



II CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

UMA PROPOSTA DE LEITURA NO ENSINO MÉDIO NA VISÃO DIALÓGICA DA LINGUAGEM: GÊNERO ANÚNCIO EM SALA DE AULA

Ramísio Vieira de Souza (1); Almir Anacleto de Araújo Gomes (1); Mikaylson Rocha da Silva (2); Raquel Monteiro da Silva Freitas (3); Maria de Fátima Almeida (1)

Universidade Federal da Paraíba- UFPB, v.ramísio@yahoo.com.br (1); Universidade Federal de Campina Grande- UFCG, almir.ufcg@gmail.com (1); Universidade Federal da Paraíba- UFPB, mikaylson_rocha@hotmail.com (2); Universidade Federal da Paraíba- UFPB, kelzinha_cades@hotmail.com (3)
Universidade Federal da Paraíba- UFPB, falmed@uol.com.br (1)

RESUMO

Este trabalho¹ tem como objetivo apresentar experiências de ler no Ensino Médio, à luz do dialogismo de Bakhtin (1981/1982), que concebe a linguagem como interação e de Almeida (2004) para quem a leitura é uma construção de sentido da tríade, leitor- texto- autor. Essa relação faz parte de sua proposta que postula a linguagem enquanto interação e ler num processo que envolve várias vozes. Tomamos como fundamentação teórica as contribuições dos autores Bakhtin (1981); Irlandé Antunes (2003); Maria de Fátima Almeida (2008); João Wanderley Geraldi (1996); José Luiz Fiorin (2006); e os Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio (2000/2006). O trabalho é de natureza qualitativa e tem como *corpus* dois anúncios publicitários de *O boticário*². A partir deles, descrevemos as etapas da aula de leitura que são: interpretação, produção textual, análise linguística, avaliação e sugestão de leituras conforme o texto lido. Espera-se que esse estudo possa dinamizar as aulas de leitura no Ensino Médio e contemplar a perspectiva dialógica do discurso, por contemplar a construção de sentidos a partir de fatores sociohistóricos e ideológicos e ver o texto como uma relação de sentidos estabelecida pelos interlocutores na comunicação.

Palavras-chaves: Leitura, Dialogismo, Ensino, Gênero.

¹ Pesquisa vinculada ao Projeto Linguagem e Ensino do projeto "A construção do sentido na escola" coordenado pela professora Maria de Fátima Almeida, e vinculado ao DLCV e ao PROLING/UFPB.

² "O Boticário é uma das unidades de negócios do Grupo Boticário, organização criada em 2010 para atuação multinegócios, nos setores de beleza e moda." Para mais informações acesse: <http://www.boticario.com.br/institucional/conheca-mais-sobre-o-boticario>.



II CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

INTRODUÇÃO

A escola é umas das responsáveis por formar leitores críticos, que possam enxergar e dar sentido aos diferentes signos. Logo, a formação de um leitor começa desde cedo, principalmente na segunda fase do ensino fundamental, que o aluno passa a conhecer e adquirir gosto pela leitura dos diferentes textos que contribuem para o aprendizado e, conseqüentemente, produção de novos conhecimentos que serviram para a formação do cidadão. No entanto, o que predomina é uma visão distorcida do ensino de língua na sala de aula no Ensino Fundamental e Médio, sendo esse último foco deste trabalho, apesar dos PCN (1998) e os PCNEM (2002) já corroborarem com a contextualização de acordo com a realidade social do educando e com as práticas sóciohistorica do conhecimento.

O ensino de língua portuguesa na proposta dialógica é discutido nos PCNEM (2002), que afirma que a língua é dialógica, por isso não é possível dissociá-la do contexto social. Ele sugere a leitura dos diferentes gêneros discursivo que, segundo Bakhtin (2011), são “tipos relativamente estáveis de enunciados”, por considerar a interação social entre os sujeitos que são participantes ativos da construção do sentido. Mas, na realidade, o que predomina é um ensino descontextualizado, porque há um privilégio do ensino de gramática e não do texto enquanto prática sociohistórica e ideológica do conhecimento. Quanto à leitura, ela é esquecida e, quando há, fragmentada, porque são considerados outros fatores em detrimento de uma leitura compartilhada, interativa e construtora de sentidos.

A língua, vista na perspectiva dialógica da linguagem, passa a significar, porque é através dela que o sujeito age no mundo e interage com outros produzindo enunciados, portanto nas relações dialógicas estão envolvidos contextos sociais, históricos e ideológicos que contribuem para que o aluno entenda que a língua/linguagem ensinada na escola não é diferente da que faz uso nas interações verbais. Então, visando contribuir com o ensino da leitura em sala de aula, apresentamos o estudo que tem como objetivo apresentar experiências de leitura com anúncio publicitário no ensino médio, à luz da proposta dialógica da linguagem.



II CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

METODOLOGIA

Tomamos como fundamentação teórica as contribuições de autores que abordam a leitura em sala de aula na perspectiva dialógica da linguagem. Assim, encontramos como material base, que fundamenta esse estudo, as obras de Mikhail Bakhtin (1981); Irandé Antunes (2003); Maria de Fátima Almeida (2008). Além de João Wanderley Geraldi (1996); José Luiz Fiorin (2006) e os Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio (2000/2006). Em seguida, descrevemos os aspectos que consideramos relevantes para o desenvolvimento do estudo. O trabalho é de natureza qualitativa e tem como *corpus* 2 anúncios publicitários de *O boticário*, os quais foram apresentados sob a orientação do dialogismo de Bakhtin (1929/1981). Elaboramos etapas da aula que contemplam os aspectos linguísticos, semânticos e pragmáticos da linguagem que fazem o aluno enxergar que a aula é um gênero discursivo, pois apresenta uma organização que é planejada pelo professor

A sequência do texto traz, inicialmente, a teoria dialógica de Bakhtin (1929/1981), presente nas obras de alguns autores e discussão dos aspectos que julgamos relevantes para a leitura do gênero textual anúncio publicitário. Em seguida, apresentamos a leitura e a interação em sala de aula. Descrevemos as etapas de uma aula de leitura que são: interpretação, produção, análise linguística e avaliação e sugestão de leitura. Por fim, tecemos alguns comentários e apontamos algumas conclusões.

RESULTADO E DISCUSSÃO

A teoria dialógica da linguagem

No livro *Introdução ao pensamento de Bakhtin*, o escritor Fiorin (2006) faz um panorama do pensamento do filósofo Russo revelando que ele é o responsável por enunciar o princípio do dialogismo que dar origem à concepção bakhtiniana de linguagem.



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

Para Bakhtin (2011), no processo de comunicação, todo enunciado é dialógico, porque nele existe uma dialogização da palavra do outro. Logo, no discurso do enunciador está presente a voz do outro. “Por isso, todo discurso é inevitavelmente ocupado, atravessado, pelo discurso alheio. O dialogismo são as relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados (FIORIN, 2006, p. 19).

Nessa perspectiva, o objeto seja ele interno ou externo é alvo de um ponto de vista, ou seja, passa pelo discurso alheio que, por exemplo, pode categorizar, avaliar, exaltar ou contestar. Desse modo, os diferentes valores realizados ao objeto são dotados do discurso alheio que o circunda. Afirma Fiorin (2006, p. 19) que “[...] toda palavra dialoga com outras palavras, constitui-se a partir de outras palavras, está rodeada de outras palavras”. Esse é o pensamento bakhtiniano que contribui para a concepção dialógica de linguagem que se tem atualmente. O dialógico não são as unidades linguísticas (sons, palavras e orações), mas as unidades reais de comunicação.

Nessa visão, durante a análise dos textos são consideradas as diferentes vozes (construções ideológicas e sempre históricas) que são incorporadas aos enunciados. Então, discutir e analisar a vida de um determinado autor não significa dizer que irá analisar o caráter histórico-social dos enunciados, presente no texto. Por isso, é importante ter como referência o gênero discursivo e a análise das vozes, como também haver a interação entre os envolvidos no ato da leitura, para haja a reflexão e construção do conhecimento do leitor.

Na perspectiva dialógica da linguagem, a leitura é interação e, assim, a construção de sentido do texto acontece por meio da relação entre o leitor, o autor e o texto, como afirma Almeida (2004). Essa é a proposta dialógica, que postula a linguagem enquanto interação e consequentemente, ler é um processo que envolve várias vozes, além do contexto histórico e social. Essa é a contribuição bakhtiniana que é sugerida para a escola do século XXI, a qual necessita de profissionais bem formados e de material específico para um público também exigente e cercado por variadas tecnologias de comunicação rápida. Assim, o ensino de língua precisa acompanhar o desenvolvimento científico e tecnológico e levar à sala de aula as teorias e os conhecimentos produzidos pelas pesquisas recentes.



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

Notamos que a língua por ser social já ocasiona um processo de interação entre a criança e o adulto, durante o processo de aquisição da linguagem, que proporciona a internalização da palavra alheia e também da compreensão do mundo, para posteriormente se apropriar dela e torná-la própria, utilizando-a na compreensão das palavras novas e assim sucessivamente. Nesse processo, vamos nos tornando sujeitos construtores de novas palavras e enunciados. Desse modo, a sociedade é constituída pelos sujeitos que são constitutivamente ideológicos e movem os enunciados que são produzidos sóciohistoricamente.

Apesar da teoria de Bakthin (2011) apontar o caráter dialógico da linguagem, afirma Antunes (2003) que a escola ainda privilegia a prática da memorização das regras ortográficas, em detrimento de uma leitura prazerosa. A aula de leitura só terá sentido quando ela deixar de ser uma simples decodificação ou aquela sem finalidade alguma e partir para a leitura compartilhada, reflexiva e constitutiva de sentido. Assim sendo, a leitura é um processo de construção de sentidos em que estão em jogo diferentes vozes, compreendidas pela interação leitor/autor/texto. No ato da leitura, são acionadas vozes do texto que são confrontadas com o conhecimento de mundo do leitor, analisadas e incorporadas ou não por ele. “A leitura depende não apenas do contexto linguístico do texto, mas também do contexto extralinguístico de sua produção e circulação” (ANTUNES, 2003, p. 77). O texto é social, assim são considerados outros fatores, durante a leitura, e não somente o contexto linguístico, porque esse não é suficiente para construção do sentido pelos leitores envolvidos no processo de ler.

Depreende-se que durante a leitura estão envolvidos o leitor, o texto e o autor, formando uma tríade para produção de sentido do texto. Nessa relação, o texto tem sentido e não é compreendido apenas como um amontoado de palavras. A leitura, vista nessa concepção, não tem uma única forma e nem deve ser compreendida como algo acabado ou sem sentido. A leitura não é uniforme, primeiro porque o texto é polissêmico, ou seja, proporciona vários sentidos e não somente um único. Além disso, depende da intenção que se pretende alcançar, por isso que seus objetivos e estratégias tem que ser bem definidos.

É por essa razão que não se pode dizer que o sentido de um texto já está dado pelos recursos lingüísticos pelos quais esse texto é construído. Afinal, o sentido atribuído



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

às formas simbólicas está relacionado aos usos que os grupos fazem dos sistemas nos quais elas se encontram; portanto é variável, assim como são distintos os grupos sociais. Mas o sentido também está relacionado ao contexto efetivo em que se dá a interação, à singularidade de seus participantes, às suas demandas, a seus propósitos, aos papéis sociais nos quais eles se colocam, etc. Em suma, pode-se dizer que o sentido é indeterminado, surge como efeito de um trabalho realizado pelos sujeitos (PCNEM, 2006. p. 25).

O PCNEM (2006) mostra que o sentido do texto não é dado pelos recursos linguísticos, mas está relacionado aos usos que os grupos fazem nas situações sociais, ou seja, ao contexto histórico, cultural e social, que juntos são significativos. Ele afirma também que o sentido é indeterminado e o sujeito é responsável por sua significação. No entanto, o que se observa no ensino da leitura é o privilégio dos aspectos linguísticos, deixando de lado a reflexão do contexto historicamente social.

É importante observar que durante as aulas de leitura, além da tríade, tem o mediador que é o professor que é extremamente importante no processo de aprendizagem do aluno, porque ele, muitas vezes, está adquirindo o gosto pela leitura e o docente influenciará nessa etapa de sua formação. Nesse caso, a maneira como a aula de leitura será ministrada será um ponto decisivo na formação de muitos leitores. Convém que o professor saiba que a leitura é uma atividade interativa e produtiva e requer atenção do gênero a ser lido. Por exemplo, não lemos uma receita da mesma maneira que lemos um conto.

Também é considerado o conhecimento prévio e o contexto extralinguístico dos alunos durante a leitura do texto. No que diz respeito à leitura na perspectiva dialógica, a pesquisadora Almeida (2008) faz uma trajetória dos modos de ler, incluindo as diversas perspectivas teóricas. A referida pesquisadora postula que ler é um processo interativo de construção de sentido em que se articulam o autor, leitor e texto.

A leitura é um evento dinâmico, é uma atividade processual que atinge tanto a produção quanto a recepção do texto. O ato de ler consiste numa atividade realizada na interação entre o escritor, o leitor e o texto, no qual o significado resulta de uma transação ou encontro e não pode existir fora dessa relação (ALMEIDA, 2008, p. 74).

A autora também expõe a importância da abordagem dialógica da leitura em sala de aula e reforça que a orientação, principalmente quando mediada pelo professor, faz o aluno



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

perceber a língua em seus diferentes usos nas práticas comunicativas de linguagem. Na formação de alunos leitores, Almeida (2008, p. 24) diz que “[...] cabe ao professor dispor de conhecimentos suficientes para proporcionar ao aluno o desenvolvimento e a estruturação da capacidade comunicativa ou para adequar o ato verbal à variedade de situações de enunciação”.

Ritual da aula na visão dialógica da linguagem: O gênero discursivo anúncio publicitário:

O gênero discursivo anúncio publicitário tem por finalidade persuadir³, ou seja, convencer o receptor a adquirir aquele determinado produto. Então, a criatividade e extremamente importante na elaboração do anúncio, como também conhecer o público- alvo porque ele define as estratégias a serem aplicadas. O anúncio publicitário, geralmente, apresenta: título (criativo e atraente); corpo do texto (desenvolvimento da ideia sugerida no título, com frases curtas, claras e objetivas) e identificação do produto ou marca que funciona como uma “assinatura” do anunciante. A partir dessas informações, o aluno poderá ser instigado a perceber, no anúncio, a presença dessas características desse gênero discursivo.

Os anúncios publicitários de *O boticário* são desenvolvidos pela ⁴AlmapBBDO que é uma agência especializada em propagandas, criada no dia 3 de julho de 1993 pelo publicitário ⁵ Jose Luiz Madeira e Marcelho Serpa que se associam à Almap. O objetivo da agência é: “levar as marcas de seus clientes ao sucesso com planejamento estratégico relevante somado as ideias criativas sedutoras”. Percebemos a presença sedutora nas cores chamativas e na beleza das personagens presentes nos anúncios. O texto circula na televisão, revistas, sites e outros suportes.

O texto tem a finalidade de convencer o leitor a adquirir o produto que, nesse caso, seria os produtos da marca *O boticário*, para isso usa da criatividade para convencê-lo. O

³ Oliveira, Ana Tereza Pinto de. *Minimanual compacto de redação e estilo: teoria e prática*. São Paulo. Ed: Rideel, 1999.

⁴ BOTICÁRIO. Disponível em: <http://www.boticario.com.br/institucional/conheca-mais-sobre-o-boticario>. Acesso em: 08 de abr. de 2013.

⁵ ALMAPBBDO. Disponível em: <http://www.almapbbdo.com.br/index.php#section=agencia>. Acesso em: 08 de abr. de 2013.



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

público que o anúncio se dirige é o feminino que iria, nesse caso, colocar “o lobo mau na coleira”, ou seja, colocar os homens na coleira. A figura do lobo, selvagem, grosso, com garras ferozes, serve para mostrar que até ele não resistiria aos encantos sedutores da mulher que comprar os produtos dessa marca. Então, são essas vozes que estão presentes no texto, essas que serão acionadas a partir da leitura, logo, aqui, requer um conhecimento prévio dos contos de fadas (discurso presente nas entre linhas do anúncio e no não- verbal) para que haja a contrução do conhecimento por parte dos interlocutores, como também dos valores ideológicos e sóciohistorico.

A polifonia, presente no texto, é conceituda por Bakhtin (2008, p. 308) como “Um cruzamento, a consonância ou a dissonância de réplicas do diálogo aberto com as réplicas do diálogo interior dos heróis. Em toda parte um determinado conjunto de ideias, pensamentos e palavras passa por várias vozes imiscíveis, soando em cada uma de modo diferente”. Então, a polifonia seria, nesse caso, a tomada de posição dos sujeitos interlocutores envolvidos no processo de construção de sentidos da leitura, acionadas pelo coro de vozes que participam do processo dialógico da linguagem.



Figura 1- Anúncio Publicitário de O Boticário⁶



Figura 2- Anúncio Publicitário de O

A presença das cores chamativas também é um recurso usado no texto publicitário, para convidar o leitor a ler o texto. Então, aqui tá presente um discurso que procura convencer a todos, também está presente a imagem da mocinha branca e loira (discurso midiático), do rostinho bonito que, além disso, usa um produto para se tornar ainda mas atraente. O corpo

⁶ A história sempre se repete. Toda Chapeuzinho vermelho que se preze, um belo dia, coloca o lobo mau na coleira.



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

também é marcado social e historicamente, ele que está inscrito as marcas de uma sociedade que dita o que é bonito, atraente, sensual, impondo valores a ser seguido.

Quanto à coerência é a organização das ideias e dos argumentos que o texto apresenta, nos anúncios publicitários, podemos perceber que há uma coerência entre o texto verbal e o não verbal, um completando o sentido do outro e vice-versa e coesão que é a ligação entre os elementos conectivos do texto, que provoca o encadeamento de ideias. Percebemos, também, uma inversão da história, ou seja, a chapeuzinho que vence o lobo por usar um perfume.

Uma das funções que o professor poderá, também, abordar é a função conativa, que tem como função influenciar o destinatário por meio do esforço, que também é chamada de apelativa, como o próprio nome diz apela, ou seja, tenta convencer o receptor através de ordens, súplicas, chamamentos ou exortações. Os textos produzidos procuram se adaptar as condições sociais, linguísticas e psicológicas de quem o recebe, para que o convença. Para isso, usa-se de verbo no modo imperativo (“compre”) e de verbos e pronomes na 2ª ou 3ª pessoas, concordando com o pronome de tratamento você: “Compre (você)”. Diante dessas informações, o professor poderá fazer alguns questionamentos: Nos anúncios publicitários há o uso do imperativo? Cite-os. Quem é que vai colocar o lobo mau na coleira?

Os anúncios publicitários também estimulam o professor a trabalhar a intertextualidade, ou seja, a relação entre os dois textos, caracterizado por um citar o outro (presença de diferentes vozes). Ao lado do anúncio se lê: “Use o Boticário e ponha o lobo mau na coleira”. Tendo em vista o cruzamento da linguagem verbal e não verbal, explique a relação existente entre os textos. Esse questionamento permite o aluno denotar o que sabe sobre linguagem verbal e não verbal. A qual conto de fada o anúncio publicitário faz referência? O que você sabe sobre esse conto?

Nesse momento, o professor poderá interagir com os alunos, sobre alguns contos de fadas que eles conhecem. Investigar o que eles sabem, interrogando-os: O que são contos de fadas? O que eles transmitem de geração a geração? Focar a intertextualidade e a diferença entre os textos, como também a apropriação de um discurso já existente para a construção do outro. Mostrar que os enunciados são marcados pelo discurso alheio e que um constitui o outro.



II CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

Na etapa de produção, o professor poderá pedir a produção de um conto de fadas a parti da leitura do anúncio, explicitando como seria o lobo mau na atualidade. A função dessa atividade é colocar em prática o que aprenderam durante as discussões anteriores e interagir com os colegas. Aqui, o professor perceberá se ficou claro o gênero discursivo anúncio publicitário, assim como alguns conteúdos abordados durante a aula. Orientar os alunos que seus textos terão leitores e que serão publicados no mural da escola, para que eles percebam que não escrevemos sem uma função social e que o texto circula socialmente.

Na etapa de análise linguística, que acontece após a primeira escrita, o professor poderá pedir para que os alunos troquem suas produções e realizem algumas observações e sugestões na produção do colega. Ele irá verificar se a linguagem está adequada e se o texto está coerente com a proposta de produção. Além disso, a ortografia será verificada, como também e estrutura do gênero textual solicitado.

Nesse momento, é fundamental a mediação do docente, porque essa etapa é a que, geralmente, o aluno tem dúvidas. Ele poderá selecionar algumas produções que apresenta inadequações linguísticas ou organização do gênero discursivo solicitado, na produção, e realizar uma correção coletiva, adequando os termos que estavam inadequados. Em seguida, ele irá realizar uma reescrita, verificando a linguagem e realizando as devidas adequações linguísticas.

Finalmente, na etapa de avaliação e sugestão de leitura, o docente poderá realizar uma avaliação coletiva para que os alunos possam participar desse processo. Quais conteúdos foram abordados? O que você aprendeu? Você sabe o que é intertextualidade? Como a função apelativa ou conativa pode estar presente num anúncio publicitário?

Por fim, o professor poderá sugerir alguns textos ou *sites* em que o aluno encontrará outras informações a respeito do tema abordado e dos conteúdos que foram discutidos durante a aula. Como, por exemplo, ver outros textos que apresentam intertextualidade ou que apresentam uma leitura verbo- visual. Essa visão, entende o ensino como uma construção coletiva em que todos são participantes do processo de aprendizagem.



II CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reflexão ao logo do estudo teve como objetivo apresentar experiências de leituras com o gênero anúncio publicitário ao ensino médio, à luz da proposta dialógica da linguagem, justificada pela escassez de aulas de leitura e, quando há, são considerados aspectos linguísticos em detrimento do texto. A leitura do anúncio publicitário constituiu etapas de como deve proceder à aula de língua portuguesa, tornando-a produtiva e significativa para o aluno.

Apresentamos o ritual da aula, ou seja, como a ela deve acontecer, para que seja significativa para o aluno e permita adquirir novas estratégias de leitura que contribuam no processo de construção de sentido. Do mesmo modo como propôs Geraldi (1991, p. 17), para quem “a aprendizagem da linguagem já é um ato de reflexão sobre a linguagem”, e o querer compreender a fala do outro, a leitura do outro é fazer-se compreender por ele no diálogo interativo. O conhecimento de mundo que o aluno traz deve ser considerado e aprofundado na aula de língua portuguesa, levando-o a refletir sobre sua própria língua e ensiná-lo a adequá-la nas situações sociais.

A leitura não deve ser esquecida ou deixada de lado, porque ela é construtora de sentido e nos leva a entender o mundo em que vivemos. Ler é um evento dinâmico, é uma atividade processual que atinge tanto a produção quanto a recepção do texto. Então, o ato da leitura é compreendido como uma atividade que ocorre na interação entre o leitor, autor e texto, para produção de sentidos que é resultado de uma transação ou encontro e não pode existir fora dessa relação. O dialogismo contribui para uma reflexão do texto, pois analisa os enunciados com olhar sócio histórico e o vê como um todo e não como algo acabado, que sempre está em construção. Portanto, nunca fazemos a mesma leitura, porque não existe uma forma pronta de se ler.



II CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria de Fátima. **As múltiplas faces da leitura: a construção dos modos de ler**. Graphos (João Pessoa), 2008.

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

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1981.

_____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRASIL. SEF. **Parâmetros Curriculares Nacionais: primeiro e segundo ciclos do ensino fundamental: Língua Portuguesa**. Brasília, MEC/SEF, 1997.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Médio**. Brasília: MEC/ Semtec, 2002.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Médio**. Brasília: MEC/ Semtec, 2006.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

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

GERALDI, João Wanderley. **Linguagem e ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 1996.