



A LÍNGUA INGLESA EM NOSSO COTIDIANO: ESTRANGEIRISMOS NO DISCURSO PUBLICITÁRIO COMO FERRAMENTA PARA O ENSINO COMUNICATIVO

Joana Paula Costa Cardoso e Andrade

Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Odilon Nelson Dantas

joanapaulaandrade_uab@hotmail.com

Belarmino Mariano Neto

Universidade Estadual da Paraíba.

belogeo@gmail.com

Resumo: Este estudo trata das características da abordagem comunicativa para o ensino de língua inglesa. Constitui nosso objetivo neste trabalho, sistematizar as atividades desenvolvidas durante a realização do projeto pedagógico “*A Língua Inglesa em nosso cotidiano*” que buscou estimular a curiosidade dos alunos acerca da presença da língua inglesa em nosso cotidiano refletindo sobre a hipótese de que os diversos produtos que consumimos utilizam a Língua Inglesa por uma questão de estilo, pois a esta língua estão associados aspectos de qualidade, refinamento e modernidade. Os procedimentos metodológicos estruturaram-se a partir da revisão bibliográfica do aporte teórico dos conceitos sobre gêneros textuais/discursivos a partir dos estudos de bakhtinianos, com destaque para o discurso publicitário em rótulos e embalagens, observando a presença de estrangeirismos. As reflexões resultantes deste trabalho buscam trazer contribuições no sentido de mostrar a possibilidade do emprego de um gênero de grande circulação social como ferramenta para o ensino de língua inglesa. É nossa pretensão, ainda, acreditar que este estudo possa contribuir com novas perspectivas para o trabalho em sala de aula, tornando o ensino de língua estrangeira mais atrativo e cada vez mais próximo da realidade social dos nossos alunos.

Palavras-chave: Abordagem Comunicativa, gêneros discursivos, rótulos e embalagens.

1. INTRODUÇÃO

O trabalho com os gêneros textuais tem se manifestado nos processos de ensino-aprendizagem tanto de língua materna quanto de língua estrangeira, devido a sua capacidade de promover a contextualização todo e qualquer evento comunicativo. Tal característica tende a construir uma forte relação entre os conteúdos abordados no ensino de línguas e a realidade de cada estudante, uma vez que os gêneros textuais estão presentes em nosso cotidiano e são socialmente partilhados.



Dessa forma, na tentativa de contribuir com a melhoria da qualidade da aprendizagem de língua inglesa, acreditamos que a iniciativa de adotar, como abordagem didática, o trabalho com os gêneros textuais como mediador do processo de ensino-aprendizagem de uma língua estrangeira é capaz de favorecer o desenvolvimento de competências e habilidades comunicativas necessárias ao conhecimento e uso de uma língua estrangeira.

Assim, constitui nosso objetivo neste trabalho sistematizar as atividades desenvolvidas durante a realização do projeto pedagógico “A Língua Inglesa em nosso cotidiano” bem como apresentar os principais resultados obtidos com esta iniciativa. O referido projeto didático foi desenvolvido junto à turma do 1º ano do Ensino Médio na Modalidade EJA da Escola Estadual de Ensino Fundamental Antônio Benvindo, no período referente ao 3º bimestre do ano letivo que corresponde aos meses de julho a outubro de 2013, sob a coordenação da professora titular da disciplina de Língua Inglesa.

Foi estabelecido como objetivo geral do projeto estimular a curiosidade dos alunos acerca da presença da língua inglesa em nosso cotidiano refletindo sobre a hipótese de que os diversos produtos que consumimos cotidianamente utilizam a Língua Inglesa por uma questão de estilo, pois ao uso da Língua Estrangeira, estão associados aspectos de qualidade, refinamento e modernidade

Dessa forma, esse trabalho se justifica enquanto oportunidade de fazer com que os alunos de língua estrangeira visualizem a presença da língua inglesa em nosso cotidiano, na tentativa de aproximar a escola e a comunidade na medida em que leva os alunos a perceber a relação entre os conteúdos didáticos apresentados na sala de aula e a sua materialização na vida social incluindo aí, o estudo de conteúdos gramaticais componentes do programa de ensino de língua inglesa, favorecendo, dessa forma, significantes melhorias na qualidade da aprendizagem, uma vez buscamos aproximar o ambiente escolar à realidade vivida por cada aluno.

As reflexões resultantes deste trabalho buscam trazer contribuições no sentido de mostrar a possibilidade do emprego de um gênero de grande circulação social como ferramenta para o ensino de língua inglesa. É nossa pretensão, ainda, acreditar que este estudo possa contribuir com novas perspectivas para o trabalho em sala de aula, tornando o ensino de língua estrangeira mais atrativo e cada vez mais próximo da realidade social dos nossos alunos.



2. ENSINO COMUNICATIVO DE LÍNGUA

Segundo Savignon (2005) as origens do Ensino Comunicativo de Língua remetem-se à década de 1970 e estão relacionadas com o desenvolvimento da teoria linguística e dos projetos curriculares de ensino de língua que ocorreram simultaneamente na Europa e nos Estados Unidos como reação às abordagens tradicionais do ensino de língua.

De acordo com Savignon (2001), o ensino comunicativo de língua tem seu foco voltado para o aluno e este precisa ter a sua disposição uma estrutura de programas e metas que visem o desenvolvimento de competências comunicativas. Estas competências podem ser traduzidas enquanto conhecimento que torna o aluno capaz de usar a língua de modo efetivo e a habilidade de usar esse conhecimento para comunicação.

Dessa forma, o currículo proposto com uma perspectiva comunicativa vai além do ensino da gramática pura. As discussões sobre o que ensinar e como ensinar devem levar em consideração a meta principal do ensino comunicativo: o desenvolvimento da competência comunicativa.

A abordagem Comunicativa entende que a habilidade de uso da língua envolve muito mais do que puramente a competência gramatical. Enquanto esta é importante para que o aluno possa produzir sentenças gramaticalmente corretas, a Abordagem Comunicativa destaca a necessidade maior de desenvolver o conhecimento e as habilidades necessárias não somente para uso da gramática, mas também para o entendimento de outros aspectos da língua, de modo que o aluno seja capaz de usá-la, de forma apropriada e com os mais diferentes propósitos comunicativos.

De acordo com Richards (2006), o ensino comunicativo prevê uma integração entre atividades focadas na estrutura formal da língua e atividades focadas na construção de significados. Tais atividades podem ser desenvolvidas em eventos comunicativos que expressem situações diárias como conversas informais, contatos telefônicos, convites, mantendo-se sempre o cuidado de considerar o ambiente em que as situações ocorrem (sala de aula, loja, banco, etc.) e o propósito com o qual os alunos estão aprendendo uma nova língua.

Dessa forma, o ensino comunicativo pressupõe uma avaliação global e qualitativa das atividades realizadas pelo aluno, ou seja, a Abordagem Comunicativa exige que o processo de avaliação se dê de modo holístico, em detrimento de uma avaliação quantitativa que se preocupe apenas com a aquisição de conhecimentos acerca das estruturas linguísticas.



O ensino comunicativo aparece como uma abordagem capaz de favorecer o contato com a língua em sua forma real ao propor que o ensino deva se dá de modo a integrar as habilidades comunicativas considerando o contexto social em que ocorre o aprendizado e os propósitos que motivam professores e alunos a se envolverem num processo de ensino e aprendizagem.

Dando continuidade a nosso estudo, procederemos a uma breve discussão teórica acerca dos gêneros textuais e de modo mais específico às características dos gêneros publicitários.

3. BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE GÊNEROS TEXTUAIS/DISCURSIVOS

Para Marcuschi (2007) os gêneros desempenham a função de contribuir para o ordenamento e estabilização das atividades comunicativas cotidianas. Segundo o autor, os gêneros textuais podem ser entendidos como fenômenos históricos e, dessa forma, são profundamente ligados à vida cultural e social de uma determinada comunidade, se consolidando como frutos de um trabalho coletivo.

Dessa forma, é possível perceber alguns aspectos importantes referentes ao caráter dos gêneros discursivos. O primeiro aspecto se refere à individualidade, uma vez que o gênero se refere ao enunciado e este é emanado de um indivíduo integrante das esferas de atividades humanas. O segundo aspecto está relacionado ao seu caráter coletivo, já que é elaborado por uma dada comunidade. Conforme afirma Marcuschi (2007, p. 20) “Os gêneros textuais surgem, situam-se e integram-se funcionalmente nas culturas em que se desenvolvem.” De modo enfático, podemos afirmar que os gêneros são elaborados dentro de uma coletividade social a fim de atender a uma necessidade comunicativa específica.

De acordo com Bakhtin (2000), assim como são variadas as atividades humanas, também são variadas as formas de uso da língua e, por conseguinte, os gêneros do discurso, que para o autor, podem ser considerados como entidades heterogêneas, tendo em vista que englobam uma infinidade inesgotável de possibilidades de usos da língua.

Para Bakhtin (2000) o gênero pode ser definido a partir de três elementos que se fundem no enunciado: o conteúdo temático, o estilo e a estrutura composicional. O elemento identificado como conteúdo temático refere-se ao conteúdo específico do qual trata o texto e contempla os aspectos relacionados aos valores ideológicos.

Acerca dos estudos de estilo, Bakhtin afirma que o estilo está indissolivelmente ligado ao enunciado e aos gêneros do discurso. Para o autor, o enunciado é individual e por isso é capaz de



refletir aspectos relacionados à subjetividade de quem o profere, o que reforça a ideia de que o enunciado possui um estilo individual.

Dessa forma, temos o encontro do potencial criativo da linguagem, da iniciativa do usuário em explorar este potencial e da liberdade que o gênero utilizado oferece ao permitir o afloramento de um estilo individual. Para Bakhtin, somente alguns gêneros possuem essa abertura. De acordo com o teórico, os gêneros refletem as características de seu meio de produção e de circulação e muitas atividades humanas já têm estabelecido um estilo específico para cada situação de uso da língua que se configuram como formas padronizadas.

Para Bakhtin, o estilo é vinculado a unidades temáticas determinadas e a unidades composicionais que se referem ao tipo de estruturação e de conclusão de um todo e com o tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal.

No tocante aos gêneros *rótulos e embalagens*, produzidos pela esfera publicitária, os textos que se destinam a influenciar a compra e o consumo de produtos ocupam um grande espaço de circulação social, e, portanto, se prestam ao trabalho em sala de aula por trazer consigo as características da nossa realidade social.

Assim, reafirmamos nosso intento em promover uma reflexão sobre a presença de palavras de origem inglesa que são levadas aos nossos alunos por meio dos produtos que consumimos frequentemente e que muitas vezes, por uma questão de estilo, são identificados com nomes estrangeiros. Dessa forma, nosso foco está voltado para o texto publicitário presente em rótulos em embalagens.

Sobre o texto publicitário, podemos destacar que é fortemente marcado pela linguagem persuasiva, já que tem por objetivo convencer o consumidor a comprar um determinado produto. Além disso, outra importante característica deste tipo de texto é o seu caráter híbrido, uma vez que busca harmonizar várias linguagens, tais como, o texto escrito, a linguagem visual, o jogo de cores e imagens, etc. Estas características conferem aos textos publicitários a predominância de fatores como a criatividade, inovação, originalidade, com o objetivo precípua de conquistar consumidores.

Para tanto, o texto publicitário presente em rótulos e embalagens se caracteriza pela presença de frases curtas, pelo uso de linguagem figurada, pelo emprego do modo imperativo. Além disso, este tipo de gênero permite ainda o uso de gírias, neologismos, tudo de acordo com o público ao qual o produto se destina.

Alves e Calvo (2008) citando Garcia (1988) nos alertam para o fato de que o tipo de linguagem empregada no discurso publicitário tende a criar necessidades e a gerar um canal em que



o indivíduo entra em contato com um universo idealizado o que o estimula na busca pela satisfação de seus desejos através da aquisição de um determinado produto, e portanto, este tipo de linguagem não pode ser poupado de uma análise crítica e ideológica.

Portanto, diante a naturalidade da presença social dos gêneros publicitários, é necessário discutir em sala de aula os aspectos referentes a estes tipos de textos a fim de proporcionar aos alunos os conhecimentos capazes de fazer com que o sujeito consiga perceber as intenções, os objetivos, explícitos ou não, que permeiam o discurso publicitário para que não se deixem manipular ou influenciar ingenuamente, pela publicidade de um determinado produto.

A respeito das questões de estilo pertinentes aos textos publicitários, gostaríamos ainda de destacar a presença estrangeirismos, sobretudo, das palavras de origem inglesa, como um recurso constante empregado na construção deste tipo de linguagem.

Estrangeirismo pode ser entendido como um fenômeno linguístico que consiste no uso de uma palavra, expressão ou construção frasal que tem sua origem em uma língua estrangeira. Do ponto de vista teórico, é considerado por algumas gramáticas como um processo de composição de palavras, por outras é considerado uma figura de linguagem, e há as gramáticas mais tradicionais que consideram o estrangeirismo como um vício de linguagem.

No caso da língua portuguesa, é possível perceber a presença de uma grande quantidade de termos estrangeiros vindos da língua inglesa, é possível até mesmo dizer que essa uma das línguas língua mais influentes na atualidade por ser utilizada como língua universal.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Durante a realização do projeto foram trabalhados em sala de aula os conteúdos e habilidades que tratam de leitura, interpretação e produção textual, além da apresentação de tópicos relacionados ao estudo de estrangeirismos e adjetivos. Estes conteúdos foram abordados com o intuito de promover as capacidades linguístico-discursivas capazes de fornecer aos alunos os elementos lexicais e discursivos que favoreçam a realização de uma leitura crítica, uma vez que as formas linguísticas presentes nos gêneros trabalhados não se apresentam puramente como formas gramaticais fixas, desvinculadas de seu contexto, mas representam formas dinâmicas e flexíveis que dialogam com a prática social.

A respeito da apresentação inicial do projeto, destacamos que este foi um momento de importante participação dos alunos no que se refere à definição de objetivos da proposta e das



atividades desenvolvidas. Como elemento motivacional, foi promovida a exibição do vídeo **O inglês já faz parte de sua vida**¹ a fim de iniciarmos as discussões acerca da presença da língua inglesa em nosso cotidiano.

O vídeo, disponível na internet, traz de início uma afirmação interessante:

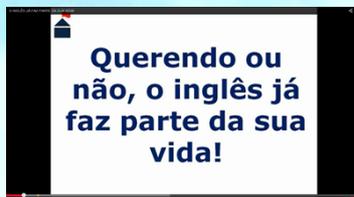


Figura1. O inglês já faz parte da sua vida. Fonte:
<http://www.youtube.com/watch?v=hCD9TB6UGEE>

Em seguida a obra apresenta uma montagem de emblemas de marcas populares de empresas relacionadas à informática, a comunicação, produtos alimentícios, programas e seriados de televisão, filmes, desenhos animados, nomes de estabelecimentos comerciais, produtos de beleza e de higiene pessoal, programas religiosos (*Show da fé*), revistas dentre outras, ao som da emblemática canção *I feel good* interpretada pelo astro americano James Brown.

Por fim, o vídeo apresenta a seguinte pergunta:

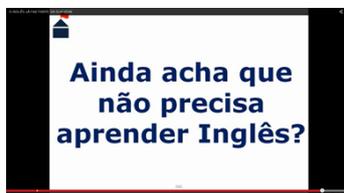


Figura2 Ainda acha que não precisa aprender inglês? Fonte:
<http://www.youtube.com/watch?v=hCD9TB6UGEE>

Após assistirem a apresentação, os alunos foram questionados sobre a sua percepção respeito da problemática levantada pelo vídeo, qual seja, a presença da língua inglesa em nosso cotidiano, como já nos é adiantando pelo título da obra. Neste momento, foi importante destacar como os alunos se deram conta de que eles mesmos usavam várias palavras da língua inglesa sem perceber, quase que de modo automático, e se sentiram à vontade para citar exemplos como os termos *e-mail*, *internet*, *site*, *brother*, *boy*, *shopping*, *facebook*, *milk-shake*, *whisky*, *video-game*, *play station*, *playboy*, entre outros.

¹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=hCD9TB6UGEE>



Na atividade seguinte, nos detivemos a discussão em sala de aula a respeito das características do gênero publicitário, de modo mais específico, observando a composição de rótulos e embalagens, refletindo sobre questões como quais as intenções das palavras empregadas pelo responsável da criação de um determinado produto?

Neste ponto os alunos assumiram o papel de consumidor, buscando refletir como eles são influenciados ou não por uma marca, por uma imagem, por uma publicidade. Esta discussão proporcionou excelentes colocações, por parte dos alunos que puderam trazer para a sala de aula um tema bastante presente em sua vida cotidiana mas pouco abordado no ambiente escolar.

Para exemplificar este tópico, observemos a imagem abaixo:



Figura 5 Rótulo de shampoo. Fonte: Acervo pessoal

A figura acima representa o rótulo de um produto de higiene pessoal consumido diariamente. O que queremos destacar é que para designação de tal produto, já existe uma palavra da língua portuguesa: xampu. Entretanto, nas prateleiras de estabelecimentos comerciais dificilmente encontramos algum produto identificado por este termo, o que encontramos é o seu equivalente em língua inglesa: *shampoo*. Buscamos então refletir um pouco sobre esse “fenômeno” e vários alunos expressaram ideias do tipo “*a palavra em inglês é mais bonita*”, ou ainda, “*tenho mais confiança se estiver escrito shampoo*”, ou “*existe mesmo a palavra xampu? Parece tão estranha?*”.

Estas ideias refletem um pouco da eficiência do discurso publicitário de atribuir status de superioridade, de qualidade a um produto ao associar a este uma palavra estrangeira. Ora, na imagem, estamos falando de um xampu composto por raspa de juá e gengibre, mas ainda assim, seu produtor prefere o termo estrangeiro ao termo nacional, por entender que seus consumidores serão mais receptivos e conseqüentemente, consumirão seu produto com maior facilidade.

Outro conteúdo trabalhado de modo conjunto com a composição dos rótulos foi a discussão sobre a noção de estrangeirismo e sua presença cada vez mais marcante em nosso cotidiano, como podemos perceber nos exemplos citados pelos estudantes na atividade anterior.



Na atividade subsequente, os alunos foram distribuídos em dupla e buscaram identificar produtos que são consumidos diariamente e que utilizam o nome em língua inglesa, fazendo o registro fotográfico dos mesmos para posterior divulgação em ambiente escolar. Outros alunos, que apresentam maior aproximação com os recursos tecnológicos, pesquisaram algumas imagens de rótulos disponíveis na internet e trouxeram para a sala de aula.

Observemos esta imagem destacada pelos alunos:



Figura 6 Embalagem de salgadinho. Fonte:
<http://www.saobraz.com.br/produto/59/Pippos-Cachorro-Quente>

A Figura acima representa uma marca de salgadinhos de milho bastante consumida em nossa região. Produzida por uma empresa paraibana, os desenvolvedores do produto optaram pela escolha de um nome que busca uma aproximação com a grafia inglesa com a dobra de consoantes e com o uso do **apóstrofo s ('s)** ao final da palavra. Temos aqui, mais uma vez, uma questão de pura liberdade estilística ou ainda imagética uma vez que para palavra *Pippo's* não existe na língua inglesa.

Outra observação feita pelos alunos se refere a desigualdade das relações existente entre as línguas. Os estudantes perceberam a seguinte situação: é comum encontrarmos produtos brasileiros que são identificados com palavras de língua inglesa, como aqueles já apresentados anteriormente. Entretanto, muitos produtos de origem estrangeira permanecem com sua denominação em seus respectivos idiomas. Vejamos a figura a seguir:



Figura 7 Embalagem de desodorante. Fonte:
<http://www.drogariaprimus.com.br/desodorante-axe-play-2010-aero-113gr-p129432>

A imagem acima destaca o rótulo de um desodorante masculino bastante comercializado no Brasil, mas que apesar disso, não apresenta nenhuma palavra em língua portuguesa. Na opinião dos alunos, esta atitude tende a reforçar certo ar de superioridade associado a língua inglesa. Contudo,



uma breve aproximação ocorre com o uso das cores verde e amarelo, mas fortemente demarcada pelas cores vermelha e azul, representantes da nacionalidade americana.

Finalmente, os estudantes fizeram a socialização de suas descobertas através da elaboração de uma apresentação oral ou escrita para os demais colegas da escola. Além disso, também foram elaborados cartazes para a exposição dos resultados das pesquisas realizadas pelos estudantes para comunidade escolar.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No tocante ao processo de avaliação do projeto, optamos pela realização de uma atividade oral, coletiva na qual os alunos tiveram a oportunidade de expressar livremente suas impressões sobre o desenvolvimento das ações propostas. Na ocasião, podemos registrar dentre as diversas considerações feitas algumas que julgamos de maior relevância para o projeto.

De acordo com os alunos, a partir das discussões realizadas em sala eles começaram a perceber como a língua inglesa está presente em nosso cotidiano, nas coisas que compramos, nos alimentos que consumimos, nos equipamentos que utilizamos, etc. Este reconhecimento nos indica que o projeto conseguiu atingir seus objetivos.

Outro ponto destacado pelos alunos foi o fato de que os conteúdos propostos foram abordados de modo atrativo, com o emprego de recursos tecnológicos, tais como computador, *datashow*. Além disso, os temas tratados estavam presentes em sua vida cotidiana, fato que tornava a aula mais interessante, já que fugia da rotina sempre empregada em aulas de língua inglesa que se destinavam a abordar somente questões de ordem gramatical.

Por fim, os alunos destacaram que, em resposta a questão proposta pelo vídeo, agora eles enxergam uma nova importância e uma nova motivação para o estudo da língua inglesa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades propostas pelo projeto atribuíram um caráter bastante dinâmico às aulas uma vez que proporcionaram a utilização de recursos tecnológicos, tais como computador, projetor de vídeo, equipamento de som, alterando a rotina da sala de aula. Tal aspecto criou um ambiente saudável de interação e de participação, permitindo que os estudantes expressassem de modo mais



livre e mais informal suas opiniões sobre os temas abordados no filme tais como os aspectos culturais, as inovações linguísticas, entre outros.

A realização deste estudo demonstrou que as atividades realizadas podem ser identificadas com a abordagem comunicativa, pois, como pode ser observado no processo de descrição das atividades, foi possível perceber que elas propuseram o trabalho das habilidades comunicativas de modo integrado.

Pode-se perceber a aplicação dos componentes constituintes do currículo comunicativo que tratam do aspecto formal, do processo de comunicação real, da autonomia do aluno em desenvolver o uso da língua, da utilização da prática de representação de papéis sociais, e por fim, da utilização de instrumentos que sejam capazes de ultrapassar as fronteiras do espaço físico da sala de aula.

Outro fator que atribui ao trabalho uma feição comunicativa refere-se aos gêneros textuais/discursivos utilizados, quais sejam, rótulos e embalagens, buscando dessa forma, apresentar a língua no modo natural, ainda que não tenha sido empregado materiais autênticos. Além disso, a proposta em análise apresenta uma série de atividades de realização coletiva a fim de favorecer os processos de interação e de construção de significado por parte dos alunos.

A partir deste estudo, é possível reconhecer, ainda, que uma abordagem comunicativa humaniza as relações no espaço na sala de aula e fora dele, já que traz em si a preocupação de conceber a língua não apenas como um sistema com regras, estruturas e usos, mas como algo que representa uma comunidade, uma cultura.

Além disso existe uma preocupação constante em horizontalizar a relação entre professores e alunos a partir do compartilhamento de responsabilidades e méritos, permitindo, assim que, na sala de aula, exista uma relação de respeito e confiança mútua, tornando o processo de aprendizagem uma experiência prazerosa e pessoalmente relevante.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rosângela Aparecida; CALVO, Luciana Cabrini Simões. O gênero textual anúncio publicitário: análise de sua implantação em sala de aula. **Maringá-PR: Universidade de Desenvolvimento de Maringá**, 2008.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros Textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (org). **Gêneros textuais & ensino**. 5. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 19-36.



III CONEDU
CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

RICHARDS, Jack C. **Communicative Language Teaching today**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

SAVIGNON, Sandra J. Communicative Language Teaching for the Twenty-First Century In: CELCE-MURCIA, Marianne. **Teaching English as second or foreign language**. 3 ed. Boston: Thomsom Learning, 2001.

SAVIGNON, Sandra J. Communicative Language Teaching: strategies and goals. In: HINKEL, Eli. **Handbook of research in second language teaching and learning**. Mahwah, N.J., USA: Lawrence Erlbaum Associates, Incorporated, 2005.