

# UTILIZAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NA AULA DE LÍNGUA ESPANHOLA: O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA INTERCULTURAL

## EL USO DE ANUNCIOS EN LA CLASE DE LENGUA ESPAÑOLA: EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA INTERCULTURAL

**Thayene Schiapati Velho Borges**  
Centro Universitário Moura Lacerda – Ribeirão Preto

### RESUMO

O presente trabalho constitui-se como um relato de experiência, que pretende discutir como a utilização de anúncios publicitários de países de língua espanhola pode contribuir para a formação da competência intercultural nos alunos de uma escola pública do interior do estado de São Paulo, bem como contribuir para a compreensão de aspectos da língua espanhola. Como referencial de teoria, foram considerados estudos relacionados à multiculturalidade, interculturalidade, à função social da língua e ao gênero publicitário.

**Palavras-chave:** Interculturalidade; publicidade; cultura.

### RESUMEN

El presente trabajo se pone como un relato de experiencia, que tiene como punto central discutir como la utilización de artículos de la prensa de países de lengua española pueden ayudar en la formación de la competencia intercultural en los alumnos de una escuela estadual en el interior del estado de São Paulo, así como también contribuir para la comprensión de aspectos de la propia lengua española. Como referencial de teoría, fueron considerados estudios relacionados con la multiculturalidad, interculturalidad, la función social de la lengua y el género publicitario.

**Palabra-clave:** Interculturalidad; publicidad; cultura.

Neste trabalho, relatamos nossa experiência como professora de língua espanhola e o trabalho com a cultura na sala de aula de língua estrangeira, a partir da utilização de quatro vídeos de anúncios de propagandas, sendo cada uma delas de um país distinto falante de língua espanhola (1 da Espanha, 1 do México e 2 da Argentina). Para esclarecermos ao leitor sobre as bases teóricas que deram suporte a este trabalho, iniciaremos tratando os referenciais teóricos, pensando ser importante o esclarecimento de tais referenciais para a compreensão do todo.

Optamos por estudar o tema cultura na sala de aula de língua estrangeira (de agora em diante LE) por entendermos que aprender uma língua estrangeira é um processo complexo e que não se resume a aprender regras gramaticais. A competência gramatical é apenas uma das competências que desejamos que o aluno alcance quando ensinamos uma LE, portanto, segundo a Proposta Curricular para o ensino de língua espanhola da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo (2009, p. 8), “não é possível limitar-nos às tradicionais competências léxicas, gramaticais e fonético-fonológicas. Ignorar a dimensão social do uso da língua ou as competências discursivas e organizativas equivaleria a permanecermos apenas no “esqueleto” da comunicação”.

### **Aprender língua estrangeira**

Quando estamos ocupados com a construção profissional do processo de ensino de uma nova língua são muitos os aspectos a ser considerados dentro da perspectiva de uma abordagem (uma filosofia de ensinar) que se instalou em nós tacitamente ou em vários graus de consciência propiciados por nossa formação e por características e circunstâncias pessoais (ALMEIDA FILHO, 2002, p.209).

O parágrafo acima nos remete à concepção do ensino de línguas baseado em uma dada abordagem como norteadora de todo um fazer do professor de línguas. É a partir dela que o profissional de ensino de LE vai conduzir seu fazer diário em sala de aula, e dela também partem as concepções que este profissional tem de língua e do que seja ensinar e aprender línguas.

Segundo Almeida Filho (2005, p.41), “o grande papel composto da língua estrangeira é basicamente educacional-cultural-comunicacional, de preparar o contato com falantes e culturas estrangeiras na medida em que faz sintonia com os propósitos da escola na formação do educando”. Portanto, reitera-se aqui a definição de ensino de língua estrangeira como um processo de aprender não somente o código linguístico de um determinado povo, mas sim um conjunto de elementos culturais que personificam tal comunidade como falantes de determinada língua.

Ainda segundo Almeida Filho

[...] aprender uma língua não é mais somente aprender outro sistema, nem só passar informações a um interlocutor, mas sim

construir no discurso (a partir de contextos sociais concretos e experiências prévias) ações sociais (e culturais) apropriadas (2005, p. 81).

Concebendo o aprendizado de línguas para e na comunicação, temos um cenário que de forma alguma pode desconsiderar o contexto cultural em que essa língua é realizada. Aprender língua é conhecer mais que comidas típicas, danças, músicas, é conhecer as formas de pensar e agir de determinado povo, seus valores, crenças e atitudes perante certas situações. “Aprender LE assim é crescer numa matriz de relações interativas na língua-alvo que gradualmente se desestrangeiriza para quem a aprende” (ALMEIDA FILHO, 2002, p.15).

Como sistema de representação de um povo, a cultura e a língua são elementos que estão intimamente ligados na medida em que uma (língua) é refletora da outra (cultura) e, desta forma, a língua carrega todos os elementos que influenciam a sociedade.

### **Definição de cultura, multiculturalidade e de interculturalidade**

A palavra cultura é frequentemente pronunciada na área de ensino/aprendizagem de línguas, porém, muitas pessoas a utilizam apenas para designar uma representação que têm da produção artística de determinado povo, tal como suas obras de arte, sua literatura, suas instituições sociais.

Aquela cultura presente no dia a dia do povo, em suas crenças e valores, poucas vezes é valorizada na maioria dos cursos de idioma e mesmo nas escolas públicas e particulares. Segundo Kramsch (2009, p.117), esta definição de cultura remete a “um conjunto de atitudes e de crenças, as visões de mundo, os comportamentos, as lembranças comuns aos membros dessa comunidade.” Portanto, no ensino de uma língua estrangeira, o ensino da cultura deve privilegiar não somente a cultura que chamamos de “Cultura”, mas conjuntamente a “cultura” que forma o conjunto de elementos característicos de um determinado povo falante de uma língua.

O ensino da cultura na aula de LE deve ser visto (em um paradigma comunicativo) não como o ponto principal, como foco do processo de ensino/aprendizagem, mas como ocupando o mesmo lugar da língua dentro do processo, pois, segundo Almeida Filho (2002), priorizando o ensino de um ou outro (língua ou cultura), haverá prejuízos para o processo e dificuldades para o trabalho do professor.

O conceito de multiculturalismo remete a enriquecimento do currículo nacional de uma nação, portanto, tem como objetivo sensibilizar os estudantes para as diferenças existentes dentro de seu país a fim de promover a diminuição das diferenças nacionais e a busca pela promoção da igualdade nacional.

Tendo em mente as duas concepções descritas acima, podemos chegar ao conceito de interculturalidade, que, neste trabalho em particular, nos interessa deixar claro.

A interculturalidade pode ser entendida como qualquer tentativa de ensinar algo mais sobre as pessoas de outro país além da língua pela língua. Um ensino intercultural prioriza a relação com o outro, e é nesta relação que o aprendente torna-se um ser que analisa e se torna capaz de compreender a realidade do outro e da sua própria, enxergando como os fatos culturais constituem o tecido de uma sociedade, ou seja, como estão relacionados à forma de viver, de agir e de pensar de um povo.

Um ensino de línguas baseado em uma visão intercultural leva a um desenvolvimento de uma identidade bicultural do aprendente, que se posicionando entre as duas culturas, os dois modos de compreender a realidade muitas vezes diferentemente, torna-se capaz de relativizar os fatos combatendo estereótipos e, portanto, uma pessoa com identidade bicultural.

Sendo a língua aqui compreendida como prática social e que, portanto, é repleta de complexidades e de mesclas, deduzimos que a realidade cultural também é tão complexa e heterogênea quanto a própria língua, daí então não é possível fazermos generalizações a respeito de características da cultura de um país, como verdade absoluta. O que acontece a um conjunto de elementos de uma nação, de forma nenhuma, pode ser visto como a representação da totalidade deste povo. O ensino intercultural prioriza sempre a relativização e a consciência crítica do aluno, levando-o a pensar sobre o lugar do outro ou de um grupo de pessoas como representativo apenas de situações em particular. Segundo Kramersch (2009, pg.128), “é exatamente a tomada de consciência do conflito intercultural e da incompatibilidade dos valores que nos obriga a refletir e a expressar, literalmente, nos termos de nosso interlocutor”, ou seja, somente quando o aluno se dá conta e reflete sobre as diferenças existentes entre a sua realidade cultural e a realidade cultural do outro, é que há um crescimento como cidadão e que poderá contribuir para o desenvolvimento de um país mais tolerante as diferenças e crítico em todas as esferas da sociedade em que vive.

Não podemos deixar de dizer que muitos fatos culturais trabalhados na sala de aula de LE podem contribuir para uma supervalorização da cultura do outro em detrimento da cultura nacional do aluno. Nós como professores (e trabalhando numa perspectiva intercultural) temos que deixar claro que as duas culturas têm seu lugar no processo e que é no encontro e na reflexão das diferenças entre elas que forneceremos a experiência cultural-educacional ideal para o amadurecimento crítico dos alunos, pois, de acordo com Almeida Filho,

[...] já podemos depreender que o cultural num cenário de aprendizagem comunicativa precisa atravessar o limite da própria cultura (e aí temos o sentido transcultural) quando a consciência dela o permitir, e instalar-se no intercultural que implica a reciprocidade de viver (mesmo que temporariamente) na esfera cultural do outro e simultaneamente ter o outro

confortavelmente na nossa esfera de cultura (2002, p.211).

A cultura é expressa através da língua, determinando o falar, o comportamento, os modos de pensar das pessoas. A língua, por sua vez, é determinada pela cultura, tanto que cada comunidade fala de uma forma diferente da outra. Desta maneira, a abordagem intercultural na sala de aula de LE é evidente e se justifica. Não é suficiente ensinar o aluno a falar, ouvir, ler e escrever, é preciso que ele compreenda os fatos ao seu redor para então ser capaz de exercer seu papel de cidadão neste mundo de diferenças em que ele está inserido.

### **A proposta para a língua espanhola no currículo do ensino Médio**

Segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais para o ensino da língua espanhola no ensino médio, o estudo desta língua se justifica por fatores amplos. Pelo conhecimento do idioma falado por nossos vizinhos em um sentido de integração “pelo conhecimento do idioma que nelas se fala e pelo estudo da cultura” (BRASIL, 2006, p. 2), e outra, pelo sentido histórico com relação às raízes ibéricas, que tem reflexos claros sobre nossa cultura e nossa língua, que é objeto de estudo que com certeza incidirão sobre nossa identidade. (BRASIL, 2006)

Notamos claramente através da leitura das orientações curriculares para o ensino da língua espanhola a preocupação com a inserção do elemento cultural nas aulas de espanhol como LE, sendo que a concepção de língua que permeia a proposta é a de língua como constituinte de significados, sentidos, conhecimentos e valores, portanto, o objetivo maior da proposta de trabalho da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo com a língua espanhola é:

Para tanto, o objetivo maior como foco é o caráter identitário construído e constituído a partir da relação dos indivíduos com sua língua e cultura maternas (LM) e com outra(s) língua(s) e cultura(s) estrangeira(s) (LE) (BRASIL, 2006, p.3)

Ainda sobre os objetivos do ensino de espanhol no ensino médio, na referida proposta, o ensino da língua espanhola deve ter a função primeira educativa, e não servir apenas como um instrumento gramatical levando os alunos a superarem estereótipos e preconceitos que possam estar circulando no senso comum sobre a referida língua, sempre relacionando-a com sua língua materna, numa relação de reflexão sobre as nações e pessoas que falam o espanhol (BRASIL, 2006).

Ao fazê-lo, poderá promover novos olhares sobre o outro e sobre si mesmo e novas formas, não meramente descritivas, de focalizar a diversidade e a variedade (linguística e cultural), relativizando valores e formas de ser, e poderá contribuir, desse modo, para a inclusão social, étnica, cultural etc. bem como para a constituição de uma cidadania ativa, local e global. (BRASIL, 2006, p.4)

Através da leitura do trecho acima, podemos relacioná-lo com todos os autores citados em nosso referencial teórico. A formação integral do cidadão, o combate aos estereótipos e generalizações, a relativização dos valores culturais, todos estes elementos interagem para a formação de um aluno cidadão voltado à compreensão dos fatos sociais e linguísticos, que estão na sua totalidade imbricados, o que nos remete à concepção de ensino voltada a um ensino intercultural.

A respeito da concepção de ensino e aprendizagem de uma língua estrangeira, de acordo com as Orientações Curriculares, essa integra componentes estritamente inter-relacionados (O intercultural, o linguístico-discursivo e as práticas verbais) que apresentam características multidimensionais (BRASIL, 2006, p.6).

Portanto, o foco desta proposta está em fazer com que o aluno conheça, entenda, aprecie e reflita sobre o patrimônio cultural e linguístico do mundo dos hispanofalantes, sempre relacionando-o com o seu próprio mundo cultural e linguístico como elementos enriquecedores da formação global do aluno.

O papel de formadora da LE nunca pode se perder, pois, ao entrar em contato com a cultura do outro, o aluno consegue ver a si mesmo e esta é uma forma privilegiada de aprendizado.

As matrizes curriculares elaboradas pela Secretaria da Educação configuram-se, portanto, como metas a serem atingidas, não deixando de considerar a realidade de cada contexto, as diversidades locais, mas deixa claro que o mínimo a ser atingido é que o aluno consiga a compreensão do outro, da alteridade, percebendo desta forma o outro e a si mesmo para tornar-se um meio de abertura a novas possibilidades, estimulando-os a saber mais, ampliando sua visão de mundo, sem frustrações de projetos que muitas vezes não se cumprem (BRASIL, 2006).

### **O gênero Publicidade e sua importância na aula de LE**

Nos dias atuais, é inquestionável a influência dos meios de comunicação na vida das pessoas e de forma especial dos jovens. Vivemos um momento em que a cada dia surgem novas tecnologias e torna-se imprescindível para o professor que ele esteja antenado a estas mudanças, se deseja obter resultados em seu trabalho na sala de aula. Portanto, compreender a importância das mídias, dos meios de comunicação, ou seja, das Tecnologias da Informação, de uma forma geral, para o ensino/aprendizado de uma LE é peça chave para o bom desenvolvimento deste processo.

Segundo Bakhtin (2000), todo enunciado ocorre em um gênero do discurso, que segue uma estrutura padronizada e que é relativamente estável. De acordo com este autor, temos grande habilidade em utilizar os gêneros, mesmo que muitas vezes não reconheçamos sua teoria. Utilizamos os gêneros a partir do momento em que começamos a nos comunicar, assim, é muito importante seu estudo, sua compreensão.

Por todas as razões expostas, achamos importante marcar o efeito e a força que tem demonstrado a publicidade na sociedade nos dias atuais. Esse gênero proporciona um trabalho mais dinâmico e que é mais condizente com essa nova geração de adolescentes que está em nossas escolas e que nasceu nesta sociedade marcada pelo poder das mídias. Mídias que, não podemos deixar de mencionar, seja ela impressa ou televisiva (que é o caso deste trabalho), têm poder persuasivo e que carrega as marcas da sociedade em que foi gerada. Na publicidade, as imagens substituem uma presença real que atua nos cinco sentidos do consumidor, daí a geração de estratégias dos textos publicitários para atraí-lo.

De acordo com Morin (2003), a televisão pode ser vista como educativa no sentido menos amplo da palavra. Ele salienta que hoje em dia tudo é visto como pedagógico e que nem sempre isto é pertinente. A televisão é educativa na medida em que proporciona um “bombardeio de mensagens”, porém cabe ao professor selecionar o que de melhor e mais adequado será para determinados fins.

A utilização do vídeo em sala de aula, que é o que nos importa particularmente neste trabalho, deve se dar como elemento de sensibilização, para despertar a motivação dos alunos, como ilustração para mostrar o que e como se fala. Como afirma Moran (1995, p.29) “A vida se aproxima da escola através do vídeo”.

Uma das funções mais enriquecedoras do vídeo para nós da área de Ensino de LE é a que Moran (1995) descreve como simulação. Essa simulação diz respeito às atividades corriqueiras do dia a dia vivenciadas pelas pessoas de certa comunidade cuja língua se deseja aprender. Para o ensino comunicativo de língua, seria uma situação realia, ou seja, o mais perto o possível do real mostrando não somente o fator linguístico, mas também o cultural. Os modos de agir, as crenças, os valores de um povo, todos estes elementos aparecem combinados em um anúncio publicitário favorecendo o desenvolvimento da competência intercultural do aluno.

Este tipo de atividade tem um teor muito motivador e, em geral, é bem aceito principalmente entre os jovens já que representa para eles o que há de moderno e contemporâneo, proporcionando a possibilidade de interação entre diferentes materiais de apoio midiáticos como o computador, o CD-ROM, os celulares, livros, jornais, a *internet*. Por esta razão, este trabalho teve o objetivo de verificar e discutir a contribuição que este tipo de mídia pode trazer ao ensino de língua estrangeira, no nosso caso da língua espanhola.

### **Metodologia**

Os alunos participantes deste trabalho pertencem ao primeiro grupo de alunos do projeto da Secretaria Estadual de Educação, que implantou a língua espanhola nos currículos das escolas públicas do estado de São Paulo como disciplina obrigatória para as escolas e de matrícula optativa para os alunos. A turma é composta

por 12 alunos, sendo que 4 são meninos e 8 meninas, que estudam no período da manhã.

A escola estadual está localizada em uma pequena cidade do interior do estado de São Paulo e os alunos tinham duas aulas de espanhol por semana, de cinquenta minutos, ministradas na forma de aulas duplas, às terças feiras, no período noturno, uma vez que o ensino de língua espanhola foi oferecido como opção de língua estrangeira e não como componente curricular obrigatório.

Esta turma de alunos de espanhol apresentava uma atitude muito positiva em relação à língua, e a professora da turma também recebeu a ideia deste trabalho de forma bastante positiva.

O trabalho foi realizado de forma cooperativa entre a professora de espanhol da sala e esta pesquisadora que contribuiu com os questionamentos exploratórios sobre os anúncios. Desta forma, podemos dizer que, para a realização deste trabalho, utilizamos dois instrumentos de pesquisa, que foram, respectivamente, a observação participante, que, segundo Larsen-Freeman (1991), é aquela em que os pesquisadores participam das atividades que estão estudando, e os questionários para obtenção dos dados que deram suporte ao nosso trabalho. Ainda sobre a observação participante, segundo Cunha (2007, pg.65), “esse tipo de observação nos permite transitar entre os olhares de interioridade e de alteridade no conhecimento da vida dos sujeitos observados, ou mesmo de aspectos dessa vida”. Portanto, concluímos que para nosso propósito a pesquisa participante seria mais adequada, uma vez que a pesquisadora estaria inserida e participando do processo de perto, tendo a oportunidade de verificar na prática como agiam todos os envolvidos nas atividades.

Os questionários foram aplicados ao final da última aula com o intuito de verificar em que medida as atividades com os anúncios publicitários promoveram reflexões a respeito do diálogo entre as culturas (nacional e estrangeira) e promoveram aprendizagem de fato.

As atividades foram desenvolvidas em quatro aulas de 50 minutos cada, sendo que em cada aula trabalhou-se um vídeo publicitário diferente. Dois destes vídeos e suas respectivas atividades propostas foram retirados do livro enviado pela Secretaria Estadual da Educação do Estado de São Paulo intitulado “Publicidade e propaganda: o vídeo nas aulas de língua estrangeira”, que muito contribuiu para este trabalho traçando um caminho bastante pedagógico para o trabalho com o gênero publicitário, as outras duas atividades foram sugeridas pela professora da classe que as havia visto anteriormente ao trabalho e gostado bastante da temática cultural que traziam.

Os quatro vídeos mencionados no parágrafo anterior foram selecionados devido às características temáticas e à forma que foram compostos. Quase todos aludem a temas interculturais tais como a tradição do Natal, a paixão pelo futebol, a importância do nacionalismo e o papel do pai moderno.

Ao final da quarta aula, aplicamos um questionário simples com três perguntas guias que nos deram suporte, juntamente com nossas observações, para chegarmos a algumas conclusões sobre o ensino da cultura na aula de LE, e aqui especificamente, a língua espanhola.

## Resultados do trabalho

Através de nossas observações e com as respostas do questionário, chegamos a alguns resultados.

O trabalho com a cultura na sala de aula através da utilização dos vídeos, não somente promoveu a interação maior entre os alunos, que se sentem mais motivados com este gênero, uma vez que os aproxima mais da realidade dos falantes da língua espanhola, como também promoveu uma maior reflexão sobre os aspectos da cultura dos países que falam espanhol e também da própria língua e cultura dos aprendizes.

As questões do questionário aplicado aos alunos foram as seguintes:

- 1) Depois que você conheceu as propagandas dos países que falam espanhol, tais como o México, a Espanha e a Argentina, sua compreensão sobre a cultura destes países aumentou ou não? Por quê?
- 2) Foi importante para você como brasileiro esta interação com a cultura dos países que falam espanhol? Por quê?
- 3) Você acha que alguma das culturas que você conheceu é mais importante que a outra ou que alguma é mais importante que cultura de seu país?

A partir das respostas a estas questões, podemos observar uma mudança considerável em relação ao conceito dos alunos quanto à cultura dos falantes de espanhol. Alguns alunos mostraram total espanto perante algumas características da cultura estrangeira (espanhola) que eles desconheciam ou que pensavam ser diferentes. Com relação aos vídeos de propagandas da Argentina, notamos uma integração ainda maior e a quebra de alguns estereótipos que “perseguem” os brasileiros em relação aos argentinos, tais como a crença de que o povo argentino odeia os brasileiros e que por esse motivo tudo que diz respeito aos brasileiros é odiado.

Desse modo, todos os alunos reconheceram a importância de receber conhecimento cultural de outros países, percebendo que muito do que eles pensavam ser verdade sobre o povo argentino não passavam de generalizações, preconceitos. Perceberam a importância de relativizar sempre, criando a consciência de que não se pode medir o comportamento cultural de um povo por alguns de seus membros.

A terceira pergunta do questionário tinha o objetivo de verificar se os alunos, ao final do processo, conseguiam valorizar cada cultura singularmente e o resultado foi positivo. Das doze respostas dadas, dez responderam que nenhuma cultura era melhor do que a outra e sim que eram diferentes, dois responderam que a cultura espanhola era mais bonita que as outras porque valorizava mais a família. Acreditamos que estes dois alunos

confundiram beleza do anúncio com cultura e, portanto, não souberam diferenciar uma coisa da outra.

De todos os aspectos relativos à cultura, acreditamos que neste trabalho o que mais prevaleceu foi a quebra de estereótipos e de expectativas. De forma geral, os alunos brasileiros têm a crença de que os hispanofalantes (menos a Espanha) são povos desfavorecidos socialmente e culturalmente, e através do trabalho com os anúncios houve um processo de redescoberta da cultura destes povos.

Finalmente, podemos constatar que o trabalho com o gênero publicitário trouxe muitas contribuições para o processo de formação da competência intercultural do aluno na medida em que, através da reflexão sobre cultura dos povos que falam espanhol, o aluno pode refletir melhor sobre a sua e constatar que muitos dos preconceitos que tinham sobre a cultura de tais povos eram improcedentes e levianos. Além disso, o combate aos estereótipos negativos foi enfatizado e cedeu lugar a uma consciência sobre generalização e relativização. Mostramos para os alunos que não há apenas aspectos positivos tanto na cultura alvo quanto na própria, o que houve foi uma reflexão acerca das diferenças entre as culturas e o respeito que deve haver na tolerância a estas diferenças, que observamos ter sido efetiva graças à resposta três do questionário, como já mencionamos anteriormente.

## Considerações finais

Consideramos que o trabalho com os vídeos na sala de aula de LE contribuiu sobremaneira para a formação da competência intercultural do aluno e com isso ampliou sua compreensão sobre aspectos da própria língua uma vez que esta é detentora de cultura e não há como desvincular o ensino da língua, com o da cultura. O trabalho com os vídeos se mostrou um elemento de motivação, pois traz o universo do estrangeiro para a sala de aula e com isso o aproxima ao mundo do aluno. O objetivo da abordagem intercultural aqui não foi fazer com que os alunos se comportem como falantes nativos, mas sim dar-lhes condições de descobrir e analisar criticamente os usos socioculturais de uma língua, portanto, através deste estudo, podemos concluir que o gênero publicitário é grande promovedor de reflexões acerca de fatos linguísticos e sociais.

A reflexão promovida pelas atividades propostas a respeito das diferenças culturais dos países que falam espanhol e da própria cultura do aluno foi promovedora de mudanças de ruptura de antigos conceitos e preconceitos, o que nos parece ser um dos objetivos do ensino de uma língua estrangeira que pretenda a formação de um cidadão crítico e atuante na sociedade em que vive.

## Referências

- ALMEIDA FILHO, J.C.P. de. *Dimensões Comunicativas no ensino de línguas*. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002a.
- \_\_\_\_\_. Língua além de cultura ou além de cultura, língua? Aspectos do ensino da interculturalidade. In: *Tópicos de Português Língua Estrangeira*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002b, pg.209-215.
- \_\_\_\_\_. *Linguística Aplicada – ensino de Línguas e Comunicação – Campinas, SAP: Pontes Editores e ArteLíngua*, 2005.
- ALMEIDA FILHO, J.C.P.; CUNHA, M.J.C. *Projetos Iniciais em Português para Falantes de Outras Línguas*. Brasília: Editora UNB, 2007.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: \_\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 512p. p. 277-326.
- BRASIL. Ministério da Educação/Secretaria de Educação Básica. *Orientações Curriculares para o Ensino Médio – Linguagens, Códigos e suas Tecnologias. Conhecimentos de Espanhol*. Brasília, 2006, PP. 125-164. Disponível em: [HTTP://portal.MEC.gov.br/seb/arquivos/pdf/book\\_volum\\_e\\_01\\_internet.pdf](http://portal.MEC.gov.br/seb/arquivos/pdf/book_volum_e_01_internet.pdf)
- FERNÁNDEZ, G.E. (coord.) *Publicidade e propaganda: O vídeo nas aulas de língua estrangeira*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- KRAMSCH, C. *O componente cultural na linguística aplicada*. Contexturas, São José do rio Preto, n.15, p. 115-130, 2009.
- KRAVISKI, R.E.; BERGMANN, J. *Interculturalidade e motivação na aprendizagem de línguas estrangeiras*. InterSaberes Revista Científica.
- LARSEN-FREEMAN; LONG, M. H. *An Introduccion to Second Language Acquisition Research*. Longman, 1991.
- MOITA LOPES. L.P. da. *Oficina de Linguística Aplicada - A natureza social e educacional dos processos de ensino/aprendizagem de línguas*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 1996.
- MORAN, J. M. O vídeo na sala de aula. In: *Revista Comunicação & Educação*. São Paulo, ECA-Ed. Moderna: 27 a 35, jan./abr.de 1995.
- MORIN E. PENA-VEJA, A; ALMEIDA C.R.S; PETRAGLIA I. (Org.). *Ética, Cultura e Educação*. São Paulo: Cortez Editora, 2003, p. 113-122.
- SILVA, C.H.D.; PEIXOTO,F.K; RODRIGUES, R.L. *Reflexões sobre o ensino de cultura em sala de aula*. Disponível em: [http://www.pucrs.br/edipucrs/online/vsemanaletas/Artigo\\_s](http://www.pucrs.br/edipucrs/online/vsemanaletas/Artigo_s). Acesso em: 07 fev. 2011.
- Anúncios disponíveis em:

[http://www.youtube.com/watch?v=Cn\\_NQtqoBQU](http://www.youtube.com/watch?v=Cn_NQtqoBQU).

Acesso em 16 de ago. 2009

[http://www.youtube.com/watch?v=P8pRQr\\_cyck&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=P8pRQr_cyck&feature=related)>. Acesso em 16 de ago. 2009

[http://www.youtube.com/watch?v=Cn\\_NQtqoBQU](http://www.youtube.com/watch?v=Cn_NQtqoBQU).

Acesso em 07 fev. 2011.

<http://www.youtube.com/watch?v=x1WMim0Q0eQ>. Acesso em 07 fev, 2011.

### **Sobre a autora**

#### ***Thayenes Chiapati Velho Borges***

Graduada em Letras pela UNESP – São José do Rio Preto, mestranda em Educação pelo CUML Centro Universitário Moura Lacerda – Ribeirão Preto.

Telefone (17) 9133-2431 – E-mail: thayeneschiapati@yahoo.com

**Recebido em:** 27.03.2013

**Aceito para publicação em:** 28.04.2013