



Anais do XIV Colóquio Internacional "Educação e Contemporaneidade"

24 a 25 de setembro de 2020



Volume XIV, n. 3, set. 2020
ISSN: 1982-3657 | Prefixo DOI: 10.29380

EIXO 3 - EDUCAÇÃO, SOCIEDADE E PRÁTICAS EDUCATIVAS

Editores responsáveis: **Veleida Anahi da Silva - Bernard Charlot**

DOI: <https://doi.org/10.29380/2020.14.03.24>

Recebido em: **18/07/2020**

Aprovado em: **19/07/2020**

**O USO DA PROPAGANDA IMPRESSA POR MEIO DE OFICINAS PEDAGÓGICAS:
CONTRIBUIÇÕES PARA A FORMAÇÃO DE LEITORES CRÍTICOS**

JOSEVAL DOS REIS MIRANDA

<https://orcid.org/0000-0002-0713-0110>

ANDREIA DE OLIVEIRA

<http://orcid.org/0000-0002-7760-7914>

Resumo: O presente trabalho teve como objetivo compreender como o gênero discursivo propaganda pode contribuir no processo de leitura dos alunos nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental. O caminho metodológico utilizado foi a abordagem qualitativa, por meio de atividades de intervenção, fazendo uso dos procedimentos de geração de dados como oficinas pedagógicas, a observação participante e as rodas de conversas. A pesquisa foi desenvolvida com alunos do 5º ano, e a escolha dos participantes e do *locus* se deu por meio das intervenções realizadas durante o Estágio Supervisionado nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental. Os nossos aportes teóricos constituiu-se de autores e estudiosos como Bakhtin (1997), Consoli (2008), Galvani (1994), Kleiman (2000), Koch (2001), Melo (20016), Orlandi (2001) Soares (1998) Solé (1998) e outros, além da Base Nacional Comum Curricular (2017). Os resultados apontam a riqueza que gênero propaganda impressa pode proporcionar aos alunos uma tomada de consciências em compreender como é importante saber fazer leituras em imagens de propagandas com linguagem verbal e não verbal, bem como a intertextualidade; além disso, salientamos que as oficinas possibilitaram o desenvolvimento nos alunos de habilidades leitoras socioemocionais, propostas na Base nacional Comum Curricular-BNCC (2017) como: refletir criticamente sobre a fidedignidade das informações; analisar a circulação dos gêneros do discurso nos diferentes campos de atividade, seus usos e funções relacionados com as atividades típicas do campo; identificar implícitos e os efeitos de sentido decorrentes de determinados usos expressivos da linguagem.

Palavras chave: Gênero discursivo. Propaganda impressa. Formação do leitor crítico.

Abstract: This work aimed to understand how the discursive advertising genre can contribute to the reading process of students in the Early Years of Elementary School. The methodological approach used was a qualitative approach, through intervention activities, making use of data generation procedures such as pedagogical workshops, participant observation and conversation circles. The research was developed with 5th grade students, and the choice of participants and location was made through the interventions carried out during the Supervised Internship in the Early Years of Elementary School. Our theoretical contributions consisted of authors and scholars such as Bakhtin (1997), Consoli (2008), Galvani (1994), Kleiman (2000), Koch (2001), Melo (20016), Orlandi (2001) Soares (1998) Solé (1998) and others, in addition to the National Common Curricular Base (2017). The results show the richness that the genre of printed advertising can provide students with an awareness of how important it is to know how to read images of advertisements with verbal and non-verbal language, as well as intertextuality; in addition, we emphasize that the workshops made it possible for students to develop socio-emotional reading skills, proposed in the Curriculum Common National Base-BNCC (2017), such as: critically reflecting on the reliability of information; analyze the circulation of speech genres in different fields of activity, their uses and functions related to typical activities in the field; identify implicit and meaning effects resulting from certain expressive uses of language.

Keywords: Discursive genre. Printed advertisement. Critical reader training.

Resumen: El presente trabajo tuvo como objetivo comprender cómo el género publicitario discursivo puede contribuir al proceso de lectura de los estudiantes en los primeros años de la escuela primaria. El enfoque metodológico utilizado fue el enfoque cualitativo, a través de actividades de intervención, haciendo uso de procedimientos de generación de datos como talleres pedagógicos, observación participante y círculos de conversación. La investigación se desarrolló con estudiantes de quinto grado, y la elección de los participantes y la ubicación se realizó a través de las intervenciones realizadas durante la pasantía supervisada en los primeros años de la escuela primaria. Nuestras contribuciones teóricas consistieron en autores y académicos como Bakhtin (1997), Consoli (2008), Galvani (1994), Kleiman (2000), Koch (2001), Melo (20016), Orlandi (2001) Soares (1998) Solé (1998) y otros, además de la Base Curricular Común Nacional (2017). Los resultados muestran la riqueza que el género de la publicidad impresa puede proporcionar a los estudiantes con la conciencia de lo importante que es saber leer imágenes de anuncios con lenguaje verbal y no verbal,

así como la intertextualidad; Además, enfatizamos que los talleres permitieron a los estudiantes desarrollar habilidades de lectura socioemocionales, propuestas en el Curriculum Common National Base-BNCC (2017), tales como: reflexionar críticamente sobre la confiabilidad de la información; analizar la circulación de géneros del habla en diferentes campos de actividad, sus usos y funciones relacionadas con actividades típicas en el campo; Identificar los efectos implícitos y de significado resultantes de ciertos usos expresivos del lenguaje.

Palabras clave: género discursivo. Publicidad impresa Lector crítico de formación.

1 Introdução

Ler é um dos atos mais importante na vida de qualquer ser humano e consiste um poder de viver em um mundo em constante comunicação de transformações. Desde os tempos mais remotos os indivíduos interagem se comunicando na sociedade por meio da leitura da linguagem, em que “todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem”. (BAKHTIN, 1997, p.261).

A comunicação acontece pela interação dessas duas dimensões nas práticas sociais. Mas, essa interação se dá pela leitura das linguagens em que os indivíduos conseguem dar sentidos ao mundo, bem como compreenderem de como se dão as relações sociais. Segundo Orlandi (2001) a linguagem como interação, logo seu conceito está marcado ao social e histórico por ser engajamento da própria condição humana, em que o homem não é um ser que vive isolável nem dos seus próprios produtos advindos da cultura.

Com o advento de grandes transformações socioeconômicas entre os séculos XX e XXI, a escola precisa ter novos olhares no que compete à formação de leitores, para isso, é preciso oferecer ao aluno o contato com vários tipos de linguagens, para que no futuro seja cidadãos capazes fazer leituras de forma crítica, bem como fazer o uso dessa prática em diversas situações no cotidiano. Uma vez, que nos tempos atuais, enfrentamos uma enxurrada de informações que são lançadas por meio das propagandas, que tem o intuito de vender algo, serviço difundir questões ideológicas, em que na maioria das vezes a intenção está aparelhada para a manutenção do *Status Quo* de uma minoria contra a maioria na sociedade.

Diante do que foi apresentado, reafirmamos que o objetivo de nossa pesquisa foi compreender como o gênero discursivo propaganda impressa pode contribuir no processo de leitura dos alunos nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental. Como caminho metodológico utilizamos a abordagem qualitativa, por meio de atividades de intervenção, fazendo uso dos procedimentos de geração de dados como oficinas pedagógicas, a observação participante e rodas de conversas. A pesquisa foi desenvolvida com alunos do 5º ano, e a escolha dos participantes e do *lôcus* se deu por meio das intervenções realizadas durante o Estágio Supervisionado nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental.

Assim, de início o presente artigo aborda algumas reflexões acerca dos gêneros discursivos e a sua relação com as práticas escolares para posteriormente adentrarmos sobre a especificidade do gênero propaganda; em seguida trazemos para o nosso debate os dados gerados por meio das oficinas realizadas e as suas relações com a Base Nacional Comum Curricular (2017); e por as considerações finais sobre o estudo desenvolvido.

2 Conversa introdutória sobre o gênero discursivo

Os gêneros do discurso na definição de Bakhtin (1997) estão relacionados a duas dimensões inseparáveis, sendo a atividade humana e o uso da língua. Sendo, a dimensão da atividade humana constituída por variedades imensuráveis, pois os indivíduos acabam que se organizando através de determinados padrões ao meio social. Então, a segunda dimensão se relaciona com a esfera da comunicação, ou seja, os diversos modos em si do uso da língua, bem como as formas típicas que são determinadas socialmente. De acordo com Bakhtin (1997):

Todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana. O que, e claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua. O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados*(orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. (BAKHTIN, 1997, p.261).

A princípio sobre esse posicionamento, o uso da língua é expresso e articulado pelos indivíduos nas atividades humanas, assim ocorrendo uma interação entre essas duas dimensões. Essa interação entre atividade humana e o uso da língua é fundamental para que os indivíduos possam pela comunicação é mediada pelas práticas sociais.

Segundo Marx (2007), os homens dependem dessa interação, resulta do trabalho do homem na natureza, essa é uma fonte social em que todos os homens dependem de condições materiais para atender suas necessidades básicas de sobrevivência como moradia, alimentação, água e vestes. A dependência material está condicionada aos modos de produção, que são mediados pela comunicação, ou seja, pelo uso da linguagem resultante das práticas sociais. Marx (2007) também menciona o conceito trabalho como uma fonte social de grande significância para o homem se adaptar e conviver coletivamente.

Os indivíduos passaram a estabelecer vínculos uns com os outros, e dependem da constituição da linguagem que são processos históricos sociais para estabelecerem uma interação cuja intenção é para atender suas necessidades básicas. Conforme Orlandi (2001):

Se assim é, o estudo da linguagem não pode estar apartado da sociedade que a produz. Os processos que entram em jogo na constituição da linguagem são processos histórico-sociais. A análise de discurso tem uma proposta adequada em relação a estas colocações, já que no discurso constatamos o modo social de produção da linguagem. Ou seja, o discurso é um objeto histórico social, cuja especificidade está em sua materialidade, que é linguística (ORLANDI, 2001, p.17).

Nesta perspectiva, a análise de discurso correlaciona que a linguagem é um produto resultante das práticas sociais em que os homens a produzem na sociedade, e que ela se constitui por processos de determinações de ordem sociais, bem como históricas. Os discursos são como objeto histórico-social por estarem relacionados aos modos sociais produção de como suas especificidades é materializada. Segundo Bakhtin (1997) define que os modos de produção ocorrem pelos vários modos do uso da língua, que se efetua em forma de enunciados, uma vez que,

Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos gramaticais da língua, mas acima de tudo, por sua construção composicional (BAKHTIN, 1997, p. 261).

Desse modo, os enunciados dependem de suas condições e finalidades que estão categoricamente ligados e definidos pelas suas especificidades de acordo com cada campo da comunicação. Assim, refere-se que cada enunciado particular deve ser tratado como individual, porém a esse jogo de características se denomina que “cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso (BAKHTIN, 1997, p.262)”.

Conforme o autor, as formas típicas do uso da língua e cada campo da atividade humana, elaboram tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo estes de uma diversidade infinita. Bakhtin (1997) também menciona que há uma infinita diversidade de gênero do discurso, justamente porque são abundantes as inúmeras possibilidades de atividades humanas. Por outro lado, como as atividades humanas estão sempre em movimento os gêneros do discurso também vai se modificando, como citado vai se replicando. Assim, no processo de sua formação integram e reproduzem vários outros gêneros, como é o caso dos primários (simples) que se estruturaram nas situações de comunicação que se dão no cotidiano, consecutivamente reelaboram os secundários (complexos), como no exemplo citado os gêneros científicos, artísticos e sociopolíticos. Devemos nos atentar para o fato de que, independentemente das especificidades ou características que se apresentam nos discursos dos gêneros, os indivíduos dependem da comunicação (uso da língua) para realizarem suas interações sociais nas diversas esferas dentro da sociedade.

A esse posicionamento verificamos mais uma vez, que a língua não se pode ser colocada meramente como transmissora de informações, mas sim como lugar de interação das relações humanas. A aquisição dessa interação de comunicação começa, desde que nascemos pelo contato com a linguagem, que se dá primeiramente com a família. Em outra fase, a linguagem passa a se desenvolver por outras formas de construção, no caso instituições.

Um exemplo, a linguagem passa a ser desenvolvida de forma mais sistematizada a partir do momento em que a criança entra em contato com a escola, esta que irá exercer um papel fundamental para o seu desenvolvimento cognitivo e social, justamente pela sua interação com o outro e as experiências com novas formas de linguagem, pois,

As atividades humanas realizam-se nas práticas sociais, mediadas por diferentes linguagens: verbal (oral ou visual-motora, como Libras, e escrita), corporal, visual, sonora e, contemporaneamente, digital. Por meio dessas práticas, as pessoas interagem consigo mesmas e com os outros, constituindo-se como sujeitos sociais. Nessas interações, estão imbricados conhecimentos, atitudes e valores culturais, morais e éticos (BRASIL, 2017, p.63).

Neste sentido, a escola passa ser um espaço em que ocorrerão as novas interações sociais da criança, sendo assim, é preciso que sigam as propostas da BNCC (2017) que orientam que o desenvolvimento das competências da criança deve estar pautado com práticas pedagógicas inter-relacionadas, entre os saberes e o saber fazer o uso da linguagem nas esferas das atividades humanas na sociedade. A escola deve trabalhar com gênero discursivo por ser uma forma eficaz para desenvolver a leitura e a escrita, além de fazerem parte da vida cotidiana das crianças, e conseqüentemente acabam que tornando a aprendizagem mais significativa. Assim, a partir dessa discussão de gêneros discursivos vamos falar a seguir sobre gênero discursivo na prática escolar.

3 Gêneros discursivos nas práticas escolares

Nesta perspectiva, os métodos clássicos realmente não são muito eficazes para qualquer aluno ser movido a uma imensidão de informações totalmente desconectadas do seu contexto, sem as quais não terá sentido algum para a sua vida, principalmente, ao que se refere ao ensino de leitura acaba que sendo torturante para a criança ler algo que está além da sua realidade.

Freire (1994) ao abordar que ler o mundo é uma forma de fazer um mapeamento a realidade, então, a escola tem por opção fazer uma sondagem no contexto em que vive os alunos e partindo das descobertas a esse meio, trazer leituras para dentro da escola que venham a ter mais sentido para as crianças. Ainda adverte que muitas vezes a escola toma atitudes errôneas do ato de ler, pois estão mais focadas em questões de quantitativo de leituras do que na qualidade de conteúdo.

A prática de leitura torna-se mecanicista quando é realizada simplesmente só pelo meio da memorização. Segundo Freire (1994) esse modo de prática de leitura não é uma real leitura e nem vai gerar conhecimento. Daí, as escolas têm como uma opção trabalhar com o ensino de leitura em uma forma de organização visando às práticas de linguagens, de acordo com a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017):

Assim, na BNCC, a organização das práticas de linguagem (leitura de textos, produção de textos, oralidade e análise linguística/semiótica) por campos de atuação pontua pra a importância da contextualização do conhecimento escolar, para a ideia de que essas práticas derivam de situações da vida social e, ao mesmo tempo, precisam ser situadas em contextos significativos para os estudantes (BRASIL, 2017, p. 84).

A Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) tem como foco orientações de que o ensino da Língua Portuguesa nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental tem como foco o desenvolvimento dos alunos em uma perspectiva discursiva, que propõe práticas pedagógicas que estejam fundamentadas

para os diversos usos das linguagens em situações com real, ou seja, o uso da linguagem em diversas esferas do campo de atuação na sociedade.

Para tal fim, a escola precisa trazer variadas formas de gêneros discursivos a serem trabalhados em sala além dos impressos dos quais já se trabalhava, assim precisam se adaptar em trazer textos, uma vez que a prática de linguagem contemporânea passou a exigir leituras de gêneros e textos cada vez mais multissemióticos, bem como suas novas formas de se interagir, produzirem e se replicar na sociedade.

A escola deve levar em considerações “a seleção de gêneros, portadores e exemplares textuais propostos também à progressão” (BRASIL, 2017, p.84). Igualmente, a seleção de gêneros deve ser feita de forma que venha sustentar a progressão das aprendizagens de leitura até o final dessa etapa da educação.

De acordo com Kleiman (2000) a escola não pode ficar somente com livros didáticos, uma vez que acabam que limitando a aprendizagem na formação leitora, por isso faz se necessário trabalhar com os mais variados tipos de gênero discursivo. Pela mesma razão, Ostapecehen (2014) menciona que a viabilização dos diversos gêneros na Educação Básica, pois o seu processo ocorre de forma interativa e enriquece a disciplina da Língua Portuguesa, bem como amplia a competência leitora.

No entanto, quando a escola leva em considerações esses fatores é acreditar que “as habilidades não são desenvolvidas de forma genérica e descontextualizadas, mas por meio da leitura de textos pertencentes a gêneros que nos circulam diversos campos de atividade humana” (BRASIL, 2017, p.75). Nesse ponto de vista, para que ocorra o desenvolvimento de novas habilidades leitoras, a escola tem que incluir nos currículos os mais variados tipos de gêneros que circulam no contexto do aluno para que sua aprendizagem não seja genérica, pois ela precisa ser significativa para sua vida. Trabalhar com esse tipo de metodologia garante justamente o que a língua tem de essencial, o seu significado.

O professor deve preocupar-se em buscar textos, não só por suas estruturas linguísticas, uma vez que de acordo com Bakhtin (1997), gêneros discursivos são tipos relativamente estáveis de enunciativos, ou seja, o uso da língua que é composto por seus conteúdos temáticos, estilos, bem como a construção composicional. Assim, deve também estar atento na pesquisa aos que se refere quanto à função do seu uso do gênero discursivo que estão em evidências no cotidiano, para organizar seu planejamento, devido.

A relação do aluno com o universo simbólico não se dá apenas por uma via - a verbal – ele opera com todas as formas de linguagem na sua relação com o mundo. Se considerarmos a linguagem não apenas como transmissão de informação, mas como mediadora (transformadora) entre o homem e sua realidade natural social, a leitura deve ser considerada no seu aspecto mais consequente, que não é o de mera decodificação, mas o da compreensão (ORLANDI, 2001, p. 38).

Nesta perspectiva, as práticas de leitura precisam estar organizadas e planejadas para trabalhar mostrando para os alunos que existe uma infinidade de formas simbólicas da qual podemos fazer a leitura de mundo. O uso da linguagem não pode ser trabalhado só como mera transmissora de informações, assim, o professor precisa conhecer a função e a finalidade de uso cada texto que circula no contexto.

Para isso, é preciso que o professor também saiba fazer a escolha certa de acordo com o contexto dos alunos e seus interesses. Além, de explicar para as crianças a importância de se ler diferentes tipos de textos, ensinar estratégias que lhes de segurança para resolver erros ou lacunas da compreensão de um texto, e consequentemente “articular situações de ensino de leitura em que se garanta sua aprendizagem significativa” (SOLÉ, 1998, p. 31).

Dessa forma, cabe ao professor ensinar aos alunos que diante de situações desafiadoras na leitura,

pode-se por meio de inferências e hipótese construir um sentido ao que se está lendo. Atualmente, vivemos diante de uma sociedade que cada vez mais está cheia de conflitos no cotidiano, por isso a BNCC (2017) se posiciona sobre um dos objetivos para a formação de competência do aluno, que está baseada para a ampliação do multiletramento, visto que,

[...] um indivíduo alfabetizado não é necessariamente um indivíduo letrado; alfabetizado é aquele indivíduo que sabe ler e escrever; já o indivíduo letrado, que vive em estado de letramento, é não só aquele que sabe ler e escrever, mas aquele que usa socialmente a leitura e a escrita, pratica a leitura e a escrita, responde adequadamente às demandas sociais de leitura e de escrita (SOARES, 1998, p.40).

Neste sentido, compreendemos que alfabetizar letrando com os mais vários tipos de linguagens é oportunizar os alunos de se apropriar e fazer o uso da leitura de forma significativa. Já em relação ao processo o uso dos gêneros discursivos se configura em múltiplas possibilidades de se ter uma relação prazerosa no processo ensino-aprendizagem da leitura. Por fim, trabalhar com os diversos gêneros discursivos é desenvolver habilidade leitora que garanta aos alunos a fazerem o uso da linguagem com real no seu exercício com a cidadania. A partir do que abordamos sobre o gênero discursivo na prática escolar, a seguir discutiremos sobre o gênero propaganda.

4 Gênero Propaganda

Ao longo da história da humanidade os indivíduos se utilizam das mais variadas formas de linguagens para se comunicar, seja na forma de convencer o outro sobre algum objeto ou ideia, e um dos meios dessa comunicação se utilizam da propaganda. A conceituação da propaganda, segundo Melo (2006), vem do latim com o termo *propagare* que de início foi muito utilizado pela igreja Católica como forma de propagação da fé visando o sentido de disseminar ideias ligadas a ordem religiosa.

Propagar a palavra dependia do ato de ler, porém somente poucos tinham o poder de se utilizar desse instrumento que é a prática de leitura sobre o que se estava escrito nos textos. Atualmente, sabemos que houve várias transformações nessa forma de definição de propaganda, em que antes só seguiam funções de propagar e difundir princípios religiosos, e agora também disseminam ideologias sejam por questões políticas, éticas, e principalmente comerciais de cunho econômico.

Garcia (1982) aborda três tipos de propagandas, sendo as com textos comerciais que buscam despertar o interesse dos indivíduos a experimentar um produto ou usar algum tipo de serviço. A política, no caso eleitoral, que se utilizam de textos discursivos com apelos pessoais, e os textos que se referem à propaganda ideológica, esta que é mais ampla, cujo o seu objetivo é moldar ideais e valores nos indivíduos e, com isso, direcionar e controlar os comportamentos sociais.

Melo (2006), também nos chama atenção, sobre as propagandas sociais que não visam lucros, porém, grandes empresas comerciais adotam esse tipo de propaganda como uma forma de cativar a simpatia dos indivíduos sensibilizando-os com as problemáticas de causas sociais.

Cada tipo de propaganda como mencionado acima, segundo Galvani (2001) trazem em seus textos diversas formas estéticas que fundamentam a sua função e uso social, e conforme Garcia (1982) as mensagens trazidas nos textos das propagandas, as vezes a sua compreensão é variável, e se utilizam de certas condições para transmitir a ideologia, precisando adaptar e adequar as ideias nelas contida às condições e à capacidade dos receptores ter a sua atenção despertada para as mensagens, e conseqüentemente consigam entender seu significado. Segundo Garcia (1982),

[...] codificação é o processo pelo qual as ideias são transformadas em mensagens passíveis de serem transmitidas e entendidas. Há inúmeras formas pelas quais as ideias são codificadas antes de sua divulgação [...] a propaganda dessa forma, procura difundir apenas o essencial do conteúdo de uma

ideologia, selecionando algumas ideias fundamentais, restringindo-se a uma ou algumas fórmulas resumidas e simples ou se limitando a um mero sinal simbólico (GARCIA, 1982, 45).

Diante dessa conjuntura, os processos de codificação em que as ideias são transformadas em mensagens a serem transmitidas, se baseiam em estratégias persuasivas e manipuladoras, no que impõem e determinam os modos de comportamento dos indivíduos.

Nesse processo também se utilizam de fórmulas simplificadas, ou seja, curtas que contemplam as ideias mais importantes do que se quer transmitir na mensagem. Assim, os discursos das mensagens das propagandas seguem por variadas formas de combinações de recursos linguísticos para convencer tanto o consumidor a obter um produto e serviço ou conduzir mudanças de comportamentos sociais, bem como seus valores, crenças e outras atitudes. Em síntese Melo (2006) esclarece:

Para isso, é utilizado um conjunto de técnicas e recursos semióticos, tais como jogo de cores e imagens; diferentes tamanhos das fontes; frases curtas, períodos compostos por coordenação; seleção lexical cuidadosa, uso de figuras de linguagem com termos específicos, claros e concisos; linguagem clara e objetiva (MELO, 2006, p.19).

Conforme a autora, as propagandas se utilizam de recursos linguísticos como forma de convencimento, e o produtor do texto da propaganda além de usar uma linguagem clara, também leva em consideração recursos semióticos, estes que são utilizados em uma relação como um jogo entre palavras, seleção lexical figura de imagens, ou seja, de signos que são empregados tanto em propagandas verbais ou não verbais.

Os efeitos das propagandas “permite disseminar, de forma persuasiva, para toda a sociedade, as ideias [...] depois emitida através dos diversos meios e suportes de comunicação” (GARCIA, 1982, p.78). Nestas perspectivas os efeitos das propagandas tendem a ser um meio de comunicação que propagam de forma persuasivas ideias que vão se manifestar e influenciar os modos de vida na sociedade.

Portanto, independentemente, das formas e recursos semióticos utilizados em uma propaganda, Garcia (1982) aborda que o jogo desse meio de comunicação se baseia no controle ideológico, este que vai controlando inconscientemente os indivíduos de certo modo em que vão ficando muitas vezes incapacitados de reconhecer a sua própria realidade.

A propaganda é um meio pelo qual ocorre uma interação comunicacional, que se utiliza de vários recursos para apresentar um determinado produto, serviço e ideias para que ocorra o convencimento. Assim, para fazer uma propaganda é preciso um produto, uma ideia e alguém que a faça, neste caso será feita pelo publicitário que irá se utilizar da sua criatividade para apresentar um determinado produto, serviço ou ideia.

Como mencionado à propaganda cumpre a função de convencer os indivíduos a obter algo para satisfazer suas necessidades imediatas ou um simples desejo. Nesse atual contexto histórico, devido ao desenvolvimento tecnológico houve conseqüentemente, um aumento de consumistas desenfreados. Assim, a propaganda pode ser tanto benéfica ou maléfica na vida dos indivíduos, a escola pode ser um meio de educar os alunos a serem futuros consumidores mais conscientes, bem como saber fazer a leitura crítica das informações contidas nos textos das propagandas, segundo Galvani (2001):

[...] folhetos, panfletos, outdoors, jornais, revistas, placas, faixas, anúncios [...] são portadores de textos que trazem as mais variadas formas estéticas em função do uso social de cada um. Conseqüentemente, o tipo de texto impresso neles preserva usos e formas da linguagem escrita padronizada para cada gênero discursivo (GALVANI, 2001, p. 49).

Neste sentido, o gênero propaganda é um tipo de discurso de circulação, mas por ser um texto de persuasão o aluno precisa conhecer todas as propostas de tipologia textual contida no texto, bem como o seu uso social. Trabalhar com a propaganda em sala de aula viabiliza ao aluno o acesso ao letramento que viabiliza aos alunos fazerem leituras além do simples ato de decodificar, pois esses tipos de texto também servem,

[...] para o desenvolvimento das funções cognitivas e operacionais mentais, tais como identificar, analisar, selecionar, organizar, comparar, diferenciar, representar mentalmente, levantar hipóteses, promover relações virtuais e outras que, se bem desenvolvidas, beneficiarão a criança em outras situações de raciocínio (GALVANI, 2001, p.50).

Desse modo, a propaganda exerce uma grande contribuição na formação leitora de alunos críticos no Ensino Fundamental. Para tal, é preciso desenvolver habilidades de leitura dos textos desse gênero discursivo, uma vez que circulam nas práticas sociais. Ler um texto de propaganda não é tão simples, pois se utilizam de estratégias persuasivas, Segundo Melo (2006) os discursos das propagandas são sustentados por diversas combinações de recursos icônico-linguísticos. Então, cabe ao professor, proporcionar aos alunos a exploração desse tipo de material, pois,

Dessa forma, justifica-se, então, a escolha deste material didático pedagógico que traz o estudo do gênero propaganda, que carrega multissignificações (verbais e visuais). Ao trabalhar com este gênero, podemos despertar a interpretação crítica do aluno, levando-o a compreender em que medida o jogo de valores e tensões sociais podem influenciar e persuadir as pessoas. O estudo do gênero visa, portanto, o ensino da leitura não só baseado nos aspectos verbais, mas nas condições de produção em que está inserido (OSTAPECHEN, 2014, p.5).

Conforme a autora trabalhar em sala de aula com os mais variados tipos de gêneros, significa proporcionar aos alunos o contato com outros conhecimentos que não estejam padronizados ou limitados somente a livros didáticos ou manuais. Essa é uma possibilidade de enriquecer e ampliar a competência linguística do alunos, bem como de saberem fazer o uso desses novos conhecimentos na prática social.

Outro detalhe em relação de se trabalhar com a propaganda impressa é que os textos são publicitários chamativos, segundo Consoli (2008) são extremamente atraentes, ricos em recursos estilísticos, além de serem interessantes e motivadores para que os alunos adquiram o interesse pela leitura e escrita.

Os atrativos que os textos publicitários das propagandas carregam em si recursos linguísticos, que podem gerar alterações comportamentais nas crianças, bem como também em adultos, e geralmente são desencadeados pelos impactos e bombardeios de produtos que são lançados pela indústria cultural diariamente.

Vale ressaltar ainda em relação aos textos das propagandas é que também são atribuídas certas características, como é o caso da intertextualidade em que “todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis, sob formas mais ou menos reconhecíveis (KOCH, 2001, p.46)”. Em conformidade, com a autora, a intertextualidade se configura na relação de que a construção de um texto sempre parte de um já existe. Segundo Orlandi (2001):

A intertextualidade, isto é, a relação de um texto com outros (existentes, possíveis, ou imaginários). [...] O(s) sentido(s) de um texto passa(m) pela relação dele com outros textos. Isso mostra como a leitura pode ser um processo bastante complexo e que envolver muito mais do que habilidades que se resolvem no imediatismo da ação de ler. Saber ler é saber o que o texto diz e o que ele não diz, mas o constitui significativamente (ORLANDI, 2001, p.11).

Nessa conjuntura, conforme a autora os sentidos de um texto muitas vezes se constrói pela sua relação com outros textos, no que nos demonstram que saber ler exige habilidades que vão além do ato imediatista da ação de ler, é preciso saber o que de fato o texto diz significativamente.

Então, cabe à escola desenvolver o papel de educar os alunos por meio da contribuição da propaganda a formar futuros leitores que possa ter competências de que saber fazer a descrição e interpretação das propagandas, já que estamos vivendo um contexto social, que a indústria cultural não se utilizam de éticas visando somente os interesses que cada vez mais os indivíduos tornem-se consumistas alienados, que muitas vezes compram determinados produtos sem saber para que sirva, bem como a sua utilidade e outros.

A escola precisa também levar em conta que a contribuição das propagandas impressas possibilita aos alunos desenvolverem não só competências cognitivas, mas também outras competências como é o caso das socioemocionais,

Conhecer-se, apreciar-se e cuidar de sua saúde física e emocional, compreendendo-se na diversidade humana e reconhecendo suas emoções e as dos outros, com autocrítica e capacidade para lidar com elas. Exercitar a empatia, o diálogo, a resolução de conflitos e a cooperação, fazendo-se respeitar e promovendo o respeito ao outro e aos direitos humanos, com acolhimento e valorização da diversidade de indivíduos e de grupos sociais, seus saberes, identidades, culturas e potencialidades, sem preconceitos de qualquer natureza. Agir pessoal e coletivamente com autonomia, responsabilidade, flexibilidade, resiliência e determinação, tomando decisões com base em princípios éticos, democráticos, inclusivos, sustentáveis e solidários (BRASIL.2017, p.10).

Nesse sentido, cabe à escola trabalhar com saberes que viabilize o desenvolvimento de habilidades tanto cognitivas, socioemocionais, principalmente práticas que sejam capazes de proporcionar aos alunos valores e atitudes para dar conta de resolverem demandas reais da vida cotidiana.

Portanto, a propaganda impressa como gênero discursivo contribui para a formação de um aluno crítico em saber fazer o uso da prática da leitura no seu cotidiano de forma mais consciente, não se deixando ser seduzido ou influenciado por ideais que possam descaracterizar sua essência.

5 As Contribuições das oficinas de leitura para a formação de leitores críticos

Mediante as cinco oficinas de leitura e duas rodas de conversa, extraímos e registramos as falas, reações e comentários dos alunos em correlação as atividades envolvendo a propaganda impressa na formação de leitores críticos no período de intervenção com os sujeitos pesquisados. Nessa sequência, através da execução dos planos de desenvolvimento das oficinas foi plausível traçar um roteiro de possibilidades para o trabalho com a propaganda impressa.

Na primeira oficina de leitura, tivemos o objetivo desenvolver habilidades de oralidade, despertar o gosto pela leitura e escrita e estimular a criatividade. Para tal fim, então, aplicamos como recurso inicial imagens de propagandas impressas, a execução da proposta foi para mobilizar os conhecimentos prévios dos alunos sobre o que é propaganda.

Após, o levantamento do conhecimento prévio, apresentamos outras imagens impressas de propagandas comerciais, bem como fomos apresentando e explicando que existem vários veículos de difusão da sua circulação, sendo pela mídia, rádio, impressas (jornais, revistas, *outdoors*) e outros. Abordamos que as oficinas se tratavam de propaganda impressa. Relacionamos as diferenças existentes nas propagandas, que em geral já são destinadas a um determinado público, bem como possuem sempre uma frase marcante, ou seja, o *slogan*. Também, abordamos que as propagandas comerciais vendem produtos e serviços. E, posteriormente, finalizamos esse primeiro momento com questionamentos a turma por meio de um diálogo, o que eles entendiam sobre o que era uma propaganda, e assim registrar suas falas.

Uma das competências específica de Linguagens para o Ensino Fundamental aponta o diálogo na Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) como um recurso para o desenvolvimento da

criança para se expressarem, como mostra na citação que se segue:

Utilizar diferentes linguagens – verbal (oral ou visual-motora, como Libras, e escrita), corporal, visual, sonora e digital – para se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos em diferentes contextos e produzir sentidos que levem ao diálogo, à resolução de conflitos e à cooperação (BRASIL, 2017, p.65).

Por meio de um diálogo a turma foi se expressando com variadas formas de entendimentos do que se tratava a propaganda, como mencionaram que servem para vender um produto, como roupas, brinquedos, alimentos, bem como mais citado vendas de celulares. Identificamos nas falas dos alunos indagações sobre propagandas impressas comerciais que vendem serviços, pois acreditavam que vendiam somente os produtos acima citados. Então mostramos a turma imagem da Escola Técnica da Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, bem como explicamos que nas informações do texto, a faculdade está anunciando a venda de cursos para as formações na área Nutrição, Enfermagem e Radiologia.

Também procuramos mostrar outras imagens impressas de propagandas comerciais que vedem serviços, como é o caso da Operadora Tim. De acordo com as narrativas da turma, acreditavam que a TIM só vendia celular, então explicamos que ofereciam serviços de planos para linha telefônica e pacotes de *internet*. As dificuldades identificadas na intervenção da primeira oficina estão na compreensão das propagandas comerciais relacionadas com a venda de serviços, um dos elementos que não possibilitou alguns entendimentos foi com a falta de concentração de alguns alunos na hora da explicação, pois conversavam muito entre si, mas com a ajuda da professora conseguimos dar continuidade nas atividades.

Na segunda oficina de leitura, optamos por uma proposta de intervenção para o reconhecimento do uso e função de um texto dissertativo-expositivo cujo objetivo é propagar alguma informação buscando influenciar algo, identificando quais efeitos podem causar mudanças no comportamento e sentimentos.

Incluimos no plano de desenvolvimento da oficina oportunizar os alunos os seguintes objetivos, compreender o uso e a função do texto propaganda, estimular o desenvolvimento cognitivo a situações com o real do cotidiano e o despertar a criticidade de pensamento. Tendo em vista que as práticas leitoras proposta no Eixo de Leitura na Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) deve ser compreendida pelas inter-relações às práticas de uso e reflexão, a “compreensão dos efeitos de sentido provocados pelos usos de recursos linguísticos e multissemióticos em textos pertencentes a gêneros diversos” (BRASIL, 2017, p.73).

A formação leitora do aluno, proposta na inter-relação com as práticas de uso tem como fundamentos pedagógicos para o desenvolvimento de competências. Conforme a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017):

[...] os alunos devem “saber” (considerando a constituição de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores) e, sobretudo, do que devem “saber fazer” (considerando a mobilização desses conhecimentos, habilidades, atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho), a explicitação das competências oferece referências para o fortalecimento de ações que assegurem as aprendizagens essenciais definidas na BNCC (BRASIL, 2017, p.13).

A proposta do plano da oficina foi possibilitar os alunos à reflexão do saber, mas principalmente de saber fazer o uso da leitura das propagandas na vida cotidiana. Iniciamos retornamos a temática dialogando com a turma sobre o uso da circulação do gênero propaganda impressa no cotidiano e sobre suas funções. Apresentamos panfletos promocionais da farmácia Permanente, supermercado Bem Mais, lojas Americanas e Vitrine *Tupperware*. Em seguida, abordamos questões dos efeitos dos *slogans* ou marca (produto) ao longo do tempo que permanecem para conservar algo ou modifica

para conquistar novos adeptos. Explicamos alguns elementos contidos nas imagens da marca Sadia, em que retrata épocas diferentes no tempo, podendo ser identificada nas características físicas das pessoas e no modo de se vestir. E, em relação ao *slogam* permanece o mesmo ao longo do tempo, sendo “Sadia. Há 73 anos cada dia mais sadia”.

Após, a apresentação das imagens solicitamos para a turma se juntar em grupos. A formação ficou composta, sendo três grupos com quatro alunos e um grupo com cinco alunos. Explicamos que o intuito era para que cada grupo realizasse uma atividade de interpretação textual seguida de uma produção escrita partindo da escolha de alguma imagem impressa apresentada. Todos os alunos realizaram as atividades, porém optamos em selecionar a atividade apresentada na figura 06 e 07 com a propaganda impressa do chocolate batom. Essa atividade foi executada em grupo que era formado só por meninas que escolheram a imagem da marca Garoto que tem o *slogan* “*Cooooompre Baton*” na descrição da imagem da atividade produzida as alunas conseguiram associar habilidades leitora em inferir o que está no texto, em que “a leitura pode ser considerada um processo constante de elaboração e verificação de previsões que levam à construção de uma interpretação (SOLE, 1998, p.27)”.

Os leitores ativos vivenciam esse processo de constante elaboração, podemos analisar que as alunas que desenvolveram a atividade citada se utilizaram das estratégias de leitura mencionada por Solé (1998), pois por meio da interpretação geram hipótese e previsões até chegaram a uma conclusão de que os efeitos proporcionados pelo *slogan* do produto Batom estão induzindo a gastar dinheiro, e consequentemente enganando o consumidor.

Concluimos a segunda oficina de leitura, solicitando que os grupos apresentassem suas produções aos demais colegas da sala por meio de um seminário, de acordo com a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017), no eixo da oralidade compreende que entre as práticas de linguagem devem ocorrer situações de aula dialogada, como podendo ser por meio dos seminários, cujo objetivo corresponde relacionar fala e escrita considerando-as situações sociais. Observamos que as apresentações dos seminários foi um momento instigante para a turma, pois até mesmo os mais tímidos conseguiram se expressar muito bem, dizendo suas opiniões e conclusões, ou seja, a compreensão realizada por meio das leituras de imagens, principalmente conseguindo associar como diz Freire (1994) à leitura ao seu contexto social.

Na terceira oficina de leitura, propomos para a turma interpretação dos elementos textuais da propaganda, cujo objetivo era ampliar o repertório linguístico, ordenar o raciocínio lógico, expressar ideias, sentimentos e opiniões, reconhecer a utilidade da leitura como meio de comunicação. O gênero discursivo propaganda é citado a sua importância na Base Nacional Comum Curricular-BNCC (2017):

Considerando a presença, na contemporaneidade, da cultura de massa e das culturas juvenis, é importante compreender os significados de objetos derivados da indústria cultural, os instrumentos publicitários utilizados, o funcionamento da propaganda e do marketing, sua semiótica e seus elementos persuasivos, os papéis das novas tecnologias e os aspectos psicológicos e afetivos do consumismo (BRASIL., 2017, p.547).

No início, solicitamos para que a turma ficasse em círculo para que tivéssemos uma conversa, perguntamos para os alunos se era possível fazer leituras somente por meio de imagens sem texto. Em seguida mostramos algumas imagens explicando os elementos linguísticos verbais e não verbais na propaganda impressa. Logo que mostramos as imagens, começaram a surgir algumas falas, afirmando que não tinha como realizar uma leitura só da imagem, uma vez que não tinha nada escrito, no caso texto.

As dificuldades encontradas nas falas dos alunos podem estar associadas em questões relacionadas à linguagem verbal e não verbal, segundo Orlandi (2001, p. 38) “A escola, no entanto, evita escrupulosamente, incluir em sua reflexão metodológica e em sua prática pedagógica a consideração

de outras formas de linguagem que não a verbal e, no âmbito dessa, dá mais valor à escrita que à oralidade”.

Esse momento da intervenção foi importante para apresentarmos algumas imagens impressas de propagandas tanto com a linguagem verbal e a não verbal, pois conseguimos captar nas falas construções de sentidos diferenciados, o que confirma que “o sentido não está no texto, mas se constrói a partir dele, no curso de uma interação” (KOCH, 2001, p.25).

Nossa proposta se pautou na Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017), de que é preciso no Ensino Fundamental oportunizar as crianças com vários tipos de linguagem, principalmente no que condiz aos instrumentos utilizados pelo marketing, para o funcionamento da propaganda, e assim serem leitores conscientes para identificar todos os elementos que estão implícitos na propaganda.

Após, a apresentação da leitura de imagens com a linguagem não verbal, apresentamos outras imagens de propagandas impressas, sendo de *fastfood* e embalagens de produtos. Para essa proposta de plano pensamos na interdisciplinaridade de estar associada com as atividades pedagógicas que a professora da turma já estava trabalhando com eles a temática “Somos o que Comemos”.

Mostramos, aos alunos algumas imagens, em que fomos explicando sobre alguns males que as comidas industrializadas podem prejudicar a nossa saúde, bem como os efeitos que estão implícitos nas propagandas que podem ser enganosos. Levando em considerações as competências específicas três da Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017), menciona que os alunos precisam saber analisar e avaliar criticamente as informações. Após as explicações realizamos uma atividade estimulando os alunos com questionamentos sobre quais foram suas impressões com as imagens apresentadas.

Em destaque nessa oficina destacamos a fala de um aluno: que mencionou que durante a apresentação das imagens, ele recordou de um documentário que assistiu no *YouTube*, que falava justamente sobre as propagandas enganosas, bem como já se decepcionou ao comprar pizzas industrializadas, pois o produto após ser assado não era o mesmo que se apresentava na embalagem. A partir dessa fala comparamos que a proposta do plano desenvolvido nessa oficina de leitura foi significativa para a sua aprendizagem, pois mobilizou outros conhecimentos prévios dele, por ter associando nossas leituras com um documentário já havia assistido.

Analisamos que foi fundamental essa proposta por ter mobilizado a conscientização dos alunos por ter aprendido habilidades leitoras de “Inferir ou deduzir informações implícitas; Refletir criticamente sobre a fidedignidade das informações, as temáticas, os fatos, os acontecimentos, as questões controversas presentes nos textos lidos, posicionando-se” (BRASIL, 2017, p.73), o que viabiliza uma aprendizagem mais significativa e consciente em terem condições de checar as informações contidas nas propagandas, para não serem manipulados e enganados para não se tornarem consumidores desenfreados.

Na quarta oficina de leitura, escolhemos trabalhar com turma uma proposta sobre as influências das propagandas na vida dos indivíduos. A intencionalidade dos objetivos foi estimular o desenvolvimento de competências sócio emocionais, despertar a criatividade e desenvolver a criticidade. Inicialmente, optamos em trabalhar com os alunos em grupo. Após, apresentamos algumas imagens impressas de propagandas comerciais, bem como incluímos alguns panfletos promocionais de produtos e serviços. Em seguida, realizamos alguns questionamentos com a turma sobre o poder de persuasão das propagandas que podem influenciar mudanças de comportamentos humanos na sociedade. Nesse momento também perguntamos quem já havia ficado triste ou decepcionado por não ter adquirido um produto ou um serviço. Conseqüentemente, solicitamos que os grupos criassem um produto com *slogan* ou marca, bem como explicassem para a turma por meio do recurso seminário suas criações.

Com a terceira atividade os alunos criaram um canal para o *YouTube*. em que o slogan é “Meu canal

é o que te diverte”. Na apresentação do seminário o grupo explicou que com um canal podem vender qualquer produto. Outro destaque na elaboração da atividade foi que eles informaram a importância das pessoas visitarem o canal, se inscrever, principalmente não se esquecer de deixar o *like*. Concluímos a quarta oficina com a proposta que desenvolveu a aprendizagem conforme o eixo de leitura a “identificar implícitos e os efeitos de sentido decorrentes de determinados usos expressivos da linguagem, da pontuação e de outras notações, da escolha de determinadas palavras ou expressões e identificar efeitos de ironia ou humor; Estabelecer relações de intertextualidade e interdiscursividade que permitam a identificação e compreensão dos diferentes posicionamentos e/ou perspectivas em jogo, do papel da paráfrase e de produções como as paródias e a estilizações.” (BRASIL, 2017, p.72-73), visto que a proposta proporcionou uma aprendizagem significativa para os alunos.

Na quinta oficina de leitura, tratamos um plano de desenvolvimento para que os alunos realizassem o reconhecimento da função da propaganda social e seus efeitos. Inicialmente organizamos e acomodamos a turma em círculo para uma roda de conversa, cujo intuito era uma retrospectiva com a temática e a importância da propaganda impressa para formação de leitores críticos. Em seguida, apresentamos algumas imagens das atividades de leitura realizadas anteriormente pela turma, com a intencionalidade de mobilizar conhecimentos já adquiridos. Assim, apresentamos novas imagens, porém de propagandas sociais impressas para dar voz à turma sobre suas impressões e interpretações das leituras que fizeram das imagens apresentadas.

Ao reverem suas atividades já realizadas, os alunos ficaram um pouco agitados, pois todos queriam pegar de uma vez só todo o material que nós tínhamos na mão, e nesse momento acabamos que perdendo um pouco o foco do que tínhamos na proposta do plano. Com a ajuda dos docentes, novamente foram solicitados aos alunos que mantivessem a calma, pois iríamos mostrar a todos suas respectivas atividades, mas que só não poderiam ficar com elas, pois teriam que devolvê-las.

Após, esse momento conseguimos dar continuidade ao planejado da oficina de leitura, então, apresentamos algumas imagens que foram selecionadas, cujo critério era para que por meio delas observássemos suas reações, bem como questioná-los que tipo de leitura poderia fazer a partir da imagem apresentada. Na primeira imagem apresentada foi de fácil compreensão por parte da turma, logo, alguns alunos começaram a levantar a mão solicitando a vez para falar. Entre as primeiras leituras associaram que a imagem era de uma criança que só tinha na cabeça comidas que não eram saudáveis, por isso ficou doente. Em outras falas, uma aluna comentou: “*Acho que o menino ficou doente que até mudou de cor de tanto comer doces e salgadinhos, e que além de ficar doente, os seus dentes ficaram estragados*”. Em seguida, outra aluna se expressou “*Essa imagem é de um menino que só come alimentos industrializados que faz mal a saúde*”.

Vale salientar, que as descrições das interpretações da imagem acima não foram iguais, segundo Koch (2001), que menciona que a construção de sentido do que se lê não é igual para uma mesma informação dada. De acordo com a autora percebemos que entre as falas das duas alunas, os sentidos construídos para a mesma imagem foram diferentes.

Em seguida apresentamos a segunda imagem, conforme apresentada na figura 18, logo questionamos a turma se podia ser feita alguma leitura da imagem. Foram quase unânimes as respostas, em disserem que a imagem não era propaganda, e conseqüentemente não podia ser lida.

O fazer o uso da imagem em sala de aula torna-se um instrumento pedagógico no processo de formação de leitores críticos, pois “as imagens não cumprem apenas a função de informar ou ilustrar, mas também de educar e produzir conhecimento” (SARDELICH, 2006, p.459). A função da imagem é proporcionar aos alunos uma leitura crítica, porque é preciso saber interpretar e descrever tudo o que é perceptível. A contribuição da propaganda impressa viabiliza uma prática pedagógica em se trabalhar com a diversidade de linguagem.

Em outra imagem utilizada sobre a campanha contra a dengue, a aluna disse ser uma propaganda social, sendo um alerta para população se cuidar sobre os perigos do mosquito da dengue que ele pode nos matar. Após, todos esses momentos de apresentação das imagens selecionadas, finalizaremos solicitando aos alunos que escrevessem um pequeno comentário sobre suas impressões das oficinas de leitura. Dai, destacamos que as oficinas proporcionaram aos alunos o desenvolvimento das seguintes competências específicas de Língua Portuguesa para o Ensino Fundamental, segundo a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017):

Ler, escutar e produzir textos orais, escritos e multissemióticos que circulam em diferentes campos de atuação e mídias, com compreensão, autonomia, fluência e criticidade, de modo a se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos, e continuar aprendendo; Empregar, nas interações sociais, a variedade e o estilo de linguagem adequados à situação comunicativa, ao(s) interlocutor(es) e ao gênero do discurso/gênero textual. Analisar informações, argumentos e opiniões manifestados em interações sociais e nos meios de comunicação, posicionando-se ética e criticamente em relação a conteúdos discriminatórios que ferem direitos humanos e ambientais; Reconhecer o texto como lugar de manifestação e negociação de sentidos, valores e ideologias (BRASIL, 2017, p.87).

Assim, concluímos que as oficinas contribuíram no desenvolvimento para formação de leitores críticos dos alunos pesquisados, por terem apreendido a necessidade em ter conscientização com as informações dadas, de que é preciso sempre checar a sua veracidade. E, por meio das oficinas também foi possível desenvolver competências socioemocionais, que segundo a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) os alunos precisam saber agir com autonomia e emocionalmente diante dos conflitos da vida real no seu cotidiano.

6 A análise comparativa entre resultados e limites no desenvolvimento das oficinas de leitura

Nesse tópico realizamos uma análise comparativa dos resultados esperados de acordo com os limites do plano desenvolvidos nas cinco oficinas de leitura. Essas oficinas tiveram como intenção oferecer segundo Solé (1998) leituras situadas mais próximas o possível das leituras da vida real do cotidiano dos alunos, em conformidade “as habilidades não são desenvolvidas de forma genérica e descontextualizadas, mas por meio da leitura de textos pertencentes a gêneros que circulam nos diversos campos de atividade humana” (BRASIL, 2017, p. 75).

O que percebemos é a necessidade em proporcionar aos alunos, propostas com atividades de leitura que torne o processo de ensino e aprendizagem mais prazeroso. Durante nosso Estágio Supervisionado no Ensino Fundamental, observando as práticas de ensino de leitura da professora da turma, acabou que despertando em nós o interesse por um plano de desenvolvimento de intervenção a ser trabalhado por meio de oficinas de leituras, incluindo principalmente, o gênero discursivo propaganda impressa para formação de leitores crítico.

Notamos que é de suma importância os alunos (as) saberem fazer interpretações e descrições das propagandas para se conscientizarem sobre uma boa alimentação saudável, bem como a compreensão dos perigos das propagandas enganosas e o uso dessas leituras nas práticas sociais do cotidiano. No desenvolvimento do plano inicial, obtivemos por meio de uma avaliação diagnóstica as nossas evidências e identificação de algumas dificuldades por parte dos alunos ao que se refere à leitura. Questionamos a turma perguntando sobre o que era uma propaganda, e somente uns quatro alunos se dispuseram a dizer, que seria um comercial na televisão ou mídia que estava querendo vender uns produtos, destacando-se roupas, alimentos, carro.

Ao explicarmos a turma, que a propaganda veicula em no nosso cotidiano, cuja finalidade segundo Garcia (1982) tem a intenção de persuadir e influenciar os indivíduos a mudanças de comportamentos, como tornarem consumidores os alunos ficaram bastante atentos prestando a atenção.

Trabalhar com a propaganda impressa foi um desafio devido aos seus efeitos e poder de persuasão. O que podemos definir é que as maiores dificuldades encontradas com a nossa proposta foi conseguir fazer com que os alunos entendessem que em nosso plano de desenvolvimento iríamos trabalhar somente a propaganda impressa, em que até então, a turma mencionou outros veículos de comunicação, como é o caso da televisão, rádio e outras mídias.

Em nossa segunda oficina já foi possível realizar uma avaliação positiva, pois verificamos que ao ficarem mais familiarizados com a temática percebemos que já havia mais participação dos alunos para desenvolver as atividades. Outros destaques nos dados gerados e que durante as primeiras oficinas, conseguimos identificar dificuldades de leituras por parte dos alunos, por não compreenderem que as propagandas comerciais também tem a intenção de vender serviços, para tal proposta levamos imagens da operadora TIM, da Escola Técnica FPB para explicar o que eram esses serviços, pois as propagandas comerciais não vendem somente produtos, como brinquedos, roupas, alimentos.

Também observamos que no início as crianças não compreendiam que poderiam realizar leitura de uma imagem ou figura sem que haja um texto. Durante a intervenção foi possível realizarmos uma comparação diante às reações dos alunos, como questões relacionadas às formas de expressões de sentimentos, principalmente ao que compete ao desenvolvimento de habilidades cognitivas e sócias emocionais.

O planejamento do desenvolvimento das oficinas de leitura teve como preocupação apontar a contribuição da propaganda impressa para a formação de leitores críticos, visando o desenvolvimento de competências. Segundo a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) explicita

[...] competência é definida como a mobilização de conhecimentos (conceitos e procedimentos), habilidades (práticas, cognitivas e socioemocionais), atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho (BRASIL, 2017, p.8).

Em acordo, a intenção da nossa proposta consistiu em proporcionar a formação de futuros leitores mais conscientes, autônomos emocionalmente para agir e fazer o uso da leitura nas práticas sociais do seu cotidiano. Podemos descrever outra análise comparativa entre resultados e limites no desenvolvimento das oficinas de leitura, observamos que entre as reações dos alunos a proposta foi satisfatória, pois a maioria dos alunos dizia que nunca mais iria ser enganado pelas propagandas, principalmente pelas suas frases de efeitos, ou seja, eles queriam dizer sobre os *slogans*.

Então, comparamos que no final das oficinas os alunos já estavam se posicionando de forma crítica diante da temática, dizendo que as propagandas a maioria eram para enganar as pessoas a comprarem algum produto sem necessidades, e que as propagandas sociais elas têm a intenção de alertar algo na sociedade.

Por meio da atividade selecionada, conforme segue a figura 24 e outras falas que já descrevemos no capítulo anterior podemos avaliar que a contribuição da propaganda impressa possibilitou não só o desenvolvimento de habilidades cognitivas, mas também de habilidades socioemocionais, uma proposta que está na Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) propor aos alunos uma aprendizagem que consigam lidar com os problemas e conflitos da vida diária. A seguir o comentário selecionado da aluna:

Podemos comparar pelo comentário da aluna, que o resultado dessa pesquisa foi satisfatório, uma vez que o foco consiste para a formação de leitores críticos, e nossa temática despertou o interesse nos alunos por fazerem leituras em vários tipos de linguagens, como verbal e não verbal, intertextualidade. Com o desenvolvimento das atividades proporcionamos aos alunos o despertar pelo gosto pela leitura, criatividade, por atitudes de expressarem seus sentimentos de se colocar no lugar

do outro, diante dos problemas, bem como outras habilidades de acordo com a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017):

Durante a leitura, as habilidades operam de forma articulada. Dado o desenvolvimento de uma autonomia de leitura em termos de fluência e progressão, é difícil discretizar um grau ou mesmo uma habilidade, não existindo muitos pré-requisitos (a não ser em termos de conhecimentos prévios), pois os caminhos para a construção dos sentidos são diversos. O interesse por um tema pode ser tão grande que mobiliza para leituras mais desafiadoras, que, por mais que possam não contar com uma compreensão mais fina do texto, podem, em função de relações estabelecidas com conhecimentos ou leituras anteriores, possibilitar entendimentos parciais que respondam aos interesses/objetivos em pauta (BRASIL, 2017, p.76).

Em conformidade com as orientações da Base Nacional Comum Curricular - BNCC (2017) acreditamos na assertiva do plano de desenvolvimento das oficinas de leitura com a contribuição da propaganda impressa para a formação de leitores críticos.

Compreendemos que os resultados obtidos pela execução das oficinas de leitura foi gratificante por ter contribuído para uma aprendizagem mais significativa para os alunos. A intencionalidade de todo desenvolvimento das oficinas consistiu na ampliação de novos conhecimentos dos alunos, uma vez que no início acreditavam que era possível realizar leituras de uma imagem que não continha texto. Todas as oficinas aplicadas no decorrer do processo de aprendizagens foram flexíveis respeitando e trabalhando com os conhecimentos prévio dos alunos para a ressignificação da temática.

Ao final das oficinas os alunos já conseguiam desenvolver leituras de forma crítica, bem como autônoma e inferir as informações dadas tanto explicitamente ou implicitamente. O desenvolvimento da formação de leitores críticos é importantíssimo para o atual contexto histórico por possibilitar a formação de futuros cidadãos que possam agir de forma mais consciente na sociedade.

A escola precisa estar ciente que o tratamento das práticas leitoras nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental compreende-se por dimensões inter-relacionadas às práticas de uso e reflexão, conforme a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) explicita que:

Analisar a circulação dos gêneros do discurso nos diferentes campos de atividade, seus usos e funções relacionados com as atividades típicas do campo, seus diferentes agentes, os interesses em jogo e as práticas de linguagem em circulação e as relações de determinação desses elementos sobre a construção composicional, as marcas linguísticas ligadas ao estilo e o conteúdo temático dos gêneros.

Refletir criticamente sobre a fidedignidade das informações, as temáticas, os fatos, os acontecimentos, as questões controversas presentes nos textos lidos, posicionando-se; Identificar implícitos e os efeitos de sentido decorrentes de determinados usos expressivos da linguagem, da pontuação e de outras notações, da escolha de determinadas palavras ou expressões e identificar efeitos de ironia ou humor; Estabelecer relações entre o texto e conhecimentos prévios, vivências, valores e crenças; Reconhecer/inferir o tema (BRASIL, 2017, p. 72-73).

Por fim, conforme as orientações da Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017), no que compete ao desenvolvimento de habilidades no eixo de leitura, o nosso objeto de estudo, foi a propaganda impressa teve uma grande contribuição para a formação de leitores críticos da turma dos sujeitos pesquisados.

7 Considerações finais

No decorrer desta pesquisa, buscamos relatar um estudo acerca de elementos que orientam nosso objetivo geral em compreender como o gênero discursivo propaganda impressa pode contribuir no

processo de leitura dos alunos nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental.

Verificamos que os estudos sobre as concepções de leitura, leitura crítica, percorrendo pelo gênero discursivo e o nosso objeto de estudo propaganda impressa ainda precisa se adequar as novas exigências que a Base Nacional Comum Curricular orienta como devem ser desenvolvidas as práticas de ensino de leitura nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental, uma vez que muitas escolas ainda optam por trabalhar somente a textos dos livros didáticos ou apostilas que acabam empobrecendo a prática de ensino de leitura.

O estudo nos proporcionou identificar dificuldades de leitura e compreensão apresentadas pelos alunos a partir da aplicação de um diagnóstico, observamos que os alunos ainda têm muitas dificuldades com a prática da leitura. Em um primeiro momento observamos que não compreendiam que podemos realizar leituras somente a partir de uma imagem sem texto, bem como não compreendiam ler o que está implícito na imagem ou texto, ou seja, identificamos que não conseguem inferir as informações que estão sendo dadas na imagem.

Por meio do plano de desenvolvimento das oficinas de leitura com o gênero propaganda impressa a fim de contribuir para a formação de leitores críticos, compreendemos a sua riqueza como recurso para proporcionar aos alunos uma tomada de consciências em compreender como é importante saber fazer leituras em imagens de propagandas com linguagem verbal e não verbal, bem como a intertextualidade.

As oficinas de leitura com gênero discursivo propaganda impressa também foi importante para desenvolver nos alunos habilidades leitoras socioemocionais, propostas na Base nacional Comum Curricular – BNCC (2017) como refletir criticamente sobre a fidedignidade das informações; analisar a circulação dos gêneros do discurso nos diferentes campos de atividade, seus usos e funções relacionados com as atividades típicas do campo; identificar implícitos e os efeitos de sentido decorrentes de determinados usos expressivos da linguagem; estabelecer relações entre o texto e conhecimentos prévios, vivências, valores e crenças; reconhecer/inferir o tema, uma vez que são orientações da Base Nacional Comum Curricular em se trabalhar na prática de ensino aprendizagem com textos discursivos associada com o real da vida cotidiana.

Trabalhar com o gênero discursivo propaganda impressa contribuiu para a formação de leitores críticos por ser um gênero que está no cotidiano dos alunos. A propaganda é um meio em que se pode trabalhar em sala devido aos efeitos de recursos implícitos nas informações. A propaganda impressa também é um recurso visual em que o aluno entra em contato direto com vários tipos de linguagens.

Diante disso, acreditamos na importância da propaganda impressa na formação de leitores críticos nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental, principalmente aos professores da Língua Portuguesa oportunizar os alunos o contato com o gênero discursivo propaganda impressa por estar posto diariamente em seu cotidiano tornado o processo de formação leitores mais críticos diante das informações dadas ao que se lê. Além, de possibilitar os alunos a crescerem cidadãos mais conscientes em relação a sua condição social dentro da sociedade.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**. Versão final. Brasília: MEC, 2017.

CONSOLI, Marcia Oberderfer. A Propaganda em Sala de Aula. **Revista TECAP** - Número 02 - Ano 02 - Volume 2, 2008.

FREIRE, Paulo. **A Importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. 29 ed. São Paulo: Cortez, 1994.

GALVANI, Maria Celeste. **Ler e escrever**: instrumentos de cidadania. Rev. Ame e educando. Nº 298, abril de 2001.

GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: Coleção primeiros passos, Brasiliense, 1982.

KLEIMAN, Ângela. **Oficina de Leitura**. 7 ed. – Campinas, SP: Pontes, 2000.

KOCH, Ingedore Vilhaça. **O texto e a construção dos sentidos**. 5 ed. – São Paulo: Contexto, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**: Feuerbach - A contraposição entre as Cosmologias Materialistas e Idealistas. São Paulo: Martin Clarim, 2007.

MELO, Edsônia de Souza Oliveira. **Propaganda impressa**: Prática de leitura e produção textual em perspectiva discursiva. Dissertação Mestrado em Estudos de Linguagem. Instituto de Linguagens. Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá. 2006.

ORLANDI, Eni Pulsinelli. **Discurso e Leitura**. 6 edição. São Paulo: Cortez. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2001.

OSTAPECHEN, Solange. O Gênero Propaganda como motivador da leitura crítica nas aulas de Língua Portuguesa. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de EDUCAÇÃO. **O professor PDE e os desafios da escola pública paranaense**. Londrina: SEED/PR., 2014.

SARDELICH, Maria Emília, Leitura de Imagens, Cultura Visual e Prática Educativa. **Cadernos de Pesquisa**, v.36, n.128, p.415-472, maio/agosto. 2006.

SOARES, Magda. **Letramento**: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

SOLÉ, Izabel. **Estratégia de leitura**. Tradução: Claudia Schilling. 6. Ed. Porto Alegre: Penso, 1998.

Doutor em Educação, Professor da Universidade Federal da Paraíba no Centro de Educação. Professor do Programa de Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS e do Programa de Pós-Graduação em Educação-PPGE, josevalmiranda@yahoo.com.br

Graduanda em Pedagogia pela UFPB. Aluna do Curso de Especialização em Gênero e Diversidade na Escola-GDE pela UFPB, andreiapeda2015@hotmail.com