentarem condições plenas para a efetiva participação social, econômica, política e cultural. É preciso também que compreendam as múltiplas linguagens que compõem os textos na sociedade tecnológica, conforme apresenta o Guia PNLD/EM 2018).

Para o trabalho com o texto, é preciso haver uma abordagem mais intensa e sistemática dos gêneros em circulação nas esferas públicas, tais como a técnico-científica, a política, a do jornalismo de opinião e dos mais frequentes no mundo do trabalho. (BRASIL, 2018, p.10)

É necessário que a disciplina de LP apresente, ainda, conteúdos de relevância cultural literária e que esses conteúdos sejam contextualizados e englobem os conhecimentos adquiridos na etapa final da educação básica, considerando aquilo que os alunos trazem na sua bagagem social. Nessa perspectiva, é preciso que haja materiais adequados para o suporte do professor e um livro didático capaz de incentivar a interação escolar com o meio.

Por essa razão, o LDP passa a ser visto como material importante no processo de ensino-aprendizagem, servindo como ferramenta aos professores e como fonte de pesquisa para o educando. Por isso, as coleções aprovadas no PNLD/EM precisam atender aos critérios que garantam a qualidade de ensino e o cumprimento das disposições legais e curriculares postas para o EM, isto é,

as coleções aprovadas no âmbito do PNLD/EM 2018 possuem algumas características importantes a serem consideradas. Uma delas diz respeito à qualidade da coletânea dos textos disponibilizados para o desenvolvimento do trabalho com os diversos eixos de ensino de Língua Portuguesa. Nas obras, encontram-se muitos textos que circulam nas mais variadas esferas discursivas, como a literária, a jornalística, a científica, a artística, a jurídica, entre outras. São contemplados, também, muitos gêneros representativos da cultura juvenil como raps, HQ, mangás, músicas e *fanzines* (BRASIL, 2018, p.15).

Os critérios e princípios divulgados no Guia de avaliação dos livros didáticos da disciplina de Língua Portuguesa orientam que o tratamento da língua siga as concepções sociointeracionistas, que contemplem as novas proposições para o ensino de Língua Portuguesa. O Guia serve de instrumento para que as escolas escolham as obras que contemplem e atendam as normas correspondentes ao seu projeto político pedagógico, mas segundo com Silva, 2017

é o professor o agente que está mais próximo do aluno, que conhece sua realidade de ensino e de aprendizagem e que deve, conforme preconizado pelo programa, analisar e escolher os livros que serão utilizados em sua escola. Em última instância, é do professor a decisão de escolha de um ou outro livro didático, decisão essa a ser informada aos gestores do PNLD para guiar a compra e distribuição das obras. (SILVA, 2017, p.139)

Segundo Rangel (2006), a escolha do LDP precisa levar em consideração, a partir da visão do aluno, alguns elementos de destaque. Primeiro, recomenda-se que o LDP desenvolva competências e habilidades envolvidas na leitura, pois essa função é essencial para a formação de cidadãos críticos. Posteriormente, observação dos conteúdos do material analisado, porque uma das funções mais conhecidas do LDP é a transmissão de conhecimento. O autor destaca que é importante verificar quantos e quais conteúdos programáticos foram incluídos. Também é importante verificar se a consolidação dos conhecimentos adquiridos foi uma preocupação dos autores que elaboraram o mesmo.

O Edital de convocação para o processo de inscrição e avaliação de obras didáticas para o PNLD/EM (2018)⁷ orienta que as atividades de leitura, escrita e de compreensão oral sejam prioritárias no ensino-aprendizagem na disciplina de LP.

De acordo com o Guia do Livro Didático (2018), os conteúdos de literatura devem contribuir para uma prática de leitura focada na formação do leitor. E, por último, precisa propiciar o contato efetivo do estudante com diversos gêneros, situando-os de modo crítico em seu contexto de produção.

4.4 Livro Didático “Língua portuguesa: linguagem e interação”

A coleção “Língua portuguesa: linguagem e interação” é composta por três volumes, de autoria de Carlos Emílio Faraco, Francisco Marto de Moura e José Hamilton Maruxo Júnior. Editada pela Ática e publicada em 2016, está na terceira edição e foi aprovada ao Programa Nacional do Livro Didático (PNLD).

Conforme a avaliação de O Guia didático/PNLD/EM/ 2018, a coleção se destaca pelo modo sistematizado de abordar a oralidade, sem submetê-la aos modelos das práticas de escrita. Igualmente, inova ao propor atividades de sistematização dos conhecimentos linguísticos a partir de pesquisas sobre os usos e circulação da língua. Além disso, a multimodalidade (a combinação de várias linguagens na composição de um único texto) é considerada nas suas especificidades, tanto nas práticas de leitura quanto nas de produção textual.

⁷<https://www.fn.de.gov.br/index.php/programas/programas-do-livro/pnld/guia-do-livro-didatico/item/11148-guia-pnld-2018>

O Guia didático/PNLDEM/ 2018 considera o livro didático “Língua portuguesa: linguagem e interação”, de Faraco, Moura e Maruxo Jr.

Um ótimo acervo de textos escritos e orais, dos mais variados tipos – conto, crônica, canção popular, relato de viagem, notícia, artigo de opinião, editorial, romance, anúncio publicitário, lendas, memórias, histórias em quadrinhos, relatos de vida, carta pessoal etc. – de diferentes épocas e representando diferentes regiões do Brasil –, estimula a leitura e ao mesmo tempo serve de referência para o estudante produzir os seus textos, ou então para adquirir domínio das estratégias de fala e desenvoltura nas práticas orais. (BRASIL, p. 18, 2018)

Os três volumes que compõem a coleção se organizam em torno de nove capítulos, sendo um inicial e oito que se distribuem em quatro unidades de trabalho por volume (dois por unidade). O capítulo inicial não tem numeração enquanto os demais das unidades são numerados sequencialmente, de 1 a 8.

Cada uma das unidades é composta de:

- **título da unidade**, que sempre remete ao projeto de trabalho a ser desenvolvido;
- **epígrafe**, que vem abaixo do título, constitui um estímulo inicial e tem relação, geralmente, com o título e o tema do projeto da unidade;
- **imagem de abertura**, que, quase sempre, tem alguma relação com o tema da unidade. Assim como a epígrafe, sua leitura pode servir de ponto de partida para um aquecimento inicial sobre o tema da unidade e, às vezes, é explorada em atividades internas da unidade;
- **descrição de objetivos de aprendizagem dos capítulos da unidade**, que são mencionados, logo no início, para que os alunos possam se aproximar dos principais conceitos e noções que serão abordados na unidade;
- uma dupla de página com a seção “Para começo de conversa”, que propõe o início do projeto da unidade;
- dois capítulos;
- seção “Agora é com você”, que apresenta sugestões de materiais complementares para extrapolação dos saberes docentes e discentes para os alunos e professores;
- seção “A conversa chega ao fim”, que encerra o projeto da unidade;

- seção “O trabalho com a unidade e a autoavaliação”, que propõe aos alunos a retomada do que foi trabalhado ao longo da unidade por meio de autoavaliação.

Os capítulos de cada unidade são estruturados na seguinte ordem:

- Abertura e títulos do capítulo;
- Primeiros passos;
- Texto 1, texto 2;
- Para entender o texto;
- As palavras no contexto;
- Linguagem e texto;
- Diálogo com a literatura;
- Língua – análise e reflexão;
- Práticas de linguagem (produção oral e escrita).

Os capítulos assumem, assim, uma forma próxima de uma sequência didática⁸, baseada nos seguintes passos, conforme explicam os autores do LD:

- parte-se da leitura e da interpretação de textos (objetivo: desenvolvimento de habilidades leitoras);
- passa-se pela análise de estrutura linguístico-discursiva dos textos (objetivo principal: desenvolvimento de habilidades de análise linguístico-discursiva);
- prossegue-se com o estudo sistematizado da literatura (objetivo principal: desenvolvimento de habilidades de apreciação estética);
- encaminha-se o trabalho para uma abordagem das práticas de oralidade, dos gêneros orais e das características da língua falada, em contraste ou não com a língua escrita (objetivo: desenvolvimento de habilidades de comunicação oral);
- chega-se à produção de textos escritos (objetivo: desenvolvimento de habilidades de produção escrita). (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 359)

Os autores sugerem que os professores trabalhem os capítulos seguindo os passos dessa sequência didática, mas adaptando-as às necessidades de cada turma.

⁸ “Uma ‘sequência didática’ é um conjunto de atividades escolares organizadas, de maneira sistemática, em torno de um gênero oral ou escrito” (DOLZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 82).

A seção “Para começo de conversa” conforme Faraco, Moura, Marujo Jr. (2016), propõe atividade inicial de sensibilização ao tema específico dos capítulos. Ela fornece aos alunos pistas do trabalho que será desenvolvido e sugere os primeiros encaminhamentos para a realização do projeto coletivo proposto na unidade. Em geral, apresentam-se documentos de natureza diversa (textos escritos, obras de arte, letras de canção, fotografias etc.) a serem lidos, analisados e explorados pelos alunos por meio de um breve roteiro de questões sugeridas pelos autores do LD.

Ainda consoante os autores da coleção, essa exploração inicial tem como objetivo levar os alunos a conhecerem o que será trabalhado no projeto. Às vezes, formulando hipóteses sobre sua conclusão, outras vezes, abordando aspectos temáticos pertinentes que serão desenvolvidos ao longo da unidade, ou ainda, dando continuidade a um projeto começado, mas não concluído na unidade anterior.

Os capítulos são organizados, principalmente, em torno do estudo dos gêneros textuais e, em alguns casos, mas não necessariamente, vinculados a temas relativos ao projeto da unidade. Propõem a aquisição progressiva de mecanismo estruturado de texto, oral e escrito, por meio de estudo de diferentes gêneros do ponto de vista da recepção (leitura e compreensão) e da produção de textos orais e escritos. Conforme o Guia didático/PNLD/EM/2018:

A coleção apresenta um trabalho sistemático e consistente com a leitura, mobilizando boa diversidade de textos de diferentes gêneros, épocas e estilos. As atividades exploram os sentidos dos textos, relacionando-os ao contexto, suportes e locais de circulação, e trazem ao debate aspectos linguísticos e textuais que proporcionam, ao estudante do Ensino Médio, a oportunidade de conhecer e produzir textos literários, de divulgação, expositivos e argumentativos. (BRASIL, p. 20, 2018)

Segundo os autores Faraco, Moura, Maruxo Jr. (2016), a seleção de gêneros de cada capítulo baseou-se em uma progressão sistemática: levou-se em conta a aquisição progressiva de estruturas linguísticas e discursivas (sequências textuais prototípicas articuladas com conhecimentos gramaticais) e procurou-se dar sentido à prática de leitura e da produção de textos em sala de aula.

A seção “Agora é com você” localiza-se no fim do segundo capítulo de cada unidade. Ela fornece sugestões de livro, filmes, músicas, *sites*, locais para visitaçaõ - como museus e casas de culturas - para que o aluno, por conta própria, explore o trabalho de temas e conteúdos trabalhados.

Ao longo das unidades, sugere-se que os alunos se envolvam em projetos de produção de texto, que é um conjunto de atividades realizadas por eles, organizadas em torno de uma situação problematizada inicialmente. Resolver ou encaminhar essa situação significa chegar à construção de um produto, que tem potencial para materializar a aprendizagem conquistada. No caso da disciplina da Língua Portuguesa, esses projetos propiciam a criação, na escola, de situações que culminam na produção contextualizada e na circulação social dos textos. (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016).

Ainda segundo os autores, a coleção procura levar os alunos a refletirem sobre suas práticas de linguagem, nas diferentes esperas de comunicação, das mais cotidianas às mais elaboradas, procurando ser uma opção de caminho seguro para o desenvolvimento de leitores e produtores de texto (FARACO, MOURA, MARUXO JR., 2016).

Ao final do EM, espera-se que os alunos alcancem as competências e habilidades necessárias para serem leitores proficientes, e consigam compreender os propósitos comunicativos dos textos produzidos em diferentes contextos e esferas discursivas.

4.5 Análise do gênero propaganda na coleção

Inicialmente, fizemos uma análise quantitativa na coleção para que o leitor tivesse conhecimento de quantas vezes o gênero propaganda apareceu em cada volume. No volume 1, encontramos quatro ocorrências, sendo duas no capítulo 7, intitulado de “Artigo de opinião”, e duas na seção denominada “Questões do ENEM” localizada apenas no último capítulo de cada livro da coleção. Apresentamos, a seguir, as propagandas presentes no capítulo 7.

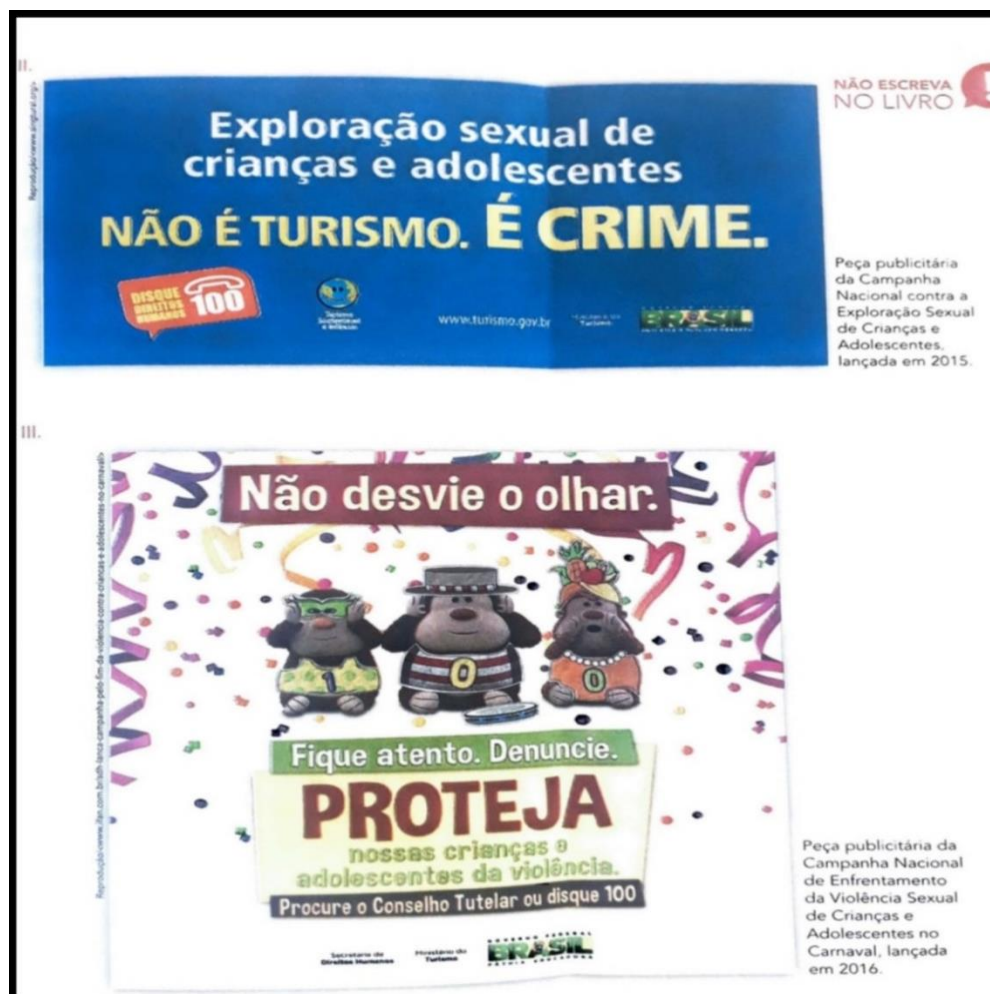


Figura 4 - Propaganda do volume 1

Fonte: FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 259.

Os dois textos aparecem na mesma ordem que apresenta a figura e teve como atividade proposta a seguinte questão: “Após essas discussões, responda: que ação ou ações você proporia para combater esse crime?” (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 259), não menciona se é para o aluno responder a questão oralmente ou por escrito. Seguida a esta questão, os autores trouxeram um artigo de opinião com a temática sobre exploração sexual de crianças e adolescentes nos pontos turísticos do Brasil. As propagandas não foram retomadas em outras atividades na dimensão didática, servindo apenas para iniciar a temática do artigo de opinião.

As duas propagandas presentes na seção de “Questões do ENEM” foram analisadas no capítulo 6, item 6.3. Trata-se da Figura 14 (116/ENEM – 2013); Figura 18 (101/2015); ambas foram extraídas do caderno amarelo.

Já, no segundo volume, a propaganda foi contemplada duas vezes no capítulo 8, como objeto de ensino do gênero. Essas menções estão presentes e analisadas no subitem 6.2 deste trabalho, pois contempla o objetivo de nosso estudo que é investigar como o gênero propaganda é abordado em relação aos aspectos linguístico-discursivos nas atividades propostas no LDP de EM. Ainda na seção “Questões do ENEM”, tiveram mais duas ocorrências do gênero propaganda, as quais serão analisadas no capítulo 6, item 6.3: Figura 15 - Questão 135/2014 e Figura 16 – Questão 101/2014.

Em relação ao volume três, o gênero propaganda foi contemplado apenas uma vez na seção de “Questões do ENEM”, o qual foi analisado no capítulo 6, Figura 17 – Questão 124/2014.

Quanto à seção de “Questões do ENEM”, situa-se na última parte do livro do aluno e está “organizada de acordo com os conceitos ou noções trabalhadas nas unidades que compõem o volume” (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 342).

Apresentamos, a seguir, visão geral das unidades dos três volumes para identificarmos quais gêneros circulam em cada capítulo da coleção.

Visão geral das unidades dos três volumes					
Volume 1		Volume 2		Volume 3	
Linguagens, textos e literatura		História da literatura		Estudar com textos: a resenha, o resumo e a síntese	
Unidade 1 Das histórias do passado às histórias do presente	Capítulo 1 Conto	Unidade 1 ... como um romance (I)	Capítulo 1 Romance (I)	Unidade 1 Se bem me lembro...	Capítulo 1 Lenda
	Capítulo 2 Crônica		Capítulo 2 Romance (II)		Capítulo 2 Memórias
Unidade 2 As canções de ontem, hoje e sempre	Capítulo 3 Canção popular	Unidade 2 ... como um romance (II)	Capítulo 3 Romance (III)	Unidade 2 O cotidiano sob diversos olhares	Capítulo 3 História em quadrinhos
	Capítulo 4 Textos icônico-verbais		Capítulo 4 Romance (IV)		Capítulo 4 Gêneros dramáticos
Unidade 3 Viagens	Capítulo 5 Relato de viagem	Unidade 3 Adolescência	Capítulo 5 Texto de vulgarização científica	Unidade 3 Mundo do trabalho (I)	Capítulo 5 Relatos de vida
	Capítulo 6 Notícia		Capítulo 6 Reportagem		Capítulo 6 Carta pessoal
Unidade 4 Eu acho que sim, e você?	Capítulo 7 Artigo de opinião	Unidade 4 Paisagens urbanas	Capítulo 7 Ensaio	Unidade 4 Mundo do trabalho (II)	Capítulo 7 Correspondência formal argumentativa
	Capítulo 8 Editorial		Capítulo 8 Imagem e palavra: anúncio publicitário		Capítulo 8 Dissertação em prosa
Questões do Enem		Questões do Enem		Questões do Enem	

Figura 5 - Sumário dos títulos e gêneros das unidades e dos capítulos das coleções

Fonte: FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 321.

Cada capítulo vem intitulado com gênero cujo estudo predomina. Para os autores do LDP de EM, “esse gênero será estudado em suas diversas facetas desde a leitura inicial até produção escrita” (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 359).

Como mostra a Figura 5, para cada capítulo das unidades, há um gênero diferente como objeto de estudo, exceto no volume 2, em que os capítulos de 1 a 4 têm o mesmo gênero – romance.

No que concerne ao gênero propaganda e aos demais gêneros presentes na coleção, no manual do professor, não há orientações específicas, sugestões e nem referências de como devem ser trabalhados. São apresentadas as descrições e os objetivos das seções dos capítulos.

5 EXAME NACIONAL DO ENSINO MÉDIO

Neste capítulo, situamos o leitor sobre a criação do ENEM em 1998 e seu propósito até os dias atuais, tendo como objetivo enriquecer as discussões sobre o tema e compreender melhor a configuração vigente desse exame.

5.1 ENEM na linha do tempo

O ENEM foi criado em 1998 “com o objetivo fundamental de avaliar o desempenho do aluno ao término da escolaridade básica, para aferir o desenvolvimento das competências fundamentais ao exercício pleno da cidadania” (BRASIL, 2002, p. 1). Tendo os seguintes objetivos específicos:

- a) oferecer uma referência para que cada cidadão possa proceder à sua auto-avaliação com vista às escolhas futuras, tanto em relação ao mercado de trabalho quanto em relação à continuidade de estudos;
- b) estruturar uma avaliação da educação básica que sirva como modalidade alternativa ou complementar aos processos de seleção nos diferentes setores do mundo do trabalho;
- c) estruturar uma avaliação da educação básica que sirva como modalidade alternativa ou complementar aos exames de acesso aos cursos profissionalizantes pós-médios e ao ensino superior. (BRASIL, 2002, p. 1)

Em 2009, o ENEM, passou por reformulação tanto na sua função quanto na sua estrutura. Além da função de elemento indicador qualitativo para o EM, o ENEM tornou-se instrumento seletivo para ingresso nas universidades públicas e para programas do governo federal, por meio do Sistema de Seleção Unificada (SISU), passando também a ser considerado como ferramenta avaliativa para a distribuição de bolsas de estudo em universidades particulares, por meio do Programa Universidade para Todos (PROUNI) e do Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES). O quadro, a seguir, apresenta a estrutura da primeira edição do ENEM e os anos em que ocorreram mudanças em relação ao Exame.

ANO	LINHA DO TEMPO
1998	• Primeira edição do ENEM; • 63 questões e uma redação; • Disciplinas avaliadas: Português, Geografia, História, Biologia, Matemática, Física e Química, além da redação realizada em um dia de prova (4 horas de aplicação); • Valor pago pelos estudantes (R\$ 20,00); • Matriz de referência dividida por competências e habilidades; • A finalidade era avaliar o domínio dos participantes em relação aos conteúdos do EM; • Era realizada em apenas um dia; • Nota máxima: 100 pontos.
2001	• Alunos de escolas públicas passam a se tornar isentos da taxa de inscrição; • Publicação do primeiro relatório pedagógico pelo INEP com as estatísticas sobre o ENEM.
2004	• Criação do Programa Universidade para Todos (PROUNI), que passou a selecionar alunos para bolsas através do ENEM.
2005	• Primeira divulgação das notas médias e do desempenho das escolas brasileiras no ENEM.
2009	• Publicação do relatório pedagógico sobre a edição de 2008; • O ENEM passa a ter 180 questões, aplicado em dois dias – sábado e domingo; • Nova matriz dividida em quatro áreas de conhecimento; • Avaliações de Ciências da Natureza e Ciências Humanas no primeiro dia e Linguagens, Redação e Matemática, no segundo; • Criação do Sistema de Seleção Unificado (SISU); • Utilização das notas do exame para certificação da Educação para Jovens e Adultos (EJA); • Início da correção pela metodologia TRI.
2010	• O ENEM passa a ser pré-requisito para solicitar o FIES; • O MEC passa a exigir a nota mínima de 450 pontos e nota acima de zero na redação para aprovação no exame.
2011	• Criação do Ciência Sem Fronteiras; • Uso do resultado do ENEM para a concessão das bolsas.
2012	• Adota a lei de Cota.
2013	• Mudança no método de correção da redação.
2014	• Métodos de segurança aperfeiçoados: fiscais passam a usar detectores de metal na aplicação do Exame; • Candidatos passam a poder utilizar o nome social.
2015	• Aumento da taxa de inscrição de R\$ 35 para R\$ 63; • Regra de isentos muda: só passam a ser isentos da taxa de inscrição os estudantes que concluíram o EM escolas públicas e candidatos que comprovaram carência; • As provas passam a começar 30 minutos após o fechamento dos portões como método para reduzir as possibilidades de vazamento de questões; • INEP elimina cartões de confirmação impressos que chegavam até as residências dos candidatos, passando a ter somente sua versão on-line para impressão pelo próprio aluno; • Passa a valer a regra de que os candidatos isentos da taxa de

	inscrição que faltarem os dois dias de provas não poderão participar como isentos da edição seguinte.
2016	• ENEM terá o uso de dados biométricos como método de segurança.
2017	• O ENEM passou a acontecer em dois domingos consecutivos; • Também, nesse ano, a divisão das disciplinas na prova foi alterada. O primeiro dia conteve questões de Linguagens e Ciências Humanas, além da Redação; o segundo dia ficou com as questões de Matemática e Ciências da Natureza; • Deixou de valer a regra que permitia que as notas do ENEM fossem usadas para obtenção do certificado de conclusão do EM.
2018	• É a primeira edição do ENEM em que a solicitação de isenção é anterior à inscrição; • Os participantes que estavam isentos e faltaram tiveram que justificar a ausência para obter novamente a gratuidade em 2019.

Quadro 1 - ENEM na linha do tempo: as principais mudanças
 Fonte: Construído pela autora com base em dados do INEP.

De acordo com a Matriz de Referência⁹ do ENEM, ao realizar a prova, o estudante deve demonstrar capacidade para interpretar diferentes textos, gráficos, textos, mapas e informações em diversas linguagens. Essas múltiplas linguagens têm o propósito de estimular o candidato a realizar uma leitura compreensiva da situação para a resolução das questões propostas. Ainda, em conformidade com Matriz de Referência (MR) de Redação¹⁰, o Exame verifica, também, se o aluno é capaz de argumentar, solucionar problemas cotidianos, elaborar propostas de intervenção da realidade e apresentar ideias bem estruturadas (BRASIL, 2017, p.01).

O ENEM, até em 2008, era realizado em apenas um dia; a partir de 2009, quando foi reestruturado, passou a ser realizado em dois dias seguidos (sábado e domingo). No primeiro dia, aplicavam-se as avaliações de Ciências da Natureza e Ciências Humanas e, no segundo dia, domingo, as de Linguagens, Redação e Matemática. Entretanto, em 2017, houve mudança novamente e o ENEM passou a ser aplicado em dois domingos consecutivos. Também, nesse ano, a divisão das disciplinas foi alterada. No primeiro dia, a prova foi composta de questões de Linguagens e Ciências Humanas, além da Redação; no segundo dia, ficou com as questões de Matemática e Ciências da Natureza.

⁹ http://download.inep.gov.br/download/enem/matriz_referencia.pdf

¹⁰ http://download.inep.gov.br/educacao_basica/enem/guia_participante/2018/manual_de_redacao_do_enem_2018.pdf. Acesso em 20 de dezembro de 2018.

Conforme o edital do ENEM¹¹, de 20 de março de 2018, a prova de cada área do conhecimento é composta por 45 questões, além de uma produção de texto dissertativo-argumentativo na área de LCT. As questões são de múltipla escolha e compostas de texto-base, enunciado e alternativas.

O texto-base é usado para motivar o estudante a mobilizar recursos cognitivos para solucionar a situação-problema proposta, a partir da utilização de textos verbais e/ou não verbais. O enunciado é dado sob a forma de complementação ou de interrogação, é preciso e estar atento à habilidade que se pretende avaliar. Alternativas são apresentadas na forma de cinco opções, divididas em gabarito¹² e distratores¹³.

As provas são separadas por cores (rosa, amarela, branca e azul) e possuem as mesmas questões, que são ordenadas, porém, de maneiras diferentes, segundo cada cor de prova. Os níveis de dificuldade das perguntas são distribuídos de modo sistemático, com questões de resolução considerada fácil, média ou difícil de acordo com a Teoria de Resposta ao Item (TRI).

De acordo com o edital do ENEM de nº 16, de 21 de março de 2018 (BRASIL, 2018), a TRI é a metodologia utilizada pelo ENEM para corrigir e dar nota às questões da prova. Dessa forma, os resultados não são obtidos apenas com a quantidade de acertos e, sim, através do desempenho dos candidatos nas questões de diversos níveis.

Para avaliar se as respostas estão coerentes com o desempenho no restante da prova, a TRI usa três parâmetros: grau de dificuldade da questão; discriminação, que verifica se o participante domina ou não o assunto da questão, e probabilidade de acerto ao acaso (chute).

A Matriz de Referência (MR) do ENEM é estruturada por eixos cognitivos e descrevem as competências e habilidades exigidas aos estudantes do EM, por meio de situações-problemas relacionados aos conteúdos programáticos. O Documento Básico do ENEM define:

Competências são as modalidades estruturais da inteligência, ou melhor, ações e operações que utilizamos para estabelecer relações com e entre objetos, situações, fenômenos e pessoas

¹¹ http://download.inep.gov.br/educacao_basica/enem/edital/2018/edital_enem_2018.pdf

¹² Alternativa que contém a resposta correta.

¹³ As alternativas que não contemplam a resposta correta.

que desejamos conhecer. As **habilidades** decorrem das competências adquiridas e referem-se ao plano imediato do “saber fazer”. Através das ações e operações, as habilidades aperfeiçoam-se e articulam-se, possibilitando nova reorganização das competências. (BRASIL, 2002, p.7, grifo do documento)

De acordo Minhoto (2003), a MR do ENEM, fundamentadas em competências e habilidades, parece estar organizada nas necessidades da sociedade, especialmente no que diz a respeito à produtividade e tecnologia, cujo objetivo é incluir o aluno no texto moderno. Para Marcelino e Revena (2012), os conceitos de competências e habilidades propostos pelo o Documento Básico só confirmam os discursos globais da educação que “servem para a manutenção do capitalismo, uma vez que atuam como mera preparação para o mercado de trabalho, embora tragam em si características de reinterpretação e hibridismos, derivados do contexto brasileiro”. (MARCELINO; RECENA, 2012, p. 155).

A Matriz de Referência é composta por cinco Eixos Cognitivos que são comuns a todas as áreas de conhecimento. São eles:

1. Dominar linguagens: dominar a norma culta da Língua Portuguesa e fazer uso das linguagens matemática, artística e científica e das línguas espanhola e inglesa;
2. Compreender fenômenos: construir e aplicar conceitos das várias áreas do conhecimento para a compreensão de fenômenos naturais, de processos históricos e geográficos, da produção tecnológica e das manifestações artísticas;
3. Enfrentar situações-problema: selecionar, organizar, relacionar, interpretar dados e informações representadas de diferentes formas, para tomar decisões e enfrentar situações-problema;
4. Construir argumentação: relacionar informações, representadas em diferentes formas, e conhecimentos disponíveis em situações concretas, para construir argumentação consistente;
5. Elaborar propostas: recorrer aos conhecimentos desenvolvidos na escola para elaboração de propostas de intervenção solidária na realidade, respeitando os valores humanos e considerando a diversidade sociocultural. (BRASIL, 2017, p. 01)

O primeiro eixo cognitivo relaciona-se à ação de dominar linguagens e dialoga com as diretrizes pedagógicas oficiais, pois é possível associá-lo à

competência de compreender e usar os sistemas simbólicos das diferentes linguagens como meios de organização cognitiva.

O segundo eixo cognitivo apresentado pela MR é compreender fenômenos. Essa competência está relacionada à compreensão das diversas áreas e identificação de novos conhecimentos, de interpretação do mundo com seus fenômenos naturais, tecnológicos e manifestações artísticas. Os gêneros literários podem ser relacionados a este eixo. Já o gênero propaganda está vinculado ao quarto eixo que é relacionar informações, representadas em diferentes formas, e conhecimentos disponíveis em situações concretas, para construir argumentação consistente.

Enfrentar situações-problema é o terceiro eixo cognitivo. A finalidade dessa competência é analisar a capacidade de obter dados e informações de diferentes fontes, relacioná-los, organizá-los e interpretá-los para tomar uma decisão eficiente frente a uma situação problemática. O candidato deverá apresentar habilidades em encontrar soluções para uma determinada situação, a encarar desafios e superar obstáculos.

O quarto eixo cognitivo é construir argumentação. Essa competência refere-se à prova de redação e às questões que são desenvolvidas a partir dos gêneros argumentativos. Ela está relacionada a saber construir uma argumentação coerente e conciliar conhecimentos e experiências passadas para elaborar uma opinião convincente. É necessário que o aluno saiba usar de estratégias e procedimentos com início, meio e fim que visam sempre o lado positivo de sua ideia.

Por fim, o quinto eixo cognitivo considera a capacidade de elaborar propostas. Esse eixo também está relacionado à prova de redação, em que o aluno deve elaborar uma proposta de melhoria para a sociedade, tomando partido, tentando transformar um problema em uma oportunidade para obter resultados positivos. Além de tudo isso, o candidato deve ser capaz de interligar vários pensamentos e hipóteses diferentes e relacioná-los com as informações disponíveis para elaborar várias soluções para o mesmo problema a partir de saberes acumulados ao longo de sua vida escolar.

Os Eixos Cognitivos são bases mínimas necessárias para compreender as informações encontradas na avaliação. O ENEM também cobra nas questões

acontecimentos atuais, como impactos sociais, ambientais, econômicos, tecnológicos, políticos, entre outros.

A MR é subdivida conforme as áreas de conhecimento a serem avaliadas, ou seja, cada parte apresenta as respectivas competências e habilidades aferidas pelo ENEM. A maneira que a MR está organizada sugere a transformação do processo de ensino e aprendizagem para a participação, o maior comprometimento social e a integração entre disciplinas, o que é positivo, uma vez que se opõe ao ensino propedêutico, focado somente nos conteúdos e na memorização (MACENO, 2012, p. 84).

Na Matriz de Referência de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias¹⁴, há nove competências com trinta habilidades relacionadas, sendo essas descritas por frases iniciadas por verbos no infinitivo. Os verbos usados são: aplicar, conhecer, compreender e usar, analisar, confrontar, entender, identificar, recorrer, relacionar, reconhecer, associar, utilizar, estabelecer, inferir. O ENEM exige do candidato o domínio da norma culta da Língua Portuguesa, bem como o uso correto das linguagens matemática, artística, científica e das línguas estrangeiras (inglesa ou espanhola). Portanto, o aluno que vai fazer o Exame, precisa apresentar competências básicas afinadas com a contemporaneidade, saber resolver problemas e lidar com divergência.

Messina (2016) aponta alguns fatores positivos e negativos em relação ao ENEM. Para a autora, são pontos favoráveis a correção com a metodologia TRI; a taxa de isenção para alunos concluintes do ensino da rede pública e carência comprovada; as políticas de cotas que envolvem questões sociais, econômicas, históricas. Para a autora, é negativo o *ranking* realizado a partir das notas, pois ao “divulgar o resultado, permite que as instituições de Ensino Médio (tanto públicas quanto privadas) tenham dimensão do desempenho de seus estudantes, discriminando-os assim” (MESSINA, 2016, p. 65).

¹⁴ http://download.inep.gov.br/download/enem/matriz_referencia.pdf

6 OS DADOS DA PESQUISA: ANÁLISE DO CORPUS

Neste último capítulo, o qual está organizado em três seções, empreendemos a análise do volume 2 do livro didático “Língua portuguesa: linguagem e interação” de Faraco, Moura e Maruxo Jr., publicado em 2016, e das provas de LCT do ENEM, de 2009 a 2017.

6.1 Iniciando as discussões: texto de abertura

No livro selecionado, o qual apresentamos no início do capítulo 6, analisamos, especificamente, o capítulo 08, intitulado “Imagem e palavra: anúncio publicitário”, por ser o único da coleção que contempla o gênero propaganda como objeto de ensino principal, foco deste estudo. O capítulo tem os seguintes objetivos, conforme apresenta a figura a seguir:

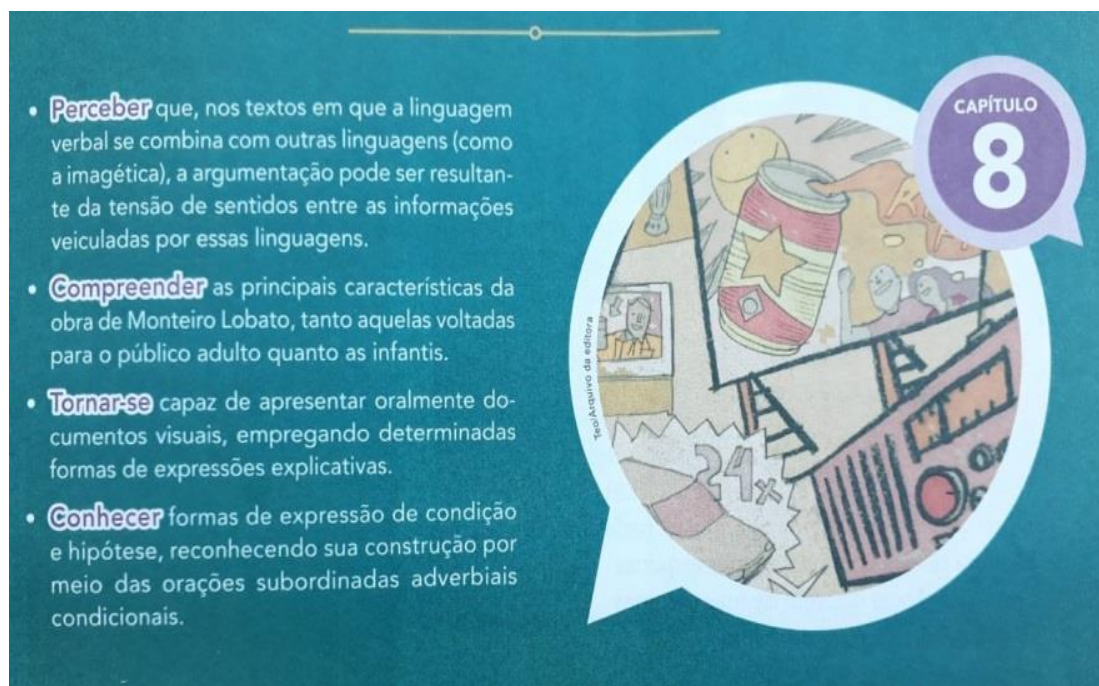


Figura 6 - Objetivos do capítulo 08

Fonte: FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 265.

Fizemos uma análise quantitativa para que o leitor tenha ideia de quantos gêneros estão presentes no capítulo 08 do LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”. Após a coleta desses dados, realizamos uma análise qualitativa. O

quadro abaixo apresenta os gêneros, títulos e/ou temas, além de autores empregados no capítulo 08 do LD.

Gêneros textuais	Títulos e/ou temas	Autores e/ou anunciante	Quant.
Capítulo de livro de literária infantil	Uma vez (Reinações de Narizinho ¹⁵)	Monteiro Lobato	01
Conto de Monteiro Lobato “Um homem de Consciência”, 2008	Um homem de consciência	Monteiro Lobato	01
HQ	Toda Mafalda ¹⁶	Quino	01
Propaganda 01	Racismo faz mal à saúde	Governo Federal do Brasil	01
Propaganda 02	Doação de órgão	Governo Federal do Brasil. Ministério da Saúde	01
TOTAL			05

Quadro 2 - Gêneros do capítulo 08
Fonte: Dados organizados pela autora.

Analisando o resultado do quadro, percebemos que o capítulo 08 apresenta 05 ocorrências de gêneros que são trabalhados com atividades de interpretação de texto, gramática, literatura, produção oral e escrita. Em relação à quantidade, o gênero propaganda é o que mais aparece: duas vezes.

Ainda sobre o capítulo 08, o texto de abertura apresenta uma HQ com o tema *propaganda*, conforme apresenta a Figura 07.

¹⁵ É o livro que traz algumas das mais marcantes personagens da Literatura infantil brasileira: a boneca Emília, a menina Narizinho, Pedrinho, Dona Benta e tia Nastácia. “Uma vez” é o capítulo II dessa obra.

¹⁶ Não aparece título na HQ. Por esse motivo, nomeamos “Toda Mafalda” em referência ao livro de Quino, pois aparecem essa e outras HQ de Mafalda.

Imagem e palavra: anúncio publicitário

PRIMEIROS PASSOS

Leia a tirinha abaixo e responda no caderno às questões a seguir.



Figura 7 - Texto de abertura do capítulo 08
Fonte: FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 265.

- De modo geral, do que tratam esses quadrinhos?
- Esses quadrinhos contêm uma pequena narrativa. Resuma no caderno essa narrativa.
- Mafalda reproduz o texto dos anúncios publicitários a que assistiu na televisão. Que recursos são utilizados por esses anúncios visando à persuasão?
- Que recurso a menina utiliza para persuadir a mãe a deixá-la brincar na praça?
- Comente a tira considerando esta afirmativa: o grande público sempre demonstra passividade diante da mídia. (FARACO, MOURA E MARUXO Jr., 2016, p. 295)

Os autores do LDP do EM apresentam uma perspectiva sobre publicidade que pode vir a auxiliar o aluno na compreensão dos elementos linguísticos que compõem esses quadrinhos, sem comentários adicionais ou elucidações prévias:

A publicidade e os textos de caráter publicitário disseminam-se das mais variadas formas e em diferentes meios: no rádio e na televisão, nos veículos da imprensa escrita, nas ruas das cidades, entre outras formas. Sua difusão é tamanha, que é praticamente impossível não notar sua influência na comunicação humana. Em um único número de revista, há dezenas, talvez mesmo centenas, de um dos gêneros textuais mais comuns do universo da publicidade: o anúncio publicitário. (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 296)

Retomando o texto de abertura (a HQ de Mafalda), temos a personagem do cartunista argentino Quino numa situação inicial de solicitação à mãe para que a deixe brincar na praça, o que é negado pela progenitora que sugere que a menina fique em casa e vá assistir à televisão. Depois de algum tempo, Mafalda reproduz as frases dos comerciais de TV tecendo críticas à casa e à própria mãe, de modo que lhe é possibilitada a saída para a praça, como é possível inferir pela expressão facial da mãe em destaque no quinto quadrinho.

O texto publicitário é apresentado no contexto da HQ e essa organização pode gerar certa dificuldade, mesmo que inicial, de compreensão por parte dos alunos quanto à organização textual do gênero em estudo. Por outro lado, as perguntas apresentadas, no texto introdutório, provocam a reflexão e conduzem à identificação dos elementos que compõem uma propaganda, atendendo o propósito da unidade disposta no enunciado de abertura.

A maioria das tiras de Mafalda apresenta um viés político importante. Assim, por intermédio das personagens infantis, Quino expressa sua visão crítica da realidade conduzindo seus leitores a refletirem sobre ela. A personagem de Mafalda está sempre exercendo o ato de contestar e recusar o mundo como ele está posto.

Na HQ em estudo, cuja temática é sobre propaganda de consumo, Mafalda percebe que as promessas dos produtos não são reais e depreende que a mensagem veiculada na propaganda indica apenas consumismo. Por isso, ela utiliza a estratégia de aplicá-las à mãe, fazendo com que ela reflita sobre o papel que os conteúdos televisivos exercem na sociedade e na vida familiar.

Para o leitor compreender que Mafalda não está sendo passiva, mas está fazendo uma crítica ao reproduzir os anúncios para sua mãe, ele precisa do conhecimento de mundo, ou seja, precisa saber que ela está sempre questionando e discordando dos conteúdos televisivos.

Nem sempre o consumidor, no caso o aluno, mostra-se capaz de posicionar-se criticamente frente ao conteúdo apresentado pelos anúncios publicitários. Nesse caso, a escola pode fornecer estímulos, por meio de diferentes mecanismos, que levem à compreensão das mensagens contidas nas propagandas e propicie o desenvolvimento de um posicionamento crítico do educando em relação à linguagem desse gênero textual. Assim como Mafalda, é preciso que nossos alunos também saibam questionar tudo o que está sendo veiculado pelos meios de comunicação.

Mafalda é um exemplo de que sua relação diante da publicidade não é, necessariamente, de aceitação e concordância. Nesse sentido, ao analisar os quadrinhos, o discente deve inferir e antecipar sua opinião sobre o texto como uma das tentativas de buscar o processo inerente ao contexto de leitura e valorizar o conhecimento prévio e o conhecimento de mundo, como forma de interpretar e pensar sobre sua realidade e não se deixar seduzir pela linguagem da propaganda.

Uma vez que as questões introdutórias dessa HQ, propostas pelos autores, abordam alguns aspectos da linguagem publicitária, acreditamos ser esse o momento de o professor aproveitar o viés sobre propaganda para introduzir esse gênero.

6.2 Análise do capítulo 08 do Livro Didático

Nesta seção vamos analisar duas propagandas propostas no capítulo 08 do LDP do EM. Ambas aparecem na mesma proposta e, portanto, na mesma página, conforme apresenta a figura a seguir.

TEXTO 1

Reprodução/Ministério da Saúde

NÃO FIQUE EM SILÊNCIO

RACISMO FAZ MAL À SAÚDE.
DENUNCIE, LIGUE 136!

DISQUE SAÚDE
136
www.saude.gov.br

SUS+ Secretaria de Direitos Humanos Ministério da Saúde

BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Peça publicitária da primeira campanha contra o racismo voltada para profissionais e pacientes da rede pública de saúde "Racismo faz mal à Saúde. Denuncie!", lançada em novembro de 2014.

TEXTO 2

Reprodução/Ministério da Saúde

DISQUE SAÚDE
136
www.saude.gov.br

Não deixe a vida se apagar

Seja doador de órgãos

Fale com sua família

Matheus Bitencourt Lazaretti
Transplantado de coração

Melhorar sua vida, nosso compromisso.

SUS+ Ministério da Saúde

BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

blog.saude.gov.br webradio.saude.gov.br saude.gov.br/redesociais #doeorgaos

Peça publicitária para a campanha "Não deixe a vida se apagar. Seja doador de órgãos", lançada em setembro de 2013.

Figura 8 - Anúncios publicitários

Fonte: FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 296.

As atividades propostas para os dois textos estão divididas em quatro seções:

- 1- Para entender o texto;
- 2- As palavras no contexto;
- 3- Linguagem e texto;
- 4- Práticas de linguagem.

Apresentamos, a seguir, as atividades da primeira seção, intitulada “Para entender o texto”.

Para entender os textos

- 1 O que chama sua atenção ao ler os anúncios que abrem este capítulo?
- 2 Um texto publicitário costuma ter como objetivo convencer o consumidor a comprar alguma coisa. É o caso desses textos? Explique no caderno.
- 3 Observe a imagem produzida para o anúncio do texto 1. Responda no caderno:
 - a) Qual é a relação entre o texto verbal e ela?
 - b) Você já viu avisos como estes? Para que eles são usados?

- a) Quem é a figura humana central da propaganda?
- b) Por que, em sua opinião, foi escolhida essa figura humana para comunicar a importância da doação de órgãos?
- c) No cartaz lemos três frases fundamentais do anúncio.
 - Escreva o modo em que estão as formas verbais destes três períodos:

"Seja doador de órgãos"

"Não deixe a vida se apagar"

"Fale com sua família"
 - Na linguagem publicitária é bastante comum esse modo verbal. Por quê?

- 4 Quais são os anunciantes das duas peças publicitárias (texto 1 e texto 2)?
- 5 Analise atentamente o texto 2 e responda em seu caderno:

- a) Agora, observe cuidadosamente o texto 1 e faça uma análise do gesto das personagens.
- b) Tendo em vista a análise feita no item anterior, explique a frase "Não fique em silêncio" no contexto em que é apresentada.

Figura 9 - Para entender o texto
 Fonte: FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 297.

Nessa seção didática, consoante o manual do professor, as questões objetivam problematizar o texto lido, auxiliando os alunos a retomarem-no e atentarem para determinados aspectos fundamentais à sua compreensão. Elas trabalham a oralidade e a escrita permitindo a apropriação e o desenvolvimento de competências indispensáveis para a formação do leitor e cidadão crítico, quais sejam: identificar, comparar, argumentar, opinar entre outras. Além disso, tal prática estimula o saber ouvir, esperar para falar, conviver com a divergência.

As reflexões suscitadas pela leitura dos textos permitem a troca de opiniões e o posicionamento, por isso elas poderão favorecer a criticidade dos alunos, caso sejam bem exploradas pelo professor.

Na proposta de compreensão textual “Para Entender o Texto”, as questões 04 e 5a buscam focalizar informações explícitas no texto. Para

Menegassi (2010b, 180), a “pergunta de resposta textual” é importante para o processo de leitura compreensiva, pois são perguntas que “exigem do aluno a compreensão do seu enunciado e um trabalho efetivo de interação com o texto, para que resposta seja produzida” (MENEGASSI, 2010b, p.179-181 *apud* RAIMO e PETERMANN, 2016, p. 161).

Na questão 01, “O que chama sua atenção ao ler os anúncios que abrem este capítulo?” (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 297), o foco recai sobre o leitor, porque, para responder, o aluno precisa fazer uso do seu conhecimento de mundo, não precisando recorrer ao texto, conforme Souza e Girotto (2011, p.14), nesta questão foi utilizada a estratégia de conexão que permite ativar o “conhecimento prévio fazendo conexões com aquilo que está lendo”, este processo é importante, pois colabora para aproximar leitor e texto, ajudando-o na sua compreensão.

O não desenvolvimento das habilidades de leitura leva à formação de leitores pouco ativos, mantendo a leitura na superfície do texto, já que o aluno não é capaz de agir sobre ele. Então, é preciso que os professores ofereçam questões que levem os discentes a um processo de leitura interativa entre autor-texto-leitor, pois, conforme Leffa (1999):

Quando a interação ocorre, as pessoas mudam e ao mudar mudam a sociedade em que estão inseridas. No caso da leitura, a transformação ocorre porque ler é desvelar o desconhecido. Não só o oprimido tem a revelação de sua condição de oprimido, mas o próprio opressor descobre que a mudança para uma sociedade igualitária traz benefícios para todos, oprimidos e opressores. (LEFFA, 1999, p. 31-32)

Identificamos que a questão 03, “Observe a imagem produzida para o anúncio do texto 1: a) Qual a relação entre o texto verbal e ela?” (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 297), é uma pergunta interpretativa, pois para resolvê-la o aluno precisa recorrer ao texto como referência para apresentar seu ponto de vista. Para Ângelo e Menegassi

Pergunta de resposta interpretativa: São perguntas que tomam o texto como referencial, porém, as respostas não podem ser deduzidas exclusivamente dele, exigindo a intervenção do conhecimento prévio e da opinião do leitor, numa nítida produção de sentidos a partir dos significados do texto. (ANGELO e MENEGASSI, 2014, p. 670)

A localização de informações explícitas é competência básica em leitura e compreensão textuais, bem como a inferência de informações implícitas, permitindo o leitor interagir com texto, além do que está grafado nas linhas.

A questão 5, item c, apresenta esta orientação:

No cartaz lemos três frases fundamentais do anúncio. Escreva o modo em que estão as formas verbais destes três períodos:

“Seja doador de órgãos”

“Não deixe a vida se apagar”

“Fale com sua família”

Na linguagem publicitária, é bastante comum esse modo verbal. Por quê? (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 297)

Observamos que a questão é sobre conhecimento linguístico, pois se pede para classificar e explicar o uso do modo verbal nas frases apresentadas. O professor precisa levar o aluno a refletir os motivos pelos quais a linguagem publicitária usa o imperativo. Para Carvalho (1996, p.45), essa intencionalidade se dá porque “o elemento verbal no texto publicitário constitui um imperativo revestido de roupagens que camuflam as intenções do texto”, ou seja, para persuadir e seduzir o receptor usa de estratégias linguísticas bem elaboradas.

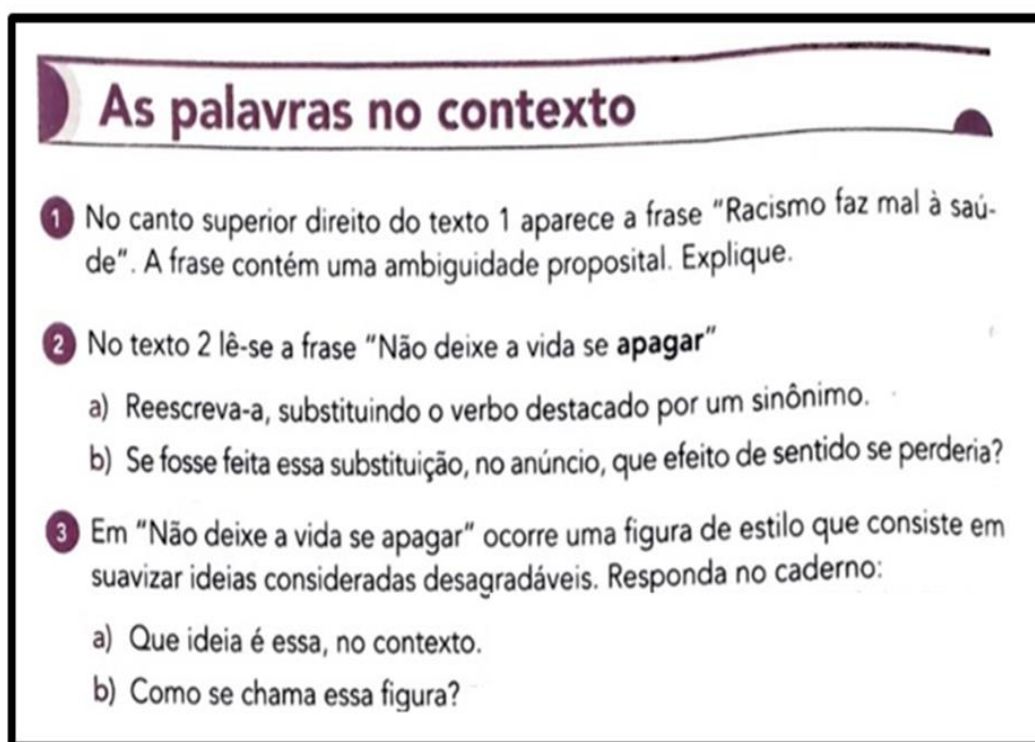
A preocupação do autor ao criar a propaganda não é fazer o uso da gramática normativa, mas fazer com que o consumidor seja seduzido de maneira suave, sem perceber que está sendo manipulado a fazer o que se pede, conforme explica Carvalho (2010):

No texto, o verbo principal convida à aquisição por meio de uma ordem. Nem sempre, contudo, essa ordem é clara, e o papel da publicidade de serviço é justamente explicitá-la: —Compre no Bompregoll, —Dê um presente Shoppingll. A publicidade de produtos, ao contrário, traz a ordem de forma velada; o verbo que substitui a ação de comprar é substituído por uma alusão: — Pare. Olhe. Use. Ponha isso na sua cabeça. (CARVALHO, 2010, p. 40- 41).

Nesse sentido, é importante que o professor explore com os alunos o modo como a propaganda apresenta as linguagens imagética e verbal. Travaglia (2009) salienta que ação docente necessita proporcionar e conduzir o aluno a refletir sobre o funcionamento da linguagem, enquanto produtor e receptor de textos.

Portanto, cabe à escola oferecer ao aluno uma educação reflexiva em relação aos meios de comunicação, mais especificamente na área da publicidade, contribuindo para a formação de um leitor mais crítico diante das mensagens recebidas, percebendo que elas não são neutras.

A seção “As palavras no contexto”, consoante o manual do professor, objetiva, trabalhar habilidades como: escolher sinônimos adequados a contextos diversos, analisar coerência e coesão textuais, identificar antônimo, distinguir significados de palavras parônimas e empregá-las corretamente, identificar prefixos e sufixos, identificar conotação e denotação, analisar o efeito estilístico do emprego de determinadas palavras. De acordo com os autores do LDP de EM, outro objetivo dessa seção é ajudar os alunos a compreenderem aspectos envolvidos na produção de sentidos, ao deslindar certos mecanismos linguísticos e discursivos envolvidos na produção de textos lidos (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p.361). A seguir, apresentamos as atividades dessa seção:



As palavras no contexto

- 1 No canto superior direito do texto 1 aparece a frase “Racismo faz mal à saúde”. A frase contém uma ambiguidade proposital. Explique.
- 2 No texto 2 lê-se a frase “Não deixe a vida se **apagar**”
 - a) Reescreva-a, substituindo o verbo destacado por um sinônimo.
 - b) Se fosse feita essa substituição, no anúncio, que efeito de sentido se perderia?
- 3 Em “Não deixe a vida se **apagar**” ocorre uma figura de estilo que consiste em suavizar ideias consideradas desagradáveis. Responda no caderno:
 - a) Que ideia é essa, no contexto.
 - b) Como se chama essa figura?

Figura 10 - As palavras no contexto
Fonte: FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 298.

O objetivo dessa seção foi trabalhar habilidades como: encontrar sinônimo, identificar figuras de linguagem, interpretar e compreender aspectos na produção de sentido.

Na questão 1: “No canto superior direito do texto 1 aparece a frase ‘Racismo faz mal à saúde’. A frase contém uma ambiguidade proposital. Explique.” (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 298). Esta questão precisa da mediação do professor para elucidar que a ambiguidade é recurso expressivo usado na linguagem das propagandas, tornando-se importante, pois, com uma só forma, são sugeridos vários sentidos. O aluno, então, precisa usar dos seus conhecimentos prévios (e até de mundo) para compreender a frase: “RACISMO FAZ MAL À SAÚDE”.

Dessa forma, vejamos algumas possíveis inferências que o aluno poderia ter para responder à questão. A frase faz uso de um slogan já conhecido e atribuído ao cigarro, por exemplo, fazendo referência à questão do dano causado àquele que dele faz uso. Contudo, a ambiguidade da frase, na nossa percepção, recai sobre a palavra ‘Racismo’ – quem o pratica e quem o recebe sofre dano. O primeiro pode ser acusado e julgado criminalmente, já que no Brasil racismo é crime e, portanto, passível de sanções legais, cabendo danos morais, sociais e econômicos ao “praticante do racismo”. O segundo agente desta frase e, por conseguinte, a vítima de racismo, sofre danos à saúde física, emocional, moral e mental, porque desenvolve sentimentos múltiplos de diminuição, menosprezo entre outros, que levam a danos de ordem social e física.

Voltando à imagem, outros elementos para além do *slogan*, podem ajudar na compreensão da mensagem, mas, nessa frase em específico, o aluno poderá inferir que a ambiguidade recai sobre a palavra ‘saúde’ referindo-se à sensação de bem-estar de cada um – usuários ou agentes do SUS – ou à pasta governamental da Saúde que cuida desse aspecto no País.

Nesta perspectiva, faz-se importante o professor apresentar aos alunos em quais situações a ambiguidade se caracteriza como um problema na comunicação e quando ela faz parte do objetivo do enunciado. Desta forma, ao colocar o educando em contato com as variáveis dos gêneros, eleva-se a sua competência textual e comunicativa. Para Travaglia,

o objetivo prioritário do ensino de língua seja desenvolver a competência comunicativa, levando o aluno (enquanto usuário da língua) a incrementar de modo progressivo sua capacidade de escolher e combinar adequadamente cada vez um maior número de recursos linguísticos para dizer o que quer, ou seja, para produzir determinado efeito de sentido por meio de seus textos e, ao mesmo tempo, adequar o ato verbal às situações de comunicação, o que tem a ver diretamente com a competência discursiva. (TRAVAGLIA, 2009, p. 19)

Ao ampliar a competência do aluno, é importante que as aulas sejam motivadoras para que eles desenvolvam, por meio da leitura, suas habilidades gramaticais e, assim, produzam um aprendizado contextualizado, tendo em foco o texto como objeto de estudo. Conforme explica Antunes (2003):

Se o texto é o objeto de estudo, o movimento vai ser ao contrário: primeiro se estuda, se analisa, se tenta compreender o texto (no todo e em cada uma de suas partes – sempre em função do todo) e para que se chegue a essa compreensão, vão-se ativando as noções, os saberes gramaticais e lexicais que são necessários. Ou seja, o texto é que vai conduzindo nossa análise e em função dele é que vamos recorrendo às determinações gramaticais, aos sentidos das palavras, ao conhecimento que temos da experiência. (ANTUNES, 2003, p. 110)

Nessa concepção, o texto e a gramática devem ser estudados juntos no contexto de ensino-aprendizagem para que a prática de leitura, no LD, não seja descaracterizada sob o âmbito de uma concepção abstrata de gênero e texto, a qual não proporcionaria, de fato, uma interpretação para o aluno enquanto leitor ativo. O estudo da gramática, por meio do texto, pode ser mais bem contextualizado, como explica Travaglia (2009), ao propor que

[...] o ensino de gramática seja basicamente voltado pra uma gramática de uso e para uma gramática reflexiva, com o auxílio de um pouco de gramática teórica e normativa, mas tendo sempre em mente a questão da interação numa situação específica de comunicação e ainda o que faz da sequência linguística um texto que é exatamente a possibilidade de estabelecer um efeito de sentido, uma unidade de sentido para o texto como o todo (TRAVAGLIA, 2009, p. 108).

O texto é um universo de interação, de diálogo entre autor-texto-leitor. Esse dialogismo vai ajudar no aprendizado de inúmeras naturezas, entre os quais o da leitura e o da gramática de uma língua. Nessa perspectiva, a

gramática deve ser estudada a partir da compreensão de texto. O ensino de gramática deve ser fundamentado no princípio de que, para falar, produzimos enunciados por meio dos quais interagimos na vida em sociedade, e não na análise morfológica e sintática das frases. Para Bakhtin,

O discurso só pode existir de fato na forma de enunciações concretas de determinados falantes, sujeitos do discurso. O discurso sempre está fundido em forma de enunciado pertencente a um determinado sujeito do discurso, e fora dessa forma não pode existir. Por mais diferentes que sejam as enunciações pelo seu volume, pelo conteúdo, pela construção composicional, elas possuem como unidades da comunicação discursiva peculiaridades estruturais comuns, e antes de tudo absolutamente preciosas. (...) O enunciado não é uma unidade convencional, mas uma unidade real, precisamente delimitada da alternância dos sujeitos do discurso ao qual termina com a transmissão da palavra ao outro. (BAKHTIN, 2016, p. 28-29)

Na perspectiva de Bakhtin (2016), o ensino de gramática deve ser fundamentado no fato de que construímos enunciados e não análise morfológica ou sintática das frases e das palavras que as constituem. Dessa forma, precisamos levar em conta que, para ensinar gramática, é preciso considerar que todas as palavras dialogam entre si.

A seção “Linguagem e texto”, segundo o manual do professor, tem como objetivo propor ao aluno que reflita sobre a estrutura linguística e discursiva que sustenta os textos estudados, uma vez que

A abordagem dos conhecimentos linguísticos não está atrelada à abordagem normativa da gramática. Pelo contrário, a análise dos textos se dá do ponto de vista enunciativo, menos normativo, e os conteúdos gramaticais são explorados na medida em que auxiliam na compreensão e produção textual. Além disso, destacam-se as relações que se estabelecem entre a linguagem verbal e outras linguagens (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 361).

Nesse contexto apresentado pelos autores, ao reler os textos e analisá-los sob a perspectiva linguístico-discursiva com base em um roteiro de questões problematizadoras, vemos que os alunos devem perceber como usar as estruturas lógicas, semânticas e sintáticas da língua para compreender as estruturas discursivas e os gêneros. Eles devem fazer isso apropriando-se da

forma e da função do gênero, a fim de não só se tornarem competentes leitores de diversos gêneros, como também se mostrarem aptos a produzirem textos com bases nesses gêneros, quando necessário.

Apresentamos, a seguir, as atividades da seção “Linguagem e texto”.

Linguagem e texto

Este assunto pode ser desenvolvido de forma interdisciplinar. Veja nas Orientações Específicas do Manual do Professor as relações interdisciplinares sugeridas.

1 Releia o texto 1. Em seguida responda no caderno:

- Levando em conta que o texto trata do racismo, por que as duas pessoas retratadas estão vestidas como profissionais da saúde? Indique um elemento verbal e um elemento visual do texto que apoiem sua resposta.
- Formule uma hipótese para explicar por que os profissionais de saúde retratados são pessoas afrodescendentes.
- Para quem as duas pessoas da publicidade estão olhando? O que esse gesto pode significar, em sua opinião?
- Considerando que o leitor do texto é o enunciário, formule uma hipótese para explicar como o enunciatário do texto percebe esse enunciário. (Para responder a esta questão, leve em conta as respostas das questões anteriores.)

2 Ainda com relação ao texto 1, é possível observar que quase tudo na imagem é em cores claras, com predomínio da cor branca (nas paredes, na representação do ambiente hospitalar, nas vestes das pessoas retratadas). Que cores rompem o branco da imagem? Qual seria a finalidade argumentativa dessa composição de cores? Responda no caderno.

3 Ainda com relação ao texto 1, observe que há uma representação de portas fechadas ao lado direito, no plano de fundo da imagem. Essas portas fechadas contrastam com a imagem em primeiro plano, dos dois profissionais da saúde retratados. Responda no caderno:

- Em sua opinião, o que representa, no contexto da publicidade, essa representação das portas fechadas? Que posição elas ocupam nessa publicidade e que relação elas têm com a frase acima delas?
- Que elemento da imagem poderia contrastar com a ideia das portas fechadas?
As portas das duas pessoas retratadas, embora fechadas, representam a possibilidade da denúncia da expressão do racismo, de não ficar em silêncio.

4 Qual a importância de os dois profissionais da saúde estarem no primeiro plano da imagem? Além deles, o que mais está em primeiro plano e que sentido adquire em comum com a imagem?

5 A modalização costuma ser expressa por meio da linguagem verbal. Mas há também a possibilidade de ela se traduzir por outros meios, em textos como o da publicidade, que é verbo-visual. Indique pelo menos um elemento visual do texto que, em sua opinião, pode ser considerado um elemento modalizador. Justifique sua escolha.

6 Você já sabe que argumentar é uma forma de ação. Por meio dela, o enunciatário mobiliza a linguagem para provocar uma (re)ação no enunciário.

- No texto 1, que ação é esperada do enunciário? A denúncia.
- Qual seria, em sua opinião, o elemento mais “expressivo” que levaria o enunciário a realizar essa ação? Por quê?
Ajude os alunos a perceberem que um dos elementos mais expressivos é a atitude segura e firme que se desprende dos gestos e do olhar dos dois profissionais da saúde, no primeiro plano da imagem.

7 Nos textos argumentativos, como temos visto, há uma estrutura textual em que o enunciatário toma partido diante de uma questão polêmica, formulando uma tese. Para provar a validade de sua tese, ele mobiliza argumentos que levam a uma conclusão. Esse movimento procura, afinal, persuadir ou convencer o enunciário sobre a validade da tese.

- Você percebe esse movimento no texto 1? Resposta pessoal.
- Qual é a tese que se procura defender no texto 1? 6. b) A de que o racismo é algo combatido (é como uma doença).
- Que figura de linguagem é empregada no texto 1 com claro papel argumentativo? 6. d) A figura é a metáfora, resultante da relação que o texto estabelece entre racismo e doença.

8 No texto 2, existe uma composição argumentativa com forte carga patética, isto é, ligada às emoções.

- Reúna-se com seus colegas em pequenos grupos.
- Juntos, analisem o texto tentando encontrar elementos composicionais (verbais e visuais) que poderiam ser responsáveis por essa carga patética.
- Compartilhem com os outros grupos, sob a supervisão do professor, a análise feita.
- Por fim, coletivamente, registrem as conclusões a que chegarem.

Figura 11 - Linguagem e texto

Fonte: FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 298-299.

As questões dessa seção exploram os aspectos verbais e não verbais. Há ênfase no uso da linguagem verbal e imagética (questões 1a, 2, 3a, 3b e 3c p. 298), o que é bastante comum no gênero propaganda. Também foi apresentada ao leitor a linguagem publicitária, a qual tem caráter argumentativo, visando persuadir o leitor.

As perguntas foram elaboradas para uma reflexão além do que está explicitado no texto, propiciando uma leitura contextualizada e crítica e permitindo ao aluno desenvolver sua competência leitora. Para Solé (2003, p. 21), “Desse leitor, espera-se que processe, critique, contradiga, ou avalie a

informação que tem diante de si, que a desfrute ou a rechace, que dê sentido e significado ao que lê”.

Conforme Koch e Elias (2006), a escola precisa propor atividades que tenham interação com o conhecimento linguístico, conhecimento textual e conhecimento de mundo, conduzindo para a competência leitora do aluno. Ainda em conformidade com as autoras (2006, p. 11), “a leitura é uma atividade na qual se levam em conta as experiências e os conhecimentos do leitor e exige do leitor mais do que o conhecimento do código linguístico”.

Em algumas atividades, o foco recai sobre aluno que precisa apenas ativar seu conhecimento de mundo para respondê-las, pois as questões não estão presentes no texto “(3a. *Em sua opinião, o que representa, no contexto da publicidade, essa representação das portas fechadas?* 5b. *Qual seria, em sua opinião, o elemento mais “expressivo” que levaria o enunciatório a realizar essa ação? Por quê?*)”, pois é dada a ele a liberdade de opinar sobre as questões.

A definição e a escolha das cores na publicidade são importantes e indispensáveis a esse gênero, uma vez que essas cores estabelecem conexão com o verbal e servem de materialidade textual. A questão – “2. Ainda com relação ao texto 1, é possível observar que quase tudo na imagem é em cores claras, com predomínio da cor branca (nas paredes, na representação do ambiente hospitalar, nas vestes das pessoas retratadas). Que cores rompem o branco da imagem? Qual seria a finalidade argumentativa dessa composição de cores?)”, objetiva que o aluno compreenda os sentidos postos pelas cores na propaganda e sua contribuição para o efeito de sentido construído ao fazer uso de determinadas cores. Assim, as duas cores mais visíveis no texto 01 são o azul e o tom de pele das duas pessoas retratadas, sendo os elementos que rompem com a monocromia da imagem. Ao destacar a cor da pele, percebe-se que foi, intencionalmente, para mostrar que as pessoas afrodescendentes são as que mais sofrem racismo no Brasil.

As questões “3c. Qual a importância de os dois profissionais da saúde estarem no primeiro plano da imagem? Além deles, o que mais está em primeiro plano e que sentido adquire em comum com a imagem?; 4b. Qual é a tese que se procura defender no texto 1?; 4c. Que figura de linguagem é empregada no texto 1 com claro papel argumentativo?; 6b. Qual é a tese que se procura defender no texto 1? 6c) Que figura de linguagem é empregada no texto 1 com

claro papel argumentativo?)” (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 298-299), propostas pelos autores, também, têm como foco a interação autor-texto-leitor, uma vez que as respostas não são deduzidas apenas do texto, pois exigem também a intervenção do conhecimento prévio, linguístico, textual e de mundo do aluno.

Para Koch e Elias (2006), esse tipo de atividade é interessante, pois faz com que os alunos utilizem processos de “estratégias de seleção, antecipação, inferência e verificação, sem as quais não é possível proficiência” (KOCH; ELIAS, 2006, p. 12). É a partir desses processos que acontecem a leitura e a interpretação, tornando o leitor um sujeito ativo.

Podemos observar, ainda, que algumas questões expostas no LDP do EM em análise exigem do aluno conhecimento prévio e conhecimento sobre o gênero propaganda, conforme apresentam as questões 1 e 2 abaixo:

- 1- Releia o texto 01. Em seguida responda no caderno:
 - a) Levando em conta que o texto trata do racismo, por que as duas pessoas retratadas estão vestidas como profissionais da saúde? Indique um elemento verbal e um elemento visual do texto que apoiem sua resposta.
 - b) Formule uma hipótese para explicar por que os profissionais de saúde retratados são pessoas afrodescendentes.
 - c) Para quem as duas pessoas da publicidade estão olhando? O que esse gesto pode significar, em sua opinião?
 - d) Considerando que o leitor do texto é o enunciatário, formule uma hipótese para explicar como o enunciador do texto percebe esse enunciatário. (Para responder a esta questão, leve em conta as respostas das questões anteriores.)
- 2- Ainda com relação ao texto 01, é possível observar que quase tudo na imagem é em cores claras, com predomínio da cor branca (nas paredes, na representação do ambiente hospitalar, nas vestes das pessoas retratadas). Que cores rompem o branco da imagem? Qual seria a finalidade argumentativa dessa composição de cores? Responda no caderno. (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 298).

Caso o aluno não tenha noção desses conhecimentos, precisará da mediação do professor, que deve estimular e desafiar os estudantes a buscarem caminhos para solucionar os problemas encontrados. Para Antunes (2003, p. 24), “o grande professor será aquele que se preocupa em ensinar o aluno a ler e compreender um texto e a se expressar com lucidez.” Nesta perspectiva, o docente deve proporcionar um ambiente estimulador para que os alunos sejam bons leitores capazes de fazer inferências a partir do conhecimento prévio.

A questão 07, especificamente, necessita da intervenção do professor para que seja mais bem compreendida pelos alunos, pois a expressão “carga patética” não foi mencionada em nenhum outro momento.

7. No texto 2, existe uma composição argumentativa com forte carga patética, isto é, ligada às emoções.

a) Reúna-se com seus colegas em pequenos grupos.

b) Juntos, analisem o texto tentando encontrar elementos composicionais (verbais e visuais) que poderiam ser responsáveis por essa carga patética.

c) Compartilhem com os outros grupos, sob a supervisão do professor, a análise feita.

d) Por fim, coletivamente, registrem as conclusões a que chegaram. (FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 298)

Assim entendemos que a mediação do professor é imprescindível para o desenvolvimento do aluno leitor, pois a leitura o ajudará a se manifestar de forma crítica ao produzir textos. Para Oliveira:

A função mediadora que o professor possui no desenvolvimento da competência de leitura dos estudantes é muito importante. Como mediador, cabe ao professor a tarefa de ajudar seus alunos a dominarem estratégias de leituras que lhes sejam úteis nos atos de interpretação textual. Essas estratégias são ações procedimentais estreitamente vinculadas aos conhecimentos prévios dos estudantes, as quais precisam ser abordadas em sala de aula. (OLIVEIRA, 2010, p. 71)

Essa intermediação é importante, pois propicia o desenvolvimento das habilidades de leitura e escrita do aluno, visto que essas capacidades conduzem o educando a manifestações individuais de crescimento.

Enfatizamos, portanto, que a maioria das questões da seção “Linguagem e texto” proporciona a compreensão de texto como unidade comunicativa, pois estimula os alunos a raciocinar e fazer uso das habilidades cognitivas e perceptuais. Para resolver as atividades, os alunos precisam de um tempo para pensar, avaliar, refletir, inferir, para depois agir sobre o conhecimento.

A seção “Práticas de linguagem”, segundo os autores do LD, procura vincular o estudo textual proposto em cada capítulo com as práticas sociais da linguagem. Para Faraco, Moura, Maruxo Jr. (2016), formar cidadãos hábeis na produção de textos coerentes e eficazes é um dos objetivos da escola, especialmente do professor de Língua Portuguesa. Por isso, a coleção

apresenta uma série de atividades que, em boa medida, contribuirá para que os alunos tomem consciência da função social da escrita, tornando-os aptos a se valerem dela sempre que necessário.

Apresentamos, a seguir, as atividades da seção “Práticas de linguagem”:

II. Produção escrita

Anúncio publicitário

Nas seções “Para entender os textos”, “As palavras no contexto” e “Linguagem e texto” deste capítulo, você analisou vários aspectos de dois anúncios publicitários. Esse gênero, em geral, é empregado para dispor informações com o objetivo de divulgar um produto, um serviço, uma ideia, ou mesmo de promover a imagem de uma marca ou instituição. Quando publicado em veículos impressos ou escritos, como os textos 1 e 2, combina linguagem verbal e imagens para construir a argumentação.

Como parte da realização do projeto desta Unidade, você já sabe que as obras produzidas serão apresentadas ao público na exposição *Paisagens urbanas*, a ser organizada no fim desta Unidade.

Para convidar as pessoas para um evento, nada melhor do que a classe produzir um anúncio publicitário.

- 1 Tendo uma ideia geral do evento a ser divulgado, reúna-se com alguns colegas e reflitam sobre os trabalhos visuais e os textos verbais que vocês fizeram. O que levaria as pessoas da comunidade escolar a visitar a exposição? O que chamaria a atenção delas?
 - a) Pensem em argumentos que as convençam a ir à exposição. Apelem sutilmente para as emoções, utilizando formas de modalização para construir uma tensão argumentativa.
 - b) Seleccionem imagens que traduzam tais argumentos. Pensem que elas podem dar uma ideia sobre o que os visitantes vão ver no evento, como fotografias dos trabalhos expostos.
- 2 Compartilhem suas conclusões com as outras equipes e, com o auxílio do professor, cheguem a uma ideia da melhor maneira de atrair o público de vocês — a comunidade escolar e os familiares — para o evento *Paisagens urbanas*. Planejem o anúncio, lembrando que deve haver um espaço nele para os dados escritos referentes à exposição: local, data, quem a organizou, etc.
- 3 Combinem com o professor uma data e um local para a exposição, pois essas informações importantíssimas precisam constar do anúncio publicitário.
- 4 Pensem em um título bem chamativo para a exposição. Registrem as sugestões com o auxílio do professor e organizem uma votação na classe para eleger o melhor.
- 5 O anúncio deve ser afixado num local onde possa ser visto e lido por todos os possíveis visitantes da exposição.

Para saber se os argumentos utilizados foram convincentes, é só esperar o dia da exposição para ver se, por meio do cartaz, as pessoas da comunidade se interessaram pela exposição.

Figura 12 - Produção escrita

Fonte: Fonte: FARACO; MOURA; MARUXO Jr., 2016, p. 317.

As atividades de produção textual propostas são de três naturezas: coletiva (envolvendo todo o grupo de alunos), em equipes ou grupos (alguns alunos) e individuais. As atividades coletivas estimulam a interação e permitem trabalhar e conversar sobre as dificuldades gerais; as de caráter grupal propiciam aprendizagem cooperativa e solidária; e, por fim, as individuais estimulam a concentração e o trabalho intelectual.

O gênero escolhido para desenvolver a produção escrita é o mesmo estudado no capítulo – anúncio publicitário. De acordo Faraco, Moura, Maruxo Jr. (2016), a coleção tem a preocupação de introduzir temas de suposto interesse dos alunos para que sirvam de estratégia de desinibição ao ato de escrever. O Guia do LD (2018) fez a seguinte análise da coleção:

Em toda a coleção, as propostas de produção de texto mobilizam temas pertinentes à faixa etária dos jovens e tematizam aspectos de análise de língua relevantes para produção textual. No entanto, há predominância de temas urbanos em detrimento de manifestações das culturas das periferias das cidades e do campo. (BRASIL, 2017, p. 21)

A produção textual visa ao trabalho em grupo com a criação de um anúncio publicitário. A finalidade da atividade, apresentada ao término da proposta, é uma exposição para a comunidade escolar. Quanto ao enunciado dessa atividade, ele explica de maneira clara a intenção comunicativa, destinatário e circulação do que será produzido. Também apresenta um breve comentário sobre a função do gênero escolhido. Em relação ao tema, nada foi mencionado, deixando a critério do aluno escolher o assunto para a elaboração de sua propaganda. O professor, ao propor aos alunos que produzam um texto, deve deixar claro no que consiste essa produção. Para Geraldi (2001), no ato de produção textual em sala de aula, é primordial saber para quem se escreve, porque se escreve e para que se escreve.

6.3 Análise da prova do Exame Nacional do Ensino Médio

Após analisar quantitativamente as nove edições de LCT do ENEM, identificamos 48 gêneros diferentes, distribuídos entre nove domínios discursivos distintos. Em relação à quantidade, o gênero mais abordado é o artigo. Em segundo lugar foi o poema, em terceiro a crônica e o gênero propaganda, foco do nosso estudo, apareceu em quarto lugar. Foi considerada propaganda todo texto com o objetivo de persuadir acerca de uma ideia, influenciar, divulgar, ou promover/vender um produto.

O gênero propaganda apareceu mais de uma vez em todos os exames de LCT do ENEM, de 2009 a 2017, exceto em 2010, quando teve apenas uma ocorrência. Quanto à temática desse gênero, a maioria é educativa, como: campanha de prevenção à saúde e sensibilização de problemas sociais, além de outros.

O quadro abaixo apresenta os temas e os produtos encontrados no gênero propaganda, nas provas de LCT do ENEM.

TEMA	PRODUTO	TOTAL
Campanha de prevenção à saúde	Influenza A	1
	Dengue	1
	Tabagismo	1
	Hepatite	1
Campanha de doação	Agasalhos	1
	Órgão do corpo humano	1
Preconceito	Preconceito linguístico	1
Vendas de produtos	Eletrodoméstico	1
	Adoçante	1
	Revista	1
	Parque de diversão (bilhete)	1
	Impressora	1
	Filmes (ingresso)	1
Incentivo à Leitura	Livro digital	1
	Leitura para criança	1
Sustentabilidade	Desmatamento	1
	Água	2
	Sacola plástica	1
Campanha de sensibilização aos problemas sociais	Violência sexual infantil	1
	Violência contra a mulher	1
	Violência doméstica	1
Talentos	Talentos	1
Acessibilidade	Cadeirante	1
Conscientização no trânsito	Não uso do celular	1

Datas comemorativas	Dia das mães	1
	Dia do músico	1
Cookies	Internet	1

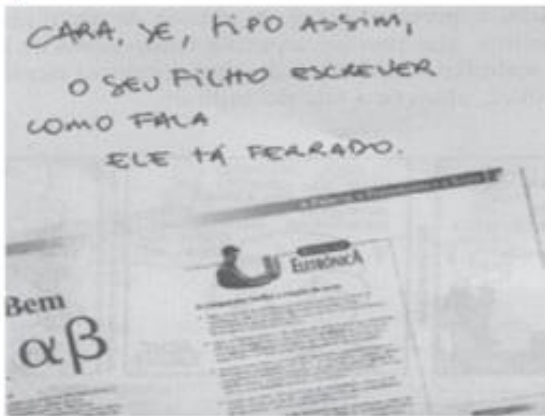
Quadro 2 - Produtos e temas anunciados nas propagandas

Fonte: Dados organizados pela autora.

Os cadernos de prova do ENEM são organizados por cor, com alteração na ordem das questões para dificultar o processo de cópia entre os candidatos e, para essa análise, tomamos o modelo da prova de cor amarela para todas as edições examinadas.

As prova de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) do ENEM trazem muitas questões de interpretação de diferentes gêneros, tais como: artigo, charge, poema, reportagem, propaganda etc. Como já citado anteriormente, das 28 (vinte e oito) questões que trabalham com o gênero propaganda encontradas nas nove edições do ENEM, apenas 11 (onze) foram analisadas nesta pesquisa. Por considerarmos um número alto para a realização desta análise, optamos por examinar as amostras dessas questões que estão presentes nos 3 (três) volumes da coleção, numa seção específica para tal denominada: “Questões para o ENEM”. Como esses 3 (três) volumes não contemplam 1 (uma) questão de cada edição do Exame Nacional do Ensino Médio, escolhemos, ainda, 06 (seis) questões para contemplar todas as edições, totalizando 11 *corpus*.

Questão 125



Veja, 7 maio 1997.

Na parte superior do anúncio, há um comentário escrito à mão que aborda a questão das atividades linguísticas e sua relação com as modalidades oral e escrita da língua. Esse comentário deixa evidente uma posição crítica quanto a usos que se fazem da linguagem, enfatizando ser necessário

- Ⓐ implementar a fala, tendo em vista maior desenvoltura, naturalidade e segurança no uso da língua.
- Ⓑ conhecer gêneros mais formais da modalidade oral para a obtenção de clareza na comunicação oral e escrita.
- Ⓒ dominar as diferentes variedades do registro oral da língua portuguesa para escrever com adequação, eficiência e correção.
- Ⓓ empregar vocabulário adequado e usar regras da norma padrão da língua em se tratando da modalidade escrita.
- Ⓔ utilizar recursos mais expressivos e menos desgastados da variedade padrão da língua para se expressar com alguma segurança e sucesso.

Figura 13 - Questão 125/ENEM 2009

Fonte: LCT/2009, 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 14.

A questão menciona o gênero neste enunciado: “Na parte superior do anúncio...”, porém, como se pode perceber visualmente, o anunciante valeu-se das características de um bilhete para construir o anúncio, pois ele foi escrito à mão. Ademais, a mensagem é simples, empregam-se as linguagens informal e coloquial, há traços de oralidade e parece ter sido escrito em um pedaço de papel para rascunho.

Podemos dizer que isso constitui as marcas linguísticas próprias do texto bilhete. Esse processo de mistura de gênero é um recurso denominado intergenericidade. De acordo com Koch e Elias (2006, p. 114), “é o fenômeno

segundo o qual um gênero pode assumir a forma e outro gênero, tendo em vista o propósito de comunicação”.

O comentário escrito à mão dá a entender que algumas pessoas escrevem como falam ao mencionar que o menino “está ferrado” se usar marcas coloquiais da linguagem oral no texto escrito. Isso deixa implícito que a coloquialidade é apenas aceitável na linguagem oral e que não é admissível na modalidade escrita, como aponta a alternativa D, a qual é a resposta correta da questão: “empregar vocabulário adequado e usar regras da norma padrão da língua em se tratando da modalidade escrita”.

Na questão analisada, de acordo a MR do ENEM, a competência envolvida é a 8: “compreender e usar a língua portuguesa como língua materna, geradora de significação e integradora da organização do mundo e da própria identidade”, pois o aluno precisa conceber a língua portuguesa como geradora de significados. Percebemos, também, que há o uso da habilidade 26, já que a questão envolve a tarefa de “relacionar as variedades linguísticas a situações específicas de uso social” (BRASIL, 2017, p. 4). O texto a seguir é explorado quanto a seus aspectos constitutivos:

Questão 100

**MOSTRE QUE SUA MEMÓRIA É MELHOR
DO QUE A DE COMPUTADOR E GUARDE
ESTA CONDIÇÃO: 12X SEM JUROS.**

Campanha publicitária de loja de eletroeletrônicos. Revista Época. N° 424, 03 jul. 2006.

Ao circularem socialmente, os textos realizam-se como práticas de linguagem, assumindo configurações específicas, formais e de conteúdo. Considerando o contexto em que circula o texto publicitário, seu objetivo básico é

- ☒ **A** influenciar o comportamento do leitor, por meio de apelos que visam à adesão ao consumo.
- ☐ **B** definir regras de comportamento social pautadas no combate ao consumismo exagerado.
- ☐ **C** defender a importância do conhecimento de informática pela população de baixo poder aquisitivo.
- ☐ **D** facilitar o uso de equipamentos de informática pelas classes sociais economicamente desfavorecidas.
- ☐ **E** questionar o fato de o homem ser mais inteligente que a máquina, mesmo a mais moderna.

Figura 14 - Questão 100/ENEM - 2010
Fonte: LCT/2010 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 7.

A questão de número 100 da prova de LCT, de 2010, menciona o gênero em dois momentos: na fonte do texto presente logo abaixo da chamada publicitária e no enunciado. Desse modo, para respondê-la, o aluno precisa dominar alguns conceitos básicos de teoria e linguagem, como intencionalidade discursiva, texto, contexto e gêneros da publicidade.

A alternativa que corresponde corretamente à questão é a letra “A”, pois os textos publicitários têm a finalidade de persuadir seu público-alvo, considerando que

Toda a estrutura publicitária sustenta uma argumentação icônico-linguística que leva o consumidor a convencer-se consciente ou inconscientemente. Tem a forma de diálogo, mas produz uma relação assimétrica, na qual o emissor, embora use o imperativo, transmite uma expressão alheio a si próprio. O

verdadeiro emissor permanece ausente do circuito da fala; o receptor, contudo, é atingido pela atenção desse emissor em relação ao objeto (CARVALHO, 2000, p. 13).

Na propaganda em análise, há um caráter apelativo que instiga ao consumo. Já que a linguagem publicitária é apelativa e sua função é convencer o interlocutor, podemos empregar a habilidade 24 da MR do ENEM: “reconhecer no texto estratégias argumentativas empregadas para o convencimento do público, tais como a intimidação, sedução, comoção, chantagem, entre outras” (BRASIL, 2017, p. 4). Isso é o que se verifica na questão 102:

QUESTÃO 102



Disponível em: www.ccsp.com.br. Acesso em: 26 jul. 2010 (adaptado).

O anúncio publicitário está intimamente ligado ao ideário de consumo quando sua função é vender um produto. No texto apresentado, utilizam-se elementos linguísticos e extralinguísticos para divulgar a atração "Noites do Terror", de um parque de diversões. O entendimento da propaganda requer do leitor

- (A) a identificação com o público-alvo a que se destina o anúncio.
- (B) a avaliação da imagem como uma sátira às atrações de terror.
- (C) a atenção para a imagem da parte do corpo humano selecionada aleatoriamente.
- (D) o reconhecimento do intertexto entre a publicidade e um dito popular.
- (E) a percepção do sentido literal da expressão "noites do terror", equivalente à expressão "noites de terror".

Figura 15 - Questão 102/ENEM - 2011
Fonte: LCT/2011 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 8.

Como podemos verificar, o comando da questão explica o gênero do texto “O anúncio publicitário está intimamente ligado ao ideário de consumo quando sua função é vender um produto”. O texto faz parte de uma campanha de propaganda do parque de diversões e só é possível compreendê-lo após a leitura do enunciado, uma vez que a imagem que compõe esse texto remete àquelas utilizadas para os filmes de suspense e/ou terror, por apresentar pés com etiqueta, os quais sugerem um corpo no necrotério.

Cabe destacar, nesse sentido, que a compreensão do texto depende dos aspectos linguísticos e extralinguísticos que o compõem e, para responder a questão, o candidato precisa utilizar do seu conhecimento prévio e reconhecer o ditado popular “Quem é vivo sempre aparece”. O enunciado é parafraseado para fazer relação com a temática “noite de terror” do parque de diversões: “Quem é morto sempre aparece”.

A alternativa que corresponde corretamente à questão é a letra “D”, pois para a compreensão plena da mensagem, o aluno precisa reconhecer essa intertextualidade e estabelecer relações entre os textos que compõem a publicidade. A respeito disso, Koch e Elias (2006, p. 92) afirmam que “nesse caso, exige-se do interlocutor uma busca na memória para a identificação do intertexto e dos objetivos do produtor do texto ao inseri-lo no seu discurso”. Às vezes, o texto já é nomeado a partir do gênero ao qual pertence, como se vê na figura a seguir:

QUESTÃO 106

Disponível em: www.portaldapropaganda.com.br. Acesso em: 1 mar. 2012.

A publicidade, de uma forma geral, alia elementos verbais e imagéticos na constituição de seus textos. Nessa peça publicitária, cujo tema é a sustentabilidade, o autor procura convencer o leitor a

- ☐ A assumir uma atitude reflexiva diante dos fenômenos naturais.
- ☐ B evitar o consumo excessivo de produtos reutilizáveis.
- ☐ C aderir à onda sustentável, evitando o consumo excessivo.
- ☐ D abraçar a campanha, desenvolvendo projetos sustentáveis.
- ☒ E consumir produtos de modo responsável e ecológico.

Figura 16 - Questão 106/ENEM - 2012

Fonte: LCT/2012 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 9

Nessa questão, o gênero é especificado, o que pode auxiliar o candidato a entender as características do texto. Acreditamos que a menção ao gênero pode levar o avaliando a evocar especificidades do mesmo, suas características, funções sociais, estilo e composição, sem dispensar a necessidade de analisar/interpretar o excerto do texto dado.

A peça publicitária faz uso de textos verbal e não verbal no intuito de persuadir o interlocutor a consumir de maneira consciente e sustentável, preservando, assim, o planeta. A alternativa E confirma essa intenção do autor e do cartaz, pois o candidato, para responder corretamente à questão, deve prestar atenção aos elementos verbais e imagéticos, porque ambos são

relevantes na construção de sentidos para textos publicitários. O uso de elementos verbais e não verbais pode, ainda, ser conferido na figura a seguir:

QUESTÃO 116



Eu derreto.
Tu derretes.
Você derrete...você tem certeza
que quer conjugar este verbo?

Disponível em: <http://foron-ditris.blogspot.com.br>. Acesso em: 8 jan. 2012 (adaptado)

O cartaz aborda a questão do aquecimento global. A relação entre os recursos verbais e não verbais nessa propaganda revela que

- ☐ A o discurso ambientalista propõe formas radicais de resolver os problemas climáticos.
- ☐ B a preservação da vida na Terra depende de ações de dessalinização da água marinha.
- ☐ C a acomodação da topografia terrestre desencadeia o natural degelo das calotas polares.
- ☐ D o descongelamento das calotas polares diminui a quantidade de água doce potável do mundo.
- ☒ E a agressão ao planeta é dependente da posição assumida pelo homem frente aos problemas ambientais.

Figura 17 - Questão 116/ENEM - 2013
Fonte: LCT/2013 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 12.

O comando da questão 116 da prova de LCT do ENEM, de 2013 explicita o gênero, solicitando que o candidato preste atenção aos recursos linguísticos utilizados nesse texto. O próprio enunciado alerta para o uso de aspectos verbais e não verbais e explicita do que se trata o texto. Esses elementos auxiliam na compreensão da mensagem, mas, ao mesmo tempo, induzem o leitor a participar mais ativamente na escolha da resposta, já que precisa estabelecer relação entre os elementos linguísticos e a produção de significado.

A conjugação do verbo “derreter” e a imagem do globo terrestre em uma gota d’água que pinga de uma ponta de gelo reforçam a afirmativa do enunciado quanto ao aquecimento global, enfatizando que nós, seres humanos, somos tanto responsáveis pelos problemas ambientais quanto vítimas dele. A pergunta proposta ao leitor confirma essa suposição.

Para responder corretamente a essa questão, o candidato teve que identificar a informação do texto verbal e analisar o texto não verbal como elementos complementares, relacionando-os com o enunciado da questão. Como a alternativa correta é a “E”, verificamos que foi empregado o uso da habilidade 21, “reconhecer em textos de diferentes gêneros, recursos verbais e não verbais” (BRASIL, 2017, p. 4), o que se pode verificar, também, na figura a seguir:

QUESTÃO 135



Disponível em: www.portaldapropaganda.com.br. Acesso em: 28 jul. 2013.

Essa propaganda defende a transformação social e a diminuição da violência por meio da palavra. Isso se evidencia pela

- ☐ A predominância de tons claros na composição da peça publicitária.
- ☒ B associação entre uma arma de fogo e um megafone.
- ☐ C grafia com inicial maiúscula da palavra "voz" no slogan.
- ☐ D imagem de uma mão segurando um megafone.
- ☐ E representação gráfica da propagação do som.

Figura 18 - Questão 135/ENEM – 2014
 Fonte: LCT/2014 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 17.

A propaganda apresentada requer do candidato a capacidade de correlacionar os aspectos verbais e os não verbais com bastante atenção, pois a própria imagem constrói relações com elementos adversos: há um gatilho no megafone bastante incomum a esse objeto, item indispensável às armas de fogo. Assim, a imagem da mão segurando esse "gatilho" estabelece relação com o slogan "Paz só se consegue com Voz" e, portanto, "paz" e "voz" se opõem à "violência" evidenciada pela figura da mão – supostamente masculina – empunhando um megafone como se fosse uma arma de combate à violência pelo uso da palavra "Ainda". "Voz da comunidade"¹⁷ trata de uma emissora de

¹⁷ A Voz das Comunidades é a primeira rádio comunitária legalizada do Brasil.: <https://www.rádios.com.br/aovivo/radio-a-voz-das-comunidades-879-fm/59937>

rádio em Manaus, por isso que a palavra “Voz” presente na frase *slogan* está com a inicial maiúscula. Talvez outros tantos elementos possam compor a análise dessa propaganda, mas reconhecemos que o exposto já atende à pretensão de associar o gênero à produção de sentido esperada.

A opção que corresponde corretamente à questão é a letra “D”, pois a associação entre a base do megafone e uma arma de fogo mostra que a transformação social depende da voz do povo, pois esta atua como “arma”. Podemos associar essa questão à habilidade 21, em que há a capacidade de “reconhecer em textos de diferentes gêneros, recursos verbais e não verbais utilizados com a finalidade de criar e mudar comportamentos e hábitos” (BRASIL, 2017, p. 4). Ao trazer o gênero, a questão pode levar o aluno a evocar especificidades dele, suas características, funções sociais, estilo e composição, além de propor um conjunto de elementos que, talvez, correspondam à realidade desse respondente do ENEM e auxilie na compreensão do texto.

Desse modo, se o estudante estiver munido de informações teórico-conceituais desse gênero, ele lembrará que as propagandas utilizam muito o jogo entre imagem e texto, isso o ajudará a responder essa questão, como se pode observar na figura adiante:

QUESTÃO 101



Os meios de comunicação podem contribuir para a resolução de problemas sociais, entre os quais o da violência sexual infantil. Nesse sentido, a propaganda usa a metáfora do pesadelo para

- A informar crianças vítimas de abuso sexual sobre os perigos dessa prática, contribuindo para erradicá-la.
- B denunciar ocorrências de abuso sexual contra meninas, com o objetivo de colocar criminosos na cadeia.
- ☒ C dar a devida dimensão do que é o abuso sexual para uma criança, enfatizando a importância da denúncia.
- D destacar que a violência sexual infantil predomina durante a noite, o que requer maior cuidado dos responsáveis nesse período.
- E chamar a atenção para o fato de o abuso infantil ocorrer durante o sono, sendo confundido por algumas crianças com um pesadelo.

Figura 19 - Questão 101/ENEM – 2014
 Fonte: LCT/2014 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 8.

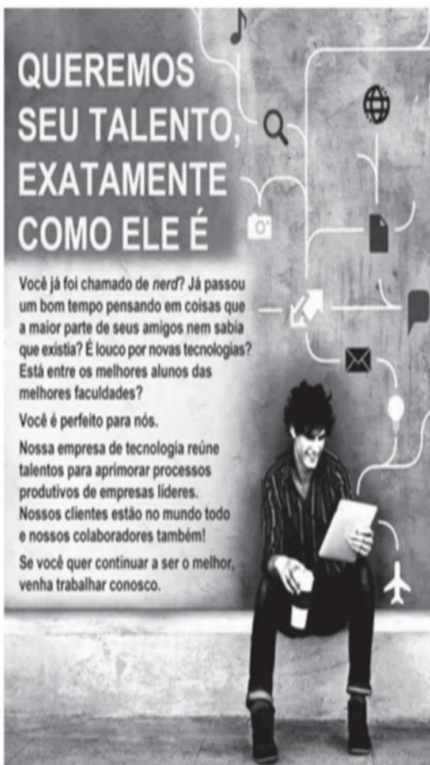
A propaganda chama atenção para um tema social relevante que é a violência sexual infantil. Para o entendimento do texto, a linguagem verbal e a imagética foram alinhadas para constituir sentido e compor a mensagem.

A metáfora foi utilizada de duas maneiras: através da imagem do “monstro” que é representação real do mal e, portanto, causadora de medo, temor e terror (neste caso a violência sexual) e, por meio do texto verbal, “Para algumas crianças o pesadelo chega antes do sono”, ou seja, a violência sexual é um pesadelo, uma espécie de monstro, que pode aparecer a qualquer momento, assombrando as crianças. É comum que os pesadelos ocorram à noite, durante o sono, mas a referência “[...] o pesadelo chega antes do sono” desloca essa aproximação entre “noite-sono-pesadelo” para o fato de que a violência sexual contra crianças não tem essa “hora específica” para acontecer.

A propaganda ressalta a importância de denunciar fazendo um apelo: “Denuncie qualquer caso de violência sexual infantil”, por isso, a opção que corresponde corretamente à questão é a letra “C” para “dar a devida dimensão do que é o abuso sexual para uma criança, enfatizando a importância da

denúncia.” Desta forma, podemos relacionar essa questão ao uso da competência 9 que é “Entender os princípios, a natureza, a função e o impacto das tecnologias da comunicação e da informação na sua vida pessoal e social” (...), e de sua habilidade 28: “Reconhecer a função e o impacto social das diferentes tecnologias da comunicação e informação” (BRASIL, 2009, p. 4), já que o enunciado relata: “Os meios de comunicação podem contribuir para a resolução de problemas sociais, entre os quais o da violência sexual infantil.”

QUESTÃO 124



QUEREMOS SEU TALENTO, EXATAMENTE COMO ELE É

Você já foi chamado de *nerd*? Já passou um bom tempo pensando em coisas que a maior parte de seus amigos nem sabia que existia? É louco por novas tecnologias? Está entre os melhores alunos das melhores faculdades?

Você é perfeito para nós.

Nossa empresa de tecnologia reúne talentos para aprimorar processos produtivos de empresas líderes. Nossos clientes estão no mundo todo e nossos colaboradores também!

Se você quer continuar a ser o melhor, venha trabalhar conosco.

Scientific American Brasil, ano 11, n. 134, jul. 2013 (adaptado)

Para atingir o objetivo de recrutar talentos, esse texto publicitário

- A** afirma, com a frase “Queremos seu talento exatamente como ele é”, que qualquer pessoa com talento pode fazer parte da equipe.
- B** apresenta como estratégia a formação de um perfil por meio de perguntas direcionadas, o que dinamiza a interação texto-leitor.
- C** utiliza a descrição da empresa como argumento principal, pois atinge diretamente os interessados em informática.
- D** usa estereótipo negativo de uma figura conhecida, o *nerd*, pessoa introspectiva e que gosta de informática.
- E** recorre a imagens tecnológicas ligadas em rede, para simbolizar como a tecnologia é interligada.

Figura 20 - Questão 124/ENEM – 2014
 Fonte: LCT/2014 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 15.

Esse texto publicitário da *Scientific American Brasil* usa como estratégia para recrutar talentos perguntas que elencam as características para um candidato ao emprego, inclusive, exaltando quem as tem “Você é perfeito para nós”, “Se você quer continuar a ser o melhor, venha trabalhar conosco”.

O leitor, ao responder, mentalmente, às perguntas, interage com o texto, dinamizando a interação texto-leitor. Assim, a resposta correta é a opção B, pois o candidato precisa interpretar o texto analisando os recursos utilizados para a argumentação da propaganda.

A habilidade requerida na questão é habilidade 24 que é “Reconhecer no texto estratégias argumentativas empregadas para o convencimento do público, tais como a intimidação, sedução, comoção, chantagem, entre outras.” (BRASIL, 2017, p. 4).

QUESTÃO 101 ◆◆◆◆◆

UMA EMPRESA COM PRÊMIOS INTERNACIONAIS
NÃO PODERIA OFERECER MENOS DO QUE
A MELHOR QUALIDADE EM IMPRESSÃO
DIGITAL DO MUNDO.

Disponível em: www.behance.net. Acesso em: 21 fev. 2013 (adaptado).

A rapidez é destacada como uma das qualidades do serviço anunciado, funcionando como estratégia de persuasão em relação ao consumidor do mercado gráfico. O recurso da linguagem verbal que contribui para esse destaque é o emprego

- Ⓐ do termo “fácil” no início do anúncio, com foco no processo.
- Ⓑ de adjetivos que valorizam a nitidez da impressão.
- Ⓒ das formas verbais no futuro e no pretérito, em sequência.
- Ⓓ da expressão intensificadora “menos do que” associada à qualidade.
- Ⓔ da locução “do mundo” associada a “melhor”, que quantifica a ação.

Figura 21 - Questão 101/ENEM – 2015
Fonte: LCT/2015 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 8.

O gênero da questão apresentada caracteriza-se como anúncio publicitário, cuja intenção consiste em persuadir o leitor para que ele

consoma/compre um determinado produto. De acordo com Rasquilha (2009, p. 24), “a publicidade tem um componente de comunicação persuasiva em que procura convencer as pessoas de algo, em que tenta estabelecer atitudes e inovações que levem à compra da marca, em que tenta ser a preferida do consumidor”.

A ideia da rapidez do serviço está exposta no anúncio quando ao falar sobre o serviço que ainda vai ser realizado, o anúncio, em seguida, aponta que este já foi feito, dando a ideia de que quando você o contrata de verdade, este termina antes mesmo de você perceber, pois é tão rápido que é concluído antes mesmo da frase acabar.

Dessa propaganda, foi explorada apenas a linguagem verbal, desconsiderando a linguagem imagética, que é tão importante quanto à escrita e correlaciona um elemento bastante comum na HQ para a compreensão total do texto. Em conformidade com Barthes (1984), na publicidade:

a significação da imagem é seguramente intencional: são certos atributos do produto que formam a priori os significados da mensagem publicitária e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível; se a imagem contém signos, é pois certo que em publicidade estes signos são plenos, formados em vista da melhor leitura: a imagem publicitária é franca, ou pelo menos enfática. (BARTHES, 1984, p. 27)

No anúncio, a imagem das duas nuvens vazadas ao meio com dois traços entre elas reforça o slogan enunciado no alto do cartaz “cópia rápida fácil” que, por sua vez, é confirmada pela imagem das máquinas copiadoras. A frase apresentada no anúncio “vai ser bom, não foi” é a sequência de uma locução verbal no futuro e forma verbal no pretérito. A relação estabelecida entre esses tempos verbais confirma a intencionalidade discursiva do anúncio, que é ser rápida e eficiente, por isso a opção que corresponde corretamente à questão é a letra “C”.

A leitura do anúncio exige do candidato o conhecimento linguístico para responder corretamente a questão que explora a competência 7, destacando a habilidade 22, que exige do candidato a capacidade de “relacionar, em diferentes textos, opiniões, temas, assuntos e recursos linguísticos” (BRASIL, 2017, p. 4).

As atividades propostas devem ser solucionadas com os diversos conhecimentos do leitor, como mostra a questão a seguir:

QUESTÃO 97

A ÁGUA INVISÍVEL

Assim como a água corresponde a até 70% do nosso peso, ela também compõe muito daquilo que comemos, vestimos e usamos, ainda que indiretamente.

Cada quilo de carne bovina, por exemplo, exige em média 15 mil litros de água para ser produzido – desde a produção do alimento do gado até a limpeza de seus dejetos. O Brasil é um grande exportador de água na forma de soros e cereais.

10.600 litros
1 ovo = 3.340 litros
1.500 litros
75 litros
1 copo de café

ECONOMIZAR BENS DE CONSUMO E EVITAR O DESPERDÍCIO
TAMBÉM É POUPAR ÁGUA.

National Geographic Brasil, n. 151, out. 2012 (adaptado).

Nessa campanha publicitária, para estimular a economia de água, o leitor é incitado a

- A** adotar práticas de consumo consciente.
- B** alterar hábitos de higienização pessoal e residencial.
- C** contrapor-se a formas indiretas de exportação de água.
- D** optar por vestuário produzido com matéria-prima reciclável.
- E** conscientizar produtores rurais sobre os custos de produção.

Figura 22 - Questão 97/ENEM - 2016
Fonte: LCT/2016 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 6.

A leitura da campanha publicitária mostra o desperdício de água que há na produção de alguns bens de consumo e propõe ao leitor que ele adote práticas de consumo consciente, por isso a alternativa correta é a opção “A”. Além disso, sugere que se opte por alternativas que usem menos água, como por exemplo, ingerir menos carne bovina.

Para persuadir o consumidor, a publicidade, geralmente, faz uso do verbo no modo imperativo, como “economize, compre, use, evite”, procurando incitar o receptor a realizar determinada ação. Nessa campanha, o verbo foi usado no infinitivo para atender a mesma intenção, pois a publicidade vale-se do poder da palavra e, quando usada no discurso publicitário, consoante Carvalho (2000, p. 18), “a palavra deixa de ser meramente informativa, e é escolhida em função de sua força persuasiva, clara ou dissimulada”.

A questão exige que o candidato reconheça a função apelativa presente na campanha. Segundo Sandmann (1997), a função apelativa na publicidade tenciona influenciar o receptor a comprar um produto, um serviço ou uma ideia; é persuadir alguém, é levar alguém a um comportamento. Isso pode ser ilustrado com a figura seguinte:

QUESTÃO 43



Leia para uma criança.

A cada livro,
o Brasil inteiro vira a página.

Gostar de ler é o início de
uma história cheia de descobertas
e aprendizados na vida da criança.
E tudo começa quando você abre
um livro para ela.

Época, n. 608, 3 out. 2011 (adaptado).

Os textos publicitários são produzidos para cumprir determinadas funções comunicativas. Os objetivos desse cartaz estão voltados para a conscientização dos brasileiros sobre a necessidade de

- A** as crianças frequentarem a escola regularmente.
- B** a formação leitora começar na infância.
- C** a alfabetização acontecer na idade certa.
- D** a literatura ter o seu mercado consumidor ampliado.
- E** as escolas desenvolverem campanhas a favor da leitura.

Figura 23 - Questão 43/ENEM – 2017
Fonte: LCT/2017 - 2º dia, Caderno 5, Amarelo, p. 18.

Nessa questão, é abordado o domínio discursivo, mostrando que uma das características dos textos publicitários é “para cumprir determinadas funções comunicativas”, o gênero também é mencionado no comando da questão, “o cartaz”.

A opção que corresponde corretamente à questão é a letra “B”, pois a intenção do cartaz é promover o gosto da leitura pela criança, entretanto, para que isso aconteça, é necessário que o adulto leia para ela. Para o candidato responder à questão, precisa observar a combinação dos elementos verbais e imagéticos em que se associa a imagem de um menino sorridente e feliz, abraçado a um livro.

Na questão foi usada, também, a função apelativa por meio do verbo no imperativo, presente em “Leia para uma criança”. A função apelativa tem a intenção de convencer ou persuadir aquele que recebe a mensagem, ou seja, influenciá-lo por meio de ordens, sugestões, apelos ou pedidos. A campanha em questão envia “ordem” aos adultos para lerem para uma criança, justificando que “gostar de ler é o início de uma história cheia de descobertas e aprendizados na vida da criança”.

O candidato precisa inferir o caráter do texto através dos recursos utilizados, por isso, podemos relacionar essa questão com a habilidade 21: “reconhecer em textos de diferentes gêneros, recursos verbais e não verbais utilizados com a finalidade de criar e mudar comportamentos e hábitos” (BRASIL, 2017, p. 4).

As questões analisadas da prova de LCT do ENEM exigem que o leitor esteja atento aos diversos discursos envolvidos nos textos apresentados, pois notamos que as questões abordam uma concepção de linguagem pautada na interação autor-texto-leitor.

6.4 Correlação entre os conteúdos abordados no livro didático e nas questões do ENEM

A análise realizada nas seções 6.1 e 6.2 e 6.3 que tratam das atividades do gênero propaganda abordadas no LD Língua portuguesa: linguagem e interação, de Faraco, Moura e Maruxo Jr. e as provas do ENEM, de 2009 a

2017, oferecem elementos de estudo definidos para que essa pesquisa seja concretizada.

Nos dois documentos, LDP e ENEM, de modo geral, evidenciamos que as atividades propostas propõem questões que devem ser resolvidas a partir de diferentes conhecimentos do leitor, como conhecimento linguístico, conhecimento de mundo e conhecimento interacional, em situações concretas de comunicação. Percebemos também que a leitura não se reduz ao processo de decodificação das palavras, mas que diversos níveis de conhecimentos são acessados durante o ato de ler.

Mediante análise das questões propostas no ENEM em relação ao gênero propaganda, as competências 1, 7 e 8; e as habilidades 3, 21, 24 e 26 foram abordadas nessas atividades. O quadro abaixo quantifica as competências e as habilidades das questões analisadas do ENEM 2009 a 2017 (caderno amarelo).

Ano	Questão	Competência	Habilidade
2009	125	8	26
2010	100	7	24
2011	102	1	3
2012	106	7	21
2013	116	7	21
2014	135	7	21
2015	101	7	24
2016	97	7	24
2017	43	7	21

Quadro 3 - Competências e habilidades das questões analisadas do ENEM

Fonte: Dados organizados pela autora, 2019.

A partir do Quadro 3, identificamos as competências e as habilidades mais abordadas nas questões analisadas. A competência mais recorrente foi a 7, cuja descrição é “confrontar opiniões e pontos de vista sobre as diferentes linguagens e suas manifestações específicas”. Ela apresentou 07 ocorrências. Destacou-se a habilidade 21, que se manifestou 04 vezes e tem como objetivo

“reconhecer em textos de diferentes gêneros, recursos verbais e não verbais utilizados com a finalidade de criar e mudar comportamentos e hábitos”.

O LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”, ao trazer o gênero propaganda, também explora a habilidade 21, apresentada nas seguintes atividades:

3- Ainda com relação ao texto 1, observe que há uma representação de portas fechadas ao lado direito, no plano de fundo da imagem. Essas portas fechadas contrastam com a imagem em primeiro plano, dos dois profissionais da saúde retratados. Responda no caderno:

a) Em sua opinião, o que representa, no contexto da publicidade, essa representação das portas fechadas? Que posição elas ocupam nessa publicidade e que relação elas têm com a frase acima delas?

b) Que elemento da imagem poderia contrastar com a ideia das portas fechadas?

c) Qual a importância de os dois profissionais da saúde estarem no primeiro plano da imagem? Além deles, o que mais está em primeiro plano e que sentido adquire em comum com a imagem? (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 298-299).

As questões que necessitam usar a linguagem verbal e a não verbal são, geralmente, concebidas pelos alunos como difíceis, pois é preciso usar o processo de inferência, relacionando a imagem ao contexto de produção.

Na esfera da argumentação na prova do ENEM, a habilidade 24 apareceu em 3 momentos, a qual tem como finalidade “reconhecer no texto estratégias argumentativas empregadas para o convencimento do público, tais como a intimidação, sedução, comoção, chantagem, entre outras”. O gênero propaganda, o qual promove um produto ou uma ideia, utiliza de estratégias argumentativas para convencer leitor para a aquisição de determinado produto ou ideia, por isso, justifica-se a utilização da habilidade 24.

A habilidade 24 também foi explorada no LDP de EM em estudo, apresentada nas seguintes atividades:

6-Nos textos argumentativos, como temos visto, há uma estrutura textual em que o enunciador toma partido diante de uma questão polêmica, formulando uma tese. Para provar a validade de sua tese, ele mobiliza argumentos que levam a uma conclusão. Esse movimento procura, afinal, persuadir ou convencer o enunciatário sobre a validade da tese.

a) Você percebe esse movimento no texto 1?

- b) Qual é a tese que se procura defender no texto 1?
- c) Que figura de linguagem é empregada no texto 1 com claro papel argumentativo? (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 299)

Ao enfatizar, na prova do ENEM e no LDP de EM, a competência 7 e as habilidades 21 e 24, demonstra-se a importância de serem trabalhadas, na escola, diferentes posturas, relacionadas ao domínio da leitura e da escrita. Além disso, há as estratégias de argumentação, dado seu valor para a formação do senso crítico do aluno.

A competência 8, a qual tem como descrição “compreender e usar a língua portuguesa como língua materna, geradora de significação e integradora da organização do mundo e da própria identidade”, foi explorada na prova de LCT do ENEM, uma vez, nas questões analisadas acerca do gênero propaganda. Destaca-se a habilidade 26, que é “relacionar as variedades linguísticas a situações específicas de uso social.”

Nessa perspectiva, cabe à escola oferecer os diversos saberes e direcionar os estudantes à ocasião em que cada variedade linguística pode ser empregada, já que a linguística preza pela adequação da variedade às situações comunicativas. Assim, o professor pode valer-se de fatos vivenciados pelo aluno, em diferentes situações, para oportunizar as reflexões necessárias para minimizar o preconceito linguístico.

Quanto à competência 8 e suas habilidades, as quais tratam do aspecto social das variedades linguísticas, essas não foram contempladas nas questões analisadas no LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”.

A competência 1, que trata de “aplicar as tecnologias da comunicação e da informação na escola, no trabalho e em outros contextos relevantes para sua vida”, foi abordada apenas uma vez nas questões analisadas acerca do gênero propaganda na prova de LCT do ENEM. Quanto à habilidade para este item, foi a 3, que tem como objetivo “recorrer aos conhecimentos sobre as linguagens dos sistemas de comunicação e informação para resolver problemas sociais.”

O LDP de EM também apresenta questões que abordam a habilidade 3, referente ao reconhecimento das posições críticas aos usos sociais das linguagens utilizadas pelos sistemas de comunicação e informação. Exemplo

disso é quando questiona a função do texto “Um texto publicitário costuma ter como objetivo convencer o consumidor a comprar alguma coisa. É o caso desses textos? Explique no caderno” (FARACO, MOURA, MARUXO Jr., 2016, p. 297).

Mediante análise das questões propostas no LDP de EM em relação ao gênero propaganda, percebemos que o livro traz diversas atividades com objetivos distintos, como questões de leitura, de gramática, de produção de texto e de produção oral. Quanto à temática desse gênero presente no LDP é de caráter social que tem por finalidade a formação de valores e atitudes cidadãos. A respeito de algumas atividades faltou explorar a questão da importância da mídia e o papel da propaganda na construção de significados.

Notamos, no decorrer das análises do LDP de EM, que as atividades propostas estão pautadas em três elementos: no texto, no leitor e na interação autor-texto-leitor. Quanto às provas de LCT do ENEM, percebemos que elas exigem que o candidato seja um leitor proficiente e busque estratégias tanto de ordem linguística quanto de ordem cognitivo-discursiva para responder as questões.

As questões do ENEM analisadas requerem do participante uma leitura profunda que analisa o contexto, o uso da língua, a inferência, a percepção de relações intertextuais. Além disso, é preciso que o candidato perceba, nas entrelinhas, o que não está escrito, mas que é possível inferir.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo investigar como o gênero propaganda é abordado em relação aos aspectos linguístico-discursivos nas provas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias (LCT) do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), de 2009 a 2017, e no livro didático (LD) “Língua portuguesa: linguagem e Interação” de Faraco, Moura e Maruxo Jr.

Para tanto, fizemos uma reflexão sobre a importância do gênero como objeto de ensino na perspectiva teórica bakhtiniana. Refletimos acerca do gênero propaganda, que apresenta multisssemioses (verbais e visuais) e seu caráter persuasivo, que pode influenciar o comportamento dos indivíduos, colaborando para várias mudanças ideológicas e estruturais na sociedade.

Em seguida, fizemos uma breve abordagem sobre o papel do livro didático de Português, o qual, no processo ensino-aprendizagem, tem grande importância, pois auxilia, orienta e, às vezes, até direciona o currículo escolar, sendo um dos recursos mais utilizados em sala de aula. Portanto, esse material precisa ser bem elaborado e selecionado pelos professores para ampliar as práticas de letramento e a competência discursiva dos estudantes.

Ponderamos também sobre o PNLD/EM, cuja finalidade é avaliar e disponibilizar obras didáticas, pedagógicas e literárias de qualidade e gratuita para as escolas públicas. Analisamos a coleção LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”, de Faraco, Moura, Maruxo Jr., 2016, que se destaca pelo fato de apresentar um ótimo acervo de textos escritos e orais, dos mais variados tipos.

Discorremos sobre a finalidade do ENEM, que foi criado em 1998 para avaliar o desempenho do estudante ao fim da escolaridade básica e que, em 2009, foi reformulado e passou a ser a ferramenta mais importante de seleção para ingresso em universidades públicas e particulares. Investigamos, também, a Matriz de Referência do ENEM, documento que descreve as competências e habilidades exigidas dos alunos.

Para a realização deste estudo, as perguntas que nortearam a pesquisa foram: Que tipo de propaganda é trabalhado? Atribuindo especial atenção ao LD como material que potencialmente contribui na preparação do aluno para a prova do ENEM, pretendeu-se, ainda, compreender: quais tipos de atividades

didáticas foram propostas para trabalhar o gênero propaganda: de leitura, de gramática, de produção de texto, de produção oral?

Em relação à temática das propagandas presentes na coleção didática de Língua Portuguesa analisada, é de caráter social, uma vez que as propagandas intencionam persuadir, convencer o leitor a aderir uma ideia. Quanto às provas do ENEM, a maioria é educativa, geralmente relacionada à preservação ambiental (sustentabilidade e água), a sensibilização de problemas sociais (violência contra a mulher e violência sexual infantil), saúde (hepatite e doação de órgão). Há também outros temas, como: datas comemorativas (dia das mães e do músico), produtos (adoçantes, revista), filmes, órgão (CONAR), etc.

Os textos de propaganda tanto no livro didático quanto nas provas do ENEM, na maior parte dos casos, são para instituições públicas ou organizações não governamentais. As atividades propostas no livro didático têm objetivos diversos, como questão de leitura, de gramática, produção textual e oral.

Observamos no decorrer das análises do Livro didático de Língua Portuguesa e do ENEM, que as atividades propostas estão pautadas em três elementos: no texto, no leitor e na interação autor-texto-leitor, não se limitando às clássicas e tradicionais questões de gramática normativa. A atividade de leitura não se restringe apenas ao simples processo de decodificação das palavras, mas que alguns níveis de conhecimento são acessados durante o ato de ler.

Quanto às provas de Linguagem Códigos e suas Tecnologias do ENEM, notamos que elas requerem que o candidato seja um leitor proficiente e busque estratégias tanto de ordem linguística quanto de ordem cognitivo-discursiva para responder as questões.

Quanto ao resultado da pesquisa evidenciamos que as atividades analisadas, nos dois documentos, exigem diferentes conhecimentos do leitor, como conhecimento linguístico, conhecimento de mundo e conhecimento interacional, a partir de situações concretas de comunicação.

Entendemos que o gênero propaganda é relevante para o processo de ensino aprendizagem de leitura e produção de significados e de sentidos. Evidenciamos que as atividades analisadas, nos dois documentos, exigem diferentes conhecimentos do leitor, como conhecimento linguístico, conhecimento de mundo e conhecimento interacional, a partir de situações

concretas de comunicação. Por fim, entendemos que tanto o ENEM quanto livro didático favorecem uma abordagem discursiva em relação ao gênero propaganda.

Em suma, com este trabalho, buscamos compreender mais sobre o gênero propaganda e como ele é abordado no LD “Língua portuguesa: linguagem e interação”, de Faraco, Moura, Maruxo Jr., 2016 e nas provas do ENEM e nos proporcionou uma reflexão sobre o gênero como objeto de estudo. Esperamos que nosso estudo possa contribuir com o trabalho dos professores de Língua Portuguesa na construção de um ensino mais significativo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé. **Aula de português: encontro & interação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

ANGELO, C. M. P.; MENEGASSI, R. J. **Perguntas de leitura na prática docente em sala de apoio**. RBLA, Belo Horizonte, v. 14, n. 3, p. 661-688, 2014.

BALD, Volnei André; FASSINI, Edí. **Reforma do Ensino Médio: resgate histórico e análise de posicionamentos a respeito da Lei nº 13.415/17 por meio de revisão de literatura**. 2018. Disponível em <http://hdl.handle.net/10737/1868>. Acesso em 15 em 20 de abril de 2019

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, Valentin. **Marxismo e filosofia da linguagem: Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

BAZERMAN, Charles. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. São Paulo: Cortez, 2005.

BAZERMAN, Charles. **Gêneros, agência e escrita**. São Paulo: Cortez, 2006.

BELMIRO, Celia Abicalil. Uma Educação estética nos livros didáticos de Português. In: ROJO, R.; BATISTA, A. A. G. (Orgs.) **Livro didático de Língua Portuguesa, Letramento e Cultura escrita**. Campinas. São Paulo: Mercado das Letras, 2003.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. Campinas: Ed. da Unicamp, 2004.

BRASIL. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. **Relatório de Atividades de 2003 a 2005**. Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2019.

BRASIL. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. **Relatório de Gestão de 2006 a 2012**. Disponível em:< <http://www.fnde.gov.br>> Acesso em 30 de abril de 2019.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais **ENEM: Documento Básico 2002**. Brasília: MEC, 2000.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica **Orientações curriculares para o ensino médio**. Linguagens, códigos e suas tecnologias. Brasília: MEC; SEB, 2006.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica **Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Médio — Linguagens, Códigos e suas Tecnologias**. Brasília: MEC, 2000.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica **PCN+ Ensino Médio: orientações educacionais complementares aos Parâmetros Curriculares Nacionais: Linguagens, códigos e suas tecnologias**. Brasília: MEC; SEMTEC, 2002.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica **PNLD 2018: Língua Portuguesa – Guia de livros didáticos – Ensino Médio**. Brasília: MEC; SEB, 2018.

BRASIL. República Federativa do Brasil. Lei de Diretrizes e Bases. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **LDB: Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. 11. ed. Brasília, DF: Edições Câmara, 19 mar. 2015. N. 159. Série legislação.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica Edital de convocação 01/2017 – CGPLI. **Edital de convocação para o processo de inscrição e avaliação de obras didáticas para o Programa Nacional do Livro e do Material Didático**, PNLD, 2019. Disponível em: <<http://www.fnnde.gov.br>>. Acesso em 30 de abril de 2019.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica. Parecer do Conselho Nacional da Educação e da Câmara da Educação Básica. CNE/CEB, nº 15 de 04 de julho de 2000. **Trata da pertinência do uso de imagens comerciais nos livros didáticos**.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica . Decreto nº 9.099, de 18 de julho de 2017 . **Dispõe sobre o Programa Nacional do Livro Didático e do Material Didático**. Disponível em: www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9099-18-julho-2017-785224-publicacaooriginal-153392-pe.html>. Acesso em 20 de junho de 2019.

BUNZEN, Clecio; ROJO, Roxane. Livro didático de Língua Portuguesa como gênero do discurso: autoria e estilo. In: VAL, Maria da Graça Ferreira da Costa; MARCURSCHI, Beth. (Orgs.). **Livros Didáticos de Língua Portuguesa: letramento e cidadania**. Belo Horizonte: Ceale: Autêntica, 2005. p. 73-117.

CARDOSO, Silvia Helena Barbi. **Discurso e ensino**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica- FALE-UFMG, 2005.

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2000.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, Vozes, 2008.

CEREJA, William Roberto. **Uma proposta dialógica no ensino de literatura no ensino médio**. 2004. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, São Paulo, 2004. 330 f.

CHAVES, Silvana Aparecida Pinter. **Um olhar sobre a propaganda no livro didático em aulas de Língua Portuguesa no ensino médio**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2007.

CHOPPIN, Alan. História dos Livros e das Edições Didáticas: sobre o Estado da Arte. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, Faculdade de Educação, USP, v. 30, n. 3, p. 549-566, set./dez. 2004.

COSTA, Sueli da. **A presença de gêneros de esfera propaganda no livro didático de Língua Portuguesa**. 2008. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, São Paulo, 2008. 334 f. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/14050>>. Acesso em 7 de fevereiro de 2019.

DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004.

FARACO, Carlos Emílio; MOURA, Francisco Marto de; MARUXO Jr., José Hamilton. **Língua Portuguesa: linguagem e interação**, v 2. 3. ed. São Paulo: Ática, 2016.

GERALDI, J. W. Da redação à produção de textos. In: GERALDI, J. W.; CITELLI, B. (orgs.) **Aprender e ensinar com textos de alunos**. Vol. I. São Paulo: Cortez, 2001,

GONÇALEZ, Marcio Carbaca. **Publicidade e Propaganda**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2006.

LAJOLO, Marisa. Livro didático: um (quase) manual do usuário. **Em Aberto**, Brasília, ano 16, n. 69, jan./mar.,1996.

LEFFA, Vilson J. Perspectivas no estudo da leitura: Texto, leitor e interação social. In: LEFFA, Vilson José.; PEREIRA, Aracy E. (Orgs). **O ensino da leitura e produção textual: alternativas de renovação**. Pelotas, RS: Educat: 1999. p. 13 – 37.

LUCA, Tânia Regina de. **O debate em torno dos livros didáticos de história**. UNIVESP, São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://acervodigital.unesp.br/handle/123456789/46193>> . Acesso em 15 de dezembro de 2018.

MACENO, Nicole Glock. **Compreensão e significados sobre o novo ENEM entre profissionais autoridades e escolas**. 2012. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e em Matemática) - Universidade Federal do Paraná, Curso de Pós-Graduação em Educação em Ciências e em Matemática, Curitiba, 2012. 320 f. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/marco2012/quimica_artigos/dissert_nicole_glock.pdf>. Acesso em 13 de junho de 2019.

MARCELINO, L. V.; RECENA, M. C. P. **Análise de questões do novo Enem: possíveis influências do novo ENEM nos currículos educacionais de química**. Est. Aval. Educ., São Paulo, v. 23, n. 53, p. 148-177, set/dez. 2012. Disponível em: <<https://www.fcc.org.br/pesquisa/publicacoes/eae/arquivos/1762/1762.pdf>>. Acesso em 18 de junho de 2019.

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

MENEGASSI, R. J. Perguntas de leitura. In: MENEGASSI, R. J. (Org.). **Leitura e ensino**. 2.ed. Maringá: Eduem, 2010b.

MESSINA, Natália. **Exame Nacional do Ensino Médio: razões e contradições**. 2016. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós- Graduação em Educação, área de concentração Fundamentos e Práticas Educacionais, da Universidade Federal do Triângulo Mineiro: Uberaba, 2016. Disponível em: <<http://bdtd.ufm.edu.br/bitstream/tede/469/5/Dissert%20Natalia%20Messina.pdf>>. Acesso em 20 de junho de 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa Qualitativa em Saúde**. 10.ed. São Paulo: HUCITEC, 2001.

MINHOTO, M. A. **Avaliação educacional no Brasil: crítica ao Exame Nacional do Ensino Médio**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2003.

MUNAKATA, Kazumi. O livro didático: alguns temas de pesquisa. **Revista Brasileira de História da Educação**, v. 12, n. 3 [30], p. 179-197, 2012.

OLIVEIRA, L. A. **Coisas que todo professor de Português precisa saber**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchezine de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 2. ed. Campinas: Papiros, 1997.

PINHO, J. B. **Publicidade Institucional**: uso e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus Editorial, 1990.

RAIMO, L.C.F.D; PETERMANN, R. Perguntas de leitura: uma abordagem na perspectiva da interação. **Entretextos**, Londrina, v. 16, n. 1, p. 145-169, jan./jun. 2016. Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/entretextos/article/view/21195>>. Acesso em 22 de junho de 2019.

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

RASQUILHA, L. **Publicidade: fundamentos, estratégias, processos criativos, planejamento de meios e outras técnicas de comunicação**. Lisboa: Gestão Plus, 2009.

RODRIGUES, Rosângela H. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem: a abordagem de Bakhtin. In: MEURER, J. L., BONINI, A., MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005. p. 152-183.

ROJO, Roxane. Gêneros do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas. In: MEURER, J. L. *et. al.* **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005. p. 185-207.

RONDINELLI, Rosely Curi. **O conceito de documento arquivístico frente à realidade digital**: uma revisitação necessária. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto de Arte e Comunicação Social, Instituto Brasileiro em Ciência e Tecnologia: Niterói, 2011. Disponível em: <https://www.siarq.unicamp.br/siarq/images/siarq/publicacoes/preservacao_digital/tese_rondinelli.pdf> . Acesso em: 02 de abril de 2019.

SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

SCHIMIEGUEL, Otávio. **O texto publicitário na sala de aula**: uma proposta de análise. Curitiba: SEED, 2009. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/392-4.pdf>>. Acesso em 20 de maio de 2019.

SILVA, Ezequiel Teodoro da. Pontos de vista: o que pensam os outros especialistas? **Em Aberto**, Brasília, ano 16, n. 69, jan./mar.,1996. Disponível em: < <http://rbep.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/viewFile/2062/2031>>. Acesso em: 12 de dezembro de 2018.

SILVA, Iara Augusta da. O programa Nacional do Livro Didático para o Ensino Médio (PMLD/EM): uma política de educação implementada pelo estado brasileiro no início do século XXI. **37ª Reunião Nacional da ANPED**, Florianópolis: UFSC, 2015. Disponível em: < <http://37reuniao.anped.org.br/wp->

content/uploads/2015/02/Trabalho-GT05-3544.pdf>. Acesso em: 12 de dezembro de 2018.

SILVA, Renato Caixeta da. O professor de línguas, o PNLD, o livro didático de línguas e outros materiais didáticos. **A cor das letras**. Feira de Santana, v. 18, n. 3, p. 138-153, set./dez., 2017.

SILVA, Rosângela Costa da. **Gêneros discursivos como objeto de ensino de língua portuguesa no ensino médio**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, 2014. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/3940/2/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Ros%C3%A2ngela%20Costa%20da%20Silva%20-%202014.pdf> . Acesso em 28 de junho de 2019.

SOARES, Magda Becker. Um olhar sobre o livro didático. **Presença Pedagógica**, Belo Horizonte: Dimensão, v. 2, n. 12, p. 52-63, nov./dez. 1996.

SOUZA, R, J.; GIROTTO, C. G. G. S. **Estratégias de leitura**: uma alternativa para o início da educação literária. 2011. Disponível em: <http://www.ual.es/alabe>>. Acesso em 28 de junho de 2019.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **Gramática e interação**: uma proposta para o ensino de gramática. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.