

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

JÉSSICA CRISTINA RODRIGUES DA SILVA

**REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA NOS
ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL.**

MARINGÁ
2016

JÉSSICA CRISTINA RODRIGUES DA SILVA

**REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA NOS
ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL.**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Pedagogia da
Universidade Estadual de Maringá, como
requisito parcial para obtenção do grau de
Licenciado em Pedagogia.

Orientação: Prof.^a Dr.^a Maria Terezinha
Bellanda Galuch

MARINGÁ
2016

JÉSSICA CRISTINA RODRIGUES DA SILVA

REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL.

Artigo apresentado à Universidade Estadual de Maringá como requisito parcial para obtenção do Título de Pedagogo, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Maria Terezinha Bellanda Galuch

Aprovado em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Maria Terezinha Bellanda Galuch
(Universidade Estadual de Maringá — Maringá)

Prof.^a Dr.^a Glaciane Cristina Xavier Mashiba
(Universidade Estadual de Maringá — Maringá)

Prof.^a Ms. Rubiana Brasília Santa Bárbara
(Universidade Estadual de Maringá — Maringá)

RESUMO

Nos últimos anos, em documentos que buscam orientar a elaboração de propostas curriculares e práticas pedagógicas, o discurso em prol de uma educação voltada para o desenvolvimento de sujeitos críticos e autônomos tem sido frequente. De certo modo, em resposta a tal discurso, a escola tem promovido mudanças no encaminhamento da prática pedagógica, sendo uma delas a que diz respeito à ênfase no ensino de diferentes gêneros textuais desde os primeiros anos do ensino fundamental. Fundamentando-se na Teoria Crítica da Sociedade, sobretudo nos conceitos de semiformação e indústria cultural, este trabalho tem por objetivo refletir sobre a forma como o gênero textual propaganda tem sido proposto para os anos iniciais do ensino fundamental. Os dados foram coletados em livro didático de Língua Portuguesa para o quinto ano do ensino fundamental, já que este material didático é avaliado pelo Programa Nacional do Livro Didático e distribuído para todas as escolas públicas que aderem a este Programa. A análise dos dados aponta que a proposta de ensino desse gênero enfatiza a necessidade de o aluno saber produzir uma propaganda que seja eficiente para convencer o público no que se refere ao produto ou ideia anunciada. Não há na proposta elementos que conduzam o aluno a refletir sobre a propaganda como um dos veículos da indústria cultural e de controle da própria sociedade do consumo sobre os sujeitos. Espera-se, com este trabalho, contribuir para a análise crítica ao modelo de educação meramente adaptativo.

Palavras-chave: gênero textual propaganda. prática docente. livro didático.

ABSTRACT

In the last few years, in documents that aim to guide the elaboration of curricular proposals and pedagogical practices, the speech in favor of education aimed at the development of critical and autonomous subjects has been very frequent. In a certain way, in response to that speech, the school has encouraged changes in the directing manner of the pedagogical practice, being one of them, the one which deals with the emphasis on teaching different text genres since early years at fundamental school. Basing on the Critical Theory of Society, this present work has as its objective reflect on how the text genre advertising has been proposed in textbooks of Portuguese language for the early years of education since this textbook is evaluated by the National Book Program and distributed to all public schools that adopt this program. The analysis of information, points out that the teaching proposal of this kind, emphasizes the need for the student to know produce an advertisement that is efficient to convince the public with regard to the product or idea announced. There is no proposal on the elements that lead students to reflect on advertising as one of the cultural industry vehicles and of society itself consumption control over the subject. With this work, we expect to contribute to the critical analysis of the model of merely adaptive education.

Key words: Advertising. Teaching Practice. Textbook.

1- INTRODUÇÃO

Esse trabalho apresenta uma reflexão sobre propostas de encaminhamento didático para o estudo do gênero textual propaganda apresentadas por livros didáticos para os anos iniciais do ensino fundamental, no intuito de compreender como o ensino deste gênero textual tem sido proposto para esse nível de ensino. Para fundamentar a análise, buscamos elementos em autores da Teoria Crítica da Sociedade, sobretudo Adorno, Marcuse e Horkheimer.

A escolha do objeto de estudo está ligada ao fato de, na atualidade, haver um discurso que permeia documentos oficiais que orientam a organização curricular, os projetos político-pedagógicos das escolas e, obviamente, a prática do professor, segundo o qual é necessário formar alunos críticos, autônomos, participativos e aptos para solucionar problemas da comunidade, numa clara alusão de que assim a escola estaria contribuindo para a formação de sujeitos capazes de exercer plenamente a cidadania.

A criação desse sujeito não pode ser entendida sem a compreensão de como a sociedade e uma de suas aliadas – a Indústria Cultural – agem para a construção desse indivíduo. A Indústria Cultural é um termo cunhado por Adorno e Horkheimer no final da década de 1940 para indicar como a cultura se transforma em mercadoria. Conforme afirma Adorno:

Quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente esta pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las, retirar-lhes até o divertimento. Aqui não se coloca limite algum ao progresso cultural. Mas essa tendência é imanente ao próprio princípio — burguês e iluminista — da diversão (ADORNO, 2002, p. 25).

Como a propaganda busca convencer o consumidor, chamado de cidadão, sobre a qualidade de um produto ou ideia, buscamos analisar como o ensino desse gênero é proposto para os anos iniciais do ensino fundamental, tomando como fonte um dos livros didáticos de Língua Portuguesa para o quinto ano dessa etapa da

educação básica. Apoiados na Teoria Crítica da sociedade, observamos que a defesa desse discurso que prima pelo desenvolvimento da autonomia, criticidade e cidadania, se contrapõe ao que verdadeiramente poderia ser chamado como tal. Fazemos tal inferência, já que, em vez de uma proposta de educação para a análise crítica da sociedade, de suas contradições, e do conhecimento nela produzido, defende-se uma educação voltada para a formação de sujeitos que saibam resolver problemas seus e da comunidade a que pertencem, que tenham espírito de liderança, que participam de decisões coletivas, que sejam solidários, que tenham competência para apaziguar situações de conflitos, que seja competentes para viver em situações de risco e de incertezas (PERRENOUD, 2000).

O livro didático será tomado como fonte para o nosso estudo por apresentar uma proposta para nortear a prática docente e por ser um material didático distribuído a todas as escolas públicas brasileiras que aderem ao Programa Nacional do Livro Didático (PNLD). Trata-se de um material produzido, avaliado e distribuído mediante normas estabelecidas pelo Ministério da Educação (MEC) por meio do PNLD, cujo surgimento, ainda com outra denominação e objetivos, remonta ao final da década de 1930.

Neste trabalho, destacamos como os livros didáticos apresentam propostas para o ensino do gênero textual propaganda quanto aos encaminhamentos para o seu estudo, envolvendo as propostas de leitura, interpretação, atividades, produção de texto, dentre outras atividades.

Buscamos compreender se a formação que acompanha o ensino do gênero textual propaganda pode levar o aluno a desenvolver um olhar reflexivo sobre as propagandas veiculadas em diferentes meios ou apenas se trata de uma forma de levar o aluno a reproduzir o pensamento atual que entende a criticidade como forma de se adaptar à forma de ser, pensar e agir dessa sociedade.

Se a segunda opção for confirmada, entendemos que nosso trabalho poderá contribuir para se pensar em possibilidades de práticas pedagógicas que ultrapassem a proposta de levar o aluno a aprender a produzir propaganda com vistas a ensiná-lo a refletir sobre o conteúdo da propaganda e a forma utilizada para a indução ao consumo.

2- FORMAÇÃO CULTURAL E INDÚSTRIA CULTURAL

Adorno (1996) faz uma reflexão, apontando como a formação na nossa sociedade é falsa, pois não ultrapassa a formação necessária para a adaptação às condições existentes, denominando-a de semiformação. Para entendermos o contexto histórico que deu origem ao termo criado por Adorno, voltamos nossa atenção ao século XVIII, para compreendermos as transformações ocorridas com a formação cultural.

Kant, aderindo às ideias iluministas, alegava que o homem, por meio da razão, poderia se libertar e agir com autonomia, portanto, deveria ser buscada uma formação esclarecida, essencial para o desenvolvimento do indivíduo e da sociedade.

A formação cultural era uma esperança de uma sociedade justa e igualitária, que poderia libertar os sujeitos dos princípios religiosos e políticos da época medieval. Todavia, à medida que a burguesia foi alcançando o poder e se fortalecendo como classe, as ideias de igualdade, liberdade, autonomia foram se tornando ideologia, ou seja, passam a ser um discurso necessário para a manutenção da sociedade, apesar de objetivamente a igualdade e a liberdade não passarem dos aspectos formais. Para a sociedade capitalista se desenvolver e se fortalecer, torna-se necessário que a educação incorpore uma forma de oferecer aquilo que a sociedade nega.

Com os avanços no campo da ciência e da tecnologia, essa formação acaba perdendo suas características libertadoras para ganhar características mercantilistas. Entretanto, somente a cultura não teria todo esse poder revolucionário:

O duplo caráter da cultura nasce do antagonismo social não-conciliado que a cultura quer resolver, mas que demanda um poder, que, como simples cultura, não possui. Esse desejado equilíbrio é momentâneo, transitório (ADORNO, 1996, p. 390).

Com a entrada do século XX, os avanços tecnológico-científicos, a consolidação da burguesia no poder e o desenvolvimento do capitalismo, uma nova cultura passa a ser usada como um valor de troca e não mais de uso apenas. Com isso, a formação cultural acaba sendo vista como algo antiquado e tradicional, transformando-se em uma forma de conformação à realidade. De acordo com Bandeira e Oliveira (2012):

Essa dinâmica da formação cultural, por seus conteúdos e suas instituições, varia conforme a época, inserida no processo de reprodução material da sociedade vigente. Adorno entende que este conceito emancipou-se com a burguesia, tornou-se objeto de reflexão e, consciente de si mesma, foi devolvida aos homens. Deveria, pois, corresponder a uma sociedade burguesa de seres livres e iguais, de uma forma pura, indicando assim uma sociedade sem classes e sem exploração. O ideal da formação esconde o que na prática não se realiza e se transforma em ideologia (BANDEIRA; OLIVEIRA, 2012, p. 229).

Sem essa formação cultural, a burguesia não teria se desenvolvido plenamente em várias áreas como se desenvolveu. A formação colaborou para o desenvolvimento social, econômico e administrativo da época, conseguindo até mesmo direitos para assegurar aos homens melhores condições de vida. Com esses avanços, a cultura vai tomando outros rumos, não mais o da formação, mas o da adaptação. Para explicar esse processo na sociedade industrializada, Adorno e Horkheimer cunham um termo: Indústria Cultural.

O termo Indústria Cultural significa que a cultura é imposta às massas por setores dominantes da sociedade. A Indústria Cultural age promovendo nos consumidores uma satisfação compensatória, alegria no ter, mas esse sentimento é momentâneo. Os produtos são descartáveis com a finalidade de serem sempre substituídos por algum melhor e acaba sendo uma das principais características dessa indústria, tornando-se um guia que orienta os indivíduos.

Ao se tornar sólida, a Indústria Cultural age sobre os sujeitos de modo que acabam acreditando que têm as necessidades que lhes são impostas, tirando-lhes até mesmo aquilo que a indústria propunha: a diversão:

Não é por acaso que o sistema da indústria cultural surgiu nos países industriais mais liberais, nos quais triunfaram todos os seus meios característicos: o cinema, o rádio, o jazz e as revistas. É verdade que o seu desenvolvimento progressivo fluía necessariamente das leis gerais do capital (ADORNO, 2002, p.15).

Devido a essas transformações na sociedade e a partir do momento que a cultura vira uma mercadoria, o processo de formação acaba se tornando, o que, para Adorno, (1996) é conhecido como semiformação. Para Horkheimer e Adorno, isso acontece porque

A elevação do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, reflete-se na difusão hipócrita do espírito. Sua verdadeira aspiração é a negação da reificação (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 14).

Os sujeitos passam a ser falsamente formados nessa sociedade, tornando-se acrílicos, com um entendimento artificial dos problemas sociais. Para Adorno (1996), o poder crítico e a autonomia encontrados em uma obra de arte eram resultados da oposição que os sujeitos sentiam quanto aos valores impostos pela sociedade; com a indústria cultural, porém, esse valor se perde, já que todas as obras podem ser facilmente reproduzidas no mundo comercial. A arte passa a ser, também ela, um objeto de mercadoria.

Nas práticas educativas, a semiformação deixou características, como a redução dos conteúdos, a valorização da quantidade e não da qualidade, currículos aligeirados que têm por objetivo atender às demandas da sociedade, esquecendo-se que a escola não é a instituição que deveria ter a função de resolver esses tipos de problemas.

Percebemos que, na atualidade, a sociedade capitalista, quer dizer, a sociedade industrial desenvolvida, exige cada vez mais a formação de sujeitos com pensamento crítico, que sejam autônomo diante dos mais diferentes fatos e acontecimentos e que exerçam a cidadania. Isso tudo, aliado ao fato de serem

sujeitos que atendam às necessidades da modernidade: ser consumidor de produtos e serviços e, portanto, ávidos por novidades e mudanças.

3- O GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA COMO CONTEÚDO DE ENSINO

No contexto atual no qual predomina a “sociedade do espetáculo e do consumo”, o desejo de ter está cada vez mais disseminado e a propaganda é um dos meios de impor isso em nossas vidas. Acreditamos que para nos sentirmos bem precisamos ter isso ou aquilo ou para ter algumas emoções e sentimentos podem ser facilmente comprados nas prateleiras de uma loja. Como afirma Camurra:

A propaganda de massa é um convite para induzir o consumo de um determinado produto, com promessa de alcançarmos, inevitavelmente, felicidade, saúde, bem-estar, sucesso e poder. Estas falsas promessas estimulam os indivíduos ao consumismo, transformando-os em consumidores de produtos que até então não desejavam. E essa lógica funciona de forma rápida. Não há tempo para pensar, apenas para comprar! (CAMURRA, 2010, p. 42).

A propaganda é a maneira como a sociedade capitalista encontrou de criar em nós falsas necessidades, mas o que não percebemos é que não temos domínio sobre as nossas escolhas, achamos que conseguiremos dizer sim ou não, entretanto as pessoas “não percebem que ao serem selecionados pelo mercado como consumidores já perderam a liberdade de ignorar o consumo” (BUBNA, 2014, p.16). Conforme aponta Camurra (2010, p.39):

A publicidade, portanto, vai além de vender diversos produtos. Ela cria o hábito de comprar e promove o consumismo, direcionando os desejos para cada novo produto, com promessas de felicidade e sucesso (CAMURRA,2010, p.39).

Diante desses argumentos, a propaganda tomou conta de formas de comunicação e com a sala de aula não iria ser diferente. Encontrou maneiras de influenciar os alunos indiretamente por meio dos gêneros textuais, um conteúdo específico da língua portuguesa nos anos iniciais do ensino fundamental, que está ligada ao fato de, na atualidade, haver um discurso que permeia documentos oficiais que orientam a organização curricular, Isso que estamos afirmando pode ser

observado no trecho a seguir apresentado pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN):

O domínio da língua tem estreita relação com a possibilidade de plena participação social, pois é por meio dela que o homem se comunica, tem acesso à informação, expressa e defende pontos de vista, partilha ou constrói visões de mundo, produz conhecimento. Assim, um projeto educativo comprometido com a democratização social e cultural atribui à escola a função e a responsabilidade de garantir a todos os seus alunos o acesso aos saberes lingüísticos necessários para o exercício da cidadania, direito inalienável de todos (BRASIL, 1997, p. 23).

Segundo Bakhtin (2011), os gêneros textuais são gêneros do discurso e toda atividade humana está relacionada à linguagem e suas formas são os enunciados. Esses discursos são implantados em nosso dia a dia a todo momento e são trabalhados em sala de aula. Com o desenvolvimento da sociedade e com a tecnologia cada vez mais desenvolvida, muitos gêneros foram incorporados aos que já existiam, como: conto, receita culinária, lista de compras, carta, lista telefônica, debate, e-mail, lenda, fábula, biografia, piada, relatório científico dentre outros.

Segundo o Currículo de Educação Infantil e Anos Iniciais do Ensino Fundamental de Maringá (MARINGÁ, 2012), o gênero textual visa desenvolver a oralidade, leitura e escrita nos alunos, sendo seus objetivos específicos:

Oralidade - Utilizar a fala para argumentar, emitir opiniões, criticar, defender pontos de vista, comparar e concluir; Produzir textos orais, a fim de adequá-los à situação de comunicação; Opinar, tecer comentários e posicionar-se criticamente diante de temas/assuntos em evidência; Descrever oralmente personagens, objetos e situações sob diferentes pontos de vista, a fim de desenvolver a observação e a criatividade;

Falar e ouvir evidenciando a compreensão do conteúdo e do funcionamento de diferentes gêneros orais que circulam na sociedade; Realizar entrevistas a partir de um planejamento, a fim de compreender a importância do mesmo na construção desse 'gênero textual; Narrar fatos expressando temporalidade e causalidade, com objetivo de manter a coerência da narrativa; Estabelecer relação entre textos de diferentes tipologias, mas que apresentem tema em comum, para realizar a intertextualidade.

Leitura - Identificar as características básicas dos gêneros trabalhados a fim de perceber como eles se organizam; Identificar os diferentes pontos de vista em textos que tratam do mesmo tema, para verificar a relação estabelecida entre eles (intertextualidade); Distinguir um fato da opinião relativa a este fato, no intuito de preservar sua veracidade; Ler textos do cotidiano para desenvolver a competência leitora; Ler diferentes gêneros textuais, utilizando estratégias de seleção, antecipação, inferência e verificação, visando compreender o sentido global do texto.

Escrita - Produzir diferentes gêneros discursivos, para refletir e se apropriar de suas características (MARINGÁ, 2012 p.371-372).

Já na sua prática social, os objetivos são:

Objetivo Geral Oralidade: Aprimorar a linguagem oral por meio do uso de diferentes gêneros orais em situações reais de comunicação, para o desenvolvimento da competência comunicativa.

Objetivo Geral Leitura: Ler, compreender e interpretar textos de vários gêneros orais e escritos, significativos e funcionais, em diferentes situações sociais.

Objetivo geral Escrita: Desenvolver a função da escrita como suporte do pensamento e a competência sociocomunicativa de expressar-se por escrito (MARINGÁ, 2012, p.371-372).

Os livros didáticos, como um material que sistematiza uma proposta para o ensino fundamental, apresentam propostas para o ensino de diferentes gêneros textuais, dentre os quais o gênero textual propaganda. Trata-se de um material produzido, avaliado e distribuído a todas as escolas públicas brasileiras, mediante normas estabelecidas pelo Ministério da Educação (MEC) por meio do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), que propõe os seguintes objetivos do ensino de língua portuguesa no ensino fundamental:

O processo de apropriação e de desenvolvimento, pelo aluno, da linguagem escrita e da linguagem oral (especialmente das formas da linguagem oral que circulam em espaços públicos e formais de comunicação) em situações o mais complexas e variadas possível; [...] A prática de análise e de reflexão sobre a língua e a linguagem, na medida em que se fizer necessária ao desenvolvimento da linguagem oral e escrita, em compreensão e produção de textos (BRASIL, 2015. p.11).

Sabe-se que os documentos que norteiam a organização do ensino acabam tendo seu conteúdo consubstanciado em livros didáticos. Documento como o Guia do Livro Didático trazem orientações nas quais:

Valoriza-se, ainda, o fato de o livro propor um ensino que conduza o aluno à capacidade de estar em constante processo de aprendizagem, portanto que aprenda a conhecer, por isso a ênfase em propostas que objetivam desenvolver a curiosidade, a realização de pesquisas, o levantamento de hipóteses, dentre outras atividades em que o destaque à forma de encaminhá-las supera ao dado ao próprio conteúdo tratado por elas, tendo em vista que o objetivo maior não diz respeito ao conhecimento, mas ao desenvolvimento da competência de uma aprendizagem contínua, cujo respaldo pedagógico encontra-se nas pedagogias do aprender a aprender, dentre as quais o construtivismo e as pedagogias que dele derivam (GALUCH, 2014, p. 38).

Sabemos que uma vez traduzido em práticas pedagógicas, este discurso traz grandes alterações na forma de organizar e conduzir o ensino. Uma delas pode ser observada, por exemplo, na forma como o ensino de língua portuguesa é conduzido.

Uma rápida passagem por documentos como os PCN, bem como por livros didáticos para os anos iniciais do ensino fundamental nos leva a perceber que desde os primeiros anos enfatiza-se o trabalho com diferentes gêneros textuais, entre eles a propaganda, sob a justificativa de que é necessário incluir nas escolas textos que circulam socialmente, que façam sentido na vida da criança. Este entendimento não está descolado da ênfase que o letramento tem recebido nos últimos anos.

É importante destacar que os livros didáticos, até serem “escolhidos”, pelos professores, passam por um processo de avaliação que ocorre de acordo com o estabelecido pelo PNLD. Esse processo não é tão simples quanto parece, a avaliação é feita por uma seleção de avaliadores, que usam critérios para aprovar ou reprovar um livro, antes dele chegar às escolas, conforme nos aponta o Plano Nacional do Livro Didático:

O trabalho do avaliador é produzir, para cada volume, uma ficha correta, clara, consistente, com boa exemplificação, para fundamentar a tomada de decisão quanto à aprovação ou exclusão da obra pela equipe de coordenação. Com base nas informações das fichas individuais, serão elaborados: 1.uma ficha consolidada da coleção; 2.um parecer de aprovação e uma resenha para meio GUIA; ou 3.um parecer de exclusão da obra. (BRASIL, 2015. p.250).

A primeira etapa da avaliação, que aparece no PNLD (20015), é a Descrição e Caracterização geral do material, onde são detalhadamente descritos os objetivos, como o livro é organizado, os eixos de ensino, área ou foco de ensino do livro, características do Manual do professor e as características do Manual Digital do professor.

Na segunda parte é a Análise Avaliativa, podemos destacar a Abordagem teórico-metodológica no ensino de leitura dos gêneros textuais, no qual são tomados como objetivos desse ensino o uso de todos os gêneros textuais. São avaliadas também as coletâneas de textos, as atividades, o que o livro propõe para o ensino da leitura. Essas características também são avaliadas na oralidade e na fala, abordadas pelo livro didático.

Já na terceira parte ocorre a Síntese Avaliativa da Coleção, onde o avaliador expressa seus comentários sobre cada eixo, dos Manuais dos professores (impresso e digital), e as possíveis falhas que o material possa apresentar.

4- PROPOSTA PARA O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA

Nosso objeto de estudo é a proposta para o ensino do gênero textual propaganda, tomando como fonte o livro didático utilizado na rede municipal de educação do município de Maringá, do quinto ano do ensino fundamental. A opção por este ano deve-se ao fato de ser o último ano do primeiro ciclo dos anos iniciais. O livro de estudo foi o da Coleção Plural, editora Saraiva, que atende as normas do PNLD. A unidade analisada é a quarta que compõe este livro, intitulada “A propaganda é a alma do negócio”, distribuída da 136 à página 191.

O capítulo, assim como o restante do livro, está dividido nas seguintes seções: Começo de conversa, Conhecendo o texto, Entre linhas e ideias, Hora da conversa, Conhecendo outros textos, Refletindo sobre a escrita, Descobertas sobre a língua, Diversão em palavras. Cada seção apresenta uma tipologia de exercícios: Começo de conversa: introdução do conteúdo, com perguntas pessoais; Conhecendo o texto: apresentação de um modelo textual com questionários sobre esse texto; Entre linhas e ideias: trabalhos em grupos, onde o aluno elabora e avalia o desempenho dos colegas; Retomada de conteúdo: com pesquisa entre familiares, internet e livros, abrangendo o campo de pesquisa; Conhecendo outros textos: outros textos, mas do mesmo gênero, com atividades de reprodução; Refletindo sobre a escrita: exercícios gramaticais; Descobertas sobre a língua: atividades para o estudo gramatical; Descobertas sobre a língua: também situações para a aprendizagem da sistematização da escrita, porém sem uma lógica definida; Diversão em palavras: situações que buscam "ensinar" a escrita, sem, no entanto, que o aluno perceba que está aprendendo. Isso é feito por meio de jogos, para que a "aprendizagem" possa ser um momento de diversão.

O gênero textual propaganda é classificado como tipicamente um gênero expositivo, que ao mesmo tempo em que informa explica algo. A princípio o capítulo não traz nenhuma definição do que seria a propaganda, ficando o professor responsável por conceituá-lo. As duas primeiras propagandas são temporariamente diferentes; uma é apresentada com imagens coloridas e a outra com imagens em preto e branco, evidenciando que é antiga, todavia ambas fazem anúncios sobre alimentos.

Em uma das primeiras propagandas que aparecem no livro, está estampado a frase "Temos suco de milho natural", escrita em uma placa. Na outra propaganda, há uma moça dizendo "Para os meus", enquanto segura uma lata de leite em pó. O texto que acompanha, traz um discurso que, o tempo todo, tenta convencer o consumidor de que o leite em pó é melhor que o natural, como podemos ler no texto abaixo:

Leite Ninho – o melhor do mundo. Ninho é fabricado com leite de ordenho recente e de 1º qualidade. Quando V. toma o seu copo de

leite Ninho pode ter a certeza de que está bebendo o melhor leite do mundo obtido de vacas que vivem ao ar livre alimentando-se de ricas paisagens.

Ninho é fresco porque seus estoques são constantemente renovados, graças ao seu grande consumo.

Diga V. também para os meus... Leite Ninho.

Leite Ninho – o melhor.

À venda em todo país em toda parte em latas de 454, 1000 e 2000 de peso líquido (BRANCO; MARINHO, 2011, p.137).

Apesar de a primeira propaganda apresenta apenas uma frase que facilmente pode ser decorada e a segunda um texto longo, ambas trazem o apelo ao aspecto natural do produto anunciado. Observa-se que esses traços são característicos dos períodos em que as propagandas foram construídas, quer dizer, cada uma apresenta marcas de seu tempo: frases curtas caracterizam a linguagem atual, que, com poucas palavras, destacam características, formas de ser e agir, demonstrando que os estudos de comportamentos são amplamente empregados para atingir o consumidor. Trata-se do uso de técnicas cada vez mais sofisticadas para atingir o objetivo do convencimento. Eis a estratégia utilizada pela Indústria cultural, que consegue concretizar a necessidade de a propaganda ser algo de fácil assimilação, deixando transparecer que a qualidade da propaganda é sinônimo de qualidade do produto.

Tendo em vista a grande concorrência, as propagandas devem ser cada vez mais convincentes, portanto, o público está cada vez mais refém da técnica cuja finalidade não é proporcionar o bem ao público, mas ao capital. E, como uma característica da sociedade da pressa, do não ter tempo para a reflexão, do imediatismo, os textos cada vez estão mais reduzidos, diferentemente dos textos de propagandas das décadas de 1960 e 1970. Com isso, não estamos dizendo que os textos maiores tinham a possibilidade de levar os sujeitos à reflexão; estamos afirmando que também os textos são adaptados aos aspectos predominantes de uma época, para que possam atender aos objetivos do capital.

Essas falsas necessidades são criadas pela sociedade industrial desenvolvida, segundo Marcuse (1973), no qual o desejo de ser e ter é maior que a necessidade verdadeira. O mercado consumidor cria essa forma de controle externo

de gostos, de pensar, sentir, agir, onde a propaganda vende um sentimento, um gosto e não mais o produto. Segundo o autor:

Podemos distinguir tanto as necessidades verídicas como as falsas necessidades. "Falsas" são aquelas superimpostas ao indivíduo por interesses sociais particulares ao reprimi-lo: as necessidades que perpetuam a labuta, a agressividade, a miséria e a injustiça. Sua satisfação pode ser assaz agradável ao indivíduo, mas a felicidade deste não é uma condição que tem de ser mantida e protegida caso sirva para coibir o desenvolvimento da aptidão (dele e de outros) para reconhecer a moléstia do todo e aproveitar as oportunidades de cura. Então, o resultado é euforia na infelicidade. A maioria das necessidades comuns de descansar, distrair-se, comportar-se e consumir de acordo com os anúncios, amar e odiar o que os outros amam e odeiam, pertence a essa categoria de falsas necessidades. (MARCUSE, 1973. p.26).

O livro didático apresenta, na sequência, um anúncio do Greenpeace¹ com uma campanha pedindo doações, e uma da Unimed, que também se refere ao meio ambiente. Com esses anúncios, o livro parece atender ao objetivo de a escola formar alunos conscientes e preocupados com as questões ambientais, enquanto o capital caminha de forma oposta, tal como pudemos observar com a tragédia ocorrida em Mariana, no Estado de Minas Gerais, no final de 2015.

Na página 139, o autor expõe os objetivos do estudo do gênero textual propaganda: "análise dos anúncios publicitários, roteiro de propaganda e texto instrucional (BRANCO; MARINHO, 2011, p. 139).

Há uma pequena menção aos meios de comunicação de massa como veículos dos anúncios, como podemos observar em uma das atividades propostas:

Os meios de comunicação em que circulam os anúncios são chamados de meios de comunicação de massa. Recebem esse nome porque dirigem suas mensagens para muitas pessoas ao mesmo tempo. Os meios de comunicação de massa mais comuns são os jornais, as revistas, o rádio, a televisão e a internet (BRANCO; MARINHO, 2011, p.142).

¹ Greenpeace é uma organização não governamental mundialmente conhecida por proteger o meio ambiente, atuando sobre os problemas ambientais que ocorrem em todo o planeta. Greenpeace. **Quem somos?**. Disponível em: < <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/quemsomos/>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

Ao definir esses meios de comunicações, o livro não contextualiza os fatos históricos que levaram esses meios a divulgarem propagandas. Ao ensinar o porquê, seria necessário explicar que as propagandas foram criadas para vender um produto mas a indústria cultural aprimorou esses anúncios para que fossem criadas necessidades nas pessoas, manipulando seus desejos. As pessoas são bombardeadas o tempo todo com esses produtos.

Em quatro exercícios da seção Entre linhas e ideias, é pedido aos alunos que, em grupo, elaborem um texto expositivo sobre a água, que também será utilizado na seção Hora da Conversa na página seguinte. A proposta é para que os alunos, após elaborarem o texto, avaliem os textos dos colegas de classe, observando as seguintes questões:

Vocês escreveram o texto com suas próprias palavras?, Pesquisaram, em diferentes fontes de informação?, A ortografia das palavras foi confirmada no dicionário?, Foi usada pontuação no final de todos os parágrafos? (BRANCO; MARINHO, 2011, p.144).

Esta forma de pensar está voltada para os pressupostos escolanovistas, nos quais era valorizada a iniciativa dos alunos e conteúdos organizados de acordo com os interesses deles, sendo o professor apenas um facilitador na organização do espaço para a aprendizagem. Saviani afirma:

Compreende-se então que essa maneira de entender a educação, por referência à pedagogia tradicional tenha deslocado o eixo da questão pedagógica do intelecto para o sentimento; - do aspecto lógico para o psicológico; dos conteúdos cognitivos para os métodos ou processos pedagógicos; do professor para o aluno; do esforço para o interesse; da disciplina para a espontaneidade; do diretivismo para o não-diretivismo; da quantidade para a qualidade; de uma pedagogia de inspiração filosófica centrada na ciência da lógica para uma pedagogia de inspiração experimental baseada principalmente nas contribuições da biologia e da psicologia. Em suma, trata-se de uma teoria pedagógica que considera que o importante não é aprender, mas aprender a aprender (SAVIANI, 1999, p. 20-21).

A princípio, os exercícios propostos requerem do aluno um olhar crítico sobre as características das propagandas, não apresentam questões reflexivas que fazem o aluno perceber a manipulação da indústria cultural, de criar necessidades que não existem, com suas estratégias planejadas, e que eles deveriam aprender a questionar uma propaganda em vez de elaborar uma, como geralmente aparece proposto nos livros didáticos. Percebemos isso em uma das seguintes atividades:

1. Junte-se a um colega para criar um anúncio que ajude a conscientizar as pessoas sobre a importância de se preservar o meio ambiente. 2. Escolham um tema e escrevam todas as ideias que vierem à cabeça. Os publicitários chamam essa técnica de brainstorming, uma expressão em inglês que significa 'tempestade de ideias'. 3. Desenhem tudo o que vocês acharem que combina com o tema escolhido. Pensem também em fotografias que poderiam compor o anúncio. 4. Escolham as ideias mais interessantes e, em uma folha à parte, criem o anúncio juntando texto e imagem. 5. Antes de criarem o anúncio, leiam atentamente estas orientações.

a) Os leitores precisam compreender a mensagem, a ideia que o anúncio pretende transmitir. b) O anúncio deve convencer as pessoas de que a ideia transmitida é importante. c) A imagem é um elemento importante na propaganda. d) O slogan deve ser curto, significativo e fácil de lembrar. e) O uso de cores e letras diferentes ajuda a chamar a atenção dos leitores.

6. Depois de criarem o anúncio, façam a revisão do trabalho orientando-se por estes itens. Autoavaliação O anúncio pode convencer o leitor? A imagem utilizada foi bem escolhida? Foram usadas letras e cores diferentes? As palavras estão escritas corretamente?

7. Passem o texto a limpo. Caprichem!

8. Depois, com a orientação de um adulto de sua família, escolham pontos estratégicos do local onde vocês moram e afixem as propagandas que vocês criaram (BRANCO; MARINHO, 2011, p.148).

O exercício acima é um retrato de como o gênero textual propaganda é trabalhado na sala de aula de modo a reiterar a ideia de que devemos formar sujeitos competentes para convencer outros, não de refletir sobre o conteúdo do convencimento. O livro usa termos da publicidade como slogan e brainstorming (tempestade de ideias) para pedir aos alunos que criem anúncios publicitários, com as características próprias das propagandas como textos curtos e fáceis de lembrar, imagens, letras coloridas e tem o objetivo de convencer as pessoas sobre

determinado produto e ideias. No oitavo exercício, o aluno deve afixar as propagandas em pontos estratégicos, assim como acontece nos meios de comunicação, onde cada propaganda tem um horário a ser exibida para atingir seu público alvo.

Segundo Saviani (1999), na pedagogia escolanovista, o ensino deve ser um processo de pesquisa, pois os assuntos que tratam de ensino são desconhecidos pelo professor e alunos, sendo assim o ensino seria um projeto de pesquisa que se desenvolveria com uma atividade. Com essa maneira de pensar, a Escola Nova dissolveu a diferença entre pesquisa e ensino, empobrecendo e inviabilizando a pesquisa. Esse empobrecimento de conteúdo ocorria porque não se dominava o que já era conhecido para pesquisar o novo, ao contrário da escola tradicional que fazia inserção do desconhecido pelo que já era conhecido.

Ao mesmo tempo que temos características escolanovistas no livro, por fazerem o aluno sempre trabalhar em grupo e ser responsável pelo conhecimento, por meio de pesquisas, o livro apresenta muitas atividades de reprodução, nas quais os alunos apenas reproduzem o que vêem nas propagandas. Não apresentam uma reflexão crítica sobre o texto. Isso também acontece porque o livro não explica a relação entre propaganda e consumo, não expressa o outro lado do consumo, da manipulação. Bubna (2014), em seu texto sobre análise de livros, defende a seguinte opinião:

Ao analisar este material, percebemos que não é oferecido ao professor propostas para orientar o aluno com os cuidados com o consumo, mas é destacado que conduza o ensino de forma que o aluno compreenda a forma com que o texto é construído para convencer alguém a comprar [...]Mas, ao observarmos as atividades e a proposta do livro, foi possível perceber que o propósito de fazer com que o aluno seja pensante encontra-se totalmente limitado às exigências do mercado, à manutenção da sociedade atual, pois não encontramos atividades que conduzam à reflexão do que lhe é oferecido (BUBNA, 2014, p. 31).

O desejo de atender à demanda do mercado consumidor torna conta de todas e também da sala de aula, onde poderíamos contribuir para a formação de alunos capazes de fazer a leitura da realidade para além dos aspectos que os sentidos

podem captar. Temos de usar esse poder para formar alunos críticos e com pensamento reflexivo e não alunos que são induzidos até mesmo pelo livro didático, material usado no nosso dia a dia.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos ao longo desse artigo refletir sobre como o gênero textual propaganda é proposto em livro didático utilizado em escolas públicas. Para tal, precisamos entender o contexto histórico que levaram a esses padrões.

Durante a tomada pelo poder da burguesia, a cultura acabou virando uma mercadoria. Nessa nova sociedade que se formava, assim como Adorno (2002) critica essa industrialização, até mesmo o divertimento, tudo o que nos satisfaz acabou ganhando um preço a ser pago. Não só a cultura, mas a educação também sofreu transformações com essa sociedade industrializada.

Para o aprimoramento e domínio das grandes empresas no mercado consumidor, foram criados os anúncios publicitários que tomaram contados meios de comunicação e do livro didático, quando seu objetivo é se proporem a estudá-las. Os publicitários estudam e analisam o público que pretendem atingir com suas propagandas e criam estratégias que façam as pessoas acreditarem que precisam urgentemente daquilo. Como afirma Marcuse (1973), a indústria cultural cria falsas necessidades.

Uma forma de essas necessidades serem criadas sem serem percebidas, foi a reformulação do jeito de se ensinar o gênero textual propaganda que está implantado nos currículos de educação das escolas brasileiras. Dessa forma seria possível transformar os alunos em meros reprodutores de anúncios publicitários ao invés de analisá-los de maneira criteriosa e avaliativa.

Diante dos exercícios propostos no livro didático para o gênero textual propaganda, percebemos que o livro supre as necessidades propostas nos PCN, entretanto o tema é abordado superficialmente, deixando de formar um aluno crítico que saiba analisar uma propaganda. O aluno aprende a ser um “propagandista”,

apenas reproduzindo o que é imposto, na escola seria o lugar que aprenderíamos a formar um pensamento consciente por meio do conhecimento.

6- REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. Teoria da Pseudoformação. *Educação e Sociedade*, n. 56, ano XVII, p. 388-411, Dez./ 1996.

ADORNO, T. W. *Indústria Cultural e Sociedade*. 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <
https://drive.google.com/folderview?id=0B4UG_F2QeFUISDF1UWZ1UkprUWs&usp=sharing
 >. Acesso em: 10 ago. 2015.

BAKHTIN, M. M. **Os Gêneros do discurso**. In: _____. *Estética da criação verbal*. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011, p. 261-306.

BANDEIRA, B. S.; OLIVEIRA, A. R. Formação cultural e semiformação: contribuições de Theodor Adorno para pensar a educação hoje. *Educação*, Porto Alegre, v. 35, n. 2, p. 225-232, maio/ago. 2012. Disponível em: <
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/viewFile/11636/8028>>. Acesso em: 16 out. 2015.

BRANCO, M. G; MARINHO, L. F. *Coleção Plural: Língua Portuguesa*, 4º ano. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2011

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: língua portuguesa*. Brasília: MEC, SEF, 1997.

_____. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. *Guia de livros didáticos: PNLD 2016 ensino fundamental*. Disponível em: <
file:///C:/Users/J%C3%A9ssica/Downloads/pnld_2016_alfabetizacao-e-letramento-e-lingua-portuguesa.pdf>. Acesso em: out. de 2015.

BUBNA, G, M, **O ensino do genero textual propaganda: reflexões sobre propostas de prática pedagógica para os anos iniciais**. Maringá: 2014. (Relatório de Pós-Graduação).

CAMURRA, L. O sujeito contemporâneo e a mediação docente na cultura da mídia. 2010. 102 p. Dissertação (Mestrado em Educação)-Universidade Estadual de Maringá. Maringá, 2010

GALUCH, M. T. B. O ensino nos anos iniciais do ensino fundamental: Perspectiva de formação e práticas pedagógicas. São Paulo: 2014 (Relatório de pós-doutorado).

GREENPEACE. Quem somos?. Disponível em: <
<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/quemsomos/>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T.; Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

MARCUSE, H. A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1973. 69 p. Tradução de: Giasoné Rebuá.

MARINGÁ. Prefeitura do Município de Maringá. Secretaria Municipal de Educação. Currículo da Educação Infantil e Anos Iniciais do Ensino Fundamental. 2012.

PERRENOUD, F. Dez novas competências para ensinar. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SAVIANI, D. Escola e Democracia: teorias da educação, curvatura da vara, onze teses sobre educação e política. 32 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 1999.