

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NA ESCOLA: UMA PROPOSTA DE LEITURA CRÍTICA

ADVERTISING AT SCHOOL: A PROPOSAL FOR CRITICAL READING

Ângela Maria de Araújo MENEZES¹

Taysa Mércia dos Santos Souza DAMACENO²

RESUMO: Alunos de uma escola da rede pública estadual de Aracaju apresentavam dificuldades na compreensão textual de anúncios publicitários que circulavam na escola. A partir dessa constatação, foi elaborada uma proposta de intervenção, tendo como suporte um caderno pedagógico, criado por essa pesquisadora, com a intenção de conduzir os alunos a uma leitura mais consciente e crítica desses textos. A referida proposta foi baseada no modelo tridimensional de Fairclough e nos postulados da Análise do Discurso Crítica (ADC). Nosso aporte teórico fundamentou-se em pesquisadores como: Bakhtin, Carvalho, Marcuschi, Freire, Kleiman, entre outros estudiosos da linguagem. Utilizamos da metodologia pesquisa-ação, tendo como objeto da pesquisa a ação/reflexão/ação, numa construção dos parceiros professor/aluno. Dos 22 alunos avaliados, 17 apresentaram desempenho positivo em leitura crítica de textos publicitários, configurando que trabalhar com a perspectiva crítica discursiva, em leitura, é um caminho a ser seguido para ampliar a consciência leitora dos educandos.

PALAVRAS-CHAVE: Leitura Crítica. Prática discursiva. Anúncios Publicitários. Metáforas. Material Didático.

ABSTRACT: Students at public state schools of Aracaju municipaly have been difficulties in textual comprehension by advertising that was spreading at own school. From this finding, an intervention was proposed having as support by pedagogical notebook, made by the autors with the intention of leading students to a more conscious and critical reading of these texts. The proposal was based in a tridimensional model suggested by Fairclough and postulates of Critical Speach Analysis (CSA). Our theoretical support was based on scholars such as: Bakhtin, Carvalho, Marcuschi, Freire, Kleiman, and others scholars of language research. We use the research-action methodology, having reasearch object the action / reflection / action, in a construction of the teacher / student as partners. Of the 22 evaluated students, 17 presented a positive performance in critical reading of advertising texts, configuring that working with the critical discursive perspective, in reading, is a way to be followed to broaden the reading awareness of the students.

KEYWORDS: Critical reading. Discursive practice. Advertisings. Metaphores. Courseware.

1. Mestre em Letras, do Programa Profissional em Letras, Departamento de Letras, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe, Brasil. E-mail: gelamari1957@hotmail.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2185-2352>.

2. Doutora em Linguística Aplicada, do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil. E-mail: taysa_damaceno@yahoo.com.br. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8209-9291>.

Introdução

O mundo contemporâneo estabelece-se como um convite à leitura. Enxergamos o mundo atual não só através dele, mas também por meio das telas dos aparelhos digitais, cartazes, outdoors etc. Somos atraídos a todo instante a uma leitura rápida, onde além dos elementos verbais, imagens saltam aos nossos olhos, como que alargando as significações que os textos escritos não puderam alcançar. A escola, como agente transformador da sociedade, tem o dever de contribuir para que essa leitura torne-se uma prática social, que leve os educandos a usarem a língua de forma proficiente e crítica.

Avaliações em larga escala sinalizam fragilidades no ensino da leitura no Brasil, pois quando o assunto é a assimilação do código escrito, os resultados não são animadores. O resultado do PISA 2015, em pesquisa divulgada em 29.12.2016, no site do INEP, mostra que, em leitura, 51% dos estudantes estão abaixo do nível 2, numa escala de 1 a 5, o que demonstra precariedade na compreensão leitora dos nossos estudantes.

Partindo para uma realidade mais particular e não menos crítica, o que se observa com os alunos da 3ª etapa da Educação de Jovens e Adultos do ensino fundamental (EJA/EF), 8º ano, turma B, do CREJAPSU (Centro de Referência para Educação de Jovens e Adultos Professor Severino Uchôa), é que os mesmos sabem ler e escrever, porém, alguns ainda possuem dificuldades em localizar informações explícitas em um texto, inferir o sentido de uma palavra ou expressão, apreender o tema do texto, habilidades básicas exigidas para um bom desempenho em leitura e que já deviam estar internalizadas desde o ensino fundamental, anos iniciais.

Consciente do exposto, a nossa pesquisa teve como objetivo apresentar uma proposta de trabalho, em leitura, dentro da perspectiva crítica discursiva, com alunos do ensino fundamental, para que eles pudessem analisar os recursos linguísticos (metáforas conceituais); o conteúdo semântico e a composição estrutural dos anúncios publicitários; compreender a importância das estratégias linguísticas para a construção de sentido nos referidos anúncios; bem como perceber as concepções ideológicas subjacentes às linguagens verbal e não verbal nesses textos e desnaturalizá-las.

Para tanto, trouxemos um gênero da esfera publicitária para leitura na perspectiva discursiva crítica, com o intuito de proporcionar aos discentes, não apenas um contato com a superfície textual, mas também uma leitura mais profunda, preocupada com efeitos ideológicos de sentidos sobre relações sociais, ações e interações, conhecimentos, crenças, atitudes, valores e identidades que é a preocupação da Análise Crítica do Discurso (ACD), (RAMALHO; REZENDE, 2011), concepção esta que foi a tônica deste trabalho.

O estudo dos gêneros textuais contempla os livros didáticos em todas as séries do ensino fundamental II, por constituir-se exigência dos *Parâmetros Curriculares Nacionais*, PCN (BRASIL, 1998), porém, muitas vezes, utilizam-se do gênero textual para o ensino da gramática normativa, e para uma análise superficial dos textos estudados.

Nosso trabalho teve como norte o modelo tridimensional de Fairclough, as concepções de gêneros discursivos e textuais de Bakhtin e Marcuschi e outros estudiosos da linguagem: Ramalho e Resende (2011), Solé (1998), Kleiman (2003), Freire (1996, 2011, 2016), Rojo (2009, 2012), Brandão (2011), Leffa (1996), Pedrosa (2008), Lerner (2002). Esse referencial teórico nos auxiliou na compreensão da natureza do problema de leitura que foi investigado, contribuindo para minimizá-lo.

Criamos um caderno pedagógico, dividido em três módulos, em que trabalhamos a leitura de textos publicitários na perspectiva crítica discursiva proposta por Fairclough (2001).

Valemo-nos, nesta empreitada, da pesquisa-ação (ENGEL, 2000), tendo como objeto da pesquisa a ação/reflexão/ação, numa construção dos parceiros professor/aluno.

A pesquisa possibilitou ao professor uma reflexão sobre o seu fazer pedagógico, suscitou novas posturas e ainda estabeleceu entre professor/aluno a possibilidade de juntos caminharem em busca do conhecimento de maneira autônoma e reflexiva.

Aporte Teórico

Nesta seção, traremos a fundamentação teórica que norteia o nosso trabalho, quanto aos aspectos de texto, gêneros textuais, multimodalidade e letramento, numa perspectiva crítica de leitura.

Texto, Leitura e Perspectivas

Na segunda metade do século XX, estudos conduziram o texto como objeto de análise linguística, vários são os saberes e as teorias que o coloca como elemento de estudo. Nas reflexões de Bakhtin e do Círculo (1959 – 1961), o texto é considerado um enunciado concreto, interativo, muito além das relações linguísticas; na linguística textual - Marcuschi (2011), Fávero e Koch (1983), o texto é considerado além das relações textuais internas, também como atividade cognitiva, interacional e linguística; na análise do discurso - Pêcheux (1990), ele é considerado como prática

de linguagem em meio a heterogeneidades discursivas; o texto na semiótica discursiva francesa - Greimas (1966), a produção de sentidos decorre da materialidade linguística e de outras linguagens para fazer veicular conteúdos discursivos; na análise do discurso crítica - Fairclough (2001), analisa-se o texto nos seus aspectos linguísticos com vistas ao estudo da natureza dos processos e relações sociais (ideologia e poder) (cf. BATISTA, 2016). O grande diferencial das teorias que analisam o texto na atualidade é que elas o entendem não apenas como materialidade, mas, sobretudo, como uma produção carregada de sentidos (BRAIT, 2006).

Essas teorias podem e devem ser colocadas em prática, saírem das academias e percorrerem os corredores das escolas, repercutirem na educação básica, para que o desempenho preocupante que demonstram os alunos brasileiros, em relação à leitura, possa ser minimizado. Assim, e percebendo que na escola os alunos tratam o texto como fardo, por não conseguirem extrair dele algo significativo, é que nos propomos trabalhar com anúncios publicitários, gênero textual que circula no meio social do aluno, trazendo para a pesquisa fundamentos teóricos científicos que nos auxiliaram na busca de um leitor mais consciente.

Os processos envolvidos no ato de ler são complexos: passam desde a decodificação até os esquemas cognitivos mais elaborados. Quando lemos, o que acontece em nossa mente está abaixo da superfície da consciência, as tarefas são executadas de modo rápido e automático que se convencionou chamar de processamento em paralelo (LEFFA, 1999). Nosso cérebro não é mais visto como uma caixa preta, indecifrável. Os processos mentais e a mente foram reabilitados como objetos de investigação e seu estudo tornou-se objeto das ciências cognitivas, que vieram trazer notáveis contribuições à ciência linguística, quanto ao processamento do ato de ler (KOCH, 2008).

Sabemos que a aprendizagem ocorre através do funcionamento biológico, por motivações ambientais e interacionais. As contribuições da neurociência e vygotskyanas contribuem para esse entendimento:

[...] Vygotsky desenvolve o conceito de zona de desenvolvimento proximal (ZDP), que diz respeito à distância entre o nível de desenvolvimento real (NDR) da criança, ou seja, aquilo que a criança já consegue fazer sozinha, e o nível de desenvolvimento proximal (NDP), ou seja, aquilo que ela faz com a ajuda do outro. Nessa visão, os outros são considerados agentes culturais de desenvolvimento através da interação, que levam as crianças à elaboração de funções psicológicas que estavam próximas de se completar e que, se completando, levam a novas aprendizagens (DAVIS, 2005 *apud* BORBA 2015, p. 286).

E ainda, Vygotsky (1987 *apud* BEZERRA, 2009, p. 38) reconhece a importância da escola no acesso ao conhecimento científico construído e acumulado pela humanidade, além da formação dos conceitos cotidianos. Ressalta que ao interagirmos com esses conhecimentos, novas formas de pensamento, de inserção e atuação no meio social são possibilitadas ao indivíduo. E ainda, “que se o meio não proporcionar desafios, exigências, estímulos ao intelecto do indivíduo, ele pode não conquistar estágios mais elevados de raciocínio”. Para a eficácia dessa interação, o professor servirá de ponte ao novo conhecimento.

Anúncio publicitário, Gênero Textual e Escola

A sociedade na qual nos inserimos, com suas inovações tecnológicas, encontra-se densamente semiotizada e a escola não pode ficar alheia a essa constatação. Com isso, faz-se necessário trazer as diversas linguagens presentes no meio social, ao universo escolar, para que o aprendiz possa lidar como os discursos diversos que permeiam o mundo do trabalho e fora dele “não só para o desempenho profissional, como também para saber fazer escolhas éticas entre discursos em competição e saber lidar com as incertezas e diferenças características de nossas sociedades atuais” (ROJO, 2009, p. 89).

Anúncio publicitário é um gênero textual que tem a finalidade de promover um produto de uma marca ou uma empresa, ou ainda de promover uma ideia (CARVALHO, 2014). A linguagem dos anúncios publicitários adapta-se ao perfil do público ao qual eles se destinam e a um suporte ou veículo em que eles são publicados. A escolha do gênero anúncio publicitário para trabalhar com a turma citada, deve-se ao fato dos mesmos possuírem diferentes linguagens, serem visualmente atrativos e ainda apresentarem textos relativamente curtos, porém não menos complexos.

O gênero anúncio publicitário apresenta-se em textos multimodais – combina diferentes modos semióticos – abrindo possibilidades para estudos de letramento, trazendo para o educando mais possibilidades interpretativas e novos olhares para a construção do sentido. Deixá-lo alheio a esse aspecto denuncia vulnerabilidade social e baixo empoderamento (VIEIRA, 2015).

Cada indivíduo, no ato de ler, faz as suas inferências, constrói sentidos, e para que esses sentidos não se tornem inapropriados, devemos observar as pistas que nos apresenta o texto, e um desses sinais, segundo Coscarelli e Novais (2010) é a noção de gênero que auxilia o leitor quanto à função do evento comunicativo.

Na leitura, o conhecimento de mundo também contribui para apreensão dos sentidos do texto, pois “o enunciado está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal” (BAKHTIN, 1997, p. 316).

Quando estudamos os gêneros textuais vamos incorporando mentalmente que as diversas esferas de comunicação exigem gêneros distintos, e essa internalização favorece os esquemas que vão facilitar o ato de ler, tendo em vista que “quando construímos nosso discurso, sempre conservamos na mente o todo do nosso enunciado, tanto em forma de um esquema correspondente a um gênero definido como em forma de uma intenção discursiva individual” (BAKHTIN, 1997, p. 308).

O estudo do gênero publicitário na escola favorece a percepção dos alunos quanto aos efeitos que a publicidade exerce “que vão desde a simples aquisição do produto anunciado à adesão e assimilação da ideologia social que o produz. À ação comercial se acrescenta uma ação ideológica e cultural” (CARVALHO, 2014, p. 21), por isso, uma educação para a publicidade é dever da escola.

Dimensões de Leitura Crítica: texto, prática discursiva, prática social

O objetivo do nosso trabalho foi trabalhar com gêneros textuais não só restringindo-os aos seus aspectos estruturais ou formais, mas também aos aspectos comunicativos, interacionais, críticos e ideológicos para que o aluno perceba o texto como uma forma de entender a sociedade.

A democratização do poder passa pela linguagem, pois a partir do momento que o ser humano não domina os gêneros mais complexos de uma determinada esfera social, ele não se sentirá participante daquele meio. Para Bakhtin:

São muitas as pessoas que dominando magnificamente a língua sentem-se logo desamparadas em certas esferas da comunicação verbal, precisamente pelo fato de não dominarem na prática as forma de gênero de uma dada esfera (BAKHTIN, 1997, p. 303).

Desse modo, é de extrema importância que o aluno da escola pública ao ter acesso a esses gêneros, tenha um mediador fundamentado numa concepção teórica firme, para que a compreensão leitora não possa “desembocar na exigência de mera reprodução das vozes de outros leitores, mais experientes ou mais poderosos que o aluno” (KLEIMAN, 1998, p. 61).

Destarte, “é preciso primeiro que os que assim se encontram negados no direito primordial de dizer a palavra, reconquistem esse direito, proibindo que este assalto desumanizante continue” (FREIRE, 2011, p.108).

Assim fundamentados, e com o objetivo de democratizar o saber e despertar o senso crítico nos alunos, aderimos neste projeto interventivo aos postulados da Análise Crítica do Discurso ACD, de Fairclough (2001). Na perspectiva sócio discursiva da ACD, a linguagem é parte irreduzível da vida social o que pressupõe relação interna e dialética da linguagem-sociedade, em que questões sociais, são, na maioria das vezes, questões discursivas, e vice versa (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999 *apud* RAMALHO; REZENDE, 2011, p. 13).

A concepção de linguagem como prática social e como instrumento de poder é o ponto de partida para a compreensão da proposta teórica e metodológica da ACD, proposta por Fairclough, teoria que subsidiará este trabalho interventivo em busca de um leitor proficiente. Abaixo, síntese do modelo tridimensional de Fairclough (2001).

Figura 1 - Concepção tridimensional do discurso



Fonte: Discurso e Mudança Social, Fairclough (2001)

Na perspectiva faircloughiana, o texto não está desvinculado das práticas sociais, ambos inter-relacionam-se, num jogo mútuo de influências. Nessa relação os discursos emergem e com eles as ideologias que naturalizam as relações de poder, evidenciando crenças, valores e comportamentos. Para Fairclough (2001, p. 117): “as ideologia embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem o status de “senso comum”. Desnaturalizar as ideologias que fazem perpetuar “poderes” é o objetivo da teoria faircloughiana e do nosso trabalho, pois “remoldar as práticas discursivas e as ideologias nelas construídas” colabora para gerar sujeitos mais conscientes e, em consequência, uma sociedade mais justa. Ao trabalhar com o texto publicitário, neste trabalho interventivo, trouxemos a concepção de gênero de Fairclough (2001), que é con-

siderado como um “conjunto de convenções relativamente estável que é associado com, e parcialmente representa, um tipo de atividade socialmente aprovado” (FAIRCLOUGH, 2001, p.161).

Ao trazermos essa concepção para o ensino da leitura, direcionamos nossa proposta para a percepção das características do gênero e de seus propósitos, no intuito de que em leituras futuras, esquemas mentais sejam ativados, colaborando para encurtar os caminhos da compreensão leitora dos alunos. Pois percebemos que no ambiente escolar, os alunos dominam os gêneros mais simples, aqueles que circulam como organizadores da vida social: contas de água, luz, atestados, formulários, documentos etc. são os gêneros, segundo Marcuschi (2011), “minimalistas” que são repetitivos em seu formato e pouco criativos. Se considerarmos a afirmação de Kress (2003, p. 87 *apud* MARCUSCHI, 2011, p. 24) que “gênero é uma categoria que orienta a atenção para o mundo social” não poderemos deixar o nosso aluno à margem da sociedade. Deveremos trazer para a sala de aula, gêneros que circulam no meio social dos discentes, que exigem uma forma de compreensão mais apurada, a fim de contribuir para uma formação crítica e autônoma.

Ademais, é sabido que as instituições de maneira geral e a escola em particular “adestram” e “fabricam” indivíduos para que se ajustem às necessidades do poder, às suas ideologias, através de práticas discursivas institucionalizadas (FOUCAULT, 1987, p.145), gerando uma cegueira coletiva. Os princípios que norteiam a ACD, através de técnicas de vigilância e de uma consciente vinculação entre discurso e poder contribuirão para levar os cidadãos à autorreflexão e a uma consciência crítica.

Na escola o papel do professor é de articulador da aprendizagem, um mediador que junto com o aluno, colhe sentidos ao que ler, entendendo que “a leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra e a leitura desta implica a continuidade da leitura daquele” (FREIRE, 2011, p. 29).

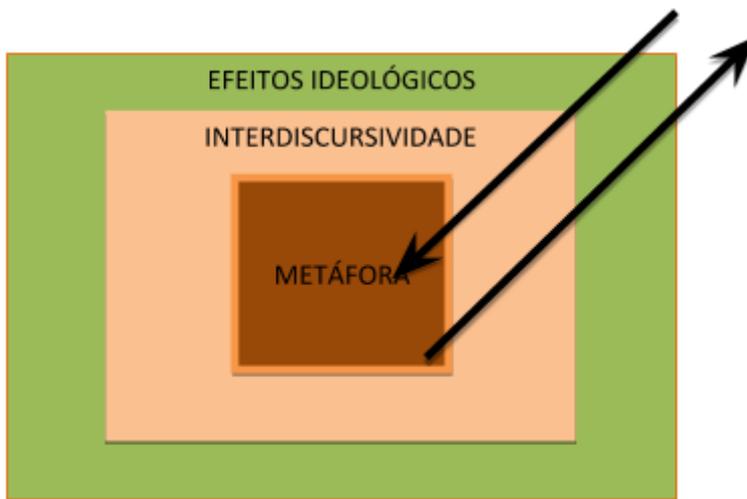
Assim sendo, a leitura na perspectiva crítica discursiva contribuirá com esse objetivo, por entender o discurso como sendo um momento integrante e irreduzível das práticas sociais, que envolvem a semiose/linguagem em articulação com os demais momentos das práticas: fenômeno mental, relações sociais e mundo material (RAMALHO; REZENDE, 2011).

Delimitando a pesquisa

Ao trazer o modelo tridimensional de Fairclough (2001) para subsidiar este trabalho de leitura crítica, enfatizamos na dimensão prática discursiva a interdis-

cursividade presentes nos textos, na prática social, as ideologias que permeiam os discursos publicitários e na dimensão textual, trouxemos as metáforas conceituais.

Figura 2 - Modelo Tridimensional de Fairclough



Fonte: Adaptado pela autora de Fairclough (2001)

Na dimensão da prática discursiva, ao analisar a situação de produção, circulação e consumo desses textos, focalizamos a interdiscursividade presente nos textos publicitários e como essas vozes ecoam, colaborando na interpretatividade desses textos, trazendo ao aluno-leitor a oportunidade de enxergar o texto além da materialidade textual.

Na dimensão da prática social do modelo tridimensional de Fairclough (2001), o aluno teve a chance, na leitura dos textos publicitários, de desvelar as ideologias que naturalizam as relações de poder em nossa sociedade, constituindo-se em um leitor crítico, ao tentar desnaturalizar esses discursos hegemônicos.

Na dimensão textual, trouxemos para o nosso trabalho as metáforas conceituais, como artifícios de linguagem, que colaboram na compreensão dos textos publicitários.

Metáforas Conceituais: um fenômeno cognitivo linguístico

O anúncio publicitário é um gênero textual que tem como característica convencer o leitor a uma ação com o objetivo de alcançar adesão do interlocutor daquilo que é anunciado. Para favorecer o seu propósito, utiliza-se de recursos linguísticos que se apresentam como molas propulsoras para que se alcancem os intentos desejados.

Entre esses recursos linguísticos, presentes em textos publicitários, encontramos as metáforas, não as metáforas como figura de linguagem, como aspecto da linguagem literária, mas as *metáforas da vida cotidiana ou conceituais*, aquelas que estão presentes em nossos discursos, que constroem a nossa realidade “e estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Vale aqui ressaltar, que o conhecimento a respeito das metáforas conceituais restringiu-se a esta pesquisadora, auxiliando-a nos direcionamentos das leituras em sala de aula, bem como na elaboração das atividades propostas. Ao aluno foi dada a oportunidade de perceber as ideologias que carregam essas metáforas, sem contudo serem expostos à teoria. Esse conhecimento, por parte desta pesquisadora, motivou perguntas de cunho crítico e reflexivo.

Metodologia

Para implementarmos este trabalho interventivo, criamos uma sequência de atividades com o objetivo de proporcionar o letramento crítico com alunos da terceira etapa (8º ano), turma B, do CREJAPSU, que não conseguiam ler, de forma crítica, os atrativos anúncios que circulavam na escola.

Assim, para que a leitura não se mostrasse desarticulada dos propósitos que lhe dão sentido, trouxemos textos reais, palpáveis que atendessem a necessidade real de leitura observada em sala de aula.

Para iniciar as atividades didático-pedagógicas foi aplicado um pré-teste para averiguar o grau de compreensão leitora dos alunos sobre o gênero em estudo, com perguntas de ordem textual, discursiva e de texto como prática social, que foram recolhidos pela pesquisadora para análise futura.

Para que o leitor tenha uma visão global, a seguir, apresentamos o quadro síntese da abordagem didática e logo abaixo, algumas considerações sobre os módulos trabalhados.

Quadro 1 – Módulos da Abordagem Didática

MÓDULOS	SUORTE PEDAGÓGICO	PROCEDIMENTOS	ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS
Módulo I	Filme: “Do que as Mulheres Gostam”	- Exibição do filme	Discussão oral e de um questionário sobre o filme exibido.

Módulo II	Anúncios trazidos pelos alunos e pelo professor	<ul style="list-style-type: none"> - Explorar a temática, os objetivos de cada anúncio e os aspectos linguísticos. - Socialização da leitura através da troca dos anúncios. - Questionário escrito (atividade em dupla) 	<p>Busca coletiva das respostas mais apropriadas. Mediação do professor.</p> <p>Respostas das duplas/classe</p>
Módulo III (3 etapas)	<p>Datashow</p> <p>Anúncios publicitários que circularam na escola.</p> <p>Questionários</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Leitura coletiva dos anúncios publicitários veiculados na mídia, divulgados em diversos suportes. (sala de vídeo) - Foco: texto, prática discursiva e social. - Leitura e interpretação dos questionários - Foco: texto, discurso e prática social 	<p>No momento da interação classe/ professor e através de um questionário escrito.</p> <p><i>Feedback oral e escrito.</i></p> <p><i>Feedback oral e escrito</i></p>

Fonte: Dados da pesquisa.

Desenvolvimento das atividades didático-pedagógicas

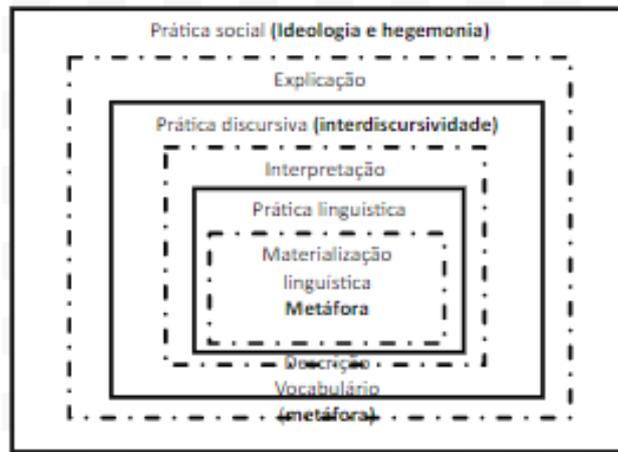
Como vimos, práticas de leitura(s) envolvendo o gênero anúncio publicitário, permearam a sequência didática, desenvolvida em três módulos onde estabelecemos uma atividade motivadora, favorecemos a leitura de vários anúncios, em forma de panfletos e também veiculados em meios de comunicação e também trabalhamos, nas atividades, a concepção tridimensional do discurso proposta por Fairclough (2001): texto, prática discursiva e prática social, numa compreensão de que essas três dimensões deverão estar sempre articuladas.

As atividades, que permearam a sequência de atividades, foram embaladas pelas orientações de Lerner (2002), que orienta que devemos possibilitar que o aluno tenha a oportunidade de validar por si mesmo suas interpretações, elaborar argumentos, e buscar indícios para verificar ou rejeitar diferentes interpretações produzidas em sala.

Resultados e análise de dados

Na sequência didática apresentada neste trabalho, analisamos os eventos linguísticos constantes em anúncios publicitários. Neles observamos as condições de produção, distribuição e consumo desses textos, as metáforas conceituais e as ideologias que carregam (conforme a representação abaixo).

Figura 3 – Modelo Tridimensional de Fairclough - 2



Fonte: Fairclough *apud* Meurer (2005), adaptado pela autora para a sequência didática.

Ao escolhermos as metáforas para serem analisadas na dimensão textual (descritiva) assumimos uma posição menos rígida entre conteúdo e forma. Assumimos a posição faircloughiana de que os sentidos dos textos são interligados com a forma dos textos e os aspectos formais são investidos ideologicamente.

Dentro dessa perspectiva, orientamos nosso trabalho, em oito aulas.

Os resultados dessa intervenção foram medidos comparando o pré-teste com o pós-teste. Ambos possuíam dez questões e tinham como objetivo sondar a conhecimento e a compreensão leitora dos alunos a respeito do gênero anúncio publicitário. Adiante, apresentamos o gráfico que demonstra o desempenho dos 22 alunos que participaram do pré e pós-testes.

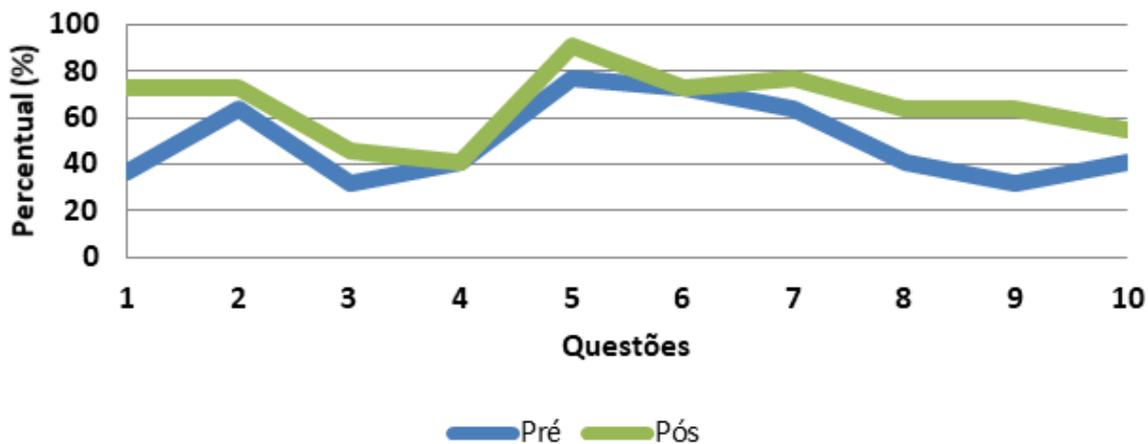
Gráfico 1 – Pré e pós-testes – desempenho por aluno



Fonte: Dados da pesquisa.

O gráfico 1 nos mostra que 17 alunos apresentaram desempenho positivo. Destaque para o aluno nº 15 que acertou todas as questões no pós-teste, tendo uma evolução em sua competência leitora de 40%, seguindo de muitos outros que tiveram o seu desempenho em leitura aumentado consideravelmente.

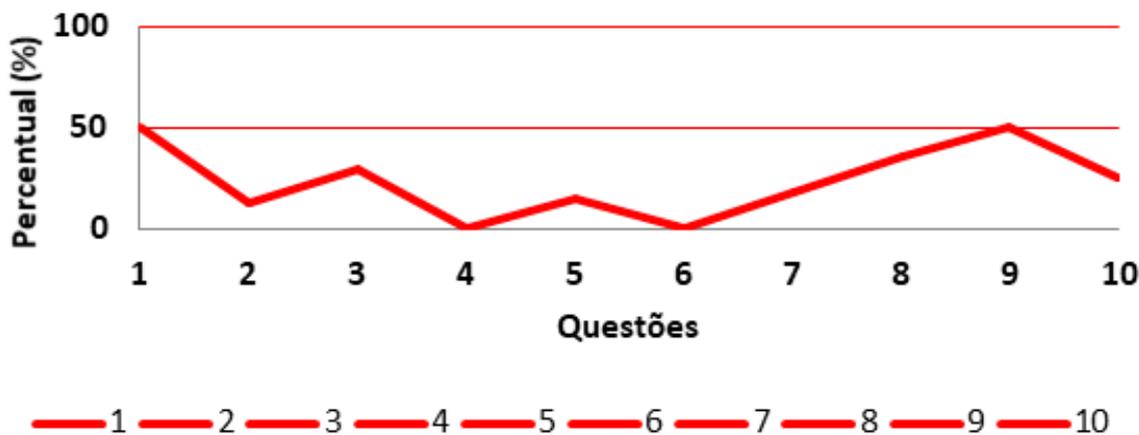
Gráfico 2 – Pré e pós-testes – desempenho (evolução) por pergunta



Fonte: Dados da pesquisa

Excetuando-se as questões 4 e 6, as demais questões do questionário aplicado apresentaram evolução no número de acertos entre o pré-teste e o pós-teste, levando-nos a supor que trabalhar os gêneros textuais numa perspectiva crítico-discursivo é um caminho que poderá ser seguido por profissionais que trabalham com a língua e o seu funcionamento.

Gráfico 3 - Evolução por pergunta – pré e pós-testes



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 3 demonstra a média de rendimento dos alunos por pergunta, em termos percentuais. Desempenho observado comparando os testes de entrada e de saída, aplicados antes e depois da sequência de atividades didáticas. Os comentários de todas as questões, envolvidas na pesquisa, encontram-se no trabalho³ que deu origem a esse artigo. Aqui, comentaremos as questões 9 e 10 dos testes, como forma de demonstrar o propósito e o direcionamento pedagógico do nosso trabalho.

Os anúncios publicitários, escolhidos para trabalhar nas atividades em sala de aula, circularam no ambiente escolar, contudo, o anúncio a seguir, utilizado nas questões do pré e pós-testes, foi escolhido pela razão contrária, justamente para detectar, com mais clareza, a percepção do aluno a respeito do gênero estudado, quanto aos aspectos de circulação, produção e consumo desse texto.

Figura 4 - Anúncio utilizado em atividades de leitura da sequência didática



Fonte: Dados da pesquisa.

3. Trabalho originalmente apresentado como dissertação de mestrado do PROFLETRAS, da Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe, Brasil, 2018.

Questão 9 - “Colo de Mãe” é o nome dado ao hotelzinho/berçário. Considerando o sentido que a expressão em destaque pretende transmitir, a palavra ‘colo’ só não poderia ser substituída por:

- | | |
|--------------|--------------|
| a) aconchego | c) ternura |
| b) carinho | d) desamparo |

Ao perceber o item ‘d’ como a correta, o aluno conseguiu agregar à sua resposta a carga semântica, culturalmente estabelecida, trazida pelo vocábulo mãe e associou-a ao sentido da palavra colo. A partir dessa conexão, os alunos consideraram os aspectos de produção, circulação e consumo desse texto (que foi o propósito desta pesquisadora) ao compreenderem que o nome escolhido para o hotelzinho/berçário tem o propósito de atingir um público específico e impactá-lo, agregando ao seu produto todos os qualificativos inerentes à expressão “colo de mãe”: aconchego, carinho e ternura.

Questão 10 - Ter condições de deixar seus filhos em hotelzinho/berçário é sempre uma realidade das mulheres mães brasileiras? Comente!

Muitos alunos não perceberam a carga semântica trazida pelos vocábulos ‘hotelzinho’, ‘berçário’ no contexto utilizado. Foram confundidos com a palavra ‘creche’, termo comumente usado para designar estabelecimentos públicos, gratuitos, que cuidam de crianças de 0 a 3 anos e que não dispõem da mesma estrutura oferecida pelo hotelzinho em questão. Nos textos, escolhas lexicais carregam sentidos e “os aspectos formais dos textos em vários níveis podem ser investidos ideologicamente” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 119). Nesta questão, 40% dos discentes, no pré-teste responderam corretamente: informando que deixar filhos em hotelzinho/berçário não é a realidade de muitas mães brasileiras, pois muitas não possuem recursos para tal fim. No pós-teste, o número de acertos alcançou 55%. A razoável evolução no número de acertos entre o pré e pós-testes, nos traz um alento, mas confirma a necessidade de se trabalhar os textos, cada vez mais, explorando as suas várias dimensões, concebendo-o como um elo de comunicação entre as práticas discursivas e sociais.

Se o texto é uma prática discursiva que responde a uma prática social, compreender a natureza dos gêneros nos faz avançar na compreensão dos textos, pois os gêneros advêm de uma exigência social. O leitor busca significado em pistas que o texto fornece, e também vai buscar sentidos fora dele. Ao situar o texto dentro de um contexto sócio-histórico, o leitor traz para a leitura ideologias que subjazem ao texto, tornando-se um sujeito social transformador, capaz de remodelar e reestruturar as práticas sociais.

Nessa concepção conduzimos o nosso trabalho. O resultado positivo, ora apresentado, sugere um caminho a ser seguido, porém somos sabedores que o desenvolvimento da capacidade de inferir, por parte dos discentes, é gradual e depende do embasamento teórico por parte dos docentes, da motivação para aprender por parte dos alunos e de políticas educacionais mais claras e eficazes.

Contudo, a participação dos alunos nas aulas da sequência didática aqui apresentada, as discussões suscitadas, as reflexões, o aprender a aprender já validam essa pesquisa. Os resultados alentadores, estabelecidos nos gráficos, são pontuais, mas a eficácia social estabelecida é real e de grande monta, por oferecer aos alunos da escola pública a possibilidade de tornarem-se cidadãos críticos, conscientes e transformadores.

Sabemos que os resultados apresentados não esgotaram o problema crítico em leitura, observado na turma em questão, pois alcançar níveis elevados de compreensão leitora requer tempo e sistematização.

Contudo, no decorrer das atividades propostas, percebemos que os alunos, à proporção que tiveram conhecimento sobre o mundo da publicidade e mantiveram contato com vários textos dessa realidade, colocaram-se, paulatinamente, como leitores mais conscientes e críticos.

Considerações finais

Atendendo exigências do Profletras, trouxemos para este trabalho uma proposta de ensino de leitura numa perspectiva crítica discursiva, a partir do gênero anúncio publicitário, compreendendo que ler não é apenas decifrar códigos, é buscar sentido neles, para conhecer o mundo e dele fazer parte.

Na proposta apresentada, gerada a partir de uma necessidade de leitura observada, elaboramos uma sequência de atividades, em três módulos, que teve como objetivo analisar o texto em três dimensões: materialidade linguística, texto como prática discursiva e texto como prática social.

Dessa maneira, os alunos, imbuídos no propósito de ler criticamente os textos que circularam na escola, conseguiram enxergar função para sua leitura e, no caminhar da sequência de atividades, foram se colocando nos textos de maneira crítica e reflexiva.

Assim, a experiência mostrou-se produtiva, pois dos 22 alunos que participaram da pesquisa, 17 conseguiram evoluir em sua compreensão leitora.

Dessa forma, fica evidente que o professor aparelhado por conhecimentos teóricos científicos torna-se um profissional mais qualificado para transmitir

conhecimentos, viabilizando-os a partir das demandas encontradas em sala de aula. Unir teoria à prática concretiza ações educacionais eficazes.

Vislumbramos que essa experiência concreta de sala aula possa conduzir o leitor a outras reflexões e posturas pedagógicas produtoras, para que os nossos alunos da escola pública, ao compreenderem o que leem, tornem-se cidadãos conscientes e críticos e que possam enxergar o mundo com lentes de longo alcance.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. Tradução P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

_____. *Estética da Criação Verbal*. Tradução Maria Emsantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BATISTA, Ronaldo de Oliveira (Org.). *O Texto e seus Conceitos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2016. p. 142.

BORBA, Valquíria C. M. Aquisição da Linguagem, Cognição, Memória e Aprendizagem. *Revista das Letras*, Vitória da Conquista, v. 7, n.2, p. 26-290. 2015.

BRAIT, Beth. Análise e teoria do discurso. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006. p. 9-31.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à Análise do Discurso*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais*. Língua portuguesa de 5ª a 8ª série do 1º grau. Brasília: MEC/SEE, 1998.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. *Brasil no PISA 2015: análises e reflexões sobre o desempenho dos estudantes brasileiros / OCDE-Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Fundação Santillana, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2oGw7VG>>. Acesso em: 06 jan. 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. *PDE: Plano de Desenvolvimento da Educação*. Prova Brasil: ensino fundamental - matrizes de referência, tópicos e descritores. Brasília: MEC, SEB, INEP, 2008.

CARVALHO, Nely. *O Texto Publicitário na Sala de Aula*. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

COSCARELLI, Carla V.; NOVAIS, Ana Elisa. Leitura: um processo cada vez mais complexo. *Letras de Hoje*. Porto Alegre, v. 45, n. 3, p. 35-42, jul./set.2010.

DIAS, Anair V. M.; MORAIS, Claudia G.; PIMENTA, Viviane R.; SILVA, Walleska B. Minicontos Multimodais. In: ROJO, R; MOURA, E. (Org.) *Multiletramentos na Escola*. São Paulo: Parábola Editorial 2012. p. 75-94.

ENGEL, Guido Irineu. Pesquisa-ação. *Revista Educar*, Editora da UFPR, Curitiba, n. 16, p. 181-191, 2000.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Coord. trad., revisão e pref. à ed. bras. de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

_____. *Discurso, mudança e hegemonia*. In: PEDRO, Emilia R. (Org.). *Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, 1977. p. 77-103.

FÁVERO, Leonor.; KOCH Ingedore. *Linguística Textual: introdução*. São Paulo: Cortez, 1983.

FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução: L.P.B. Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987,

FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler em três artigos que se completam*. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. *Educação como prática para a liberdade*. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

_____. *Pedagogia do oprimido*. 50. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

_____. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GREIMAS, Algirdas J. *Semântica estrutural*. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1973.

KLEIMAN, Ângela B. (Org.) *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2003.

_____. *Oficina de leitura: Teoria e Prática*. 6. ed. Campinas, SP: Pontes, 1998.

KOCH, Ingedore V; ELIAS, Vanda M.. *Ler e Compreender: os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2008.

LEFFA, Vilson J. *Aspectos da leitura*. Porto Alegre, RS: Sagra DC Luzzatto, 1996.

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

LERNER, Délia. *Ler e Escrever na Escola: o real, o possível e o necessário*. Porto Alegre: Artmed, 2002. p. 72-102.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*. In: DIONÍSIO, Ângela P.; MACHADO, Anna R.; BEZERRA, Maria Auxiliadora (Org.). *Gêneros textuais & ensino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 19-36.

_____. *Atividades de referenciação, inferenciação e categorização na produção de sentido*. In: FELTES, H. P. de M. (Org.). *Produção de sentido: estudos transdisciplinares*. Caxias do Sul: Educus, 2003. p. 239-261.

_____. *Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. p. 296.

MEURER José Luiz. *Gêneros Textuais na Análise Crítica de Fairclough*. In: MEURER, José Luiz; BONINI, Adair; MOTTA-ROTH, Désirée (Org.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editora, 2005. p. 80-106.

PÊCHEUX, Michel. *Análise automática do discurso*. In: GADET, Françoise, HAK, Tony (Org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Tradução B. S. Mariani et al. Campinas: Editora UNICAMP, 1990. p. 61-161.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. *Análise crítica do discurso: do linguístico ao social no gênero midiático*. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2008.

RAMALHO, Viviane.; RESENDE, Viviane. M. *Análise de Discurso (Para a) Crítica: O Texto como Material de Pesquisa*. Campinas, SP: Pontes, 2011.

ROJO, Roxane. *Letramentos Múltiplos, escola e inclusão social*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

_____. Pedagogia dos Multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens na escola. In ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. (Org.). *Multiletramentos na Escola*. São Paulo: Parábola Editorial 2012. p. 11-31.

SANTOS, Záira Bomfante; MEIA, Ana Clara G. A. A. Produção de textos multimodais: A articulação dos modos semióticos. *RevLet - Revista Virtual de Letras. Minas Gerais*, v. 2, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.revlet.com.br/artigos/15.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

SERGIPE. Governo do Estado. *Referencial curricular*. Rede Estadual de Ensino de Sergipe, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/2Jji6eh>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

SOLÉ, Isabel. *Estratégias de Leitura*. Tradução Claudia Schilling. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 1998.

VIEIRA, Josenia; SILVESTRE, Carminda (Org.). *Introdução à Multimodalidade: Contribuições da Gramática Sistêmico-Funcional, Análise de Discurso Crítica, Semiótica Social*. Brasília: J. Antunes Vieira, 2015.

VIEIRA, Josenia. *O Papel das Metáforas Visuais no Discurso*. In: VIEIRA, Josenia; SILVESTRE, Carminda (Org.). *Introdução à Multimodalidade: Contribuições da Gramática Sistêmico-Funcional, Análise de Discurso Crítica, Semiótica Social*. Brasília: J. Antunes Vieira, 2015. p. 75-92. Disponível em: <<https://bit.ly/2JrRMh1>>. Acesso em: 06 jan. 2017.

VYGOTSKY, L. S. *A formação social da mente: O desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.