

UNEMAT

PROFLETRAS

MESTRADO

UNEMAT

Universidade do Estado de Mato Grosso

Carlos Alberto Reyes Maldonado

PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS



PROFLETRAS

Rede Nacional

UNIDADE CÁCERES

UNEMAT

Universidade do Estado de Mato Grosso
Carlos Alberto Reyes Maldonado



PROFLETRAS

Rede Nacional

PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS

Bloco do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Linguagem
Cidade Universitária - Cáceres-MT
Tel. (65) 3224-1307
profletrascaceres@unemat.br

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO E LINGUAGEM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
LETRAS – PROFLETRAS**

ROSÂNGELA FALACIO GIMENES

**LEITURA E ESCRITA COMO PRÁTICAS DISCURSIVAS: O TEXTO
PROPAGANDA E O MOVIMENTO ESCOLA-CIDADE**

**CÁCERES-MT
2022**

ROSÂNGELA FALACIO GIMENES

**LEITURA E ESCRITA COMO PRÁTICAS DISCURSIVAS: O TEXTO
PROPAGANDA E O MOVIMENTO ESCOLA-CIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Letras – Profletras, da Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat, para a obtenção do título de Mestra em Letras, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Nilce Maria da Silva.

**CÁCERES-MT
2022**

Luiz Kenji Umeno Alencar CRB 1/2037

G4911 GIMENES, Rosângela Falacio.
Leitura e Escrita como Práticas Discursivas: O Texto
Propaganda e o Movimento Escola-Cidade / Rosângela Falacio
Gimenes - Cáceres, 2022.
174 f.; 30 cm. (ilustrações) Il. color. (sim)

Trabalho de Conclusão de Curso
(Dissertação/Mestrado) - Curso de Pós-graduação Stricto Sensu
(Mestrado Profissional) Proletras, Faculdade de Educação e
Linguagem, Câmpus de Cáceres, Universidade do Estado de Mato
Grosso, 2022.
Orientador: Nilce Maria da Silva

1. Leitura e Escrita. 2. Análise de Discurso. 3. Texto de
Propaganda. 4. Condições de Produção. I. Rosângela Falacio
Gimenes. II. Leitura e Escrita como Práticas Discursivas:: O Texto
Propaganda e o Movimento Escola-Cidade.
CDU 81'42:659.11

ROSÂNGELA FALACIO GIMENES

**LEITURA E ESCRITA COMO PRÁTICAS DISCURSIVAS: O TEXTO
PROPAGANDA E O MOVIMENTO ESCOLA-CIDADE**

**BANCA EXAMINADORA
PARTICIPAÇÃO DE FORMA VIRTUAL**

**Prof.^a Dr.^a Nilce Maria da Silva (UNEMAT)
ORIENTADORA**

**Prof. Dr. Alexandre Melo de Sousa (UFAC)
AVALIADOR**

**Prof.^a Dr.^a Ana Maria Di Renzo (UNEMAT)
AVALIADORA**

APROVADA EM 20/4/2022

À minha família, o bem mais precioso que tenho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter me guiado e por permitir a realização de um sonho, pois Ele sempre foi, é e sempre será meu refúgio e minha fortaleza!

Ao meu esposo Nilson Romim Gimenes, que sempre esteve ao meu lado, apoiando e dando forças para que eu não desistisse de conquistar os meus objetivos e, principalmente, por cuidar tão bem dos diamantes que iluminam a nossa vida: os nossos filhos.

Aos meus filhos Arthur Falacio Gimenes e Laura Falacio Gimenes, meus amores e minha inspiração para vencer. Obrigada por entender a minha ausência, mesmo estando perto de vocês, e por me darem apoio nos momentos em que mais precisei. E como precisei! Obrigada por existirem e significarem a minha vida.

À minha família: meu pai Luiz e minha mãe Iracy, exemplos de fé, força e sabedoria. A humildade de vocês encanta todos que os rodeiam! Obrigada por nunca me deixarem desistir do sonho de ser professora e por acreditarem que a educação é o melhor caminho. Gratidão eterna por estarem ao meu lado em todos os momentos, pela compreensão, pelas orações, pelo incentivo e pelo amor a mim atribuídos. Obrigada, pois, mesmo diante do maior abismo que a pandemia nos causou, vocês encontraram forças em Deus, apoiaram-me e não me deixaram desistir de alçar esse voo!

À minha irmã Rosiely, para sempre minha menina, meu carinho sempre, pois suas palavras de apoio e incentivo foram fundamentais nesse processo.

Ao meu irmão Júlio César Falacio (in memoriam). Ah, meu irmão!!! Serei eternamente grata por não ter me deixado desistir frente ao primeiro obstáculo, ainda na graduação, e por sempre acreditar que eu seria capaz de conquistar todos os meus objetivos. Tua partida repentina me deixou sem chão, um grande abismo se abriu em minha vida, mas as lembranças me fortaleceram e o som da sua voz dizendo: “Mana, você vai conseguir!” me impulsionaram para que eu não desistisse dessa caminhada. Sei que estás ao lado de Deus e feliz pela minha conquista. Muito obrigada e quanta saudade sinto de ti!

À minha cunhada Alexsandra e meu sobrinho Miguel Eduardo, pelas energias positivas enviadas por vocês, que foram fundamentais para eu conseguir alçar cada degrau desta jornada.

À Coordenação do Programa Profissional Mestrado em Letras (Profletras), na pessoa da professora Dra. Maristela Cury Sarian, pela preocupação, pelo apoio, pela dedicação e pelo empenho para fazer desse programa o sucesso que tem alcançado.

Aos membros da banca de qualificação e defesa, pelas contribuições significativas e fundamentais para o desenvolvimento e a escrita deste trabalho.

A todos os professores que ministraram as disciplinas ofertadas pelo Profletras/Unemat, unidade de Cáceres - MT: Maristela, Vera Regina, José Leonildo, Sandra Raquel, Éverton, Olga Castrillon e Eni Orlandi, pelas contribuições práticas e teóricas nas aulas.

À minha estimada e competente orientadora, Prof.^a Dra. Nilce Maria da Silva, quero agradecer todos os direcionamentos, pela leitura atenta do meu trabalho, pelo conhecimento compartilhado e por tornar menos difícil minha trajetória no Profletras. Obrigada pela compreensão e pelo apoio no momento mais difícil desta caminhada!

Às colegas da turma 6, pelas palavras de motivação e pelas amizades que fiz. Levarei um pouquinho de cada uma comigo para a vida.

À Ana Bibiane, por sua gentileza em dividir materiais e pelo incentivo. Foi muito significativo para mim.

Os ensinamentos também vieram das meninas com as quais formávamos o “Quarteto fantástico”: Auleni, Célia e Luciana. Vocês também foram minhas professoras e rechearam os meus dias com saberes e sabores. O meu muito obrigada!

Patrícia e Auleni, companheiras de viagens, obrigada pela companhia durante esses momentos e por compartilharmos tantas angústias, medos e momentos alegres. Gratidão!

À Auleni e Luciana, um obrigada mais que especial, pois, no momento mais difícil pelo qual passei, vocês não soltaram da minha mão e me mostraram que quem tem amigo tem motivos para seguir em frente! Aprendi com vocês o valor da cumplicidade, da amizade e do compartilhamento do saber. Obrigada

por me apoiarem e não me deixarem desanimar. As contribuições foram valiosas! Essa conquista também é de vocês!

Meu agradecimento também à equipe gestora da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, de Mirassol D'Oeste - MT, pelo apoio e incentivo na minha formação.

À minha amiga/irmã de longa data Prof.^a Dra. Eliane Cristina Dalcico, obrigada pela preocupação, pelas palavras de carinho e pelo incentivo sempre! Você é um exemplo de mulher guerreira!

Ao meu amigo e colega de trabalho Prof. Dr. Amilton Coleta Leal Filho, por todas as colaborações durante esta jornada!

À Cleidionice, pelo carinho e pela atenção dedicados aos meus filhos quando da minha ausência para estudar.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), por apoiar instituições e pesquisadores envolvidos no Mestrado Profissional em rede – Profletras.

À Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso (Seduc/MT), pela concessão da licença para qualificação e por reconhecer que a qualificação do professor da educação básica faz toda diferença na vida dos educandos.

À Unemat, por proporcionar experiências ímpares na vida dos profissionais da educação ao abrir um leque de oportunidades por meio da realização de programas de qualificação como o Profletras.

Enfim, a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, o meu muito obrigada!

RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido no curso de Mestrado Profissional em Letras – Proletras, da Universidade do Estado de Mato Grosso, e apresenta uma proposta pedagógica que poderá ser desenvolvida em turmas do ensino fundamental e que teve, como referência, durante o período de produção, uma turma de 8º ano da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, do município de Mirassol D'Oeste – MT. A proposta busca oferecer aos alunos condições de leitura e escrita de texto de propaganda em uma perspectiva discursiva. Para tanto, adotou-se a abordagem teórico-metodológica da Análise de Discurso, de Michel Pêcheux (1995; 2008), difundida no Brasil a partir das obras de Eni Orlandi (1983; 1996a; 2004; 2005; 2007; 2009) e estudiosos. A partir das principais concepções, características e potencialidades existentes no material escolhido, nos textos de propaganda, propomos, para tanto, atividades de leitura e escrita, de forma discursiva, que levasse os alunos do 8º ano a realizarem um estudo discursivo da relação texto/discurso, considerando as práticas históricas de produção e circulação de textos de propaganda na sociedade, sendo o cenário escolhido os textos produzidos na cidade de Mirassol D'Oeste. Para alcançar esse intento, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: apresentar as principais características do seu lócus e dos sujeitos (alunos e professora) como constitutivos de suas condições de produção; contextualizar o aporte teórico escolhido dentro da Análise de Discurso, com base no texto de propaganda, para se trabalhar o ensino da língua em sala de aula e apresentar as etapas que culminaram na construção das atividades metodológicas para serem aplicadas com as turmas do 8º ano e outras do ensino fundamental. Justifica-se a relevância do estudo, pois, ao intitularmos esse percurso como *Leitura e escrita como práticas discursivas: o texto propaganda e o movimento escola–cidade*, buscou-se encontrar meios de oportunizar aos alunos um maior acesso às condições de leitura e escrita, para além da sala de aula, tomando por base o entendimento quanto às condições de produção do leitor de que trata a AD. O resultado foi a elaboração de sete atividades pedagógicas, devidamente explicadas, para aplicação junto às turmas de 8º ano, que possibilitarão, a partir da sequência proposta, levar esses alunos, para além da compreensão dos sentidos de textos de propaganda, a também produzirem um panfleto de propaganda.

Palavras-chave: leitura e escrita; Análise de Discurso; texto de propaganda; condições de produção.

ABSTRACT

This work was developed during the Professional Master's in Letters – Profletras, at the State University of Mato Grosso, and presents a pedagogical proposal that can be developed in elementary school classes and that had, as reference, during the production period, an eighth grade class from the Benedito Cesário da Cruz State School, in the city of Mirassol D'Oeste – MT. The proposal seeks to offer students conditions for reading and writing advertising texts from a discursive perspective. To do so, the theoretical and methodological approach of Discourse Analysis by Michel Pêcheux (1995; 2008) was adopted. This approach is disseminated in Brazil through the works of Eni Orlandi (1983; 1996a; 2004; 2005; 2007; 2009) and other scholars. From the main conceptions, characteristics and potentialities existing in the chosen material, the texts of propaganda, we propose, therefore, reading and writing activities, discursively, that would lead the eighth grade students to perform a discursive study of the text/discourse relation, considering the historical practices of production and circulation of texts of propaganda in society, being the chosen scenario, the texts produced in the city of Mirassol D'Oeste. To achieve this goal, the following specific objectives were established: to present the main characteristics of its locus and the subjects (students and teacher) as constitutive of its conditions of production; to contextualize the theoretical contribution chosen within the Discourse Analysis, based on the text of advertising, to work on language teaching in the classroom and present the steps that culminated in the construction of methodological activities to be applied with the eighth grade classes and other elementary school classes. The relevance of the study is justified because, by titling this path as Reading and writing as discursive practices: the advertising text and the school-city movement, we sought to find ways to give students greater access to the conditions of reading and writing, beyond the classroom, based on the understanding of the conditions of production of the reader that AD deals with. The result was the elaboration of seven pedagogical activities, duly explained, for application to eighth grade classes, which will make it possible, based on the proposed sequence, to take these students beyond the understanding of the meanings of advertising texts, to also produce an advertising pamphlet.

Keywords: reading and writing; Discourse Analysis; advertising text; conditions of production.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Ata de Fundação de Mirassol D'Oeste - MT	24
Figura 2 – Vista aérea do município de Mirassol D'Oeste - MT	25
Figura 3 – Imagem do primeiro local de funcionamento da sala de aula do distrito de Mirassol D'Oeste	27
Figura 4 – Vista aérea da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz	28
Figura 5 – Objetivos de Língua Portuguesa a serem atingidos ao final do 3º ciclo	47
Figura 6 – Continuação do quadro de objetivos de aprendizagem	49
Figura 7 – Cartaz da campanha Mirassol D'Oeste sem fome e sem covid-19 .	88
Figura 8 – Folder de propaganda do Mercado Queiroz	92
Figura 9 – Folder de propaganda do Mercado Queiroz	94
Figura 10 – Cardápio da Vip Burguer Hamburgueria Artesanal	98
Figura 11 – Folder da empresa Gás e Água Dois Manin	100
Figura 12 – Panfleto da Brava Internet.....	107
Figura 13 – Imagem dos outdoors na avenida Tancredo Neves.....	111
Figura 14 – Imagem de outdoor na avenida Tancredo Neves	112
Figura 15 – Outdoor eletrônico na avenida Tancredo Neves.....	113
Figura 16 – Placa em frente a um salão de beleza.....	114
Figura 17 – Placa em frente à banca de frutas e verduras, localizada em uma rotatória da cidade	115
Figura 18 – Frente e verso do panfleto da oficina mecânica Auto Elétrica Mirassol	116
Figura 19 – Jabuticabas na infusão.....	124
Figura 20 – Jabuticabas no processo de fermentação	125
Figura 21 – Imagens retiradas da rede social de amigos da família	127
Figura 22 – Primeira entrevista, em março de 2016	128
Figura 23 – Segunda entrevista, em fevereiro de 2019	128
Figura 24 – Continuação da segunda entrevista, em fevereiro de 2019	129
Figura 25 – Panfleto de propaganda do vinho de jabuticaba	131

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AB – abaixo do básico

AD – Análise de Discurso

ADEPE/MT – Avaliação Diagnóstica do Ensino Público Estadual de Mato Grosso

BNCC – Base Nacional Comum Curricular

CDCE – Conselho Deliberativo da Comunidade Escolar

CEFAPRO – Centro de Formação e Aperfeiçoamento do Professor da Educação Básica

CF – Conselho Fiscal

COVID-19 – Doença do corona vírus

DCNs – Diretrizes Curriculares Nacionais

DRC/MT – Documento de Referência Curricular de Mato Grosso

EEBCC – Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz

EJA – Educação de Jovens e Adultos

ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDEB – Índice de Desenvolvimento da Educação Básica

INTERMAT – Instituto de Terras do Estado de Mato Grosso

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

MEC – Ministério da Educação e Cultura

OCs – Orientações Curriculares

OMS – Organização Mundial da Saúde

PAS – Processo de Atribuição Seduc

PcD – Pessoa com Deficiência

PCNs – Parâmetros Curriculares Nacionais

PNE – Plano Nacional de Educação

PPP – Projeto Político Pedagógico

PROFLETRAS – Programa de Mestrado Profissional em Letras

SAEB – Sistema de Avaliação da Educação Básica

SEDUC – Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso

SESI – Serviço Social de Indústria

SIGEDUCA – Sistema Integrado de Gestão Educacional

TDICs – Tecnologias Digitais de Informações e Comunicações

UNEMAT – Universidade do Estado de Mato Grosso

UFAC – Universidade Federal do Acre

UNIG – Universidade Iguazu

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. A RELAÇÃO ESCOLA–CIDADE NA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO E SUAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO	20
1.1 O município de Mirassol D'Oeste - MT	20
1.2 Situando a Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz	26
1.2.1. A escola EEBC e suas condições de produção	31
1.3 Percursos trilhados – o ser professora	42
1.4 A turma escolhida	47
2. TRILHANDO OS PERCURSOS DA TEORIA	53
2.1 Os primeiros passos pelos caminhos da AD	53
2.2 O percurso de leitura e os sentidos produzidos	54
2.3 O texto de propaganda: o movimento escola–cidade	59
2.4 A construção da proposta	70
3. TEXTOS DE PROPAGANDA: UM PERCURSO DE LEITURA E ESCRITA	76
.....	76
3.1 Condições de produção do trabalho	76
3.1.1 Apresentando a proposta: o texto de propaganda	77
3.2 Gestos de leitura nos textos de propaganda	87
3.3 A cidade e os movimentos de sentido	108
3.4 O texto de propaganda como materialidade discursiva na sala de aula....	118
3.5 Socialização e divulgação do produto: o panfleto	133
CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
REFERÊNCIAS	138
ANEXO	147
Anexo A – Hino Municipal de Mirassol D'Oeste - MT	147
APÊNDICES	148
Apêndice A – Proposta da atividade de Proposição 1	148

Apêndice B – Proposta da Atividade de Proposição 2.....	151
Apêndice C – Proposta da Atividade de Proposição 3	155
Apêndice D – Proposta da Atividade de Proposição 4	159
Apêndice E – Proposta da Atividade de Proposição 5.....	161
Apêndice F – Proposta da Atividade de Proposição 6.....	164
Apêndice G – Proposta da Atividade de Proposição 7	169
Apêndice H – Modelo de panfleto de propaganda produzido	171

INTRODUÇÃO

Comecei a trilhar os caminhos da educação há quase 20 anos, após concluir minha graduação em Letras, na Universidade do Estado de Mato Grosso - Unemat, campus de Cáceres - MT. Em 2004, quando eu fui acompanhar minha mãe em uma reunião de pais e mestres, na escola em que minha irmã estudava e que eu também havia cursado todo o ensino médio, fui convidada para assumir as aulas de Língua Portuguesa do 2º e 3º ano do ensino médio.

A princípio, recusei o convite, pois não tinha experiência com a docência, uma vez que o contato com a sala de aula havia se dado apenas na disciplina de regência, ainda na graduação. Porém, não me faltaram apoio e incentivo para que eu conseguisse vencer a barreira do medo que existia dentro de mim. Com isso, aos poucos, fui rompendo e superando todos os obstáculos que apareciam pelo caminho e o que parecia impossível tornou-se realidade.

Foram dez anos trabalhando como professora contratada, e cada experiência em sala de aula contribuiu muito para com meu aprendizado, pois tive a oportunidade de lecionar junto às turmas da pré-escola, do ensino fundamental I e II, ensino médio regular e Educação de Jovens e Adultos (EJA), em escolas da rede municipal, estadual e particular, fazendo um percurso por diversas disciplinas, tais como: Língua Portuguesa, Língua Inglesa, Arte, Sociologia, Filosofia, História e Geografia.

Também tive a experiência de trabalhar no Serviço Social da Indústria (Sesi), como professora de Língua Portuguesa, Língua Inglesa e Arte, e na EJA, com turmas de ensino fundamental e médio. Foi uma época de um aprendizado muito significativo e gratificante, pois pude conhecer todas as histórias de vida, de leitura e de superação dos trabalhadores da indústria, além de constatar quantos ensinamentos eles tinham a oferecer, mesmo diante de condições de produção tão precárias.

Em 2014, após um longo tempo de espera, assumi o concurso como professora efetiva do estado de Mato Grosso, ficando lotada na Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, em Mirassol D'Oeste - MT. A partir daí, passei a lecionar para turmas dos anos finais do ensino fundamental e a cada dia me

sentia mais envolvida com a educação, buscando sempre desenvolver um trabalho de maneira que pudesse contribuir para com o aprendizado dos alunos.

Contudo, mesmo diante de tantas experiências, percebi que ainda faltava algo em minhas práticas e, na ânsia por fazer a diferença na aprendizagem dos meus alunos, constatei que necessitava de uma teoria que viesse ao encontro de minhas expectativas e que embasasse minhas práticas pedagógicas. Diante disso, decidi que era o momento de participar da seleção para o Programa de Mestrado Profissional em Letras - Profletras, da Universidade do Estado de Mato Grosso - Unemat.

O Profletras chamou minha atenção por trabalhar de uma forma diferenciada, ou seja, por proporcionar ao professor o desenvolvimento de um projeto de intervenção que vai ao encontro da realidade da escola, na prática da sala de aula, mobilizando conceitos que visam estabelecer relações importantes entre a teoria e a prática.

Antes de iniciar o mestrado, eu tinha a convicção de que, ao trabalhar o texto em sala de aula, analisando a opinião do autor e a estrutura da língua, estaria desencadeando um processo que forneceria aos alunos subsídios tanto de leitura quanto escrita.

Contudo, no Profletras, pude compreender, por meio das disciplinas estudadas e do contato com a teoria da Análise de Discurso (AD), que, na realidade, eu utilizava o texto apenas como pretexto para trabalhar a gramática (ORLANDI, 1996a; 1996b) e porque (confesso) sempre fui uma professora muito gramaticista, o que, de certa forma, incomodava-me, pois queria mudar e aprender uma forma de trabalhar o ensino de Língua Portuguesa que não fosse taxado como “chato” e que os alunos sentissem prazer em estudar.

E foi por meio do contato com a AD, teoria nova para mim, que, ao me desestabilizar e sair da zona de conforto, consegui refletir sobre a língua, o ensino na escola, o aluno, a leitura, a escrita e, inclusive, sobre mim enquanto professora.

A AD me fez perceber que posso trabalhar toda e qualquer materialidade textual com os alunos, pois, conforme Orlandi (1996a, p. 11), “os sentidos que podem ser lidos, então, em um texto não estão necessariamente ali, nele. O(s) sentido(s) de um texto passa(m) pela relação dele com outros textos”.

Nessa perspectiva, percebi que poderíamos desenvolver um projeto de intervenção que possibilitasse ao aluno melhorias nas práticas de leitura e escrita, questão essa muito debatida no chão da escola.

Dessa forma, optamos por trabalhar com a materialidade, o texto de propaganda, e, a partir do movimento escola–cidade, realizar um estudo discursivo da relação texto/discurso com os alunos do 8º ano da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz (doravante EEBC), considerando as práticas históricas de produção e a circulação de textos de propaganda na nossa sociedade, especialmente aqueles produzidos na cidade de Mirassol D'Oeste, visando dar condições aos alunos de realizarem práticas de leitura e escrita sobre tais textos.

Queríamos trabalhar um projeto interventivo com os alunos, mas, dada a pandemia de covid-19, provocada pelo coronavírus, houve mudança no projeto, que deixou de ser interventivo (presencial) e foi adaptado de interventivo remoto para propositivo, de acordo com a Resolução n.º 3/2020, do Conselho Gestor do Proletras Nacional. Optamos por desenvolver o projeto de forma propositiva, preparando atividades e/ou sugestões para que o professor pudesse utilizar em sala de aula.

No período em que elaboramos o projeto de intervenção e que passamos também pelo exame de qualificação, no mês de março, falava-se pouco em pandemia no mundo. Nesse mesmo mês, o novo coronavírus¹ estava sendo classificado como um surto de emergência de saúde pública de âmbito internacional, pela Organização Mundial da Saúde (OMS), mês em que a covid-19² foi caracterizada por esse órgão como uma pandemia³.

Uma vez que a pandemia avançava rapidamente no mundo, o governador do estado de Mato Grosso, por meio do Decreto n.º 407, de 16 de março de 2020, em seu art. 9º, inciso III, suspendeu as atividades escolares da rede

¹ O novo coronavírus é pertencente à família de mesmo nome, conhecido como SARS-CoV-2, que causa uma síndrome respiratória aguda, grave e altamente contagiosa chamada covid-19.

² Covid-19 é uma sigla derivada do inglês, assim constituída: Co, de *Corona*; Vi, de *virus*; D, de *disease*, e 19, de 2019, sendo literalmente a "doença do coronavírus 2019", em que 2019 refere-se ao ano no qual foi registrado o primeiro contágio.

³ Pandemia é uma epidemia que se espalhou geograficamente, saindo do seu lugar de origem, especialmente falando de doenças contagiosas que assolam praticamente o mundo inteiro.

pública estadual, municipal e de ensino superior, no período de 23/3/2020 a 5/4/2020, antecipando o recesso escolar.

Contudo, no dia 31 de março de 2020, mediante o Decreto n.º 432, o governo do estado prorrogou a suspensão das atividades escolares até o dia 30 de abril de 2020. Em 1º de abril de 2020, o governo federal publicou a Medida Provisória n.º 934, que desobrigava os 200 dias letivos obrigatórios para escolas e universidades, mas com a exigência de se cumprir a carga horária mínima anual de 800 horas na educação básica.

Diante disso, as aulas presenciais, no início do ano letivo de 2020, foram adiadas e o ensino à distância, utilizando plataformas digitais na internet, surgiu como a alternativa mais plausível para o momento, pois, devido à situação pandêmica, a sociedade estava passando por diversas mudanças de hábito e precisou se adaptar.

Dessa forma, a Seduc/MT, preocupada com o percurso de formação dos alunos, para não perder o ano letivo, a partir do mês de abril, preparou apostilas com atividades pedagógicas, que foram disponibilizadas semanalmente aos alunos das escolas públicas estaduais, por meio da plataforma Aprendizagem Conectada⁴ e do trabalho persistente dos professores, como uma proposta que possibilitou aos estudantes de Mato Grosso uma maneira de continuarem estudando durante o período de isolamento social.

Com as aulas presenciais ainda suspensas, o governo do estado decidiu que, a partir do mês de agosto de 2020, as aulas retornariam de forma remota e, por meio da Nota Técnica n.º 001/2020, apresentou as medidas que seriam adotadas no âmbito das unidades escolares.

A Seduc/MT, por sua vez, continuou disponibilizando mensalmente o material para aqueles alunos que não tinham condições de acesso às aulas on-line e os professores também passaram a elaborar apostilas com atividades de acordo com a realidade de cada escola.

⁴ A plataforma digital foi disponibilizada aos alunos da rede pública de educação do estado, servindo como uma ferramenta que pode ser acessada pelo computador e dispositivos móveis (celular e tablet), contando com atividades pedagógicas para auxiliar os estudantes na aprendizagem durante a suspensão das aulas. As atividades escolares foram produzidas semanalmente, enquanto perdurou a suspensão das aulas. Para maiores informações, acessar: www.aprendizagemconectada.mt.gov.br.

Em relação à nossa proposta de intervenção, a pandemia de covid-19 também impactou na realização das atividades presenciais, que visavam ao desenvolvimento do trabalho em presença com os alunos. Assim sendo, o Conselho Gestor da Coordenação Nacional do Programa de Mestrado Profissional em Letras - Profletras, mediante a Resolução n.º 003/2020, definiu que a sexta turma do Profletras poderia realizar os trabalhos de conclusão em caráter propositivo ou interventivo remoto.

Diante disso, o objetivo desta pesquisa foi o de desenvolver uma proposta pedagógica, tendo, como referência, uma turma de 8º ano do ensino fundamental da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, do município de Mirassol D'Oeste - MT, como meio de oferecer condições aos alunos para a prática de leitura e escrita do texto de propaganda em uma perspectiva discursiva.

A abordagem teórico-metodológica escolhida pautou-se na revisão de literatura, que buscou, na Análise de Discurso de Michel Pêcheux e nas obras de Eni Orlandi, encontrar as principais concepções sobre o texto discursivo presente nas propagandas, como forma de subsidiar a elaboração de propostas de atividades de leitura e escrita de textos dessa natureza, tendo, como lócus para escolha do material, as produções divulgadas na cidade de Mirassol D'Oeste - MT.

Para isso, buscamos compreender a propaganda como uma prática discursiva, que possibilita entender como o texto de propaganda funciona em termos de linguagem, propiciando, por meio de atividades pedagógicas, que os alunos adquiram condições de leitura e produção.

Diante disso, a pesquisa foi organizada em três capítulos, que apresentam os objetivos específicos delimitados para o desenvolvimento do estudo. No primeiro, contextualizou-se o espaço para o qual a proposta foi pensada: a Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, na cidade de Mirassol D'Oeste - MT, com sua organização e todos que dela fazem parte. Traçamos também um breve histórico sobre os percursos trilhados pela professora e o perfil dos sujeitos-alunos da turma de 8º ano A do ensino fundamental.

No segundo capítulo, apresentaram-se a filiação teórica e alguns conceitos que fundamentaram a proposta de ensino de leitura e escrita utilizando

o texto de propaganda nas aulas de Língua Portuguesa. Também se discorreu sobre o porquê da mudança do trabalho interventivo para o trabalho propositivo.

No terceiro capítulo, foram apresentadas as atividades propostas aos professores para serem trabalhadas com os alunos, organizadas em cinco etapas e constituídas de atividades de leitura e escrita, como forma de proporcionar práticas que levam à reflexão de como os textos de propaganda e os discursos se constroem e são distribuídos na sociedade.

Justifica-se a relevância do estudo, uma vez que permitiu a esta pesquisadora, a partir dos constructos e das premissas da AD, encontrar e delinear recursos pedagógicos para serem aplicados junto aos alunos de 8º ano do ensino fundamental, oportunizando condições de leitura e escrita para além da sala de aula.

Essas atividades foram pensadas como um meio de dar condições aos alunos de perceberem, no processo de leitura e escrita, como se constitui essa materialidade em diferentes espaços sociais. Esse método busca ainda levar o aluno a compreender, à medida que as possibilidades de leitura e escrita vão se ampliando, a função da autoria a ser desenvolvida por ele.

Como efeito de fecho, foram feitas as considerações acerca do estudo desenvolvido e, como produto, foi confeccionado um panfleto de propaganda, elaborado com o intuito de auxiliar os professores, no desenvolvimento dessa proposta de trabalho com textos de propaganda, e de dar maior visibilidade ao aprendizado do aluno, sobre leitura e escrita na prática da sala de aula, em um movimento escola–cidade.

CAPÍTULO 1 – A RELAÇÃO ESCOLA–CIDADE NA CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO E SUAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Neste capítulo, apresentam-se, a partir de uma perspectiva discursiva, a história e o processo de constituição da cidade mato-grossense de Mirassol D'Oeste. Aborda-se também a história da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz e a sua importância no processo de implantação da escolarização no município.

São expostos ainda o perfil dos sujeitos-alunos que compuseram a turma para a qual a proposta foi pensada, suas condições de produção, os motivos que justificam a nossa escolha pela turma do 8º ano e a atuação pedagógica da professora da turma.

1.1 O município de Mirassol D'Oeste - MT

*“[...] a cidade é um espaço que se significa, onde há sujeitos vivendo dentro. É um espaço de sujeitos e de sentidos.”
(ORLANDI, 2004, p. 86)*

Para falar do processo de constituição da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, é necessário fazer antes um breve histórico sobre a cidade de Mirassol D'Oeste - MT, uma vez que a fundação da escola está intimamente ligada à história de criação do município, tomando, como base, o ensinamento de Orlandi (2004, p. 149) a: “[...] escola significa como significa porque está onde está, ou seja, faz parte da cidade”.

A criação do município foi impulsionada pelos projetos dos governos federal e estadual, ainda nas décadas de 1950 e 1960, quando, por meio de concessão de incentivos fiscais, realizaram uma intensa campanha publicitária voltada para a colonização da Região Centro-Oeste do Brasil, especificamente de Mato Grosso.

Essa política de ocupação do Centro-Oeste atraiu, dessa forma, muitos migrantes paulistas e de outras regiões do país, entre eles, os senhores Antônio Lopes Molon e Benedito Cesário da Cruz, que vieram com suas famílias,

adquiriram terras devolutas junto ao Instituto de Terras do Estado de Mato Grosso (Intermat) e instalaram suas moradias no denominado Vale do Jauru, atual município de Mirassol D'Oeste - MT.

Foi uma época que demandou muita garra e coragem por parte dos pioneiros, pois, quando aqui chegaram, encontraram somente mata e, ainda assim, não desistiram do sonho de fundar uma cidade nesse local, tendo, inclusive, que resistir a muitas dificuldades, como a escassez de água no lugar. Adota-se o sentido de resistência de Lagazzi-Rodrigues (2019, p. 309), quando ela diz que:

Resistir é também opor-se, mas não só. Resistimos em uma determinada posição, defendendo o que nos identifica, resistimos para mudar, ainda que não saibamos qual será essa mudança. Isso significa que a resistência abre possibilidades dentro do inesperado.

Esses pioneiros construíram as cabanas próximas ao cruzeiro, considerado a pedra fundamental do povoado (atual Mirassol D'Oeste), e um poço, que abastecia todas as pessoas do local.

No mês de agosto de 1963, aconteceu um incêndio na mata que destruiu todos os pertences dos moradores, desde casas, roupas, comidas, caixão⁵ e corda do poço, deixando todos sem água e comida durante dois dias, em que apenas o cruzeiro ficou sem queimar, como mostra o trecho a seguir:

No mês de agosto de 1963 ocorreu uma queimada no local [...], queimando todos os mantimentos, as cabanas e até mesmo as roupas, [...]. O fogo foi tão veloz que se alastrou de repente queimando o caixão e a corda do único poço existente na época, deixando o povo sem água e comida. [...]. Somente o cruzeiro ficou sem queimar. (PEREIRA, 2019, p. 15).

Mesmo diante de tantos desafios, o povo continuou com o espírito de luta, não se deixando abater, e foram em busca de ajuda, tanto de alimentos como

⁵ Um tipo de caixa de madeira que normalmente é colocada sobre a abertura (orifício) do poço para proteger e evitar que pessoas e animais caiam dentro dele. Essa caixa serve também para apoiar o sarilho, no qual se enrola a corda com um balde preso na ponta para retirar água do poço.

de medicamentos, na cidade mais próxima, que era Cáceres, em Mato Grosso, onde obtiveram forças para recomeçar o seu sonho.

É importante compreender esse percurso trilhado pelos pioneiros porque o passado é uma constante construção e reinterpretação, que tem o futuro como parte integrante e significativa da história (LE GOOF, 1990).

Diante do exposto, percebe-se que todo o esforço e toda a dedicação dos pioneiros em “[...] transformar a cidade natureza em cidade urbana” (PEREIRA, 2019, p. 15) estavam surtindo efeito porque “[...] a cidade começa a surgir como o resultado das práticas de espaços, pois as pessoas participaram ativamente da construção do espaço urbano” (HEINST, 2003, p. 114), o que ainda:

[...] institui uma certa noção de tempo contínuo [...], reproduz uma diferença entre “natureza” – floresta, animais selvagens, fauna e flora abundante/atraso, e, “urbana” – construções sem concreto, comércio, circulação de informações/desenvolvimento [...]”. (HEINST, 2003, p. 146–147, grifos do autor).

Tudo isso lembra os apontamentos de Rolnik (1995, p. 7–8) quando diz que:

O viajante de muitos tempos e lugares reconhece em seu caminho os vestígios da proximidade com a cidade. Sobre montanhas, rios e pedras da natureza primeira se implanta uma segunda natureza, manufaturada, feita de milhares de pelas geométricas. Fruto da imaginação e trabalho articulado de muitos homens, a cidade é uma obra coletiva que desafia a natureza.

Retomando ao contexto dos pioneiros, eles se reconheceram em Mirassol D'Oeste - MT e, em 28 de outubro de 1964, data oficial de fundação do distrito, segundo consta na Ata de Fundação, foi realizada a bênção do cruzeiro, com o lançamento da pedra fundamental da primeira igreja, que seria futuramente edificada na cidade, tendo São Judas Tadeu como padroeiro e Nossa Senhora Aparecida como madrinha, mediante a celebração de uma missa, conduzida pelo então padre Aimê Joseph André Taurines, conhecido como padre Amadeu, da Diocese de Cáceres.

Esse fato ficou conhecido como um “[...] acontecimento (fato novo, as cifras, as primeiras declarações) em seu contexto de atualidade e no espaço de

memória que ele convoca e que já começa a reorganizar[...]" (PECHÊUX, 2008, p. 19).

A partir desse novo aspecto, Mirassol D'Oeste começou a ganhar forma de cidade, com a instalação das primeiras casas comerciais, com o aumento do número de residências e de madeireiras, com a construção do primeiro hospital e da primeira escola, que recebeu o nome de Escola Rural Mista de Mirassol D'Oeste, que, mais tarde, passou a ser Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz.

Nessa relação entre homem e cidade, observa-se que a exterioridade é constitutiva, pois evoca uma memória discursiva do lugar de origem dos pioneiros, que pode ser observada por meio do nome da cidade de Mirassol D'Oeste, tendo em vista que faz uma homenagem à progressista cidade de Mirassol, localizada no estado de São Paulo, acrescido do locativo D'Oeste para se diferenciar do município de referência.

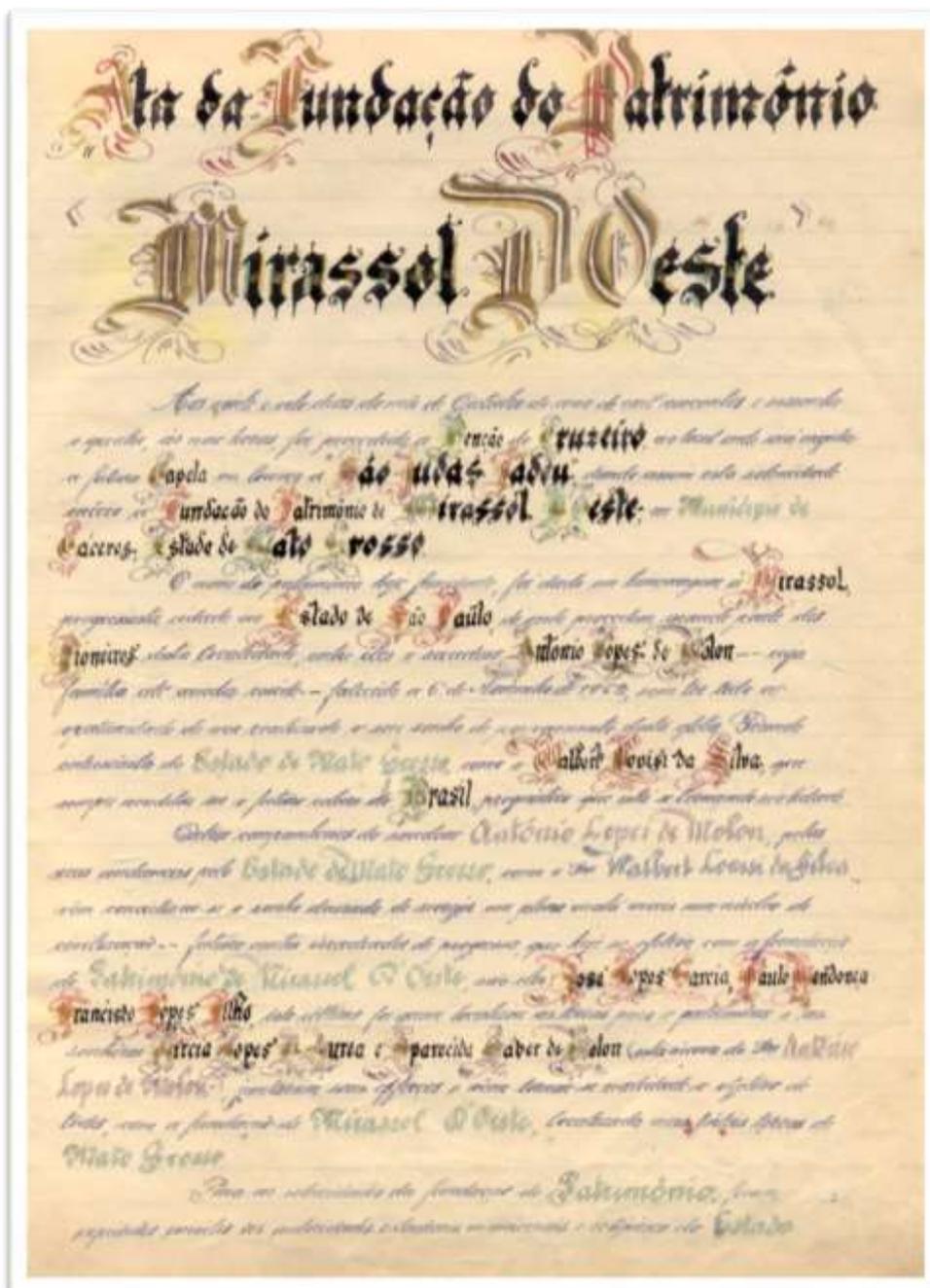
Desse modo, Rolnik (1995, p. 9) ensina que "[...] a cidade é também um registro, uma escrita, materialização de sua própria história." E, em se tratando da memória discursiva dos pioneiros da cidade em questão, tem-se a compreensão de que:

A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensadas em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma de pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. (ORLANDI, 2015, p. 29).

Ainda sobre a fundação, somente em 14 de maio de 1976, o distrito foi elevado à categoria de município, mediante a Lei Estadual n.º 3.698⁶, desmembrando-se do município-sede Cáceres, sendo, no dia 1º de fevereiro de 1977, por meio de uma sessão solene na Câmara Municipal, realizada a instalação oficial como município de Mirassol D'Oeste.

⁶ Criação do município de Mirassol D'Oeste, no governo de José Garcia Neto e de seu vice Cássio Leite de Barros.

Figura 1 – Ata de Fundação de Mirassol D'Oeste - MT



Fonte: site da Câmara Municipal de Mirassol D'Oeste.

A cidade de Mirassol D'Oeste está localizada na região oeste de Mato Grosso, distante, aproximadamente, 300 quilômetros da capital Cuiabá, com uma população denominada miradolense, estimada em 27.941 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2020)⁷.

⁷ Os dados aqui apresentados estão de acordo com a projeção do censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas, disponível em: <https://ibge.gov.br>.

A cidade faz divisa com os municípios de Cáceres, Curvelândia, Glória D'Oeste, Lambari D'Oeste e São José dos Quatro Marcos.

Figura 2 – Vista aérea do município de Mirassol D'Oeste - MT



Fonte: site da Prefeitura Municipal de Mirassol D'Oeste - MT.

No início, a base econômica do município era proveniente da agricultura familiar. Com o frequente progresso, houve uma mudança em sua economia e atualmente se baseia no gado de corte e leiteiro bem como na produção de álcool. Além disso, a cidade também possui um frigorífico, uma granja (indústria), um laticínio e uma usina de cana-de-açúcar.

As demais áreas da economia giram em torno do funcionalismo público, tanto estadual como municipal, e do próprio comércio local, atendendo às necessidades de toda a microrregião de Jauru - MT. Assim, com base nos dizeres de Orlandi (2004, p. 11) de que “[...] nada pode ser pensado sem a cidade como pano de fundo”, pode-se afirmar que é relevante conhecer um pouco sobre Mirassol D'Oeste e, partindo desse pressuposto, surgiu o interesse em abordar o movimento escola–cidade, objeto desta pesquisa.

1.2 Situando a Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz

A cidade passou por um período de grande evolução em termos de construções e, no âmbito educacional, ainda na década de 60, com a chegada de muitas famílias para a ocupação das áreas, houve a necessidade de que seus filhos estudassem (MADALENA; SZUBRUS; ZATTAR, 2015). De acordo com as autoras, foi diante do contexto vivenciado pelos novos moradores da região naquele período que surgiu a primeira sala de aula no próspero povoado de Mirassol D'Oeste.

Sobre o surgimento das cidades, Rolnik (1995, p. 16) destaca que:

[...] construir cidades significa também uma forma de escrita. Na história, os dois fenômenos – escrita e cidade – ocorrem quase que simultaneamente, impulsionados pela necessidade de memorização, medida e gestão do trabalho coletivo.

Com Mirassol D'Oeste não foi diferente, tendo em vista que escrita e cidade ocorreram simultaneamente, considerando que, entre os pioneiros que chegaram à região, estava a senhora Rosa Soldera da Cruz, filha de Benedito Cesário da Cruz, que foi a primeira professora no então distrito de Mirassol D'Oeste, do município de Cáceres - MT, que, com muita dedicação, no período de conquista das terras, ensinava as crianças em uma capelinha de pau a pique, a primeira sala de aula que o local conheceu.

Figura 3 – Imagem do primeiro local de funcionamento da sala de aula do distrito de Mirassol D'Oeste



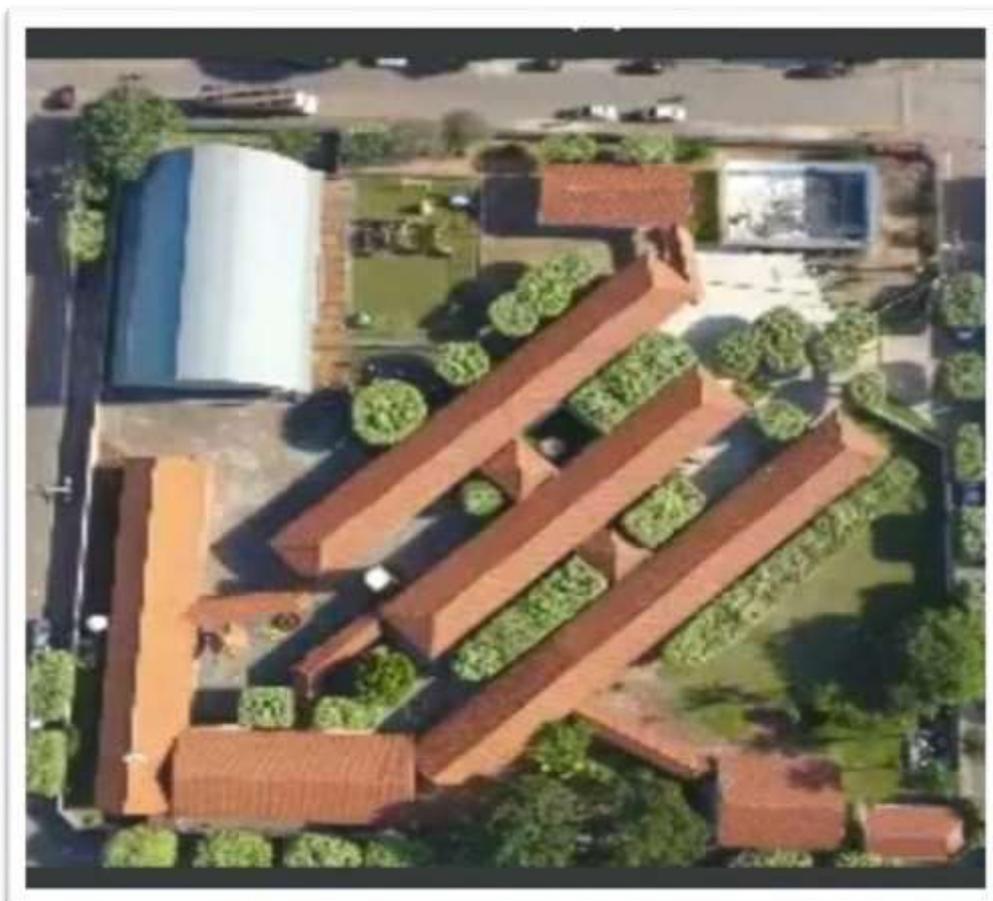
Fonte: arquivo da EEBCC (2021).

A vila cresceu, transformando-se em município, e aquela sala de aula de pau a pique se tornou uma grande escola, em 1973, por meio do Decreto n.º 1.265, hoje mantida pela Rede Oficial de Ensino Público do Estado de Mato Grosso, por meio da Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso (Seduc/MT), com a denominação de Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, localizada na rua Miguel Botelho de Carvalho, n.º 3.430, no Centro, zona urbana de Mirassol D'Oeste - MT.

A escola (figura 4) recebeu esse nome em homenagem ao seu patrono, Benedito Cesário da Cruz, um dos pioneiros do município, conforme o Projeto Político Pedagógico de 2020 (PPP, 2020) da escola:

A Cesário da Cruz foi uma das famílias pioneiras a instalar-se no povoado de Mirassol D'Oeste - MT; comandada pelo seu grande líder, Benedito Cesário da Cruz, graças à sua capacidade de liderança, coube a ele o laborioso trabalho de organizador das ações que culminaram com a formação de um “patrimônio”, o que na realidade deu início à fundação do povoado miradolense e, no dia 28 de outubro de 1964, foi declarado oficialmente fundado o povoado de Mirassol D'Oeste-MT. Em 06 de fevereiro de 1971, Benedito Cesário da Cruz faleceu vítima de um derrame cerebral, sendo sepultado em Mirassol d' Oeste-MT, mas deixou seu legado. (PPP, 2020, p. 9).

Figura 4 – Vista aérea da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz



Fonte: Arquivo da EEBCC (2021).

O terreno onde se encontra o prédio da escola possui uma área de 10 mil metros quadrados, com capacidade para atender a um contingente de 1.500 alunos.

Destaca-se que, devido ao frequente crescimento e ao desenvolvimento migratório, surgiu a necessidade de se construir uma escola, o que, conforme ensina Orlandi (2004), refere-se à necessidade de que a construção de uma escola seja sempre pensada como um lugar onde ocorre o estabelecimento e a administração de sentidos para a cidade enquanto instituição, ao mesmo tempo em que os sentidos estão atados fortemente devido ao fato de se localizar na cidade.

Nessa direção, devido ao significado relativo ao seu local, é importante destacar, nesse momento, que, anteriormente à nomeação da escola como EEBCC, a instituição recebeu o nome de Escola Rural Mista de Mirassol

D'Oeste, por meio do Decreto n.º 486, de 9 de maio de 1963, com o funcionamento de turmas de 1ª a 4ª séries do ensino fundamental naquele distrito.

Assim, retomando a história de sua fundação até os dias atuais, verifica-se que, em 1973, a escola foi elevada ao nível de 1º grau, por meio do Decreto n.º 1625, de 14 de setembro de 1973, e, com o passar dos anos, ganhou novas construções, passando a ser denominada Escola Estadual de 1º Grau Benedito Cesário da Cruz, pelo Decreto de Criação n.º 2.495, de 11 de março de 1975.

Em 1991, mediante a edição da Portaria n.º 5.444, a escola recebeu autorização para ofertar o ensino de 2º grau – Técnico em Contabilidade e, pela Portaria n.º 5445/1991, teve-se o reconhecimento do ensino de 2º grau – Magistério. Em 2001, por meio da Resolução n.º 017, implantou-se a Educação de Jovens e Adultos (EJA), conforme cita o Projeto Político Pedagógico (PPP, 2020, p. 8):

A instituição foi a primeira escola deste município, fundada em 1963, por Benedito Cesário da Cruz, com denominação Escola Rural Mista de Mirassol D'Oeste, com sede na rua D s/nº gleba Mirassol d'Oeste - Município de Cáceres-MT, através do decreto nº 486 de 09 de maio de 1963, com funcionamento de turmas de 1ª a 4ª séries, em salas de pau-a-pique, tendo como primeira professora Rosa Soldera da Cruz, filha de Benedito Cesário da Cruz. Posteriormente, a escola foi elevada ao nível de 1º Grau através do Decreto nº 1625 de 14/09/73. Com o passar dos anos esta escola ganhou novas construções e passou a ser denominada Escola Estadual de 1ª Grau Benedito Cesário da Cruz, através do Decreto de Criação nº 2.495 de 11/03/1975, publicado no Diário Oficial de 13/03/75, página 02, Autorização 01/76 através da Resolução nº 23 de 14/08/74; Reconhecimento – Ensino de 2º Grau – Técnico em Contabilidade através da portaria nº 5444/91, Diário Oficial de 05/09/91; Reconhecimento – Ensino de 2º Grau – Magistério, através da portaria nº 5445/91 publicada no Diário Oficial de 09/05/91; Renovação de Reconhecimento do Ensino Fundamental de I a VIII séries e Ensino de 2º Graus Técnico e Magistério através da Portaria nº 873 publicada no Diário Oficial de 02/06/92; Reconhecimento do Ensino Fundamental pela Portaria nº 3277/92-CEE-MT de 15/12/92 publicada no Diário Oficial de 29/12/92 página 10; Resolução nº 004/95 – Estudos Adicionais; Implantação da Educação de Jovens e Adultos com a Resolução nº 017/01 – D.O. de 13/02/01; Renovação de Reconhecimento do Ensino Fundamental Portaria nº 018/04-CEE/MT; Recredenciamento através da Portaria nº 222/2008-CEE/MT de 11/08/2008 p. 19; Nova Autorização pelo Ato nº 22/2016 CEE/MT de 12/02/2016;

mantida pela Rede Oficial de Ensino Público do Estado de Mato Grosso, através da Secretaria de Estado de Educação.

Outro destaque em relação ao município de Mirassol D'Oeste ocorreu no ano de 1994, quando o Poder Executivo, autorizado pela Câmara Municipal da cidade, instituiu um concurso público para a escolha da letra do Hino Municipal (Anexo A), em que participaram alunos de todas as escolas municipais, estaduais e particulares da cidade.

O resultado foi divulgado na ocasião das festividades alusivas ao 30º (trigésimo) aniversário de fundação do município, no dia 28 de outubro de 1994, em um evento realizado na praça central da cidade, com o hasteamento das bandeiras e execução do Hino Nacional Brasileiro e do Hino Municipal de Mirassol D'Oeste. A vencedora do concurso foi Natália Rose Lima, aluna do 9º ano do ensino fundamental da EEBCC.

Como se pode perceber nestes versos da letra do Hino Municipal (Anexo A): “Pela ponte Marechal Rondon/Iluminados de força e de luz [...] a mistura de raças e emigrantes/no oeste do nosso Brasil [...]”, a ponte Marechal Rondon⁸, naquela época, era uma das opções de via de acesso ao recém povoado e às demais localidades, porque, até então, a travessia era feita de barco e/ou de balsa⁹, pois não havia estradas e/ou rodovias que ligassem a cidade de Cáceres à região de Mirassol D'Oeste.

Com a vinda de muitos migrantes para essa região, Mirassol D'Oeste se tornou, conforme versado em seu hino (anexo A), um “município hospitaleiro e povo amigo/que abre seus braços a quem aqui chegar/recebe com sorriso afetivo/com belos riachos e seu verde a saudar [...]”, considerando que sempre recebeu bem a todos que foram àquela cidade em busca de uma vida melhor. Ainda segundo relatos dos moradores mais antigos e dados coletados no site da prefeitura, a partir da construção da ponte, houve “[...] o início à grande arrancada colonizadora desta vasta região”.

⁸ No período de 1956 a 1961, o presidente do Brasil era Juscelino Kubitschek. No ano de 1960, com o governo estadual de João Ponce de Arruda, iniciou-se a construção da ponte Marechal Rondon sobre o rio Paraguai, em Cáceres, sendo inaugurada no ano de 1961. (PEREIRA, 2019, p. 14).

⁹ S.f. Pequena embarcação de madeira para travessia em rio, presa a um cabo fixado em ambas as margens; jangada. Embarcação para transporte de pessoas, cargas pesadas, carros, animais etc.

Atualmente, o município de Mirassol D'Oeste possui nove escolas estaduais, sendo sete escolas urbanas e duas no campo; três escolas municipais, das quais duas são na área urbana e uma no campo; três creches e duas pré-escolas.¹⁰

Percebe-se que no âmbito educacional existe um elo entre os sujeitos, a escola e a vida social, assim, cabe a escola fomentar o exercício da cidadania para que os estudantes, inseridos na urbanidade, cumpram seus deveres e exijam os seus direitos de maneira clara e precisa.

Diante disso, faz-se importante ler e estudar sobre a escola, a cidade e todo o movimento que ela proporciona, coadunando com Di Renzo (2008, p. 14), que diz: “a Escola faz funcionar nessas relações o imaginário de sujeito e de língua, ou seja, ela afeta, com suas práticas específicas, as demais práticas desse sujeito na espacialização do urbano”.

Sendo assim, esta pesquisa busca apresentar aos estudantes o movimento escola–cidade, por meio da leitura de textos de propaganda da/na cidade, que visa despertá-los para a produção de sentidos significativos, ou seja, para que eles atuem como sujeitos ativos na sociedade, intervindo sempre que necessário.

1.2.1. A escola EEBCC e suas condições de produção

No ano letivo de 2021, de acordo com o Sistema Integrado de Gestão Educacional (SigEduca)^{11,12}, da Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso (Seduc/MT), a escola atende 926 alunos do ensino fundamental (1º ao 9º ano), nos períodos matutino e vespertino, e do ensino fundamental e médio da EJA, no período noturno.

O público atendido é do próprio bairro, de bairros circunvizinhos e da zona rural porque, como a escola fica próxima de outra que atende somente o ensino

¹⁰ Informação disponível em: <https://www.escolas.inf.br/mt/mirassol-doeste>. Acesso em 10 fev. 2022.

¹¹ O Sistema Integrado de Gestão Educacional (SigEduca) é uma ferramenta desenvolvida em ambiente web, que visa atender às demandas de gestão dos processos efetivados pelas escolas, junto à Seduc/MT).

¹² Os dados foram obtidos por meio do perfil da equipe gestora, junto ao SigEduca, no endereço eletrônico: <http://sigeduca.seduc.mt.gov.br>.

médio, os pais optam por matricularem seus filhos na EEBCC, por se sentirem tranquilos quanto aos filhos maiores acompanharem os menores até a escola, tanto na chegada quanto na saída do horário de aula.

Quanto à estrutura física, a unidade escolar possui os seguintes ambientes: 19 salas de aula, 1 secretaria com banheiro interno para os funcionários, 1 sala para os professores com 2 banheiros (sendo 1 masculino e 1 feminino) de uso exclusivo dos professores e funcionários da escola, 1 sala para a coordenação, 1 sala para a direção, 1 cozinha, 1 depósito para alimentos, 1 bebedouro coletivo, 2 banheiros (1 masculino e 1 feminino, com 3 box cada) e 2 banheiros no pavilhão dos alunos menores.

Conta ainda com uma biblioteca, um laboratório de ciências, um refeitório, um salão para eventos (um anfiteatro em ruínas, sem telhado), uma sala de recursos multifuncionais, uma sala de laboratório de aprendizagem, um depósito para materiais de limpeza e uma sala para materiais da fanfarra.

Além dos espaços citados, a escola possui uma quadra poliesportiva coberta, um minicampo gramado, um parquinho infantil, duas caixas d'água, um reservatório de água e um poço. Uma parte do pátio é gramada, para atividades recreativas, e outra parte é de concreto, com mesas e bancos de concreto/granito espalhados pelo pátio.

Ademais, a escola conta ainda com 1 laboratório de informática, equipado com 10 computadores, que precisam ser atualizados, pois as máquinas estão ultrapassadas, mas falta o técnico em informática para realizar tal serviço. Levando em consideração que “[...] a informática é uma técnica de escritura, introduzindo procedimentos novos de escrita e leitura” (ORLANDI, 2005, p. 79), o laboratório precisa passar por uma melhoria para se tornar mais acessível aos alunos e professores, por se tratar de um espaço em que os professores podem utilizar para realizar suas aulas previamente planejadas.

Destacamos que tanto o laboratório de informática quanto o laboratório de ciências surtem efeito significativo nas aulas quando são utilizados, uma vez que os alunos gostam de aulas práticas. Entretanto, o artigo 1º da Lei n.º 10.232, de 29 de dezembro de 2014, estabeleceu a proibição¹³, sem fins pedagógicos, do

¹³ A Lei n.º 10.232 foi publicada no Diário Oficial do Estado Mato Grosso, no dia 29 de dezembro de 2014.

uso de aparelhos/equipamentos eletrônicos em sala de aula do ensino fundamental e médio do estado de Mato Grosso, vigente até os dias atuais.

Assim, muitas vezes, o professor era impedido de realizar sua aula utilizando desse método, não por falta de criatividade, mas porque esbarrava nesse critério de proibição, que causava um certo receio, pois podia ocorrer de, ao usar o equipamento, mesmo com fins pedagógicos, parte da sociedade ou alguns sujeitos tomarem esse feito como banal, desprovido de produção de sentido para o aprendizado do estudante.

Nesse contexto, é preciso que ocorra avanços porque, segundo Andrade (2016, p. 49), o uso do celular em sala de aula não interfere no aprendizado, tendo em vista que, “quando o aluno está envolvido com a proposta o aparelho não é empecilho, torna-se um aliado”.

Cabe ressaltar que a escola já dispunha de internet com wi-fi acessível a todos os professores para que, durante a hora-atividade, fosse possível realizar os lançamentos, via on-line, no SigEduca, e preparar tanto as aulas quanto as atividades com mais facilidade, além de atender a todas as demais demandas da escola, pois as tecnologias digitais já faziam parte do cotidiano escolar, mesmo com a restrição de uso dentro da sala de aula.

No contexto atual, frente a uma pandemia com tamanha proporção, como a da covid-19, que nos fez repensar sobre o uso das tecnologias digitais em sala de aula, houve a necessidade de disponibilizar internet de melhor qualidade para que os professores, devido às aulas desenvolvidas de forma remota e on-line, tivessem aparatos para otimizar o trabalho.

Para isso, foi disponibilizado um cabo de internet em cada sala de aula da escola para que os professores pudessem conectar seus notebooks e tivessem um melhor acesso à internet, porque “[...] a pandemia impôs grandes desafios para professores e estudantes, em especial, na educação básica” (SOUZA, 2020, p. 112).

Sobre as tecnologias digitais, Silva (2017, p. 96) nos ensina que:

Os impactos das tecnologias digitais na sociedade contemporânea estão nos impondo que (re)signifiquemos nossas ideias, conceitos e interpretações sobre o mundo em que vivemos. Trata-se, pois, de injunções que a contemporaneidade vem produzindo como novas experiências no saber, no fazer, no

sentir, no pensar etc. Em outros termos, já não temos mais como nos sustentarmos sobre estruturas e práticas sociais que, historicamente, se encontravam sedimentadas na sociedade.

Diante do exposto, no tocante ao uso dos equipamentos e da tecnologia, além das dificuldades apresentadas, ainda há a resistência por parte de alguns professores, isso porque, como vimos nas palavras de Dias (2014, p. 3), “[...] o digital é uma tecnologia da escrita que implica mudanças sociais e políticas.”. Tudo o que é novo causa estranheza, cuja afirmação pode ser o motivo da resistência de alguns professores diante das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs)¹⁴.

A respeito das TDICs, observa-se que, de acordo com o PPP da instituição, busca-se:

[...] democratizar o acesso aos meios de comunicação existente nos espaços escolares e fora deste, em consonância às Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), de modo a incentivar o desenvolvimento dos processos cognitivos, sociais e afetivos; estimular os alunos a usar esses meios de comunicação e inaugurar novos métodos com a utilização dos recursos tecnológicos conhecidos e utilizados pela sociedade do conhecimento [...]. (PPP, 2020, p. 77).

Hoje, diante de uma pandemia como a que estamos vivendo, em que as tecnologias passaram a fazer parte da escola, houve uma necessidade, ou melhor, fomos “instigados” a aprender a utilizar as TDICs, e tivemos que nos (re)adaptar a muitas outras coisas, inclusive, quando do período de isolamento obrigatório, a nos privar do convívio social dos amigos e, até mesmo, da família.

Diante desse novo cenário, o nosso trabalho, passou a ser exercido de dentro dos nossos lares, por meio do chamado teletrabalho. Para realizá-lo, foi preciso nos equipar com diferentes tecnologias: celular, computador e pacote de internet suficientes para a realização de nossas atividades, portanto, não faz sentido a Lei n.º 10.232/2014 ainda não ter sido revista e/ou revogada, uma vez que, desde março de 2020, deixou de ser relevante diante do momento pandêmico vivenciado.

¹⁴ Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs).

Ademais, esse novo contexto traz à reflexão ainda quanto à necessidade de rever tais impeditivos em relação ao uso de tecnologias em sala de aula, uma vez que escola, professores, alunos e demais integrantes da comunidade escolar precisaram se adaptar para possibilitar o acesso às aulas, que passaram a ser ministradas de forma remota, ou, ainda, diante das possibilidades que esses recursos trazem para a prática pedagógica em sala de aula, como aliada do ser humano no desempenho de suas funções.

Sobre o espaço da instituição, destaca-se, por fim, que tem estacionamento, em que há suportes para trancar as bicicletas com cadeado; área de circulação coberta para acesso entre todos os pavilhões e estrutura física com acessibilidade, tais como: rampas de acesso a todos os ambientes da escola, corrimãos e dois banheiros adaptados para pessoas com deficiência, sendo um masculino e um feminino.

É relevante dizer que o espaço escolar é bastante arborizado, bem distribuído e iluminado, além de ser confortável. Todas as salas possuem aparelhos de ar-condicionado, ventiladores, mesa com cadeira para o professor, jogos de mesa e cadeira para os alunos, lousa de vidro e janelas amplas, que proporcionam uma ótima ventilação e iluminação natural ao ambiente.

De acordo com Pfeiffer (2001, p. 29), a instituição escolar é “[...] tomada ainda como um dos principais lugares autorizados a construir a capacidade de sociabilidade”, devido à sua importante participação no desenvolvimento social dos indivíduos. Ainda segundo a autora:

A escola produz uma língua já pronta para seus alunos assim como uma cidade já pronta. A escola se coloca na responsabilidade de produzir a consciência da língua e da cidadania no aluno que ainda se encontra como “cidadão e autor em embrião” [...]. (PFEIFFER, 2001, p. 31, grifo da autora).

Dessa forma, podemos observar a importância da instituição escolar para o desenvolvimento de uma cidade, uma vez que a escola trabalha com o conhecimento científico e oferece condições para que o aluno desenvolva a sua criticidade. Nesse sentido, a EEBC procura desenvolver os projetos interdisciplinares, envolvendo não só os professores e funcionários como

também os alunos, de forma a conscientizá-los da importância da preservação do ambiente escolar.

O quadro de pessoal é composto de 36 professores efetivos, sendo que 1 professora exerce a função de diretora e 2 são coordenadoras pedagógicas. Conta ainda com 20 professores contratados, todos habilitados e atuando em sua área de formação/conhecimento. De forma geral, os professores dessa unidade escolar têm, em sua maioria, o título de especialista. A escola ainda possui, em seu quadro, um professor doutor em Linguística e três mestrandas, uma na área de Letras, uma em Linguística e outra em Educação.

Na área administrativa, conta com cinco técnicos administrativos efetivos e um técnico contratado, dentre eles, uma mestra em Ciências Ambientais e um mestrando em Sociologia, e nove profissionais do apoio efetivos e seis contratados.

As aulas e funções são atribuídas a partir da contagem de pontos normatizada pela Seduc/MT, conforme o Processo de Atribuição da Seduc (PAS)¹⁵. A escola conta ainda com um Conselho Deliberativo da Comunidade Escolar (CDCE) e um Conselho Fiscal (CF), atuantes em todas as decisões a serem tomadas pela gestão escolar.

A proposta pedagógica da escola está prevista e amparada na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional de 1996 (LDB/1996), conforme mencionado em seu PPP:

A proposta pedagógica da escola está prevista na Lei de Diretrizes e Bases da Educação de 1996 que tem como objetivo principal garantir a autonomia das instituições de ensino no que se refere a gestão de suas questões pedagógicas, administrativas e financeiras. (PPP, 2020, p. 21).

Com base na citação acima, pode-se observar que, na prática, não é dessa forma que acontece, porque, mesmo que a proposta pedagógica se trate de “um documento que define a linha orientadora de todas as ações da escola, desde sua estrutura curricular até suas práticas de gestão” (PPP, 2020, p. 21),

¹⁵ PAS – Processo de Atribuição Simplificado, no qual a Seduc realiza a atribuição de aulas e outras funções dos profissionais efetivos e/ou contratados, das unidades educacionais da rede estadual de ensino de Mato Grosso.

às instituições não é dada total autonomia, pois, assim como em todos os setores da sociedade, a educação também é regida a partir de um processo burocrático que norteia todo o seu funcionamento.

Contudo, esse processo nem sempre acontece para tornar as decisões mais democráticas. Pode-se citar, como exemplo, o processo de seleção para a escolha dos gestores escolares, que, até o ano de 2019, era realizado por meio de eleição, envolvendo toda a comunidade escolar, e, a partir de 2020, passou a ser realizado por meio de uma prova de seleção, que visava avaliar os candidatos sobre os conhecimentos de gestão pública¹⁶.

É importante salientar que consideramos ser essencial que o candidato a gestor tenha conhecimentos básicos necessários para ingressar no cargo almejado, mas, em contrapartida, ele poderá assumir a função de gestor em uma escola da qual ele não tenha conhecimento de suas necessidades, o que poderá dificultar o desenvolvimento de seu trabalho.

Observamos também que, nesse momento pandêmico, houve um aumento significativo das cobranças e responsabilidades para o desempenho das funções relacionadas tanto à gestão escolar quanto aos professores e funcionários em geral.

Responsabilidades das quais, muitas vezes, não recebíamos as orientações necessárias para realizá-las, pois, como se tratava de um sistema de ensino novo para todos, deparamo-nos com várias dificuldades, tais como: acesso à plataforma Teams¹⁷, devido à própria questão de conectividade; o não acesso dos alunos ao aplicativo, pois muitos deles não tinham um pacote de internet que fosse suficiente para assistir às aulas e/ou precisavam dividir o celular com outros irmãos etc., ou seja, foram diversos desafios com os quais nos deparamos e tivemos que encontrar uma maneira para superá-los.

¹⁶ Em face a essas mudanças, é importante dizer que, para o ano letivo 2022, também ocorreram mudanças na forma de realizar o processo seletivo para professores candidatos a contrato temporário, técnico administrativo educacional e apoio administrativo educacional. Anteriormente, a seleção era realizada por meio de contagem de pontos e títulos e, para o ano de 2022, passou a ser realizada uma prova de seleção, a qual envolve conteúdos sobre língua portuguesa, matemática, conhecimentos gerais e específicos, bem como classifica os candidatos por polo. Dessa forma, o candidato não tem a opção de escolher a escola e o município em que pretende uma vaga.

¹⁷ A Plataforma Microsoft® Teams possibilita a realização e a participação em reuniões, compartilhamento de arquivos, dentre outras funções.

O planejamento anual e bimestral de ensino da escola é realizado ainda no início do ano letivo, na reunião pedagógica realizada pela equipe gestora da escola, momento em que é analisado o regimento interno da escola, são realizadas eventuais alterações no PPP para o ano letivo vigente e é criado o calendário de atividades a serem desenvolvidas durante esse período (PPP, 2020).

A EEBCC possui, como postura administrativa, por meio de sua equipe gestora, juntamente com o CDCE e CF, o incentivo ao trabalho coletivo, oportunizando aos docentes, mediante a elaboração do planejamento, realizado no início do ano letivo, a autonomia para o desenvolvimento de sua prática pedagógica e, caso seja necessário, o replanejamento das atividades propostas.

Essa instituição escolar oferece também atendimento aos alunos da região que têm deficiência e, para isso, preocupa-se em ter uma estrutura física com acessibilidade, tais como: rampas, banheiros adaptados, corrimão e sala de recursos para auxiliar no processo de ensino-aprendizagem, por meio de atividades lúdico-pedagógicas diferenciadas daquelas da sala de aula.

Quanto à forma de avaliação, segundo o PPP, na EEBCC, o professor não avalia apenas o aprendizado de conceitos, mas também a aprendizagem frente aos desafios na leitura e na escrita. A avaliação formativa parte de uma observação constante e atenta do professor, por meio de um diagnóstico realizado com base nos objetivos da aprendizagem, alinhados à Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e ao Documento de Referência Curricular para Mato Grosso (DRC/MT).

Esse diagnóstico se torna fundamental para que sejam traçadas as estratégias de aprendizagem, com o objetivo de superar as dificuldades dos alunos, uma vez que possibilita privilegiar os aspectos qualitativos dos alunos, não os mensurando apenas de forma quantitativa, de modo que, para a EEBCC:

A avaliação não é realizada apenas com tarefas escritas, o aluno é avaliado também por suas exposições orais, bem como pelo seu desempenho em todas as atividades propostas. Dessa forma, a avaliação é contínua, observando as potencialidades de cada aluno. (PPP, 2020, p. 73).

Mediante os resultados obtidos nas provas e nos exames externos, como o Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb); o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem); o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb); a Prova Brasil, que é aplicada no 5º e no 9º ano, e a Avaliação Diagnóstica do Ensino Público Estadual de Mato Grosso (Adepe/MT), aplicada no 2º, 4º, 6º e 8º ano do ensino fundamental, EEBCC realiza uma análise com o objetivo de oferecer aos alunos a oportunidade de um aprendizado cada vez melhor e mais efetivo.

Com o resultado da análise de todos esses indicadores, os professores (re)elaboram atividades de intervenção pedagógica, de acordo com a necessidade de cada turma. Ademais, com o intuito de melhorar o desempenho dos alunos, os professores se reúnem uma vez por semana e realizam o (re)planejamento das intervenções, além de socializar e trocar experiências. Contudo, na maioria das vezes, observamos que as atividades de intervenção realizadas pelos professores funcionam como uma espécie de reforço àqueles alunos que têm alguma dificuldade em determinado conteúdo e disciplinas específicas.

Nesse caso, a intervenção realizada não necessariamente faz com que o aluno reflita sobre a concepção de ensino, e é isso que a difere daquela que estamos propondo por meio do Profletras: uma intervenção sustentada por uma base teórica que proporcione ao aluno e professor uma reflexão sobre o ensino de língua na escola.

A escola conta também com a orientação do Centro de Formação e Aperfeiçoamento do Professor da Educação Básica (Cefapro) para subsidiar a discussão/reflexão sobre os temas estudados e as ações planejadas, porém, de acordo com o PPP, é necessário que haja uma participação mais efetiva desse órgão junto à escola, ou melhor, que ele participe mais trazendo cursos e/ou oficinas para o grupo, com o objetivo de trabalhar conforme a realidade de cada unidade escolar.

Sendo assim, a escola percebe a necessidade e a importância de realizar um trabalho de intervenção pedagógica que foque não só nas dificuldades de língua portuguesa e matemática, mas que contribua com o desempenho dos alunos de maneira geral, abrangendo todos os componentes curriculares.

Ao analisarmos o resultado da prova Saeb do ano letivo 2019¹⁸, observamos que, no componente curricular de Língua Portuguesa, os alunos do 8º ano tiveram um rendimento 44% abaixo do básico (AB), de acordo com os objetivos de aprendizagem usados para avaliar o desempenho dos alunos da rede pública de ensino em Mato Grosso.

Vimos, nesse momento, a possibilidade de desenvolver um trabalho de intervenção com o texto de propaganda como uma forma de propor condições de produção para um ensino de língua que fosse significativo aos alunos, buscando ampliar o projeto de intervenção proposto pela Seduc e potencializando a possibilidade do aluno de alcançar a proficiência nos componentes curriculares de Língua Portuguesa e Matemática, por meio do envolvimento de variados segmentos da educação, que possibilita ao estudante alcançar um nível satisfatório de desempenho.

Diante da análise dos resultados das provas externas, a escola também realiza avaliações bimestrais com o objetivo de verificar o nível de aprendizagem dos alunos e, a partir desses resultados, cada professor em sua disciplina elabora um plano de atividades interventivas, visando a uma superação das dificuldades de aprendizagem de todos os alunos.

De acordo com o PPP, a escola percebe a necessidade de investir na formação dos professores em suas áreas específicas para que tenham condições de criar estratégias pedagógicas e, dessa forma, possam auxiliar os alunos no processo de ensino-aprendizagem. Por isso:

A escola estimula a qualificação dos professores para o ensino das diferentes áreas de conhecimento e, [...]. Daí a necessidade de se insistir e investir nos professores, para que, além de sólida formação na área específica de atuação, recebam formação que os capacite não só a compreender a importância das questões relacionadas à diversidade étnico-racial, mas a lidar positivamente com elas e, sobretudo, criar estratégias pedagógicas que possam auxiliá-las e reeducá-las. (PPP, 2020, p. 49).

¹⁸<https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/avaliacao-e-exames-educacionais/saeb/resultados>

A proposta curricular da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz parte de uma concepção humanista de educação, orientada e fundamentada em pensadores como Paulo Freire, que visa à construção de uma educação de qualidade, considerando as características e peculiaridades da realidade do nosso município e, principalmente, da comunidade escolar, de maneira que beneficie o aluno na sua aprendizagem.

Esse documento tem por base também o Plano Nacional da Educação (PNE), as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Básica (DCNs), a BNCC, o DRC/MT e os objetivos de aprendizagem.

Em relação ao PPP, percebemos que há a preocupação em incentivar os alunos a terem um pensamento crítico e reflexivo, conforme citação a seguir:

A política-pedagógica desta instituição visa promover a autonomia dos discentes durante as aulas, incentivando-os ao pensamento crítico e reflexivo na busca do conhecimento, onde a postura dos docentes é incentivar o trabalho coletivo propondo atividades em grupos (seminários, rodas de conversas, pesquisas, teatro, danças, música, aula campo etc.), no intuito de desenvolver e promover o respeito mútuo, a socialização e a solidariedade entre os alunos. (PPP, 2020, p. 22).

Observar essa inquietação nos documentos e a posição dos gestores da escola nos encoraja e traz a certeza de que fizemos a escolha adequada ao enveredar pelos caminhos da Análise de Discurso, porque, para essa teoria, o estudante tem que participar ativamente de todo o processo da aprendizagem, ou seja, é a autoria em destaque na escola, e, na proposta desta pesquisa, trouxemos atividades para que os alunos sejam os autores.

Destacamos que a nossa proposição de mestrado *Leitura e escrita como práticas discursivas: o texto propaganda e o movimento escola–cidade* nos retirou da zona de conforto e nos instigou na busca de outros sentidos para o trabalho que realizamos em sala de aula. Outros olhares foram e estão sendo construídos na nossa jornada, até então desconhecidos por nós antes do Profletras.

Diante disso, este novo embasamento teórico nos deu aporte para proporcionar, aos estudantes, condições de produção para que desenvolvam a

leitura e a escrita de maneira significativa, ou seja, fazendo sentido em situações legítimas da vida cotidiana dos sujeitos.

O ensino fundamental é dividido em: séries iniciais ou fundamental I (1º ao 5º ano) e séries finais ou fundamental II (6º e 9º ano). As aulas são organizadas pelo Ciclo de Formação Humana, ou seja, por áreas do conhecimento, sendo assim distribuídas: Área da Linguagem (Língua Portuguesa, Arte, Língua Estrangeira: Inglês ou Espanhol e Educação Física); Ciências Humanas (História e Geografia); Ciências da Natureza (Ciências) e Matemática.

As metodologias empregadas são: aulas expositivas, exposição de trabalhos pelos alunos referentes aos conteúdos ministrados, dinâmicas, seminários, atividades extraclasse, videoaulas, aulas práticas no laboratório de Ciências, pesquisa no laboratório de informática, uso da biblioteca escolar e utilização de mapas e globos terrestres.

Para o desenvolvimento das aulas, a escola dispõe de projetores multimídia; biblioteca integradora (biblioteca e laboratório de informática); laboratório de Ciências da Natureza e Matemática, que são ambientes que podem ser explorados para aulas diversificadas; sala de recursos multifuncionais e laboratório de aprendizagem (articulação).

Dessa forma, compreendemos que a EEBC tem contribuído com a formação qualificada dos estudantes, pois busca com responsabilidade considerar as necessidades distintas dos seus estudantes e profissionais, buscando sempre “[...] pensar novas formas de ensinar e aprender”. (DOMINGUES; LARAIA, 2019, p. 106), e nos sentimos privilegiadas por fazer parte dessa história.

1.3 Percursos trilhados – o ser professora

Quando meus pais se mudaram para o município de Mirassol D'Oeste, no estado de Mato Grosso, em 1981, assim como muitos migrantes, foi com o ideal de dar uma vida melhor para a família, uma vez que via essa oportunidade no

próspero e recém-emancipado município, como afirma Pereira (2019, p. 15): “[...] as pessoas vinham em busca de melhores condições de vida.”

Esse ideal sempre motivou os meus pais a não desistirem de seus objetivos, que, à época, eram lavradores e trabalhadores de uma fazenda em uma comunidade rural do município. No ano de 1986, quando meu pai arrumou um serviço em uma fazenda um pouco mais distante de onde morávamos, lugar em que residem até hoje, o acesso aos estudos ficou difícil para mim e meu irmão, tendo em vista que, antes, a escola era próxima de nossa casa.

Devido à distância, estudei até a 4ª série do ensino fundamental na Escola Municipal Lar Bem-Vindo, que ficava na própria comunidade, e só tive a oportunidade de voltar a estudar seis anos mais tarde, quando eu já tinha 17 anos, na Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz.

Seguindo esta verdade: “[...] é preciso ‘ousar se revoltar’ [...]” (PÊCHEUX, 2014, p. 281, grifo do autor), não parei por aí e continuei os meus estudos. Cursei o ensino médio e, em seguida, prestei o vestibular, porém, somente na segunda vez em que prestei a prova do vestibular (mais uma ocasião de resistência), é que fui aprovada e, em 1999, iniciei o curso de Licenciatura Plena em Letras com habilitação em Língua Portuguesa e respectivas Literaturas, na Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), no Campus Universitário de Cáceres, turma de 1999/2003.

Hoje, em plena pandemia, quando vejo muitos pais e/ou governantes alegando que os alunos estão perdendo muito em não ter aulas e/ou com aulas remotas on-line, remeto-me ao passado e busco em minha memória o período em que meu irmão e eu ficamos por anos fora da escola, primeiramente porque meus pais não tinham condições de nos levar até o ponto de ônibus no qual os alunos das comunidades rurais eram recolhidos para serem transportados até a cidade a fim de estudarem.

Em segundo lugar, porque faltava iniciativa dos órgãos competentes para que as medidas de políticas públicas fossem tomadas com o intuito de solucionar a questão do trajeto percorrido pelo ônibus. Dias (2010, p. 50) nos ensina que, ao entrar em cena, “[...] as políticas públicas vão criar um consenso de igualdade social, de acesso, de oportunidades”. E oportunidade de acesso à escola era a única reivindicação que almejávamos ter por parte dos órgãos responsáveis.

Segundo Di Renzo (2012, p. 43), “[...] é na escola que aprendemos a língua, a história e a geografia da nação, mas sobretudo, aprendemos como ser e pensar nacionalmente”, portanto, nesse caso, caberia ao governo oferecer condições para que nós pudéssemos ter acesso ao estudo.

Contudo, mesmo vivendo em um país em que a ausência de políticas públicas leva a um retrocesso na formação do aluno, meus pais não desistiram de reivindicar junto à Secretaria Municipal de Educação, órgão que era/é responsável por realizar o transporte dos alunos da zona rural até as escolas na cidade, a mudança da rota do ônibus, para que ele passasse mais próximo possível de nossa casa.

Infelizmente, eu e meu irmão não desfrutamos do direito citado na Constituição Brasileira (CF/88), em seu artigo 206, inciso I, o qual diz que todo cidadão teria “igualdade de condições para o acesso e permanência na escola”, porque a Secretaria Municipal de Educação não permitiu a mudança da rota do ônibus para que nós pudéssemos frequentar a escola quando tínhamos a idade escolar prescrita no artigo 6º da LDB/1996.

Essa oportunidade só foi dada alguns anos mais tarde, em 1993, à minha irmã mais nova, quando atingiu a idade escolar e não podia ficar fora da escola. Nesse momento, a Secretaria de Educação permitiu mudar a rota do ônibus estudantil.

Diante dessa situação, reportamo-nos a Orlandi (2010, p. 6) ao dizer que: “[...] quando se trata de políticas públicas urbanas, pensa-se no consenso, se pensa a ligação que une a sociedade. [...] a produção do consenso, é considerada um ideal para solucionar satisfatoriamente os conflitos sociais, [...]”, consenso esse que, no nosso caso, não foi colocado em prática com a noção de unidade porque a educação não estava acessível a todos, o que nos permite observar que, provavelmente, há sujeitos excluídos.

Portanto, existem obstáculos que servem de incentivo para que o sujeito corra atrás de seus objetivos e que não o impedem de buscar o conhecimento escolar. Quando a oportunidade bateu à nossa porta, meus pais jamais deixaram de nos incentivar a agarrar com “unhas e dentes” aquela chance, pois o sonho deles era que os filhos tivessem a oportunidade de estudar. Naquele momento, o que mais queríamos era um dia realizar o sonho de cursar uma faculdade.

Diante disso, quando pudemos voltar à escola, seguramos a oportunidade com afinco porque era o que mais desejávamos, não nos deixando jamais levar pelo discurso de que fomos prejudicados, pois, naquele momento, o que mais queríamos era recuperar o tempo “perdido” e concluir o ensino superior.

Devido a todo o esforço ao longo da caminhada é que hoje estou aqui contando minha história, que, com certeza, é a de muitos cidadãos que foram tolhidos do estudo porque as condições de produção do momento não eram oportunizadas a todos, as quais, inclusive, são citadas muitas vezes no discurso de alguns políticos que compõem nosso país.

Ainda sobre a minha trajetória acadêmica, em 2003, concluí a graduação; no ano de 2004, comecei minha carreira como professora e, em 2006, decidi ir em busca de mais informações por meio de um curso de especialização em Linguística e Educação Infantil, ofertado pela Universidade Iguazu (Unig), do Rio de Janeiro (RJ).

Em 2010, após passar por várias experiências na educação infantil, ensino fundamental I e II, ensino médio e EJA, nas redes municipal, estadual e particular, fiquei classificada no concurso da Seduc/MT para professora da educação básica no município de Mirassol D’Oeste - MT.

Somente em janeiro de 2014, fui chamada para assumir a vaga como professora de Língua Portuguesa, na EEBCC, tomando posse no concurso da Seduc/MT do qual fui aprovada. A referida escola me recebeu com muito carinho à época e tenho o prazer de trabalhar nela até hoje, pois me sinto muito acolhida por todos os profissionais que ela exercem suas funções, sem contar também com o apoio dos gestores para o desenvolvimento das atividades em classe e extraclasse e do incentivo à qualificação dos professores, sendo esta uma das filosofias da escola.

Desde então, sempre procurei participar de todas as atividades desenvolvidas na escola, buscando interagir com os alunos e com os professores e funcionários, pois gosto de estar envolvida nas atividades que a escola desenvolve, mas sentia que ainda faltava algo que me tirasse de minha zona de conforto. Nesse momento, resolvi me inscrever para o processo seletivo do Programa de Mestrado Profissional em Letras (Profletras), da Unemat, campus de Cáceres.

Com a aprovação no mestrado, tive contato com a teoria da AD, por meio dos estudos realizados por Eni Orlandi e outros estudiosos, e descobri um mundo novo para mim, que fez com que eu refletisse a respeito das minhas práticas enquanto professora de Língua Portuguesa, da escola, do aluno, da leitura e da escrita.

Dessa maneira, busquei uma teoria que pudesse produzir efeitos que reverberassem minhas práticas pedagógicas e que me desse suporte para compreender os processos de leitura e escrita discursiva em diversas materialidades textuais, pois, segundo Orlandi (2009, p. 21), “[...] o discurso é efeito de sentidos entre locutores”. E temos sentido esses efeitos desde então.

Destaco que as turmas com as quais normalmente trabalho são do 8º e 9º ano. Confesso que não vejo dificuldade de lecionar em nenhuma série específica, mas nós, professores de Língua Portuguesa da EEBCC, sempre entramos em consenso, organizando-nos de acordo com o que é melhor para cada um desenvolver seu trabalho docente com satisfação, pois têm colegas de área que trabalham em outras redes de ensino e, por isso, há a necessidade de flexibilização no horário das aulas.

É importante dizer que um dos objetivos do Profletras é a formação de professores em Língua Portuguesa com o intuito de contribuir para a melhoria da qualidade do ensino do país e, para isso, o professor precisa estar em sala de aula, lecionando para turmas do ensino fundamental.

Portanto, ao pensar no trabalho interventivo¹⁹ (esta era a proposta antes da pandemia), como já trabalhava com turmas do 6º ao 9º ano, tive apenas que optar com qual delas desenvolveria o projeto. Então decidi que trabalharia com a turma do 8º ano, sendo que a acompanharia somente durante o projeto de intervenção, uma vez que me encontrava afastada para a qualificação, processo este cedido pela Seduc/MT e que muito contribuiu para os meus estudos, pois pude me dedicar exclusivamente ao mestrado.

¹⁹ A princípio, a proposta seria desenvolvida em sala de aula, porém, em virtude da pandemia e da suspensão das aulas presenciais, houve a mudança do projeto para a natureza propositiva.

1.4 A turma escolhida

A turma escolhida para desenvolver a proposta de intervenção foi o 8º ano A, do ensino fundamental, no turno matutino, devido à minha atribuição em sala de aula ser nesse período. Era uma turma composta de 22 alunos, sendo 12 meninos e 10 meninas, com idade entre 13 e 14 anos, dos quais eu já conhecia vários, tendo em vista que havia trabalhado com eles em 2018, quando, na ocasião, estavam no 6º ano, e porque muitos já eram alunos da escola desde os anos iniciais.

Em relação ao desempenho da leitura e da escrita, podemos considerar que a turma se classificava com o conceito básico de aprendizagem, ou melhor, com base nos registros de aprendizagem lançados no diário eletrônico, em um quadro²⁰ no qual se apresentam os objetivos e os resultados a serem alcançados pelos alunos ao final de cada bimestre/ano, exibido na figura 5:

Figura 5 – Objetivos de Língua Portuguesa a serem atingidos ao final do 3º ciclo

The screenshot displays the Sigaeduca/Seduc/MT web interface. At the top, there is a header with the 'GED GESTÃO EDUCACIONAL' logo on the left and the 'Sigaeduca' logo on the right. Below the header, there is a navigation bar with several menu items. The main content area is divided into several sections:

- LANÇAMENTO DE AVALIAÇÃO:** This section contains fields for 'Ano Letivo' (2021), 'Análise' (SISTEMA - PROVA DE CONHECIMENTO), 'Situação' (10170 - 8º ANO DE ENSINO FUNDAMENTAL), 'Turno' (MATUTINO), and 'Módulo/Área/Faixa' (ENSINO FUNDAMENTAL - ANUALAR - 3º CICLO - 8º ANO - 1º BIMESTRE - A).
- AVULSAÇÃO:** This section shows 'TOTAL DE ALUNO(S): 22'.
- INFORMAÇÕES DO ALUNO:** This section displays 'Aluno' (redacted), 'Nº Matrícula' (21134985), 'Data de Matrícula' (07/04/2021), 'Nº Ordem Diário' (15), and 'Situação da Matrícula' (Matriculado).
- LANÇAMENTO DE AVALIAÇÃO:** This section shows 'Área de Conhecimento' (LINGUAGENS), 'Conceito de Progressão' (Aguardando o lançamento de avaliação de todos os componentes curriculares para gerar o conceito da Área de Conhecimento), 'Quantidade de Faltas' (0), and 'Quantidade de Faltas Justificadas' (0).
- Componente Curricular:** This section shows '00 - LÍNGUA PORTUGUESA'.
- Período:** This section shows '01 - 1º BIMESTRE'.
- Objetivos de Aprendizagem:** This section contains a table with columns for 'Objetivos de Aprendizagem', 'Atividade', and 'Resultado'. The table lists two objectives related to reading and writing skills.

Fonte: Sigaeduca/Seduc/MT (2021).

²⁰ Os dados foram obtidos por meio do perfil da professora, no Sigaeduca, no endereço eletrônico: <http://sigaeduca.mt.seduc.gov.br>.

De acordo com a legenda a seguir, temos o significado de cada objetivo de aprendizagem que deve ser contemplado até o final do 3º ciclo do ensino fundamental:

AB = Abaixo do Básico: para ausência de aprendizagens.

B = Básico: para aprendizagens em construção.

P = Proficiente: para aprendizagens correspondentes ao objetivo de aprendizagem trabalhado.

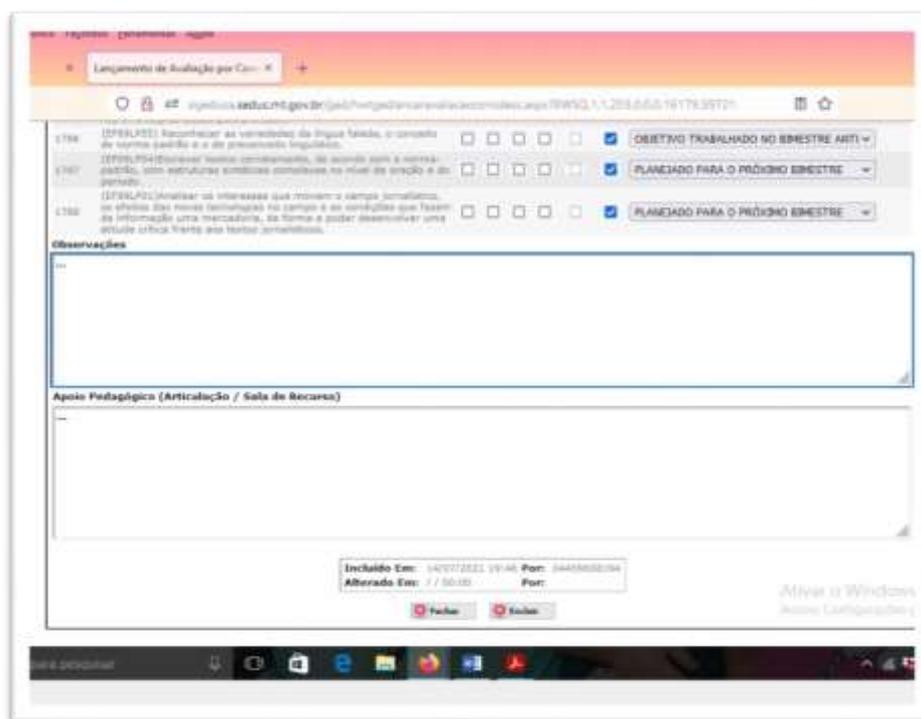
A = Avançado: para aprendizagens que superaram as expectativas.

OAP = Objetivo do Ano Posterior.

ONT = Objetivo Não Trabalhado, pelos seguintes motivos: 1 – infrequência do estudante; 2 – falta de tempo para concluir o planejado e 3 – planejado para o próximo bimestre. Quando se insere ONT, o SigEduca disponibiliza automaticamente as três opções de motivos para inserção.

Em relação à área de Língua Portuguesa, são apresentados 104 objetivos a serem atingidos ao final do 3º ciclo e, quando se trata de aluno com deficiência, na sequência dos objetivos, abre-se um espaço em branco para que o professor coloque as observações sobre os objetivos trabalhados com esse aluno durante suas aulas e abre-se também um espaço para lançar quais foram as atividades e os objetivos trabalhados pelo professor no apoio pedagógico (articulação/sala de recurso), conforme apresentado no quadro constante da imagem a seguir:

Figura 6 – Continuação do quadro de objetivos de aprendizagem



Fonte: Sigeduca/Seduc/MT (2021).

De acordo com todos esses registros, a turma do 8º ano A era classificada com o conceito B (básico para aprendizagem em construção), pois, dentre os alunos, havia aqueles que apresentavam um nível maior de dificuldade na aprendizagem, mas, em contrapartida, tinham alguns alunos com mais facilidade em desenvolver a leitura e a escrita.

Algumas das dificuldades apresentadas pela turma em relação à leitura e à escrita estavam relacionadas aos alunos não alfabetizados, que apenas copiavam o que era passado na lousa porque não conseguiam escrever quando os professores ditavam o conteúdo.

Dois alunos da turma foram matriculados como Pessoa com Deficiência (PcD), sendo que um apresentava baixa audição e o outro, hidrocefalia compensada e arritmia, portanto era uma sala em que cada aluno tinha a sua dificuldade específica e, por isso, necessitava de um olhar diferenciado e de uma atenção maior por parte dos professores.

Tudo isso me instigou a realizar com a turma um trabalho diferenciado, porque, mesmo diante de tantas dificuldades, eram alunos que demonstravam interesse em superá-las. Tratava-se de uma turma participativa e dedicada no

desenvolvimento de todas as atividades propostas, além de ser muito agitada, o que exigia do professor uma atenção e um equilíbrio específicos, um certo “jogo de cintura”. Os alunos também eram muito questionadores e, por isso, queriam atenção ao mesmo tempo, fazendo com que o foco da aula se perdesse com facilidade.

Os alunos eram muito carinhosos para com os professores e creio que foi isso mais um dos motivos que me cativou, pois, ao trabalhar com a turma, não via o tempo passar e, a cada final de aula, sentia aquele gostinho de “quero mais”, ou melhor, queria ter mais tempo para estar ali ensinando, conversando, enfim, interagindo com eles, mesmo em meio à “tensão”.

Conforme afirmam Faria, Santana e Nunes (2019, p. 63), “[...] na perspectiva da AD, a falta de certezas, a incompreensão, o equívoco e a contradição podem ser vistos como um lugar do possível, do deslocamento, da produção do saber, evitando a saturação dos sentidos”, e enxergamos a possibilidade de desenvolver o projeto e de avançar em questões relacionadas à leitura e à escrita com essa turma.

Por eu já ter trabalhado com essa turma no ano de 2018 e juntos termos desenvolvido um projeto sobre leitura e escrita, pude observar, por meio das atividades realizadas, que, como já foi dito anteriormente, alguns alunos apresentavam dificuldades em relação a essas práticas.

Tal fato também me motivou para realizar um trabalho diferenciado com a turma, uma vez que o ensino de leitura e de escrita, há muito tempo, vem sendo considerado o grande desafio da educação e nós, professores de Língua Portuguesa, muitas vezes, somos considerados os responsáveis pelo fracasso dos alunos. Conforme Pfeiffer (2018, p. 32):

[...] à escola cabe construir condições de produção para que a repetição histórica se instale de modo a construir relações de leitura e de escrita de textos em que o sujeito escolar se inscreva no repetível do interdiscurso, fazendo sentido, estando no sentido, no interpretável e não apenas no interpretado. Construindo um lugar de autoria.

Por isso, percebemos, por meio das aulas do mestrado, que precisávamos romper com as velhas práticas que, até então, julgávamos ser

eficientes. Diante disso, com base nos estudos discursivos, pensamos em realizar uma intervenção que viesse ao encontro da realidade da escola, ou melhor, em que pudéssemos trabalhar as dificuldades de leitura, escrita e interpretação apresentadas pelos alunos de forma discursiva para que eles compreendessem os possíveis sentidos em um texto, pois observamos que eram poucas as situações em que considerávamos o ensino da língua discursivamente.

Ao trabalhar os sentidos já estabilizados no texto, não dávamos abertura para outras possibilidades de leitura e de interpretação que não fossem aquelas consideradas corretas pelo professor, pelos manuais e/ou livros didáticos. Embora o PPP (2020, p. 22) da escola apresentasse o entendimento de que “[...] a teoria vem sempre acompanhada da prática [...]”, justamente naquele momento, percebi que não fazia parte do nosso cotidiano estar filiado a uma teoria que sustentasse nossa prática pedagógica.

Por isso, ou melhor, por não termos embasamento teórico suficiente, é que pensamos em uma proposta para o projeto em que fosse possível trabalhar com as práticas de leitura e de escrita a partir dos textos de propaganda, como processo discursivo, a fim de que o aluno pudesse compreender a língua além da evidência de sentido, considerando suas condições de produção, e, assim, buscasse sair das quatro paredes, rompendo os muros escolares e ganhando a rua, a cidade.

Nesse sentido, Orlandi (2004, p. 152) ensina que “[...] a cidade é um espaço de escrita [...]”, por isso objetivamos, juntamente com os alunos, observar a linguagem, por meio dos textos de propaganda, no movimento escola–cidade.

Em virtude do período pandêmico vivenciado, destacadamente nos anos de 2020 e 2021, em nível mundial, as atividades presenciais nas escolas de Mirassol D’Oeste também foram suspensas, por meio de decretos, tanto estadual quanto municipal, devido ao crescente número de casos de covid-19.

Diante dessa nova realidade, passamos a desenvolver o projeto de intervenção de forma propositiva, ou seja, uma proposta de ação pedagógica com todas as atividades, que, após retorno às aulas presenciais, poderiam ser colocadas em prática.

No capítulo seguinte, apresentaremos os pressupostos teóricos que serviram de base para a realização desse projeto de natureza propositiva.

CAPÍTULO 2 – TRILHANDO OS PERCURSOS DA TEORIA

Neste capítulo, apresentam-se as condições de produção e os aspectos teóricos da Análise de Discurso que embasaram nossa proposta de intervenção, a qual teve como foco promover um estudo discursivo da relação texto/discurso, considerando as práticas históricas de produção dos textos de propaganda na sociedade.

Demos destaque, especialmente, aos textos de propaganda produzidos na cidade de Mirassol D'Oeste - MT e aos caminhos que conduziram a este trabalho, desde os primeiros passos rumo ao aprofundamento e à apropriação dos pressupostos teóricos que elegemos para fundamentar e elaborar essa proposta.

2.1 Os primeiros passos pelos caminhos da AD

A partir dos estudos com base na Análise de Discurso, compreendemos que “a língua é capaz de falha”, logo, “[...] a língua não funciona fechada sobre si mesma, ela se abre para o equívoco” (ORLANDI, 2005, p. 103).

Nas palavras de Silva (2012, p. 96), “[...] a língua, para a AD, também é estrutura, mas uma estrutura que não é totalmente autônoma, que está sujeita a falhas e é capaz de equívocos, de deslizos”. Sendo assim, “[...] o equívoco passa a constituir o linguístico não como algo a ser evitado ou que é um mero acidente para ser pensado como estruturante, mas sim como fato estrutural implicado pelo simbólico” (ORLANDI, 1998, p. 11).

Após a decisão do Conselho Gestor, em reunião com nossa orientadora, ficou acordado que desenvolveríamos o trabalho na modalidade propositiva, pois as condições de produção não eram favoráveis aos alunos, uma vez que, mesmo tendo celular, eles não tinham como acessar à internet regularmente, o que dificultaria o desenvolvimento das atividades.

Diante de tantos acontecimentos, que nos fizeram refletir sobre nossas ações, principalmente no que tange à educação, percebemos que o novo coronavírus talvez seja o principal fato do século XXI e, sem dúvidas, vai deixar

lições para o resto de nossas vidas, tendo em vista que “a pandemia impôs a todos os seres humanos e setores produtivos da sociedade uma reinvenção do cotidiano, seja ele familiar, educacional, religioso, da saúde” (CAIADO; LEFFA, 2021, p. 9).

Na educação, em tempos pandêmicos, tivemos que nos adaptar ao uso das TDICs, ou melhor, tivemos que aprender a aprender, de forma remota, como utilizar as tecnologias que tanto resistíamos em usar na sala de aula. Nesse sentido, encontra-se suporte nos dizeres de Orlandi (2005, p. 79) sobre a importância das TDICs, pois “[...] a informática é uma técnica da escritura, introduzindo procedimentos novos de escrita e leitura”.

Assim, concordamos com o professor Dr. Valdir Silva²¹, quando, na palestra proferida via on-line, no *II Seminário Linguagem: Tecnologia e Ensino: realidade e perspectivas em tempos de pandemia*, em abril de 2021, disse-nos que a pandemia mostrou o quão difícil estava sendo enfrentar as mudanças encontradas na escola e que somente seria possível aprender a lidar com elas ao vivenciá-las porque a pandemia não vinha com um manual de instruções. Realmente, foi um tempo difícil, porém de muito aprendizado.

2.2 O percurso de leitura e os sentidos produzidos

A partir do contato com a Análise de Discurso (AD), pude refletir sobre o ensino de Língua Portuguesa e acerca da minha prática em sala de aula, pois, de acordo com Braga (2020, p. 34):

[...] ainda que as políticas públicas priorizem o Ensino de Língua pautado no texto, considerando a interação entre os sujeitos, na prática, o que geralmente ocorre é o ensino de língua com base na metalinguagem, com práticas repetitivas e sem significação.

Essa prática, muitas vezes, é marcada por um discurso pedagógico que permeia a educação, o qual, segundo Orlandi (1983, p. 9), apresenta-se “[...]”

²¹ Doutor em Linguística Aplicada pela Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

como um discurso autoritário”, visando apenas às práticas conteudistas ao valorizar conceitos, regras e normatizações exigidas pela(o) escola/Estado.

Ainda de acordo com a autora, há três possibilidades de discursos: o lúdico, o polêmico e o autoritário. No discurso lúdico, a polissemia é aberta; no polêmico, ela é controlada e, no autoritário, é contida. O discurso pedagógico é tido como autoritário, pois, nesse caso:

[...] o referente está ‘ausente’, oculto pelo dizer, não há realmente interlocutores, mas um agente exclusivo, o que resulta na polissemia contida (o exagero é a ordem no sentido em que se diz ‘isso é uma ordem’, em que o sujeito passa a instrumento de comando). Esse discurso recusa outra forma de ser que não a linguagem. (ORLANDI, 1983, p. 10).

Ao analisar o discurso pedagógico que circula no ambiente escolar, percebemos que o professor nem sempre se coloca na posição de interlocutor, cuja finalidade seria conduzir os alunos para novas possibilidades de interpretação.

Diante disso, romper com as velhas práticas de ensino não foi uma experiência fácil porque não nos sentíamos autorizados a nos colocar como analistas de discurso, devido ao fato de acreditarmos que desestabilizar as práticas arraigadas em nós não é um processo rápido e exige calma, uma vez que “[...] os sentidos que circulam na escola são os determinados pelo professor, que ocupa a posição de representante da ciência, detentor do saber e da verdade.” (HASHIGUTI, 2009, p. 23).

No entanto, o que me motivou a enfrentar os desafios propostos pelo Proletras foi a oportunidade de poder problematizar o ensino de Língua Portuguesa como forma de ressignificar minhas práticas pedagógicas em sala de aula, rompendo com o “[...] discurso autoritário que se apresenta como próprio da instituição, a escola, na qual ele tem origem e também para a qual ele garante estabilidade” (FURLAN; MEGID, 2009, p. 12).

Ao trabalhar a leitura e a escrita pelo viés da AD, entendemos que a linguagem não é transparente, logo, todo texto pode ter mais de um sentido. Desse modo, “[...] ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado” (ORLANDI, 2009, p. 17).

Nesse sentido, precisa haver um deslocamento na maneira como a leitura e a produção vêm sendo trabalhadas na escola porque há sempre outras possibilidades de leitura. A escola deve levar em consideração que “[...] a leitura é produção de sentido por e para sujeitos” (PFEIFFER, 2003, p. 103).

A prática de leitura é um processo fundamental para o trabalho com a produção textual. Para a AD, a leitura é compreendida enquanto produção de sentidos, pois:

[...] quando lemos estamos produzindo sentidos. Mais que isso, quando estamos lendo estamos participando do processo (sócio-histórico) de produção dos sentidos e o fazemos de um lugar social e com uma direção histórica determinada. (ORLANDI, 1996a, p. 101).

Por isso, ao ler um texto, o aluno é provocado a refletir sobre os seus sentidos, já que, na AD, não se trabalha com o que o texto quer dizer, mas com o “como” o texto funciona, como ele significa, uma vez que considera a língua não só uma estrutura, mas uma condição necessária para o processo de produção de sentidos.

Nesse caso, a AD busca compreender a língua fazendo sentido, tendo em vista que a posição do sujeito determina o sentido do texto, coadunando com Hashiguti (2009, p. 20), que diz: “[...] os sentidos de um mesmo texto mudam de acordo com quem lê, a partir da posição discursiva que ocupa”.

Ademais, Di Renzo e Durigon (2011, p. 159) ensinam que “[...] a leitura é o momento em que se relacionam autor/texto/leitor, e é essa relação que possibilita a interpretação, onde o sujeito-leitor ocupa a posição do sujeito-autor, podendo ou não concordar com ele”.

Assim sendo, percebe-se que o conhecimento de mundo, mesmo sendo um aspecto individual, não é limitado e pode ser ampliado de várias maneiras, sendo a principal delas por meio da leitura, uma vez que, segundo Orlandi (2012, p. 65), “[...] é concebida como trabalho simbólico, tendo em sua base a variação assim como o texto comporta sempre outras formulações”.

Nessa perspectiva, propomos um trabalho de leitura e escrita dos textos de propaganda que permita ao aluno compreender os múltiplos efeitos de sentido que o texto possa lhe atribuir, que ocorre, de acordo com o que diz

Orlandi (1983, p. 180), devido ao fato de que “[...] a leitura é o momento crítico da constituição do texto”. Isso ocorre pois se trata do momento em que o interlocutor se reconhece como tal e, a partir disso, dá-se início ao processo de interação verbal, o que desencadeia o processo de significação para o sujeito.

A autora também sinaliza que “[...] a leitura é um dos elementos que constituem o processo de produção da escrita”, por isso a importância de que o estudante amplie seu conhecimento de mundo, ou seja, de que ele tenha um percurso de leitura e escrita que o possibilite se marcar na língua (ORLANDI, 1996a, p. 89), fazendo com que seja necessário conhecer como um texto funciona, na produção de sentidos, para que o docente possa, ao:

Ensinar leitura, dar condições para que o leitor trabalhe com o que ele não sabe. A leitura pode ser pensada justamente como a construção dessa relação entre discurso e texto e é aí que o professor pode dar elementos para o leitor aprendiz. (ORLANDI, 2005, p. 70).

Nesse caso, a escola deve ensinar e estimular o aluno apontando condições de produção de leitura que lhe oportunize o contato com outros pontos de vista, por exemplo, com os textos científicos, literários e de opinião. A partir dessas informações mais aprofundadas e das condições de produção, o aluno estará, nesse processo, construindo seu arquivo de leitura. Entretanto, para que isso ocorra, “[...] é preciso mexer com a capacidade que esse sujeito tem de construir arquivos. Fazer presentes textos que possam ajudá-lo a compreender um texto posto.” (ORLANDI, 2005, p. 70).

Silva e Pfeiffer (2014, p. 93), no estudo sobre a escola, dizem ainda que:

A Escola é, pois, uma Instituição do Estado em que se ensina-aprende saberes práticos e, ao mesmo tempo, comportamentos, costumes ou, dizendo discursivamente, é um espaço-tempo de um saber-fazer em que se dão processos de individuação do sujeito na relação com a escrita e com o conhecimento.

Sendo assim, a escola, que é tida como o lugar autorizado onde a leitura e a escrita são justamente objetos de ensino (SILVA, 2016), deve propiciar ao aluno atividades referentes ao desenvolvimento de condições de leitura e de

escrita, tendo em vista que, segundo Hashiguti (2009, p. 28), “[...] a leitura é uma prática que pressupõe a história e o trabalho de memória do sujeito”.

Dessa forma, propomos um trabalho de leitura e escrita que ultrapassou os muros da escola, considerando que a leitura vai além do sentido exposto na instituição de ensino ou, ainda, nas palavras de Orlandi (1996a, p. 12), “[...] ler é saber que o sentido pode ser outro”, assim, não há um único sentido, uma vez que a linguagem não é transparente.

Assim, encontramos, nos textos de propaganda, muitos sentidos produzidos e que podem ser explorados em sala de aula porque “diferentes materialidades, diferentes modos de formulação e circulação indicam novas, ou melhor, diferentes formas de textualidade” (ORLANDI, 2005, p. 204).

Com essa atividade, oportunizamos ao sujeito-leitor trazer para a sua leitura a própria experiência discursiva, que inclui sua relação com todas as formas de linguagem, levando em conta, segundo Orlandi (1996a, p. 90), que “[...] a leitura fornece matéria-prima para a escrita”, ou seja, os elementos necessários sobre o que escrever.

Tal afirmação demonstra o valor da leitura, que é essencial na vida de qualquer pessoa. Nas palavras da autora, “[...] a leitura é produzida em condições determinadas, ou seja, em um contexto sócio-histórico que deve ser levado em conta.” (ORLANDI, 1996a, p. 86).

Ainda sobre essa questão, Pêcheux (2014, p. 59, grifos do autor) diz que a leitura:

Permaneceu quase sempre implícita: há, entretanto fortes razões para se pensar que os conflitos explícitos remetem em surdina clivagens subterrâneas entre maneiras diferentes, ou mesmo contraditórias, de ler o arquivo (entendido no sentido amplo de “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão”).

Dessa forma, é papel do professor proporcionar “[...] condições de produção de leituras do aluno, dando oportunidade para que ele construa sua história de leituras” (ORLANDI, 1996a, p. 88). Ainda segundo a autora, “[...] as condições de produção funcionam de modos diferentes nos diferentes espaços” (ORLANDI, 2010, p. 6).

É a partir desses espaços diferentes que objetivamos proporcionar condições de produção para que o aluno possa compreender a possibilidade de outras interpretações, que existe uma linguagem em movimento para além dos muros da escola e que essa exterioridade é constitutiva do processo de produção.

A AD não trata da língua ou da gramática, embora essas coisas lhe interessem, cujo objeto de estudo é o discurso. Para Orlandi (2009, p. 15), “[...] discurso significa curso, de percurso, de correr por, de movimento” e, dessa forma, leva-se em consideração o discurso enquanto objeto sócio-histórico, ou seja, “[...] palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”.

Nesse sentido, a língua, de acordo com Pacífico (2011, p. 102), “[...] funciona como a materialidade do discurso; em outras palavras, a língua é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido”. Esses efeitos de sentido para a AD são construídos de acordo com as condições de produção que afetamos indivíduos.

Assim, “[...] a língua é, assim, condição de possibilidade do discurso” (ORLANDI, 2009, p. 22). Com isso, em nossa proposta, a língua é discurso, pois faz sentido na prática, ou seja, em reais formas de uso, compreendendo ainda que os sujeitos são interpelados pela ideologia e pelas condições de produção.

2.3 O texto de propaganda: o movimento escola–cidade

Como forma de ressignificar a minha prática de professora, no ensino de Língua Portuguesa que venho desenvolvendo na escola em que atuo, especificamente sobre o que ensinar, para que e como ensinar ao aluno, surgiu a ideia de trabalhar com a proposta de intervenção pedagógica, inscrita nas discussões teórico-analíticas da AD.

Desenvolvemos a proposta com vistas a trabalhá-la com alunos do 8º ano do ensino fundamental e partimos do princípio de que o aluno dessa etapa precisa participar ativamente de práticas de produção de diversos tipos de texto para que ele se posicione na escrita enquanto sujeito-autor de seu discurso, pois,

segundo Orlandi (2001, p. 70), “o sujeito só se faz autor se o que ele produz for interpretável”.

Desse modo, vimos, no Profletras, a oportunidade de estudar a teoria da Análise de Discurso de Linha Francesa (AD), que teve sua origem com Michel Pêcheux, na França, e foi difundida no Brasil a partir das obras de Eni Orlandi. Com base nessa perspectiva teórica, almejamos ressignificar o ensino de língua em nossa prática docente, visando melhorar não só a nossa formação e atuação como também a qualidade do ensino, uma vez que esse é o objetivo do programa.

Produzir novos sentidos para o ensino de leitura e de escrita não é uma tarefa fácil, uma vez que a escola reproduz os discursos institucionalizados historicamente. A partir da proposta de Orlandi (2004, p. 149) de “pensar a Escola como lugar fundamental de estabelecimento e administração de sentidos para a cidade enquanto instituição, pelo fato dela se localizar na cidade”, objetivando romper com esses discursos institucionalizados, é que buscamos realizar um estudo discursivo da relação texto/discurso com os alunos do 8º ano do ensino fundamental, levando os textos de propaganda para a sala de aula, com base nas práticas históricas de produção do discurso.

Sobre essa questão, Orlandi (2005) ressalta que a constituição, a formulação e a circulação são três momentos igualmente relevantes que contemplam os processos de produção do discurso. O primeiro momento é o da constituição, que, por meio da memória do dizer, intervém no contexto histórico-ideológico, o qual, por sua vez, determina a formulação, em que a linguagem ganha vida.

Nesse segundo momento, o sujeito diz o que diz e se assume autor, ou melhor, é o momento em que sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo. Já o terceiro momento é o da circulação, que tem a ver com os percursos dos dizeres, os quais se dão em certas conjunturas e segundo determinadas condições.

Ainda sobre a constituição e a formulação, Orlandi (2005, p. 90) diz que:

Há um longo percurso entre o interdiscurso (memória do dizer), nível de constituição do discurso, e o texto (intradiscurso), nível da sua formulação: ordem das palavras, repetições, relações de

sentidos, paráfrases que diluem a linearidade mostrando que há outros discursos no discurso [...].

A partir da concepção sobre os processos de produção do discurso e da proposta de construção de um arquivo de leitura, o que, conforme Orlandi (2005, p. 59), é “[...] o discurso documental, institucionalizado, memória que acumula”, procurou-se criar condições aos alunos para que eles pudessem realizar gestos de autoria em relação à materialidade significativa: o texto de propaganda.

De acordo com Fernandes (2016, p. 210), para se colocar na posição sujeito-autor de um texto:

[...], não basta apenas organizar suas partes, ordenar os dizeres, é preciso se inscrever no discurso produzindo um efeito de originalidade, operar seus sentidos de modo que se possa fazer ressoar o interdiscurso, os não-ditos. Para isso, o sujeito precisa se identificar com o que escreve, deve haver uma identificação com a formação discursiva que se materializa no texto, caso contrário, o que teremos é uma mera repetição sem sentido para quem o escreveu.

Dessa forma, visando à leitura e à produção pelos estudantes bem como ao estabelecimento das relações, ou melhor, para que eles possam ler e produzir, faz-se necessária a constituição de um arquivo de leitura. Destacamos que esse arquivo, tal como propõe Pêcheux (2014, p. 59), deve ser “[...] entendido no sentido amplo de campo de documentos pertinentes e disponíveis”, não simplesmente um amontoado de dados, de documentos.

Ainda a respeito do arquivo, Pacífico e Romão (2006, p. 77) afirmam que:

[...] há uma regularidade de pensá-lo em sua materialidade física, como acervo de objetos, documentos, imagens e textos, que reclamam guarda, tratamento e disponibilização. [...] é discursiva, isto é, entendida como um saber sobre, como uma superfície de sentidos já dados anteriormente e como condição para que a língua funcione e faça sentido.

O nosso trabalho propõe a organização desse arquivo de leitura para que os estudantes, ao ler sobre o tema abordado, desestabilizem-se e se sintam provocados e com os sentidos mobilizados acerca dos textos de propaganda.

Cabe-nos aqui ressaltar que a autoria para a Análise de Discurso é uma função discursiva, é “uma função do sujeito”, segundo Orlandi (2009, p. 74). A autora acredita que “[...] a função-autor se realiza toda vez que o produtor da linguagem se representa na origem, produzindo um texto com unidade, coerência, progressão, não-contradição e fim” (ORLANDI, 2007, p. 69).

Diante de nossas inquietações, percebemos que, por meio da leitura e da escrita de textos de propaganda, poderíamos proporcionar ao aluno a assunção à autoria, porém sabemos que trabalhá-la em sala de aula não é uma tarefa simples de ser realizada, considerando que, em primeiro lugar, “[...] é preciso que a escola dê condições para que o sujeito escolar se posicione na função da autoria” (PFEIFFER, 2000, p. 20).

Além disso, é necessário e importante que o professor também se coloque na posição de autor. Sabemos que não é fácil, é uma barreira a ser rompida, pois o professor nem sempre teve a oportunidade de ter voz, o que dificulta seu exercício em sala de aula. Embora ele busque o discurso polêmico, ainda está presente, em sua prática, o discurso pedagógico do tipo autoritário, já que tem dificuldade em realizar um trabalho em sala de aula que possibilite ao aluno escrever, falar e interpretar, sendo responsável pelo seu dizer.

A partir dessa reflexão, pudemos compreender e assim dar condições aos alunos para lerem e produzirem textos de propaganda, de modo que, “[...] afetados pela exterioridade da língua, se constituíssem através de suas produções textuais, também autores desse objeto” (BIRAL, 2016, p. 14).

Compreendemos, portanto, que este é o papel da escola: dar condições para que os alunos se posicionem na função de autor, uma vez que “[...] a escola é por excelência o lugar histórico (atual) da instituição da autoria” (PFEIFFER, 1995, p. 129).

Assim sendo, concordamos com a autora, quando diz que:

Dar condições para a autoria significa abrir espaços interpretativos que permitam a cada aluno tomar se sujeito de seus próprios gestos de interpretação de modo a formar para si uma rede de FDAs que estabelecem sentidos que fazem sentido. (PFEIFFER, 1995, p. 129).

Dessa forma, ao proporcionar espaços de interpretação, oportunizamos aos alunos a leitura e a produção de textos de propaganda em diferentes materialidades, dando visibilidade a todo o processo de leitura e de escrita desses textos.

Referida tarefa propiciou aos alunos compreender a linguagem e “[...] os sentidos aí produzidos, pondo, em relação o dizer com sua exterioridade, suas condições de produção” (ORLANDI, 2009, p. 30) porque, segundo a autora, os sentidos “[...] têm a ver com o que é dito ali mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi”. (ORLANDI, 2009, p. 30).

Com a certeza de que as diferentes manifestações da linguagem permitem observar a circulação do discurso, a língua em movimento, optamos, desse modo, em trabalhar com o texto de propaganda que circula na cidade, levando em consideração que a exterioridade é constitutiva da linguagem.

Carroza (2011, p. 122) ensina que “[...] a publicidade e a sua constituição relacionam-se às práticas de linguagem pensadas tanto no seu interior, quanto aquilo que lhe é exterior, mas que também é determinante de seu funcionamento”.

De acordo com Sant’anna (1998, p. 75 apud CARROZA, 2011, p. 130):

O termo “propaganda” deriva do latim “propagare” que, por sua vez, vem de “pangere” e que significa enterrar, mergulhar, plantar. Foi utilizado, segundo o autor, pela primeira vez pelo Papa Clemente VII, em 1597, quando fundou a “Congregação da Propaganda, com o fito de propagar a fé católica pelo mundo.” (idem, p. 75). Utilizado nesse sentido, o termo se referia à propagação de determinados princípios e ideais, notadamente nesse caso, ligados à religião católica. Já o termo publicidade, também originário do latim “*publicus*”, vem para designar a qualidade do que é público, daquilo que é acessível de se conhecer por um grande número de pessoas. Nessa perspectiva, teria o sentido de tornar público, divulgar.

Observa-se, com base nas definições acima, que há diferenças entre os termos propaganda e publicidade, porém alguns autores afirmam que, no Brasil, os termos são utilizados como sinônimos, não se fazendo a distinção entre a venda de um produto e de uma ideia, sinalizando que uma das principais funções da publicidade e propaganda é apresentar o produto e/ou a ideia.

Sobre isso, Carroza (2011, p. 131) afirma que:

No Brasil, todavia, nem essa distinção, nem a distinção entre publicidade propaganda aparece-nos como algo resolvido. A grande maioria dos autores prefere afirmar que, embora tenham suas origens distintas, os termos são utilizados de forma indistinta em referência à prática de anunciar um produto para venda e consumo, ou uma ideia para ser difundida.

Já Pereira, em seu livro *Discurso e publicidade: dos processos de identificação e alteridade pela propaganda brasileira* (2008), ao falar sobre publicidade e propaganda, considera que:

Publicidade compreende as atividades de atendimento, planejamento, pesquisa, mídia, marketing, criação, promoção, merchandising, entre outras, a fim de divulgar uma empresa, com o nome de uma agência de publicidade, não do redator um produto (bem material, serviço, políticos, artistas etc.), ou uma ideia institucional, por exemplo, por meio da propaganda. A propaganda, paga por um anunciante ou patrocinador, apresenta-se de diversas formas – anúncios orais, impressos, em mídia eletrônica e multimídia – de modo impessoal, pois vem assinada, diretor de arte etc. Logo, a publicidade, como conjunto de ações, inclui a propaganda, em suas variadas formas de apresentação. (PEREIRA, 2008, p. 34).

Nesse sentido, Saboia (2015, p. 78) diz que, “[...] mesmo havendo algumas distinções entre os termos marketing, publicidade e propaganda, eles estão inter-relacionados, e a publicidade, assim como a propaganda, parecem fundir-se em um mesmo propósito e sentido”.

Já Fernandes (2010, p. 121) diz que “[...] não existe consenso entre os especialistas da área quanto ao uso das designações publicidade e propaganda. Para alguns encerram conceitos diferentes, e, para outros idênticos”, enquanto, para Sandmann (2007), apesar de as designações propaganda e publicidade serem usadas frequentemente como sinônimas, existe uma distinção, ou seja, os termos não têm o mesmo significado, de acordo com sua explicação:

Em português publicidade é usado para a venda de produtos ou serviços e *propaganda* tanto para a propagação de ideias como no sentido de publicidade. Propaganda é, portanto, o termo mais abrangente e o que pode ser usado em todos os sentidos. (SANDMANN, 2007, p. 10, grifo do autor).

O motivo da escolha dessa materialidade — o texto de propaganda — se deu mediante uma conversa com a minha orientadora, quando juntas refletimos sobre algumas questões, como a do funcionamento não só em termos da estrutura formal desse gênero, mas também da sua relação constitutiva com as práticas sociais.

De acordo com a BNCC (2018, p. 137):

[...] além dos gêneros jornalísticos, também são considerados esse campo os publicitários, estando previsto o tratamento de diferentes peças publicitárias, envolvidas em campanhas, para além do anúncio publicitário e a propaganda impressa, o que supõe habilidades para lidar com a multisssemiose dos textos e com as várias mídias. Análise dos mecanismos e persuasão ganham destaque, o que também pode ajudar a promover um consumo consciente.

Outro motivo pelo qual escolhemos o texto de propaganda para o desenvolvimento dessa proposta foi o fato de ele fazer parte do cotidiano dos alunos e, por isso, despertar neles mais interesse e atenção, visto que o texto de propaganda tem uma forma específica de linguagem, que é capaz de seduzir o leitor. Logo, os textos produzidos pelos alunos não seriam escritos apenas com o objetivo de o professor ler e corrigir, mas que eles passassem a circular pela cidade e fossem lidos por outras pessoas.

Nesse sentido, a AD concebe o texto como um objeto capaz de estabelecer relações de sentido com outros textos, o que o faz significar-se pelo outro. Para Orlandi (2009, p. 72):

O texto é a unidade de análise afetada pelas condições de produção e é também o lugar da relação com a representação da linguagem: som, letra, espaço, dimensão direcionada, tamanho. Mas é também e sobretudo, espaço significante: lugar do jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de funcionamento da discursividade. Como todo objeto simbólico, ele é objeto de interpretação.

Ainda segundo a autora, “[...] o texto tanto pode ser oral ou escrito e, indo mais além, podemos estender a noção de texto às linguagens não verbais, vendo em suas relações aspectos instigantes do funcionamento do dizer” (ORLANDI, 2005, p. 10).

Dessa forma, o estudo com o texto de propaganda permite estabelecer uma relação entre o texto verbal e o não verbal, uma vez que as diversas materialidades — cores, letras, imagens e escritas — circulam nas cidades e estão presentes nas escolas, nas ruas, nos bares e nos comércios.

Em relação ao verbal e não verbal, coaduna-se com Fernandes (2013, p. 158) quando ele esclarece que:

[...] a incompletude constitutiva da linguagem, verbal ou não-verbal, é o real inapreensível que insiste em romper com o logicamente estabilizado da “língua civilizada”. O texto em AD é, assim, dessacralizado pelo processo de leitura que admite interpretações singulares, outros sentidos além daqueles antecipados pelo efeito de unidade.

Diante do exposto, percebe-se a importância de estudar os textos de propaganda, pois, além de permitir o jogo entre o verbal e não verbal, estabelece relação com o nosso trabalho. A partir deles, também é possível propor discussões e reflexões, oportunizando um aprendizado mais significativo aos alunos, uma vez que os sentidos, segundo Orlandi (2009, p. 30), não estão só nas palavras e nos textos, mas:

Na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos. [...] Esses sentidos têm a ver com o que é dito ali mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi.

Ainda de acordo com Orlandi (1988), a produção de um texto, bem como a sua leitura, dá-se em condições determinadas por diversos fatores sócio-históricos e ideológicos. Portanto, cabe ao professor, de acordo com Bolognini (2009, p. 43–44):

[...] oferecer aos seus alunos elementos para que discutam as condições de produção dos diversos discursos, para que as questionem, de modo que outros sentidos, também históricos, sejam também evidenciados, e eles se desloquem e ocupem outra posição-sujeito.

Ao se trabalhar com a leitura e a escrita de textos de propaganda que circulam na sociedade, almejamos abrir possibilidades de outras leituras e de ressignificação do processo de leitura e de escrita em sala de aula, propiciando ao aluno compreender suas condições de produção e a importância do conhecimento dos mecanismos do uso da linguagem para, após isso, ele perceber que:

O texto é texto porque significa. Então, para análise de discurso, o que interessa não é a organização linguística do texto, mas como o texto organiza a relação da língua com a história no trabalho significativo do sujeito em relação ao mundo. (ORLANDI, 2009, p. 69).

Dessa forma, os textos de propaganda oportunizam condições de leitura aos alunos, visando compreender as condições de produção não só na estrutura do texto, mas também na sua relação constitutiva com as práticas sociais. Pode-se observar que existem diferentes tipos de textos de propaganda e que eles, nos seus mais diversos modos de aparecer, têm um funcionamento, um discurso que serve tanto para convencer o seu leitor, induzindo-o ao consumismo (comprar ou vender), como para informar ou entreter. A esse respeito, Biral (2016, p. 38) afirma que:

Percebemos, então, a propaganda ou publicidade como uma peça de linguagem que ultrapassa o caráter informativo ou de instrumentalização do consumo. Aliás, a propaganda direciona o leitor ao consumo, bem como o consumo direciona o leitor à propaganda.

Pensando nessas questões, é importante dizer que há uma relação muito próxima entre o texto de propaganda e o modo como ele circula na sociedade, uma vez que é apresentado em diversas materialidades e de diversos modos de circulação no espaço público. Em AD, a circulação corresponde aos meios em que os sentidos se formulam e “[...] como circulam (em que meios e de que maneiras: escritos em uma faixa, sussurrados como boato, documento, carta, música etc.) (ORLANDI, 2005, p. 12).

Nessa perspectiva, propomos trabalhar com os textos de propaganda como prática discursiva de leitura e de escrita em sala de aula, posto que eles

“[...] em todas as suas materialidades, na sua composição de imagem, escrita e cores, significam como textos e assim circulam na nossa sociedade, mesmo que seja difícil reconhecer neles um ‘início, meio e fim’.” (ZOPPI-FONTANA, 2012, p. 4).

Ao pensar a cidade como um espaço propício para trabalhar a leitura e a escrita com os alunos, concordamos com Orlandi (2004, p. 153) ao dizer que: “[...] a Escola não tem que se moldar ao “urbano”, mas ir para o espaço da cidade enquanto real histórico muitas vezes apagado pelo urbanístico”.

Diante disso, nosso objetivo era de levar os alunos para visitarem os comércios da cidade, de forma que eles pudessem, a partir dessas condições de produção, observar o quanto da cidade está na escola e o quanto da escola está na cidade, porque a cidade é “[...] um espaço simbólico trabalhado na/pela história, um espaço de sujeitos e de significantes” (ORLANDI (2004, p. 32).

Logo, “[...] pensar a cidade implica, então, pensar como ela significa, quais são os sentidos produzidos nela e sobre ela pelos diversos discursos que a configuram e interpretam” (ZOPPI-FONTANA, 1998, p. 39).

Sob o ponto de vista discursivo, “[...] a cidade é um espaço simbólico particular tendo sua materialidade que produz sua própria forma de significar” (ORLANDI, 2005, p. 186), ou melhor, a cidade é um espaço, não apenas físico, mas linguístico, espaço esse de identificação do sujeito, em que os sentidos estão por toda parte, pois, de acordo com a autora:

A cidade tem seu corpo significativo. E tem nele suas formas. O rap, a poesia urbana, a música, os grafitos, pichações, inscrições, outdoors, painéis, rodas de conversa, vendedores de coisa-alguma, são formas de discurso urbano. É a cidade produzindo sentidos. (ORLANDI, 2004, p. 31).

Podemos perceber esses sentidos observando como os textos circulam, ou seja, por meio de cartazes, outdoors, placas em frente às lojas, carros de som, nas redes sociais e, até mesmo, na escola, como forma de disseminar um produto. Com base nisso, Orlandi (2005, p. 186) afirma, em outras palavras, que “[...] a cidade se caracteriza enquanto espaço em que se materializam gestos de interpretação específicos, aqueles que constituem o urbano”.

Dessa maneira, pretendemos dar condições de produção para que o aluno possa compreender os sentidos da leitura e da escrita que permeiam as propagandas, movimentando a linguagem na sociedade, pois “[...] a cidade se institui com signos” (MOTTA; DI RENZO, 2014, p. 88). Ainda de acordo com as autoras, “[...] a escrita sedimenta a constituição da cidade. A letra a movimenta, registra e dá fé, legitima os espaços, nomeia-os [...]”, pois os diferentes textos devem fazer circular as informações entre os indivíduos (MOTTA; DI RENZO, 2014, p. 87).

Para Zoppi-Fontana (2018, p. 3), “[...] o espaço urbano letrado é um observatório privilegiado para o estudo da relação texto/discurso, desde a origem da espécie humana por meio de diversas práticas de textualização: a pinturas rupestres, entre outras”.

Sobre o ato de ler, para Indursky (2001, p. 37), “[...] é mergulhar em uma teia discursiva invisível construída de já-ditos para desestruturar o texto e (re)construí-lo, segundo os saberes da posição-sujeito em que se inscreve o sujeito-leitor”.

Diante dessa perspectiva, a prática da leitura e da produção de texto de propaganda constitui-se um rico instrumento de ensino-aprendizagem nas aulas de Língua Portuguesa, pois, “[...] ao analisar um texto, levam-se em conta não apenas os elementos linguísticos, pois o mesmo é afetado pela exterioridade que lhe é constitutiva e que, embora não transparente, se reflete na/pela materialidade da língua.” (CAZARIN, 2006, p. 300).

Desse modo, tem-se a oportunidade de levar para a sala de aula um texto de circulação real, que faz parte do cotidiano dos alunos e de suas práticas de linguagem, considerando que a escola não está isolada da cidade. Ao trabalhar com os textos de propaganda, oportunizamos ao aluno fazer parte do processo de sua aprendizagem com relação à leitura e à escrita e conhecer as suas condições de produção, estimulando, dessa forma, a sua criticidade.

Destacamos especialmente a circulação dos textos de propaganda, porque, segundo Fedatto (2011, p. 23):

A forte ligação simbólica entre linguagem e espaço permite refletir simultaneamente sobre a construção da nacionalidade

através da urbanidade e da língua nacional em duas esferas muitas vezes disjuntas: a institucional e a cotidiana.

Sendo assim, buscando ressignificar as práticas de leitura e de escrita no ambiente escolar e nos espaços urbanos, optou-se pelo desenvolvimento de atividades pedagógicas com base na leitura e na produção de textos de propaganda, pois compreende-se que tal metodologia amplia as condições de produção do aluno e auxilia no seu processo constitutivo como sujeito atuante no contexto em que se encontra inserido. Esse pensamento encontra suporte em Orlandi (2004, p. 149), ao entender que “[...] a escola se constitui enquanto lugar de significação/interpretação” de todos aqueles que integram esse espaço.

Refletindo a relação do sujeito com a cidade, nosso trabalho buscou compreender os processos de formulação, constituição e circulação dos textos de propaganda na cidade de Mirassol D'Oeste - MT, uma vez que, conforme sinalizado por Orlandi (2005, p. 186), “[...] no espaço da cidade, o simbólico e o político se articulam de forma particular”.

2.4 A construção da proposta

Em meio às minhas inquietações, sempre me questioneei sobre algumas cobranças que nos são impostas enquanto professores em regência, sendo uma delas o fato de as DCNs e os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) definirem o que os professores precisam trabalhar nas escolas.

A partir dessas inquietações, percebi que não temos como pensar a nossa prática pedagógica desprovida de uma base teórica que sirva de apoio frente às ações desenvolvidas no cotidiano da sala de aula e nas demais relações comunicativas com as quais estamos em contato o tempo todo.

Dessa forma, buscamos nos filiar à teoria da AD por encontrar nela o suporte teórico de que necessitávamos para desenvolver nossa prática pedagógica, oportunizando aos alunos uma aprendizagem significativa. Mediante esse estudo, percebemos a possibilidade de trabalhar os sentidos postos discursivamente em um texto, e não simplesmente com o que o texto quer dizer.

A princípio, pensamos em desenvolver um projeto com vistas a trabalhar a materialidade discursiva sobre a argumentação, por considerar que a sua presença é muito forte em nosso dia a dia. O motivo de minha inquietação surgiu quando, ao trabalhar com uma turma de 6º ano do ensino fundamental, fui questionada por um aluno sobre o porquê de esse assunto não ter sido abordado em sua série. Vale ressaltar que o aluno já havia perguntado para outro professor e a resposta recebida foi de que “lá no 9º ano, ele iria aprender sobre o assunto.”

Nesse momento, percebi que o discurso pedagógico provocou um apagamento (ORLANDI, 2009) na relação da linguagem entre o locutor e o interlocutor, pois, ao me questionar, o aluno se calou e esperou que eu, provavelmente, desse a mesma resposta que ele já havia recebido antes. Entretanto, eu pausei o assunto que estávamos trabalhando e expliquei, não só para ele como para toda a turma, o que era argumentação/dissertação.

Ao término de minha explicação, o aluno que havia me questionado sobre o assunto olhou fixamente para mim, disse que era algo tão simples e complementou dizendo que o outro professor poderia ter lhe explicado naquela ocasião. Podemos observar, pela posição do aluno e na atitude do professor, o quanto estamos impregnados pelo discurso pedagógico autoritário.

A partir desse questionamento, passei a observar melhor as ações em sala de aula e a me perguntar se realmente estava desenvolvendo um trabalho que viesse ao encontro daquilo que os alunos realmente queriam saber ou se eu estava ali somente cumprindo com um fazer pedagógico que nos é imposto pelo sistema.

Orlandi (1983, p. 21) sinaliza que “[...] o discurso pedagógico é definido como um discurso circular, isto é, um dizer institucionalizado, que se garante, garantindo a instituição em que se origina e para a qual tende: a escola.” Logo, “[...] o professor está na escola para ensinar, ele tem esse poder legitimado pela sociedade, portanto deve fazer tudo para que o ensino ocorra; o aluno, ali está, porque precisa ser ensinado” (ANDRADE, 2016, p. 43).

Essa inquietação passou a me acompanhar e frequentemente eu me questionava de que forma eu poderia proporcionar uma aprendizagem que fosse significativa não só para mim, mas especialmente para o aluno, uma vez que sempre defendi que as dúvidas e/ou curiosidades dos alunos deveriam ser

sanadas logo quando elas surgiam e que não deveríamos postergá-las para um outro momento.

Dessa maneira, cabe a nós, professores, oportunizar momentos em sala de aula para que os alunos também se posicionem frente às questões postas. E foi por meio das disciplinas realizadas no mestrado, as quais me proporcionaram o contato com a AD, que pude refletir melhor sobre as minhas aulas de Língua Portuguesa, principalmente no que tange aos trabalhos realizados com textos, tanto na leitura quanto na escrita.

No entanto, depois de uma conversa muito produtiva com a minha orientadora sobre a proposta que pretendia desenvolver, ela sugeriu trabalharmos com os textos de propaganda que circulam na cidade. Dessa forma, decidimos desenvolver uma proposta de intervenção sobre leitura e escrita que proporcionasse aos alunos condições de produção sobre os sentidos que circulam nesses textos.

Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa passou a ser o de desenvolver uma proposta de intervenção com ações e atividades sobre leitura e escrita como práticas discursivas, tomando o texto de propaganda como materialidade discursiva. E, a partir disso, buscamos compreender a propaganda como uma prática discursiva que possibilita levar o aluno a compreender como esse texto pode auxiliar em suas competências e condições de leitura e produção, chegando à construção de textos similares.

Para Sandmann (2007, p. 11), “[...] o texto escrito ou falado é apenas parte do todo, isto é, o conjunto da propaganda, a textualidade ou o texto complexo é formado por sons, imagens – estáticas ou em movimento – e texto linguístico”. Assim, decidimos que utilizaríamos o texto de propaganda escrito e optamos por trabalhar especificamente com os textos de propaganda produzidos na cidade de Mirassol D’Oeste.

Desse modo, a materialidade escolhida para ser trabalhada nessa proposta foi a leitura e a escrita de textos de propaganda, com o objetivo de desenvolver um estudo da relação texto/discurso, considerando as práticas históricas de produção e de circulação de textos de propaganda na nossa sociedade.

Tal ação busca criar condições de produção para o aluno ler e compreender como funciona o processo de leitura e escrita dos textos de propaganda, observando que o sentido não é dado, uma vez que ele tem que ser construído no texto e que a língua(gem) não é transparente, ou seja, “[...] o sentido das palavras não é dado aprioristicamente, numa relação transparente com o mundo, mas é dependente de fatores externos, de ordem sócio-histórica” (PASSINI, 2016, p. 28).

No desenvolvimento dessa proposta, foi possível ressignificar o trabalho de leitura e de escrita em sala de aula com textos de propaganda, pensando sua circulação em diferentes espaços sociais e, sobretudo, o movimento escola–cidade.

Ao colocar o aluno em contato com os diferentes textos que circulam na sociedade, ele vai se preparando não somente em relação às práticas linguísticas, mas também no tocante à ampliação de seu conhecimento para ter condições de ler com mais criticidade os textos com os quais se depara diariamente e de produzir textos com qualidade.

De acordo com Cabral Hayashida (2012, p. 66), o “[...] texto, ao mobilizar diferentes contextos, textos, intertextos dá visibilidade ao forte atravessamento de subjetividades, fazendo ressoar diferentes sentidos decorrentes de formações discursivas distintas”.

Nesse momento, concluí que precisava de uma transformação a qual fosse ancorada por uma teoria que embasasse minha prática pedagógica e, com o intuito de reverberar minhas ações enquanto professora, fui estudar melhor sobre a AD, que é base teórica deste trabalho.

A partir dessa inquietação, pretendíamos inicialmente desenvolver uma proposta de trabalho de intervenção pedagógica em sala de aula com alunos matriculados no 8º ano do ensino fundamental de uma escola pública estadual. Os motivos pelos quais havíamos escolhido essa turma, como já mencionamos, se deram pelo fato de que já tínhamos trabalhado juntos e vivenciado um processo de identificação e de afeto.

Desse modo, propusemo-nos a realizar um projeto de intervenção pedagógica, no intento de refletir como os textos de propaganda e seus discursos se constroem e são distribuídos na sociedade e procurando dar

condições para os alunos perceberem, no processo de leitura, como se constitui essa materialidade em diferentes espaços sociais, uma vez que, conforme Orlandi (2005, p. 14), “[...] o discurso é um processo contínuo que não se esgota em uma situação particular. Outras coisas foram ditas antes e outras serão ditas depois. O que temos são sempre “pedaços”, “trajetos”, estados do processo discursivo”.

Contudo, devido à pandemia de covid-19, optamos por desenvolver um trabalho de natureza propositiva, pois as condições de produção tanto dos nossos estudantes como da professora não estavam favoráveis à época, tendo em vista que não dispúnhamos de internet suficiente para realizar as aulas on-line e, por isso, não tínhamos condições de fazer uma intervenção remota.

O isolamento social a que todos nós fomos submetidos foi outro fator que nos trouxe, como consequência, o impedimento de, juntamente com os alunos, visitar os comércios, realizar as entrevistas com os comerciantes e/ou agricultores e, em seguida, desenvolver atividades de produção em conjunto com esses profissionais.

Diante desse cenário e buscando dar maior evidência ao processo de produção em sala de aula, formulamos atividades com vistas a contribuir com os professores para que houvesse um maior envolvimento/desenvolvimento dos alunos quanto ao aspecto da leitura e da escrita dos textos de propaganda, cuja proposta foi pensada para ser desenvolvida em cinco etapas.

Na primeira etapa, antes de iniciar o projeto com os alunos, sugerimos que fosse realizada uma reunião com a equipe gestora, o Conselho Deliberativo, o corpo docente e os funcionários em geral, com o intuito de apresentar o projeto. Na sequência, pedimos uma reunião com os pais no intento de conversar sobre a temática que propomos no projeto a ser trabalhado e visando solicitar a autorização por escrito para publicar as atividades propostas com os nomes dos alunos.

Na segunda etapa, com o objetivo de oportunizar aos alunos a construção do conhecimento sobre o texto de propaganda, sugerimos várias práticas de leitura, tais como: pesquisas no laboratório de informática, seleção de propagandas do comércio local etc.

Na terceira etapa, propusemos realizar uma palestra com um profissional (designer, publicitário, professor de Arte) para falar sobre os textos de propaganda. Na sequência, sugerimos duas aulas de campo: a primeira, com o objetivo de os alunos conhecerem a cidade, para que, nesse movimento escola–cidade, eles possam observar quais são os locais em que estão expostas as propagandas e quais aspectos como: cores, imagens e frases estão presentes nos textos observados, e perceberem como a linguagem se movimenta na cidade. Na segunda atividade, propomos uma visita a uma gráfica da cidade para os alunos conhecerem melhor o processo de produção/confecção de propagandas.

Na quarta etapa, sugerimos que os alunos, divididos em grupos, iriam se unir com um comerciante e/ou agricultor, com o objetivo de elaborarem uma propaganda para o estabelecimento e/ou produto, no intento de dar visibilidade ao processo de ensino-aprendizagem do aluno no que tange ao trabalho com a linguagem. Dessa forma, como produto, os alunos criariam um panfleto com as propagandas produzidas.

Na quinta etapa, para produzir um efeito de fecho, os alunos, juntamente com o professor, organizariam uma solenidade na escola e, por meio de uma exposição, apresentariam os textos de propaganda e todo o percurso realizado no projeto.

Após a realização da exposição dos textos de propaganda, os alunos poderiam realizar a panfletagem no comércio da cidade para dar maior visibilidade ao aprendizado do aluno tanto na prática da sala de aula como em um movimento escola–cidade.

Esses são os procedimentos indicados para a realização da nossa proposta discursiva com o texto de propaganda, que serão descritos detalhadamente no próximo capítulo.

CAPÍTULO 3 – TEXTOS DE PROPAGANDA: UM PERCURSO DE LEITURA E ESCRITA

Neste capítulo, objetiva-se refletir e descrever as atividades de leitura e escrita discursivas do texto de propaganda, propostas para aplicação junto aos alunos do 8º ano da EEBCC. São apresentadas, na sequência, as condições de produção do trabalho, que, conforme discorrido no Capítulo 2, foram desenvolvidas em cinco etapas.

Desse modo, procuramos explicitar a finalidade de cada uma das etapas e as materialidades trabalhadas para chegarmos ao objetivo principal desta pesquisa, que foi realizar um estudo discursivo da relação texto/discurso, por meio de propostas a serem aplicadas aos estudantes, considerando as práticas históricas de produção de textos de propaganda produzidos na cidade de Mirassol D'Oeste. Com isso, pretende-se, ao final desse processo, que os alunos, mediante seus gestos de leitura e escrita, possam organizar a etapa final da nossa proposta, que é um panfleto de propaganda.

3.1 Condições de produção do trabalho

As condições de produção que envolvem nosso trabalho são distintas. Vale ressaltar que, em decorrência da pandemia da covid-19, as atividades não ocorreram de forma presencial, como inicialmente foram previstas. Sendo assim, nosso trabalho passou a ser desenvolvido de forma propositiva, devido às condições de produção dos alunos, no que tange ao não acesso à internet, à não possibilidade de visita aos comércios, à gráfica e a outros fatores relacionados à crise sanitária que se instaurou em nível mundial, os quais dificultariam o desenvolvimento das atividades, como explicitaremos no próximo item.

Cabe aqui ainda dizer que o nosso desafio teve início desde quando tivemos o primeiro contato com a teoria Análise de Discurso, pois constatamos que vivíamos imbricados por um discurso autoritário e que, durante anos, fomos inseridos em um ambiente semelhante e, por consequência, agíamos também

como professores autoritários (ORLANDI, 1983). Assim sendo, precisávamos ter clareza sobre os aspectos que compõem todo esse processo em AD para conseguirmos romper com as velhas práticas pedagógicas.

Elaborar as atividades que comporiam este capítulo também foi muito desafiador, uma vez que objetivávamos retomar a atividade de leitura e de escrita não como repetição, mas, sim, como materialidade discursiva de estudo, pois, para Pêcheux (2015, p. 19), “[...] os escritos, as imagens, os ditos, as novas tecnologias, fotos, o silêncio e muitos outros, cada qual com suas especificidades, [...]”, são materiais de reflexão para o analista de discurso.

3.1.1 Apresentando a proposta: o texto de propaganda

Nosso objetivo, neste item, com base em reflexões e análises teóricas, é dar visibilidade ao percurso metodológico a partir das práticas discursivas propostas, as quais foram elaboradas com o propósito de desenvolver a prática de leitura e escrita dos textos de propaganda na perspectiva discursiva, visando proporcionar ao aluno a assunção à autoria, pois “[...] ela está ao trabalho com a equivocidade da linguagem” (LAGAZZI, 2017, p. 93). O texto é concebido como um espaço para a autoria, mesmo que isso nem sempre seja possível.

Para isso, foi necessário antes fazer uma reflexão sobre as condições de produção da turma escolhida para desenvolver essa proposta de intervenção, pois, diante de uma pandemia, como a que ocorreu no mundo, tivemos que rever a forma de trabalhar a leitura e a escrita em sala de aula, pois, retomando o ensinamento de Orlandi (2010, p. 6), “[...] as condições de produção funcionam de modos diferentes nos diferentes espaços”.

A partir da proposta dos governos estadual e federal para que as aulas fossem desenvolvidas de forma remota, percebemos que não teríamos condições de realizar nossa proposta de intervenção por conta das medidas de segurança determinadas pela OMS, dentre as quais se incluía o isolamento social como forma de evitar o contágio e a propagação do vírus da covid-19.

Assim, como consequência das restrições impostas, não poderíamos levar os alunos para lerem e observarem os textos que circulam no espaço de nossa cidade. Segundo Orlandi, “[...] o espaço da cidade nos dá ocasião de

refletirmos sobre o que são a situação, as condições de produção, nos processos de significação” (ORLANDI, 2004, p. 19), portanto, a cidade é tomada nesta dissertação como um conjunto de várias discursividades.

A suspensão das aulas presenciais pelos órgãos competentes, tanto na esfera estadual quanto federal, foi a principal restrição com que nos deparamos para a realização dessa proposta de intervenção, diante do curto espaço de tempo para a adaptação das atividades para a modalidade on-line, em razão da rápida proliferação da doença, que impossibilitou a realização dessas de forma presencial.

Por conta desse cenário, os alunos também não poderiam visitar alguns comércios e realizar entrevistas previstas com os comerciantes para refletir sobre como se dá o processo de produção dos textos de propaganda e, por consequência, a produção das propagandas também ficaria comprometida.

Outra restrição que também nos impediria de realizar a intervenção, como já dissemos, era o fato de os alunos, apesar de terem celular, não possuírem um banco de dados móveis suficiente para acessarem à internet e assistirem às aulas on-line frequentemente porque colocavam crédito em seus celulares de vez em quando.

Portanto, diante dessas condições de produção, discorro sobre a proposta teórico-metodológica escolhida neste capítulo. Nosso trabalho, como fora dito anteriormente, foi dividido em cinco etapas. Cada uma das etapas é composta de propostas de atividades as quais podem ser desenvolvidas em sala de aula pelos professores, quando do retorno às aulas presenciais. Com o propósito de uma melhor visualização das etapas, apresentamos, a seguir, um cronograma com a relação das atividades propostas e suas subdivisões.

CRONOGRAMA DO DESENVOLVIMENTO DA INTERVENÇÃO

PERÍODO	ETAPAS	AÇÃO	DURAÇÃO
		Apresentação do projeto, da equipe gestora, do conselho deliberativo, do corpo docente e dos funcionários em geral.	1 hora
		Reunião com os pais para esclarecimento acerca dos objetivos do projeto de intervenção e autorização deles para o uso da imagem/voz e saída da escola para pesquisas.	1 hora

PERÍODO	ETAPAS	AÇÃO	DURAÇÃO
Agosto 2020	1ª etapa	Atividade 1 – Roda de conversa com a turma escolhida para a apresentação do projeto.	2 horas
		Atividade 2 – Leitura e apresentação dos textos <i>Um pouco da história da propaganda</i> e <i>A evolução da propaganda</i> e o vídeo do youtube chamado <i>50 anos de propaganda no Brasil</i> .	4 horas
Agosto e setembro 2020	2ª etapa	Atividade 1 – Análise de dois textos de propaganda.	2 horas
		Atividade 2 – Pesquisa no laboratório de informática sobre o que é propaganda e os elementos constitutivos do texto propaganda.	4 horas
		Atividade 3 – Apresentação de dois textos: um de propaganda e outro de publicidade.	2 horas
		Pesquisa no laboratório de informática e seleção de duas propagandas referentes à cidade de Mirassol D'Oeste para posterior análise em sala de aula.	2 horas
		Sugestão de atividade extraclasse: os alunos, divididos em grupos, terão que ouvir propagandas divulgadas na rádio local e, em consenso, o grupo deverá escolher uma propaganda para ser analisada em sala de aula.	2 horas
		Exposição e socialização das análises das propagandas selecionadas.	2 horas
Setembro e outubro 2020	3ª etapa	Atividade 1 – Palestra com um profissional (designer, publicitário, professor de Arte).	3 horas
		Atividade 2 – Duas aulas de campo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Primeira aula de campo: os alunos visitarão os comércios para observarem os textos que compõem a cidade. ➤ Segunda aula de campo: realizaremos a visita a uma gráfica da região com o objetivo de os alunos conhecerem todo o processo de confecção de um panfleto, folder etc. ➤ Realizadas as duas aulas de campo, será o momento de interação, colaboração e partilha dos conhecimentos aprendidos entre alunos e professor. 	2 horas 2 horas 2 horas
		Atividade 1 – Os alunos, em grupos, unir-se-ão a um pequeno comerciante e/ou agricultor para obter informações que auxiliarão no momento de elaborar o texto de propaganda.	4 horas

PERÍODO	ETAPAS	AÇÃO	DURAÇÃO
Outubro e novembro 2020	4ª etapa	Atividade 2 – Produção: escrita e reescrita do texto de propaganda.	4 horas
		Atividade 3 – Elaboração do panfleto de propaganda.	4 horas
Novembro 2020	5ª etapa	Culminância do projeto em uma manhã de autógrafos para a comunidade escolar e sociedade envolvida.	3 horas
		Distribuição dos panfletos, no comércio da cidade, pelos alunos envolvidos para dar visibilidade a todo o processo.	1 hora

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2022).

Na primeira etapa, realizada antes de desenvolver o projeto em sala com os alunos, pensamos ser interessante e de fundamental importância a apresentação da proposta para a gestão escolar, o Conselho Deliberativo, o corpo docente e os funcionários em geral da escola, porque, de forma direta ou indireta, todos estarão envolvidos no processo. Nesse momento, o professor poderá também aproveitar para falar sobre a teoria a ser desenvolvida na proposta de intervenção.

Consideramos necessário que seja realizada a apresentação da proposta para os pais e/ou responsáveis, visando mostrar como será desenvolvido o projeto e abordar a importância da participação e do envolvimento dos alunos nas atividades. Nessa etapa, deve-se também solicitar a autorização por escrito dos pais e/ou responsáveis para a publicação das atividades com os nomes dos alunos. Assim, os pais estarão cientes das etapas do projeto e se sentirão envolvidos para colaborar e incentivar os alunos a desenvolverem as atividades.

A apresentação do projeto para a gestão, os professores e, principalmente, os pais, nessa etapa da intervenção, torna-se de suma importância, uma vez que, ao adquirirem o conhecimento de todo o processo que envolve esse projeto de intervenção, estaremos próximos do objetivo desse trabalho, que é romper com as práticas realizadas em sala de aula, voltadas basicamente ao livro didático.

Nosso propósito é ir além dos muros da escola, ou seja, trabalhar o movimento da linguagem e seu funcionamento tanto dentro da escola como no cotidiano do aluno, pois “[...] a análise de discurso trabalha a relação da língua

com a sua exterioridade, vindo nessa exterioridade o jogo das condições” (ORLANDI, 2004, p. 19).

Ao propormos trabalhar com os textos de propaganda da cidade de Mirassol D'Oeste, na perspectiva da Análise de Discurso, poderemos compreender esse movimento social da língua, pois, para Orlandi (2004, p. 118):

A cidade, com suas formas de organização dos sujeitos, é certamente uma parada obrigatória para a reflexão porque nela os movimentos da linguagem e o dos sentidos do social e do político estão, ou se mostram efusivamente, em primeiro plano.

Realizada essa etapa de apresentação da proposta para a gestão, os professores e os pais, iniciam-se a apresentação de todas as etapas a serem desenvolvidas no projeto e da materialidade discursiva a ser trabalhada, que é o texto de propaganda, aos alunos do 8º ano A, turma para a qual o projeto foi pensado.

Para essa primeira etapa, propomos duas atividades:

Atividade 1 – Realizar uma roda de conversa, com o objetivo de criar espaços de interpretação em sala de aula para que o aluno possa se colocar no lugar do dizer em relação à propaganda, na interlocução com os textos, os colegas e o professor (Apêndice A).

Atividade 2 – Leitura e apresentação dos textos *Um pouco da história da propaganda* e *A evolução da propaganda* e do vídeo do YouTube chamado *50 anos de propaganda no Brasil*, com o objetivo de proporcionar aos alunos a compreensão das condições de produção dos textos de propaganda (Apêndice B).

Com isso, sugerimos realizar a atividade 1 a partir de uma roda de conversa, pois é interessante, nesse momento, que o professor ressalte a importância da organização do arquivo de leitura e do diário de bordo²². Ressaltamos que, para Salvagni (2016, p. 57), “[...] arquivo não é apenas um

²² Diário de bordo: é um caderno que servirá para os alunos registrarem as informações, as atividades e os comentários referentes a todo o processo de estudo sobre o texto de propaganda durante o desenvolvimento da proposta de intervenção.

documento que nos traz referências, ele permite uma leitura que traz à tona dispositivos e configurações significantes [...]”, pois o aluno só consegue falar daquilo que ele tem conhecimento.

O diário de bordo servirá como apoio para que os alunos façam anotações pertinentes às atividades e estará à disposição deles para que possam acessá-lo sempre que surgirem possíveis dúvidas, além de ser uma forma de anotar e refletir sobre como estão sendo afetados por outros gestos de interpretação. Assim, desde o início do trabalho, torna-se possível efetivar a autoria no espaço escolar, sugerindo ou acrescentando ideias, pois “[...] a autoria é uma prática no processo da textualidade, prática de textualização. [...]. O autor se constitui à medida que o texto se configura” (LAGAZZI-RODRIGUES, 2017, p. 102).

Em continuidade à atividade da roda de conversa com os sujeitos-alunos, propomos ainda alguns questionamentos que servirão de interlocução para a reflexão e a compreensão acerca dos discursos e das noções sobre os textos de propaganda, quais sejam:

- 1 – Onde podemos encontrar um texto de propaganda?
- 2 – Quais são os tipos de propaganda que vocês conhecem?
- 3 – Todo texto pode ter linguagem informal, aquela linguagem mais direta com o público, espontânea, despreocupada com as normas gramaticais, ou linguagem formal, uma linguagem mais rebuscada, também chamada de “cultura”, pautada no uso correto das normas gramaticais. Sendo assim, para você, que tipo de linguagem aparece nas propagandas?
- 4 – Quem pode fazer propaganda?
- 5 – Você considera a propaganda importante? Justifique.

Ao disponibilizar esses questionamentos, seja na lousa, seja no formato impresso, o professor abrirá espaço para que os alunos façam as suas observações oralmente e, por conta disso, sugerimos que essa atividade seja realizada sem uma explicação prévia sobre os textos de propaganda, tendo em vista que o objetivo é que o aluno formule sua concepção de acordo com o seu conhecimento.

No desenvolvimento dessa roda de conversa, o professor deve orientá-los para que não se preocupem com a opinião dos demais colegas e do próprio professor, porque esse momento é imperativo para a sala de aula e não pode estar apartado da realidade dos estudantes, ou seja, as vivências da linguagem devem fazer sentido, justificando, assim, a proposta para observar os textos que circulam na cidade.

Dessa forma, com essas reflexões, objetivamos fazer com que os alunos estabeleçam relações entre a leitura e a escrita no espaço da escola e no espaço da cidade. Não desejamos realizar uma atividade de repetição mnemônica, mas, sim, queremos que nosso aluno se inscreva no interdiscurso.

Sobre isso, concordamos com Pfeiffer (1995, p. 69), que, ao analisar o trabalho com a língua na escola, disse que: “[...] ao aluno cabe copiar as respostas e não construir, ainda lhe cabe apenas prestar atenção em certas informações que são pré-ditas pelo professor – ele direciona a compreensão do aluno para certas informações que estão no texto”.

Nesse sentido, compete ao professor estar preparado para esses momentos de interlocução com seus alunos e é preciso que ele esteja atento às diversas opiniões em relação ao assunto trabalhado, que é o texto de propaganda, para que os alunos consigam estabelecer uma relação do texto com sua exterioridade constitutiva.

A primeira questão direcionada aos alunos “Onde podemos encontrar um texto de propaganda?” poderá levá-los a dizer que encontramos propaganda no carro de som que circula pela cidade, nos outdoors, na televisão, no rádio, nas redes sociais, na internet e, até mesmo, nos rótulos dos produtos, ou seja, os textos de propaganda circulam por toda a cidade e, para vê-los, basta apenas olhar ao redor.

Já na segunda pergunta, quando forem questionados sobre “Quais são os tipos de propaganda que vocês conhecem?”, as respostas poderão se referir àquelas de celulares, calçados, lanches, jogos etc. E como se trata de um público jovem, é bem provável que as respostas estejam relacionadas aos gostos e às preferências dessa faixa etária.

Depois de realizadas as considerações a respeito dos textos de propaganda, os alunos utilizarão seu diário de bordo para realizarem as

anotações pertinentes às atividades, porque trabalhar, a partir da organização de um arquivo, “[...] vai conduzir o aluno à construção de sua história de leitura e habituá-lo a se apropriar de enunciados postos a sua disposição para produzir a partir deles, seus próprios textos” (INDURSKY, 2019, p. 105).

Ao desenvolver a atividade dessa maneira, o professor oportuniza ao aluno momentos de reflexão porque “todo leitor tem sua história de leitura”. Vale ressaltar que cabe à escola valorizar a experiência discursiva do aluno em todas as suas formas de linguagem, pois, conforme Orlandi (1996a, p. 44):

Para a escola, a contribuição disso está em que o professor pode modificar as condições de produção de leitura do aluno: de um lado, propiciando-lhe que construa sua história de leituras; de outro, estabelecendo, quando necessário, as relações intertextuais, resgatando a história dos sentidos do texto.

Dessa forma, ao trabalhar a partir do arquivo de leitura nas atividades propostas, almejamos dar condições para que o estudante desestabilize os sentidos previamente atribuídos ao leitor pela escola, pois, segundo Orlandi (1996a, p. 43), “[...] existem várias possibilidades de leitura e interpretação [...]”, tendo o professor como mediador nessa tarefa, uma vez que ele propiciará ao aluno a abertura às múltiplas possibilidades de leitura em um texto.

Esse ato de dar voz ao aluno para se marcar na leitura e na escrita, “[...] desestabiliza a imagem autoritária do professor que sabe tudo e do aluno que não sabe nada, para colocá-los na posição de sujeitos “a” e sujeitos “de” linguagem” (SILVA, 2016, p. 44), e, com isso, leva-se em conta que “[...] o aluno convive em seu cotidiano com diferentes formas de linguagem”. (ORLANDI, 1996a, p. 38).

Dessa forma, buscamos romper com as práticas impregnadas em nós, professores, e que, muitas vezes, impedem-nos de criar condições favoráveis em sala de aula para o estabelecimento dos sentidos presentes nos discursos dos alunos. Isso porque, normalmente, o texto é usado em sala de aula apenas como pretexto para se trabalhar a gramática.

Já para a AD, o importante é “[...] compreender como o texto produz sentidos através de seus mecanismos de funcionamento” (ORLANDI, 2005, p. 27). Sob o ponto de vista dessa teoria, a exterioridade é constitutiva do texto,

pois, de acordo com Hayashida (2012, p. 66), “[...] o texto, ao mobilizar diferentes contextos, textos, intertextos dá visibilidade ao forte atravessamento de subjetividades, fazendo ressoar diferentes sentidos decorrentes de formações discursivas distintas”.

Com o intuito de mostrar aos estudantes a origem da propaganda, será trabalhado com os alunos o texto *Um pouco da história da propaganda*, (que consta no Apêndice A), que servirá para situar os alunos sobre quando surgiu a propaganda, qual era o seu objetivo naquela época, sua trajetória e evolução até os dias atuais.

É importante que o professor sempre dê aos seus alunos a oportunidade para realizarem as suas contribuições questionando, complementando as informações apresentadas ou problematizando tanto com as respostas quanto com os questionamentos.

Para que os alunos compreendam melhor todo o processo, desde o princípio do projeto, eles serão orientados a notar em seu diário de bordo tudo o que considerarem importante sobre a história da propaganda. Ao trabalhar dessa maneira, o professor estará também criando condições para a organização de uma das materialidades significantes: o diário de bordo.

Nunes ensina que (2007, p. 3):

O arquivo nesse contexto é tido como um espaço de polêmica, em que se confrontam as posições interpretativas. É preciso primeiro observar os gestos de interpretação a partir das posições de sujeito e, em seguida, mostrar as relações entre essas interpretações, identificando as filiações discursivas, as contradições, as retomadas e deslocamentos, enfim, explicitando o movimento dos sentidos e dos sujeitos, no espaço tenso em que o real da interpretação pode tanto apaziguar quanto ameaçar.

Nesse caso, o professor contribuirá para que o aluno constitua seu arquivo de leitura e compreenda os outros sentidos presentes nos textos de propaganda, pois “o arquivo não é visto como um conjunto de “dados” objetivos dos quais estaria excluída a espessura histórica, mas como uma materialidade discursiva que traz as marcas da constituição dos sentidos” (NUNES, 2007, p. 374), ou seja, para o autor, “o arquivo está sujeito a diferentes formas de interpretação, não sendo possível uma interpretação unívoca” (NUNES, 2007, p. 374).

Ainda sobre o arquivo, Guilhaumou e Maldidier (2014, p. 162) diz que ele “não é o reflexo passivo de uma realidade institucional, ele é, dentro de sua materialidade e diversidade, ordenado por sua abrangência social”.

Realizadas as discussões em torno da história da propaganda, em seguida, cabe ao professor, enquanto mediador da roda de conversa, expor aos alunos que a propaganda no Brasil surgiu nos jornais, no final do século XIX, recebendo influência das propagandas existentes no exterior.

Dessa maneira, com o objetivo de que os alunos compreendam melhor sobre o assunto abordado, propomos que seja apresentado o vídeo do YouTube²³ intitulado *50 anos de propaganda no Brasil*.

Esse vídeo apresenta a história da propaganda com base em uma reflexão sobre sua evolução, desde os primórdios até a fase atual. Por ser muito extenso, trabalharemos apenas um recorte dele, com ênfase no início da produção da propaganda e como ela se apresenta na atualidade.

Após passar o vídeo, faz-se interessante que se abra um espaço aos alunos para que eles apresentem seus gestos de leitura e retomem alguns elementos, tais como: data e momento histórico em que foram produzidas as propagandas e como elas repercutiram naquela época.

Além disso, é importante observar que elementos daquela época ainda se fazem presentes nas propagandas atuais e comentar se existe alguma propaganda que fora produzida no século XIX, mas que se faz atual ainda hoje, em pleno século XXI.

Ao mostrar os efeitos de sentido produzidos pelo vídeo, o aluno exercerá sua função de autoria. Segundo Orlandi (2009, p. 76), o autor “é o sujeito que, tendo o domínio de certos mecanismos discursivos, representa, pela linguagem, esse papel na ordem em que está inscrito, na posição em que se constitui, assumindo a responsabilidade pelo que diz, como diz etc.”. Compreendemos, portanto, que, para o aluno se constituir autor de seu texto, é preciso que o professor crie condições propícias à produção do aluno em sala de aula, porque:

Saber como se elabora um texto é saber elaborar teoricamente as novas formulações que hoje se produzem. Novas formas de textualidade. Em novos contextos de realização, ou seja, como

²³ Link para acesso ao vídeo *50 anos de propaganda no Brasil*: <https://youtu.be/BUoP4ESlgs>.

se diz em análise de discurso, novas condições de produção. (ORLANDI, 2009, p. 15).

Dessa forma, objetivamos despertar em nosso aluno o sujeito-autor e o sujeito-leitor para que ele se torne autor dos próprios textos.

A seguir, descreveremos as práticas discursivas organizadas para o desenvolvimento da proposta acerca do texto de propaganda, visando dar continuidade ao arquivo de leitura.

3.2 Gestos de leitura nos textos de propaganda

Ao trabalhar com o texto de propaganda em sala de aula, na perspectiva discursiva, podemos observar que a leitura ocorre em diversas materialidades, que englobam tanto o verbal e o não verbal. A partir delas, temos a possibilidade de interpretar seus efeitos de sentido e de produzir gestos de interpretação. Para Orlandi (2007, p. 9), “a interpretação está presente em toda e qualquer manifestação da linguagem”.

Nessa perspectiva, propomos, nessa segunda etapa da intervenção, três atividades (Apêndice C):

Atividade 1 – análise de dois textos de propaganda.

Atividade 2 – pesquisa sobre o que é propaganda e os elementos que a compõem.

Atividade 3 – apresentação de dois textos: um de propaganda e outro de publicidade.

Após a exposição dos textos, o professor deve instigar os alunos, por meio de leituras ou pesquisas, a exporem seus conhecimentos e interpretação sobre o assunto abordado. Essa ação dos alunos dará visibilidade à sua função-autor, considerando que “[...] a autoria é injunção do dizer, assim como o é a interpretação [...]” (ORLANDI, 2005, p. 91).

Para essa atividade, trouxemos, como sugestão, dois textos: um de propaganda e outro de publicidade, que estarão à disposição do professor para que, a partir deles, ele possa oferecer condições aos alunos de perceberem

como se constroem os sentidos possíveis presentes nos textos de propaganda. De acordo com Orlandi (1995, p. 40):

Há sentidos que precisam ser trabalhados na música, outros, na pintura, outros na literatura. Para que signifiquem constantemente. E isto tem um efeito sobre o autor. Ele se constitui diferentemente como pintor, como músico, ou como literato. [...]. O múltiplo e o incompleto se articulam materialmente: a falha e a pluralidade se tocam e são função do não fechamento do simbólico. Daí os outros sentidos que sempre são possíveis.

Sendo assim, ao propor desenvolver um trabalho na perspectiva discursiva, podemos compreender, segundo Orlandi (2009, p. 19), que “[...] não se separam forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só como uma estrutura mas sobretudo como acontecimento”.

O primeiro texto, como podemos observar na figura 7, faz referência a uma campanha realizada na cidade de Mirassol D'Oeste - MT, pelo Poder Judiciário, logo no início da pandemia de Covid-19.

Figura 7 – Cartaz da campanha *Mirassol D'Oeste sem fome e sem covid-19*



Fonte: imagem retirada da internet (2021).

Ao realizar a análise da campanha, concordamos com Orlandi (2009, p. 26), quando diz que “[...] a Análise de Discurso visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos”, pois percebemos que o propósito era fazer com que os indivíduos se sentissem mobilizados em colaborar com o próximo.

A campanha objetivava a participação dos munícipes na doação de alimentos não perecíveis e de produtos de higiene pessoal e de limpeza residencial, a serem distribuídos às famílias que estavam enfrentando necessidades financeiras em nossa cidade, principalmente devido ao momento pandêmico, no intuito de ampará-las para terem, pelo menos, o alimento básico em sua mesa e de protegê-las do vírus da covid-19 ao disponibilizar materiais básicos de higiene pessoal e residencial.

Ela ocorreu da seguinte forma: foram distribuídas, nos mercados e supermercados da cidade, caixas de papelão encapadas com papel marrom (pardo) e, em um dos lados da caixa, estava colado o cartaz da campanha, que tinha a cor azul. No centro do cartaz, havia um círculo vermelho, que constavam os dizeres: Campanha de Arrecadação, escrita com letra pequena e na cor branca. Logo abaixo, em letras grandes, estava o slogan da campanha: *DOAR É AMAR*.

No canto superior direito do cartaz, constava a seguinte frase, escrita nas cores branca e vermelha: *Mirassol D'Oeste sem fome e sem covid-19*. Essa frase nos chamou a atenção por se apresentar com letras muito pequenas, sugerindo-nos um apagamento em relação ao tema da campanha *DOAR É AMAR*, que foi escrito com letras maiúsculas e acabou por ter maior ênfase no cartaz.

De acordo com Monnerat (2010, p. 1070), “[...] as cores significam, mas esses significados são construtos culturais, ou seja, é arbitrária a organização do significado das cores nas diversas sociedades”. Nesse sentido, ao analisar as cores presentes no cartaz, percebemos que elas também são partes constitutivas dessa materialidade significante.

Quanto ao destaque do slogan, ele procurou incentivar as pessoas a terem um gesto de amor e de doação ao próximo, uma vez que se tratava de um momento difícil a todos, principalmente para aquelas famílias que perderam sua

única fonte de renda e que necessitavam de alguém para ampará-las com carinho e amor, estendendo-lhes a mão com o pouco que tinha e podia.

Esse gesto está representado no cartaz, por meio do desenho de duas mãos estendidas: uma no canto superior esquerdo e a outra no canto inferior direito, em que ambas as mãos têm um coração desenhado em seu centro, na cor azul, e estão apontando para o círculo vermelho, o que nos remete ao tema doação com o sinônimo de amor.

Dessa forma, concluímos que a campanha teve o objetivo de sensibilizar as pessoas quanto ao sofrimento e à necessidade do seu próximo e, por isso, concordamos com Lima (2018, p. 94) ao dizer que: “[...] não só o texto escrito pode produzir significações sobre o sujeito e o espaço, mas as imagens também produzem efeitos, trazem sentidos não aleatórios, fazendo parte de um conjunto de possibilidades de significação”.

Na sequência, apresentamos um texto de propaganda de um mercado da cidade, conforme mostra a figura 8. Esse texto foi retirado da rede social Facebook do mercado, meio digital utilizado para veicular as promoções que estão em vigor durante a semana. Ao observarmos o texto, podemos perceber que é constituído por formulações verbais e visuais e que tem, como propósito, a comercialização de alguns produtos.

Em relação à linguagem não verbal presente no texto, prevalece a cor verde, que provavelmente está fazendo referência aos alimentos saudáveis e ao nome da promoção: *Quarta & Quinta Verde*, em que são vendidos frutas, legumes e verduras com valores diferenciados.

Além disso, percebemos também que esse efeito de sentido vem reforçado pela cor do balãozinho no qual é informado o preço dos produtos, que ressalta o objetivo de comercialização dos produtos oferecidos e apresenta uma dimensão daquilo que o sujeito-leitor vai encontrar na promoção do mercado naqueles dias informados.

Com base na disseminação das cores, especialmente verde, amarela e branca, presentes no design desse texto de propaganda, podemos dizer que reflete um discurso sobre a alimentação, em decorrência de os produtos ofertados na promoção *Quarta & Quinta Verde* serem frutas, legumes e verduras, os quais, em sua maioria, apresentam-se nessas tonalidades. Podemos ainda

dizer que a cor verde está relacionada ao que se considera como alimento saudável, enquanto a amarela faz referência aos alimentos que trazem a ideia de energia (PEREIRA, 2011).

Ousando ao ir um pouco mais além, associamos as cores verde e amarela à posição-sujeito de um olhar ideológico para a política atual, pois nossos governantes tomaram, como um símbolo político, as cores verde e amarela, que representam a Pátria, o nacionalismo e que estão presentes em um dos símbolos mais antigos do país: a Bandeira Nacional.

Não podemos deixar de citar que essas duas cores também estão presentes na bandeira do estado de Mato Grosso, conforme esclarece Julia Oviedo (2016, n.p.)²⁴:

As semelhanças entre a bandeira de Mato Grosso e a brasileira simbolizam a integração existente entre o Estado e país. As cores principais são o azul, o verde, o amarelo e o branco e cada uma delas possui um significado diferente e muitas vezes até místico.

Ademais, é importante destacar que, no dia 7 de setembro, data em que comemora a independência do Brasil, é comum as pessoas usarem as cores verde e amarela, pois elas remetem ao nacionalismo e patriotismo presentes na cultura brasileira e são consideradas partes da história do Brasil.

Observamos também que, ao longo dos anos, essas tonalidades estiveram presentes em alguns movimentos políticos de nosso país e, mais recentemente, no último 7 de Setembro, em que pudemos acompanhar vários manifestos políticos, nos quais se destacaram as cores verde e amarela, porém não com o ideal de saudosismo à Pátria, mas, sim, fazendo referência ao momento político pelo qual passa o Brasil.

²⁴ Disponível em: <http://www.mt.gov.br/-/5285707-bandeira-de-mato-grosso-e-um-dos-simbolos-mais-antigos-do-pais>. Acesso em: 10. Out. 2021.

Figura 8 – Folder de propaganda do Mercado Queiroz



Fonte: imagem copiada do Facebook do mercado (2021).

Na parte superior, bem no centro do cartaz, está escrito, com letras brancas e amarelas, o nome do estabelecimento comercial: *Mercado Queiroz*. Embaixo do nome do mercado, está escrita, na cor branca, a frase: *O melhor para todos nós*, que se refere a todos os miradolenses e às pessoas de outros municípios que vêm para Mirassol D'Oeste e que, conseqüentemente, circulam na/pela cidade.

Ao lado direito do nome, aparece o desenho de um homem empurrando o carrinho de compras com uma mulher sentada dentro. A mulher está segurando, em uma das mãos, uma maçã; na outra mão, não dá para identificar o produto e, sobre o colo, um pacote com mercadorias. Os dois estão sorrindo, produzindo o efeito de que estão felizes com a compra que realizaram. Do lado esquerdo do panfleto, tem a frase *VEM PRA CÁ!*, que funciona como um convite para que o leitor, ao ler a mensagem, sinta-se à vontade para se dirigir até o mercado e realizar as suas compras.

Ainda abaixo do nome do mercado, está escrita a frase *Lugar de economia É AQUI.*, ou seja, a frase sugere que economia você só vai encontrar no Mercado

Queiroz. A expressão “é aqui” também faz referência à unidade do supermercado, situada no centro da cidade, como podemos perceber na frase que está escrita com letra menor e na cor branca: “Ofertas válidas de 18 a 19/08/2021 ou enquanto durarem os estoques – Mercado Queiroz Unid. Centro”.

É importante destacar que, na cidade, tem duas unidades do Mercado Queiroz: uma no centro da cidade e outra no bairro Jardim São Paulo, porém a promoção era válida somente para a unidade do centro. Nesse sentido, ao analisar a expressão “é aqui”, concordamos com Pêcheux (1995, p. 160) quando diz que:

As palavras, as expressões, as proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência as formações ideológicas (no sentido definido mais acima) nas quais essas posições se inscrevem.

Dessa forma, podemos observar que a promoção anunciada está relacionada à unidade do centro, pois, no panfleto da propaganda, já especifica para qual unidade é válida, de forma que, em conformidade com o que foi dito no excerto supracitado, não faria sentido se pegássemos o cartaz da promoção desse supermercado e fôssemos na unidade do bairro Jardim São Paulo ou em outro mercado para querer comprar os produtos anunciados.

O fundo do panfleto, onde estão dispostas algumas imagens de frutas, legumes e verduras, tem cor branca. As escritas no cartaz são brancas, verdes e amarelas, para se destacarem da borda do panfleto, que é verde. Os preços também se apresentam na cor branca, dentro de um balão verde.

Diante do exposto, observamos que a cor verde, nesse caso, está fazendo alusão à promoção *Quarta e Quinta Verde*, em que as frutas, os legumes e as verduras estavam disponíveis para venda, ou poderia ser também uma referência ao momento histórico pelo qual passa o país.

Essas análises se baseiam no fato de que o verde não se trata da cor padrão do mercado, uma vez que as duas unidades apresentam a cor vermelha na identidade visual, como podemos observar na figura 9 e em outras imagens publicadas na rede social desse mercado.

Figura 9 – Folder de propaganda do Mercado Queiroz

VEM PRA CA!
LUGAR DE ECONOMIZAR É AQUI.

Supermercado **Queiroz**
O melhor para todos nós

SALSICHA KILO REZENDE
8,99

PEIXE TABATINGA SEM ESCAMA - KG
14,99

PEIXE PINTADO INTEIRO OU FATIADO
29,99

VALIDA PARA UNIDADE CENTRO E ALMIRANTE TAMANDARÉ
CORRIGINDO OFERTAS VÁLIDAS SOMENTE ATÉ HOJE 01/04/2021

Fonte: imagem copiada do Facebook do mercado (2021).

Tendo ainda como referência o texto da figura 9, podemos perceber que, ao lado da imagem dos alimentos, está disposto o preço do quilo ou a unidade de cada produto, comprovando que essa propaganda está tentando convencer o seu leitor para que consuma os produtos oferecidos pelo mercado.

A partir das análises e discussões realizadas, o professor possibilitará ao aluno observar que um texto pode ser composto de imagens, palavras e cores, pois todos esses elementos fazem parte dessa materialidade significativa, que é o texto.

Assim sendo, Orlandi (2005, p. 28), ao dizer que “[...] os sentidos – estão sempre aí em movimento de produzir rupturas, acontecimentos – não estão no entanto jamais soltos (desligados, livres), eles são administrados (geridos)”, explica que a forma como é trabalhada a linguagem não verbal (imagem, cor etc.) fomenta os efeitos de sentido que podem emergir da leitura de um texto, pois a AD “[...] não encara o texto apenas como produto, mas procura observar o processo de sua produção e, logo, da sua significação. [...], considera que o

leitor não apreende meramente um sentido que está lá; o leitor atribui sentidos ao texto” (ORLANDI, 1996a, p. 37).

Nesse contexto, as cores e as imagens presentes em um texto de propaganda “[...] estabelecem relação com o verbal e, como materialidade textual, têm um papel importante na leitura do anúncio publicitário” (BRAGA; CASAGRANDE, 2015, p. 537). Logo, ao trabalhar desse modo com o texto de propaganda, o professor oferecerá ao aluno condições de produção para que ele se aproprie de sua fala e escrita, pois, de acordo com as autoras:

O texto publicitário, como instrumento pedagógico, pode ser um rico material, posto ser acessível aos alunos, retratar vivências compartilhadas por eles e colocá-los diante de linguagens diversas, incitando-os a manipular textos verbais e não verbais a fim de ampliar sobremaneira a competência leitora. (BRAGA; CASAGRANDE, 2015, p. 536).

Ainda nessa etapa, com o objetivo de ampliar os conhecimentos dos alunos, propomos uma aula no laboratório de informática, no intuito de os alunos realizarem pesquisas sobre o que é propaganda e publicidade e quais são os elementos que compõem esses textos, visto que eles são veiculados e circulam pela “[...] mídia eletrônica: televisão, rádio, Internet, cinema; e pela mídia impressa: revistas, listas e guias, jornais, mala-direta entre outros.” (FRACASSE, 2009, p. 3).

Com o intuito de melhor atender aos alunos, sugerimos a organização em grupos de quatro a cinco componentes, a depender do número de alunos da turma, para o desenvolvimento dessa atividade. Além disso, a seguir, elencamos algumas sugestões de roteiro que serviram de eixo norteador para a pesquisa no laboratório de informática, pois consideramos importante que os alunos tenham conhecimento sobre o assunto.

- 1 – Conceito de propaganda
- 2 – Conceito de publicidade
- 3 – Tipos de propaganda
- 4 – Elementos que compõem o texto de propaganda
- 5 – Modos de circulação
- 6 – Outras questões que os alunos julgarem pertinentes.

Após realizadas as pesquisas no laboratório de informática e feitas as anotações relevantes ao assunto no diário de bordo, é importante que os alunos, de posse das informações acerca do texto de propaganda, faça uma reflexão sobre as informações e os dados pesquisados, como o conceito de propaganda e publicidade, pois, conforme citado no Capítulo 2, por exemplo, existem autores que, ao abordar esses temas, defendem que eles são sinônimos, ou seja, têm o mesmo objetivo, apesar de apresentarem significados diferentes.

Diante disso, ressaltamos a importância de que os alunos saibam que a palavra propaganda teve origem no latim e foi usada primeiramente pela Igreja Católica, com o objetivo de disseminar a fé cristã e de propagar ideias. Já o termo publicidade, como o próprio nome sugere, significa algo que é público e que, no início, era usado com o propósito de vender algum produto ou, até mesmo, serviços (SANDMANN, 2007).

A partir dessa atividade, os alunos poderão perceber os vários tipos de propaganda que existem e as classificações de acordo com a sua finalidade. Como exemplos, têm-se a propaganda comercial, que tem o objetivo de anunciar um comércio ou um produto; a propaganda política, a qual faz referência às campanhas políticas e eleitorais, e as propagandas enganosas, conhecidas popularmente como *fake news*.

Quanto aos elementos que compõem um texto de propaganda, podemos observar que temos os verbais e os não verbais, ou melhor, um texto de propaganda é composto de frases, enunciados, palavras, imagens e cores, que não são usados aleatoriamente. Segundo Cafiero (2005, p. 20):

A seleção de palavras, a organização delas na frase, a ordem das frases, os elementos que interligam enunciados (como preposições e conjunções; os tempos, modos e aspectos verbais, os advérbios, os pronomes, os artigos), os indicadores formais de segmentação do texto como os sinais de pontuação e a paragrafação, o tipo de letra, o tamanho delas, a disposição do escrito na página, as cores ou imagens, quando são utilizadas junto com o material escrito, tudo isso comunica a intenção de quem escreve. E, por isso, esses elementos num texto não podem ser desprezados por quem lê. Eles funcionam como orientações que indicam ao leitor possibilidades de leitura [...]. Isso quer dizer que não vale qualquer leitura, nem tudo é permitido. Uma leitura pode ser dada como errada se não levar em consideração todos os elementos que se articulam no texto.

Ao realizarmos, juntamente com os alunos, a análise das propagandas selecionadas na internet, chamaremos a atenção para o fato de que, na maioria das vezes, os textos são curtos e compostos de imagens, a depender do veículo de comunicação em que circulam, seja pelos meios eletrônicos (TV, internet etc.), seja por intermédio da mídia impressa (panfletos, jornais, revistas, outdoors etc.).

Orlandi, em seu texto *Efeitos do verbal sobre o não-verbal* (1995, p. 41), propõe uma reflexão sobre o não verbal ser sobredeterminado pelo verbal. Segundo ela: “[...] a mídia funciona através da redução do não-verbal ao verbal”, pois:

Se a informação pode vir através de diferentes “canais” (leia-se “linguagens”), e mesmo simultaneamente, no entanto a sua formulação, para consumo, é verbal. Tem-se um suporte verbal disponível – produzido pela ideologia do discurso social já estabilizado – e reduz-se qualquer processo de significação produzido pelas outras linguagens a este processo. É assim que a multimídia ganha unidade em sua representação: pelo verbal. Garantia da legibilidade, da interpretação, linguisticamente organizada. (ORLANDI, 1995, p. 43).

Dessa forma, a partir dos textos trabalhados, percebemos que, na publicidade, não funciona apenas a comunicação verbal, uma vez que as imagens também produzem um efeito de sentido que atraem o sujeito-leitor para as diferentes linguagens que compõem um texto de propaganda, atribuindo novas formas de significar.

No momento dessa etapa, deve ser sugerido aos alunos, que, divididos em grupos, dirijam-se ao laboratório de informática para pesquisarem na internet propagandas da cidade de Mirassol D'Oeste e, dentre as propagandas encontradas, cada grupo precisa escolher duas para serem trabalhadas em sala de aula em um momento de socialização dos conhecimentos adquiridos, entre professor e alunos.

Uma vez que se trata de proposição, para melhor compreensão do proposto, apresentamos a seguir, como exemplo, duas propagandas referentes aos comércios de Mirassol D'Oeste (figuras 10 e 11).

A figura 10 embasa a análise do texto de propaganda referente a um cardápio de lanches.

Figura 10 – Cardápio da Vip Burger Hamburgueria Artesanal



Fonte: imagem cedida pela proprietária da Vip Burger (2021).

O design do panfleto é composto de linguagem verbal e não verbal. O panfleto está organizado em duas partes: do lado esquerdo, na parte superior, tem um quadro em que se destacam o desenho de um hambúrguer e, abaixo dele, o nome do comércio: *VIP BURGUER*, que, debaixo deste, por sua vez, tem a descrição *HAMBURGUERIA ARTESANAL*, ambos escritos com letras maiúsculas e na cor amarela, destacando o fundo na cor preta. Apesar de estar escrito com letras maiúsculas, o nome do comércio aparece destacado em relação à outra escrita pelo tamanho e tipo de letra utilizada.

Chamou-nos a atenção também o fato de o nome estar escrito em inglês e tivemos a oportunidade de questionar aos alunos se eles tinham a intenção de trazer algum sentido com essa escolha ou se isso ocorreu aleatoriamente. Em uma conversa com a proprietária da hamburgueria, perguntamos a ela o porquê de esse nome e ela nos disse que achou um nome forte, marcante e, ao mesmo tempo, simples e fácil de ficar na mente das pessoas.

Ela explicou que o *vip* vem de exclusividade e o *burger* é diferenciado, por isso ela gostou muito. Podemos observar que é frequente o uso de estrangeirismos em nomes de estabelecimentos comerciais no Brasil e que, muitas vezes, não são usados em seu sentido literal, como é o caso do termo *vip*. Em inglês, VIP é a sigla de *Very Important Person*, uma expressão utilizada para se referir a uma pessoa muito importante e ilustre e *burger* significa hambúrguer.

Na sequência, logo após o nome, estão descritas as opções de lanche que o cliente pode adquirir, quais sejam: “Vip Burger, Apetitoso, Generoso e Soberano”, contendo, inclusive, os ingredientes que compõem cada lanche e, na frente desta descrição, está disposto o valor, sendo todos esses escritos na cor preta, em que se destacam os nomes dos lanches por todas as letras estarem em maiúsculo. Logo abaixo, está o símbolo do WhatsApp e, ao lado, o número de telefone, destacado também na cor preta, o que possibilita aos consumidores fazer o seu pedido por meio de ligação ou mensagem via aplicativo de conversa.

Realizar compras via internet e celular é algo que se tornou comum na sociedade moderna, devido ao avanço das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs). Na parte inferior do panfleto, está a frase “Entrega grátis”, escrita na cor preta e com outro tipo de letra, que se destaca das demais. Todas essas informações estão dentro de um quadro de fundo na cor amarela.

Na outra parte do panfleto, do lado direito, estão dispostas várias imagens de hambúrgueres, cebolas e batatas fritas, de forma que chamam a atenção e aguçam o desejo do leitor de degustar esses alimentos, devido ao uso de elementos como cores, aromas e sabores, pois, ao observar a imagem exposta no cardápio, o leitor/consumidor tem a sensação de estar sentindo o sabor, como se já estivesse degustando um hambúrguer.

Outro elemento que se destaca é o nome dado aos lanches: Vip Burger, Apetitoso, Generoso e Soberano, pois, ao lê-los, os nossos sentidos já ficam mais apurados porque observamos que as cores e as imagens desempenham um papel fundamental na composição do texto de propaganda, nesse caso, do cardápio de lanches, por chamarem a atenção do leitor, instigando nele alguns sentidos como o sabor e o cheiro dos lanches.

Na sequência, apresentamos um panfleto de propaganda, que faz referência a uma promoção realizada pela revenda autorizada de Gás e Água Dois Manin (figura 11). Observamos aqui que o nome da revenda é formado usando uma expressão no diminutivo: “Manin”.

Podemos classificá-la como uma expressão informal, considerando que está relacionada ao diminutivo do substantivo comum “mano”, que é “maninho”. Dependendo do contexto, também podemos classificar a palavra “manin” como uma gíria referente à palavra “mano” ou podemos sugerir também uma aproximação com os clientes.

Figura 11 – Folder da empresa Gás e Água Dois Manin

SUPER PROMOÇÃO
Na compra de um
botijão de gás
Você concorre
todo dia
1 Galão de Água
mineral de 20L

Lebrinha Puríssima COPAGAZ SUPE. GASBRAS

GÁS E ÁGUA DOIS MANIN  **99608-7923**
99925-8797
LIGOU, CHEGOU!
Av Presidente Tancredo Neves 3442 - Centro - Mirassol D'Oeste - MT

Fonte: imagem cedida pelo proprietário da revenda de Gás e Água Dois Manin (2021).

No panfleto, ainda podemos visualizar, como plano de fundo, uma imagem na cor azul-claro, que representa a água, e, nas bordas laterais do panfleto, têm uma faixa no tom azul-escuro. Centralizada na parte superior do

panfleto, está a frase *SUPER PROMOÇÃO*, escrita com letras maiúsculas e na cor branca.

Ao trabalharmos a língua, logo abaixo, apresenta a seguinte mensagem: “Na compra de um botijão de gás Você concorre todo dia 1 galão de água mineral de 20L”, escrita em tons de amarelo e laranja. Percebe-se que não temos a informação do período de duração da promoção.

Observamos que a palavra botijão está escrita na cor laranja para se destacar do restante da frase, cujo realce possivelmente ocorre por ser esse o produto da promoção. Ainda podemos observar que a expressão “de gás” está dentro de uma faixa na cor azul um pouco mais escura que o fundo da imagem e o termo “1 Galão” está em uma faixa na cor preta, sendo esses detalhes que chamam a atenção do leitor ao ler a propaganda.

Ainda compõem o texto da propaganda as imagens de dois galões de água das marcas Lebrinha e Puríssima e de dois botijões de gás das marcas Copagaz e Supergasbras, pois se trata de uma revenda autorizada a comercializar esses produtos. Ao analisarmos esse texto, percebemos que novamente se fundem a linguagem verbal e a não verbal, as quais constituem o discurso publicitário, proporcionando-nos a interpretação dos sentidos produzidos nessa materialidade significativa (texto de propaganda), pois, segundo Orlandi (2007, p. 12):

Há muitos modos de significar e a matéria significativa tem plasticidade, é plural. Como os sentidos não são indiferentes à matéria significativa, a relação do homem com os sentidos se exerce em diferentes materialidades, em processos de significação diversos: pintura, imagem, música, escultura, escrita, etc.

Na parte inferior do panfleto, está escrito o nome do estabelecimento comercial, acompanhado do símbolo do WhatsApp. Ao lado, estão dispostos os números de telefone para contato, sendo todos na cor branca. Abaixo, está escrito o slogan *LIGOU, CHEGOU!*, na cor amarela. Ainda na parte inferior do panfleto, está escrito, em letra menor e na cor branca, o endereço da revenda autorizada de Gás e Água Dois Manin.

A AD oportuniza perceber o funcionamento da língua por meio de práticas de leitura e escrita que sejam mais significativas e que busquem reverberar o aprendizado do aluno. Ao analisarmos o panfleto da figura 11, observamos a presença de vários recursos linguísticos, por exemplo, na expressão “Ligou, Chegou”, em que podemos mostrar ao aluno que a frase foi formada apenas com verbos e que o sujeito do verbo “ligou” não é o mesmo de “chegou”.

Nesse caso, ao trabalhar a questão linguística em sala de aula, podemos chamar a atenção do aluno para o fato de que cada verbo tem a sua regência e concordância na frase, pois, de acordo com Perini (2005, p. 159), “[...] as estruturas sintáticas se compõem de constituintes organizados em orações segundo certos princípios.”

Um desses princípios é o de que “[...] cada constituinte tem uma função sintática dentro da oração ou do sintagma a que pertence”, ou seja, cada verbo vai se relacionar com um sujeito/predicado dentro da frase, pois, na Língua Portuguesa, observamos que, quanto à regência, temos oração com sujeito simples, composto, oculto e indeterminado, além de oração sem sujeito (PERINI, (2005, p. 159).

Diante disso, ao analisarmos os verbos usados no texto de propaganda, percebemos que o sujeito do verbo “ligou” não é o mesmo do verbo “chegou”, pois, quando questionamos: quem ligou?, o aluno poderá responder que foi o cliente, que estava fazendo a comida quando o gás acabou e, por isso, ligou pedindo um botijão de gás. Também podemos perguntar: quem chegou? E, nesse caso, a interpretação poderá ser de que o entregador chegou ou que o gás chegou, como é comum falarmos.

É importante considerar a língua enquanto sistema aberto, sujeito a falhas e ao equívoco, pois, segundo Andrade e Hayashida (2021, p. 50), “[...] a língua [...] está em movimento, que tem relação com os sujeitos e a história, que se constitui pela sua incompletude”.

De acordo com Davallon (1999, p. 28), “[...] aquele que observa uma imagem desenvolve uma produção de significação; esta não lhe é transmitida ou entregue pronta”, por isso percebemos os textos de propaganda como uma materialidade importante para trabalhar com os alunos porque nos oportuniza compreender os outros sentidos presentes em um texto.

Por meio dessas atividades, os alunos terão a oportunidade de expor suas análises e percepções, manifestando, assim, seus gestos de leitura e sua compreensão sobre as propagandas apresentadas, pois, conforme aponta Orlandi (2005, p. 86-87):

O discurso é o lugar de observação do contato entre a língua e a ideologia, sendo a materialidade específica da ideologia o discurso e a materialidade específica do discurso, a língua. O texto, re-definido, deve ser então considerado como o lugar material em que essa relação produz seus efeitos, apresentando-se imaginariamente como unidade na relação entre os sujeitos e os sentidos. A formulação da linguagem em texto – textualização – faz-se “às expensas” da relação com o interdiscurso que, por si, é irrepresentável.

E sendo o discurso um efeito de sentido entre os interlocutores, confere-se significado à afirmação supracitada de Orlandi de que ele é “[...] a materialidade específica da ideologia”, pois, para a AD, o indivíduo se constitui em sujeito pela ideologia, que é a base da constituição do sujeito e dos sentidos. Dessa forma, a ideologia é da ordem do interdiscurso e o saber discursivo, por sua vez, tem a memória afetada pelos esquecimentos número um e número dois.

Sobre os esquecimentos, Orlandi (2009, p. 35) explica que o primeiro esquecimento, também chamado de ideológico, é da instância do inconsciente e resulta do modo como o sujeito é afetado pela ideologia: “[...] por esse esquecimento temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos pré-existentes”.

Em relação ao esquecimento número dois, a autora ainda nos fala que é da ordem da enunciação, pois, “[...] ao falarmos, o fazemos de uma maneira e não de outra e, ao longo de nosso dizer, formam-se famílias parafrásticas que indicam que o dizer podia ser outro” (ORLANDI, 2009, p. 35).

Ademais, ela aduz que “[...] a formulação se faz materialmente pela colocação do discurso em texto, pela textualização” (ORLANDI, 2005, p. 11), tendo em vista que “[...] a formulação dá corpo aos sentidos, dá-se corpo em palavras; nesse processo entra o imaginário, a ideologia, de modo central (gestos de interpretação)” (ORLANDI, 2005, p. 87).

Em complemento, ela indica que:

É na formulação que a linguagem ganha vida, que a memória se atualiza, que os sentidos se decidem, que o sujeito se mostra (e se esconde). Momento de sua definição, materialização da voz em sentidos, do gesto da mão em escrita, em traço, em signo; do olhar, do trejeito, da tomada do corpo pela significação e, por seu lado, os sentidos tomando corpo. (ORLANDI, 2017, p. 33).

Diante disso, o imaginário, segundo Orlandi (2009, p. 42, grifos da autora), “[...] faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem [...]. Ele não ‘brota’ do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, por relações de poder”. E, a partir dele, a ideologia e os gestos de interpretação estarão presentes nas análises dos alunos.

Para dar continuidade às análises, propõe-se realizar uma atividade extraclasse, em que os alunos, ainda em grupos, devem ouvir as propagandas divulgadas nas rádios locais, podendo ainda verificar se essas empresas divulgam nas redes televisivas também, possibilitando aos alunos assistirem às propagandas. Posteriormente, os grupos, em consenso, precisarão escolher uma propaganda veiculada em cada um desses suportes para o desenvolvimento da atividade de análise.

Pensando na possibilidade de as propagandas selecionadas pelos alunos serem jingles, sugerimos que o professor prepare a sala de aula, caso tenha disponibilidade, com notebook, datashow e caixa de som, para que as análises sejam realizadas com melhor eficácia (Apêndice D).

Dessa forma, devido ao fato de termos desenvolvido a proposta de intervenção de forma propositiva, traremos aqui, como exemplo, duas propagandas que são veiculadas em uma emissora de rádio de nossa cidade, que poderão ser utilizadas pelos professores. O objetivo dessa atividade é colocar o aluno para refletir sobre as propagandas que viram e/ou ouviram em casa ou na rua porque “[...] nem a escrita nem a leitura se esgotam no espaço escolar” (ORLANDI, 1996a, p. 92).

No intento de fazer com que os alunos compreendam os sentidos postos e os não ditos na leitura escolar, por meio da análise do texto de propaganda, elencamos alguns pontos que nortearão a nossa reflexão.

1 – Quem são os sujeitos envolvidos na elaboração de cada propaganda?

2 – Qual é o sujeito destinatário da propaganda?

- 3 – Onde circula e qual é veículo de comunicação?
- 4 – Há diferenças entre o tempo do rádio e da televisão?
- 5 – Há diferenças entre o texto da propaganda de rádio e da televisão?
- 6 – Quais são as exigências de quem contrata a propaganda?
- 7 – Será que o autor da propaganda tem 100% de liberdade para criar?

Apresentamos, na sequência, a transcrição das duas propagandas as quais selecionamos, que foram veiculadas em uma das rádios da nossa cidade, para que, por meio delas, possamos observar quais são os elementos constitutivos do texto de propaganda que circulam nesse veículo de comunicação.

A primeira propaganda apresentada é referente a uma empresa de internet presente na cidade de Mirassol D'Oeste.

Propaganda de rádio 1 – Brava Internet

A Brava Internet está com novos planos de internet fibra ótica para você. Planos de 200...300 e 500 mega. Agora também com ultravelocidade de 1 giga... sim... eu disse 1 giga de velocidade! Com instalação e wi-fi grátis. Essa é a oportunidade de você ter internet Brava fibra em sua casa ou empresa. Muito mais velocidade e estabilidade com a internet fibra ótica da Brava. Disponível em todos os bairros.

Assine agora e venha fazer parte dos ultraconectados. Entre em contato pelo fone (65)3241-2002 ou 0800 900 2020 ou vá até a rua Antônio Martins da Costa, 695 – centro – Mirassol D'Oeste. Brava Internet conexões que aproximam!

Na sequência, apresentamos a propaganda de uma marmoraria, que pode ser ouvida também em uma das rádios da cidade.

Propaganda de rádio 2 – União Marmoraria e vidraçaria

1ª parte jingle: cantada

Mármore e granito a melhor opção...é com certeza na marmoraria União!!

Preço e qualidade venha conhecer. Melhor atendimento pra ti oferecer. Pontualidade com toda perfeição porque você merece a marmoraria União...

2ª parte: Falada.

União marmoraria e vidraçaria! Vidros, forro, divisória, pia, lavatórios, balcão e túmulos. Atendendo Mirassol e toda região com os melhores preços e serviços.
União marmoraria e vidraçaria...
Fone: 99991-9306 ou 99906-0592.
Marmoraria União!!!

A partir da exposição das propagandas, os alunos serão instigados a pensarem a respeito dos sujeitos envolvidos na elaboração de cada uma delas e de como o sujeito é afetado por aquelas que estão à sua volta. Em se tratando de propaganda veiculada em uma emissora de rádio, podemos observar que é comum o uso de jingle, ou seja, uma propaganda que utiliza som e música para produzir sentidos, por ser de fácil compreensão e memorização e, muitas vezes, por chamar mais a atenção do ouvinte, principalmente em anúncios no rádio, em relação ao jornal, à revista e à televisão.

O jingle utiliza enunciados curtos, objetivos e de fácil compreensão. Essa é uma característica da propaganda de rádio, pois, segundo Gracioso (2002 apud ALVES, 2006, p. 27), “[...] a linguagem do rádio deve ser curta, simples e direta. Não há tempo para ‘enfeitar’ o texto, ou para criar situações que o ouvinte nem consegue entender, na maioria das vezes”. Assim sendo, a propaganda veiculada no rádio não pode ser extensa, uma vez que o ouvinte provavelmente estará desempenhando outra função enquanto ouve o rádio e, por isso, seria mais complicado para interpretar o texto.

Ao confrontar os textos de propaganda impressa e de rádio, observamos que a propaganda impressa se utiliza de uma linguagem com frases curtas e associada a imagens, que complementam a mensagem produzida, pois “[...] imagem e palavra sempre carregam em si a possibilidade de abrigar diferentes interpretações” (FERNANDES, 2016, p. 89).

Com relação à mensagem produzida na emissora de rádio, percebemos que o texto, em sua maioria, é curto e objetivo, com duração de poucos minutos, fazendo uso de mensagens repetidas como forma de garantir o impacto em seu ouvinte.

Em contrapartida, algumas propagandas são mais extensas, o que nem sempre atrai a atenção do ouvinte. Podemos observar as características que compõem esses tipos de textos de propaganda, a partir da análise da

propaganda veiculada no rádio e do panfleto impresso (figura 12), referentes ao provedor de internet Brava Internet

Figura 12 – Panfleto da Brava Internet



Fonte: Panfleto cedido pelo responsável da Brava Internet em Mirassol D'Oeste - MT (2021).

Segundo ensina Orlandi (2007, p. 80), “[...] o trabalho do analista de discurso é mostrar como um objeto simbólico produz sentidos, como os processos de significação trabalham um texto, qualquer texto”, por isso, é interessante que os alunos compreendam a respeito da circulação e do veículo

em que as propagandas estão dispostas, se rádio, televisão, outdoor, cartaz etc., e, dessa forma, observem como se dá a produção do sentido nas propagandas.

Nesse momento, em que os alunos terão a possibilidade de refletirem sobre a constituição, a formulação e a circulação dos textos de propaganda, é importante que, ao confrontar sobre o tempo do rádio e da televisão, observem se há diferenças ou semelhanças nos textos produzidos para esses veículos de comunicação. Orlandi (2005, p. 9) fala que “[...] é na formulação que a linguagem ganha vida, que a memória se atualiza, que os sentidos se decidem, que o sujeito se mostra (e se esconde)”.

Diante dessas reflexões e considerando os objetivos propostos nesta dissertação de realizar as práticas de leitura e de escrita com os alunos do 8º ano da EEBC, como forma de possibilitar a produção de textos de propaganda e de compreender as práticas sociais nessa atividade, os alunos se tornarão aptos para produzir gestos de leitura e de escrita.

Ao trabalhar dessa maneira, o professor criará condições para que os alunos realizem novos gestos de interpretação enquanto sujeitos-leitores e, mais ainda, como autores de suas leituras, porque “[...] ao se significar o sujeito se significa [...] porque o espaço de interpretação é o espaço do possível” (ORLANDI, 2007, p. 22).

3.3 A cidade e os movimentos de sentido

Nessa terceira etapa, propomos duas atividades:

Atividade 1 – uma palestra com um profissional (designer, publicitário, professor de Arte).

Atividade 2 – duas aulas de campo, em que, no primeiro momento, os alunos visitarão os comércios para observarem os textos que compõem a cidade e, no segundo momento, realizarão uma visita a uma gráfica da região.

Todas essas atividades serão executadas com o objetivo de refletir como os textos de propaganda e os discursos se constroem e como são distribuídos na sociedade, procurando dar condições ao aluno de perceber, no processo de

leitura, a constituição dessa materialidade em diferentes espaços sociais e de que forma os movimentos de sentido dos textos de propaganda e a linguagem circulam na/pela cidade.

Com isso, na primeira atividade dessa etapa, propomos a realização de uma palestra com um profissional (designer, publicitário, professor de Arte) sobre a temática “texto de propaganda”. Durante esse evento, os alunos poderão anotar suas dúvidas ou curiosidades porque, ao seu término, será disponibilizado um momento de socialização para que as questões possam ser direcionadas ao palestrante.

Para iniciar a nossa reflexão, como forma de dar condições aos alunos de interagirem com o palestrante, antes da palestra, trabalharemos com eles alguns questionamentos, os quais poderão ser registrados na lousa, distribuídos em cópias ou, até mesmo, reproduzidos via datashow, não sendo necessário que os alunos copiem, pois o intuito é proporcionar aos alunos condições para compreenderem como se dá o processo de produção de um texto de propaganda (Apêndice E), que serão apresentados a seguir:

- Como vocês imaginam que seja produzido um texto de propaganda?
- Quem produz os textos de propaganda?
- Qual tipo de letra, cores, palavras, suportes e recursos são utilizados na elaboração desse tipo de texto?
- Será que envolve muitos profissionais?
- Existe uma sequência necessária a ser seguida?
- Com o avanço da tecnologia, houve muitas mudanças na maneira de elaborar um texto de propaganda?

Ao questionar os alunos sobre como eles imaginam que seja produzido um texto de propaganda, deveremos levar em consideração as opiniões, observando que a paráfrase poderá ocorrer em várias das respostas dadas. Para Orlandi (2009, p. 36), a paráfrase “representa o retorno aos mesmos espaços do dizer. Produz diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado”.

Provavelmente, ao serem instigados, os alunos responderão que as propagandas são produzidas por outra pessoa, por uma agência de publicidade, ou poderão dizer que “o rapaz do carro de som” é quem produz a propaganda,

mas, nesse momento, o professor poderá explicar que produzir uma propaganda envolve desde o comerciante, que contrata os serviços de uma agência e que paga pelo produto, pois é ele quem vai determinar os elementos que comporão a propaganda. A partir dos elementos escolhidos, é que o designer e o diagramador vão trabalhar na organização e na produção do texto de propaganda.

Geralmente, esse tipo de texto é composto de enunciados curtos e objetivos, que variam de acordo com as condições de produção do sujeito-leitor e o meio de comunicação em que vai circular. O texto de propaganda pode também associar mensagem verbal com a não verbal e tem uma linguagem que se difere da linguagem literária, devido à criatividade e à busca expressiva de recursos para chamar a atenção do leitor (SANDMANN, 2007).

Para isso, em se tratando de um texto impresso ou televisivo, pode-se fazer uso de cores diversas, que despertam emoção e sensibilidade no leitor, fazendo com que haja interação entre o emissor e o consumidor. É importante destacar que os textos de propaganda, desde o seu surgimento, estão presentes no cotidiano das pessoas, acompanhando o processo evolutivo da sociedade, o que, por conseguinte, possibilita maiores facilidades na produção de um texto dessa natureza.

A adoção dessa perspectiva — condições de produção mediante textos de propaganda — tem ainda o intuito de que os alunos consigam, ao tomar um texto e lê-lo a partir das suas condições de produção, compreender quem produziu, para quem produziu, qual foi o objetivo daquele texto, se é para vender ou comprar algum produto.

Dessa forma, os alunos realizarão um gesto autoral em relação ao texto de propaganda, pois, segundo Mittmann (2016, p. 9), “[...] a autoria envolve o modo de o sujeito se relacionar com o outro” e é, por intermédio dessa relação com o outro, que pretendemos oportunizar aos alunos uma aprendizagem mais significativa.

Concluída a palestra, faz-se interessante que o professor dê um retorno aos alunos, procurando registrar as considerações deles na lousa e, por conseguinte, aproveitar para comentar que as condições de produção, assim

como o momento histórico e os sujeitos envolvidos no processo de produção do texto de propaganda, mudam com o decorrer do tempo.

A segunda atividade dessa etapa será realizada em dois momentos: primeiramente, oportunizaremos aos alunos um momento para conhecerem a cidade de forma discursiva, pois concordamos com Lagazzy-Rodrigues (2003, p. 70) ao dizer que:

A sala de aula deve ser um ponto de encontro, de confronto, de intersecção, de interlocução, simbolicamente constituído. Empiricamente não importa se ela se atualiza numa sala de aula convencional ou num espaço aberto [...]. A sala de aula deve ser um espaço em que as fronteiras sejam limites a serem reorganizados, nem desfeitos, nem imobilizados.

Pensando nisso, propomos que, para realizar essa atividade, os alunos terão que ir à rua porque, considerando o que aprendemos com Orlandi: “[...] a cidade é um espaço significativo, investido de sentidos e sujeitos, produzidos em uma memória” (ORLANDI, 2004, p. 83).

Por meio desse movimento de conhecer a cidade, os alunos terão a oportunidade de observar os locais em que estão expostos os textos de propaganda, conforme as figuras 13 e 14 a seguir, que apresentam vários outdoors próximos à rotatória na avenida Tancredo Neves.

Figura 13 – Imagem dos outdoors na avenida Tancredo Neves



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Figura 14 – Imagem de outdoor na avenida Tancredo Neves



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Ao chegar à cidade de Mirassol D'Oeste, o leitor se depara com uma sequência de outdoors, presentes também ao longo da avenida principal — Tancredo Neves — que atravessa a cidade, dando acesso a alguns bairros e aos municípios circunvizinhos. Com essa atividade, os alunos poderão perceber que os outdoors, por exemplo, são afixados em locais estratégicos da cidade e de fácil visualização para seus transeuntes.

Dando sequência em nossa análise, os alunos também poderão observar que quem trafega ao longo da avenida Tancredo Neves, ao parar e/ou passar no semáforo, poderá avistar um grande outdoor eletrônico instalado em uma estrutura metálica próxima a um poste, no canteiro central que divide a avenida. Esse outdoor eletrônico funciona 24 horas por dia e tem como objetivo informar aos passantes sobre os produtos e as promoções dos comércios de nossa cidade, conforme figura 15 a seguir.

Figura 15 – Outdoor eletrônico na avenida Tancredo Neves



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Ao analisarmos os locais onde se encontram afixados os outdoors, percebemos que existe uma relação muito próxima com o objetivo dos comerciantes, que é chamar a atenção do leitor para os produtos anunciados. Ressaltamos também que, por meio dessa ação de observar os textos de propaganda e de compreender como os sentidos são construídos nessa relação escola–cidade, percebemos que a exterioridade proporciona o movimento da linguagem, por meio dos outdoors, das placas, dos panfletos etc., já que ela é constitutiva do discurso, porque as condições de produção deste são mobilizadas nela, uma vez que envolvem todo o contexto sócio-histórico e ideológico (ORLANDI, 2009).

Os alunos poderão também observar que alguns comércios pequenos de nossa cidade ou, até mesmo, os proprietários de bancas de frutas e verduras, ao invés de colocarem propagandas no rádio, na televisão ou impressas, devido ao seu alto custo, optam por colocarem, na frente de seus comércios, uma placa

contendo as informações sobre os serviços oferecidos por aquele estabelecimento, como podemos observar nas figuras 16 e 17.

Figura 16 – Placa em frente a um salão de beleza



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Figura 17 – Placa em frente à banca de frutas e verduras, localizada em uma rotatória da cidade



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Ao realizar essa atividade, o professor transporá os muros da escola para um espaço que nos permite outros saberes sobre a língua. Nesse movimento, os alunos observarão os tipos de comércio que compõem a cidade, porque, de acordo com Orlandi (2004, p. 156):

Quanto aos sentidos eles mesmos, a Escola tem como tarefa, saindo para a rua, re-encaminhar a linguagem para o real da história [...] a educação implica em percursos. E o que está mais próximo é o que atravessa a cidade. Para isso, a Escola tem que vir pra rua!

Nesse momento, o objetivo é trabalhar a linguagem na realidade da cidade, e o texto de propaganda contribuirá para a efetivação desse processo em que a educação ultrapassa os muros da escola. É importante que o professor oriente os alunos para que façam registros em seu diário de bordo sobre alguns aspectos como: cores, imagens, palavras e frases que observarem nos textos

de propaganda presentes nos comércios da cidade, por meio de fotos ou anotações, com vistas a serem analisados.

O segundo momento proposto na atividade 2 dessa etapa é a visita in loco a uma gráfica da cidade (que deve ser agendada com antecedência), com o objetivo de que os alunos possam conhecer mais sobre o processo de produção do texto de propaganda, o panfleto e as condições de produção, pois:

O panfleto é definido em termos de ato pelo qual o enunciador se engaja, se coloca como fiador do que constata e procura influenciar o auditório. O panfleto distingue-se pela forte presença do enunciador no discurso, por um eu performativo. (AMOSSY, 2005, p. 20 *apud* CANO, 2010, p. 353).

Dessa forma, o professor oportunizará aos educandos a compreensão do processo de organização e confecção de um panfleto/folder de propaganda para que eles passem a entender como esses textos são organizados e quem são os envolvidos na produção. Devemos levar em consideração que as etapas para a produção de um panfleto vão desde a temática a ser abordada, para quem estamos escrevendo, o autor, o responsável pela arte gráfica, o divulgador etc. Na figura 18, temos um panfleto de propaganda referente a uma oficina mecânica da cidade.

Figura 18 – Frente e verso do panfleto da oficina mecânica Auto Elétrica Mirassol



Fonte: arquivo pessoal da pesquisadora (2021).

Na parte da frente do panfleto, podemos observar como estão dispostos os elementos que o compõem, a começar pelo fundo na cor preta, que ajuda a destacar as informações expostas. Como exemplo, na parte superior, tem a frase escrita com letras na cor branca, informando aos clientes que a mecânica está *Sob nova direção*, mas não tem nenhuma informação ao leitor sobre quem era o diretor anterior, nem que assumiu a direção atualmente.

Logo abaixo, tem-se uma linha na cor vermelha, que separa a referida frase do nome da mecânica *Auto Elétrica Mirassol*, a qual está escrita na cor amarela. Abaixo do nome, está escrita, na cor branca, a frase “Linha leve e pesada”. Na sequência, está disposto o logotipo do WhatsApp, com os números do telefone celular e do fixo, e, em seguida, vem escrita a informação “Dividimos no cartão e boleto”.

Escrita com letras maiúsculas, nas cores vermelha e branca, em destaque no panfleto, está a palavra *PROMOÇÃO*, que embaixo está escrito *COMPRE e concorra!* com uma linha vermelha ao redor. Nesse momento, podemos chamar a atenção dos alunos para o tipo de letra usada na frase, explicando que, possivelmente, houve o destaque da letra maiúscula no intento de chamar a atenção do leitor, pois, para concorrer a “PROMOÇÃO”, primeiro é preciso que se “COMPRE” algum tipo de serviço oferecido pela oficina.

Na sequência, temos a informação escrita na cor branca: “Em compras e serviços você ganha um cupom para concorrer a uma POP 0km no fim do ano”, em que destacamos a expressão “POP 0km”, com escritas amarelas, por se tratar do prêmio da promoção. Ao lado dessa informação, temos a imagem de uma moto modelo POP. Na parte inferior do panfleto, está escrito, na cor branca, o endereço da mecânica e o ponto de referência.

O verso do panfleto também tem o fundo na cor preta e nele estão dispostas algumas faixas na cor amarela e, dentro delas, escritas na cor preta, estão as informações referentes aos serviços oferecidos. Na parte inferior, está a informação “Oficina Móvel para atendimento rural – Guincho 24 hrs”, escrita na cor vermelha e branca.

Sobre isso, podemos novamente chamar a atenção dos alunos para o uso corrente da língua. Na frase, a abreviação para a palavra horas “hrs” se tornou recorrente e aparece assim em muitos textos de propaganda, mas, de acordo com as normas da língua portuguesa, nesse caso em específico, essa palavra

não pode ser abreviada, devendo ser apresentada por extenso: “Guincho 24 horas”.

Ainda podemos visualizar as imagens de caminhão, bateria, trator, carro de passeio e um aparelho que mede a frequência da parte elétrica dos veículos compondo a imagem de fundo do panfleto. Além disso, é possível refletir com os alunos sobre algumas palavras que estão dispostas no panfleto, por exemplo, a expressão “Injeção eletrônica”.

Ao observar a palavra injeção, perguntaremos aos alunos o significado dela e se, na frase, está sendo usada com o mesmo sentido da injeção que nós tomamos quando vamos ao posto de saúde para vacinar. Após diálogo, constataremos que, ao utilizar a expressão “injeção eletrônica”, fez-se o uso da linguagem figurada com relação à palavra injeção.

Depois de realizadas as aulas de campo e a visita à gráfica, será o momento de interação, colaboração e partilha dos conhecimentos aprendidos entre alunos e professor. Nessa ocasião, os alunos poderão utilizar o datashow para apresentarem as fotos registradas das propagandas do comércio local, visando realizar uma análise referente às questões da língua postas nos textos de propaganda, tendo em vista que o nosso objetivo com essa atividade é que os alunos aprendam a conviver e a trabalhar em grupos, buscando, dessa maneira, promover o envolvimento de todos e a assunção à autoria.

Para Laggazi (2015, p. 97), “[...] a autoria se produz, portanto, no trabalho com o significante, delimitando textos. Um trabalho em que as condições de produção são determinantes”. Dessa forma, para que o aluno passe da função de sujeito-leitor para sujeito-autor, compete à escola criar condições favoráveis para que ele possa reconhecer o seu dizer como parte de sua história.

3.4 O texto de propaganda como materialidade discursiva na sala de aula

Nessa quarta etapa (Apêndice F), elaboramos três atividades, que estão organizadas da seguinte forma:

Atividade 1 – os alunos, divididos em grupos, acompanharão a um comerciante e/ou agricultor da cidade para obter informações que auxiliarão no momento de elaborar o texto de propaganda.

Atividade 2 – produção: escrita e reescrita do texto de propaganda.

Atividade 3 – elaboração do panfleto de propaganda.

Com o intuito de ressignificar o processo de ensino-aprendizagem do aluno na prática da sala de aula, em um movimento escola–cidade, nessa etapa, os alunos colocarão em prática o que aprenderam sobre o assunto e realizarão as formulações textuais.

Para isso, a primeira atividade dessa etapa consiste em os alunos, reunidos em grupos de, no máximo, quatro integrantes, reunirem-se com um pequeno comerciante e/ou agricultor de nossa cidade²⁵ para que, em conjunto, escolham uma temática significativa e elaborem uma propaganda, com o intuito de divulgar o referido estabelecimento e/ou produto.

Essa atividade tem o objetivo de dar maior visibilidade ao processo de ensino-aprendizagem do aluno, ao trabalho com a linguagem e aos seus gestos de leitura e escrita. Em se tratando da linguagem, vale lembrar que:

A condição da linguagem é a incompletude. Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente. Constituem-se e funcionam sob o modo do entremeio, da relação, da falta do movimento. Essa incompletude atesta a abertura do simbólico, pois a falta é também o lugar do possível. (ORLANDI, 2015, p. 50).

Cientes dessa incompletude da linguagem e do lugar do possível, ao trabalhar com os pequenos comerciantes, que, muitas vezes, não dispõem de artefatos para a veiculação de propagandas na mídia local (rádio, por exemplo), os alunos darão visibilidade às condições de produção, à formulação e à circulação da propaganda.

O professor, nesse momento, por sua vez, poderá observar que os alunos, ao colocar em prática o que aprenderam sobre o assunto, a partir das leituras realizadas em sala de aula, que propiciaram as condições para que um arquivo de leitura fosse construído, estarão em uma outra posição-sujeito.

²⁵ A escolha em se trabalhar com os pequenos comerciantes e/ou agricultores se deu em virtude de estes, muitas vezes, não fazerem uso de um recurso propagandístico pela questão do conhecimento e/ou, até mesmo, pela falta de recurso financeiro.

Para a realização dessa atividade, após obter todas as informações a respeito do estabelecimento e dos produtos que os pequenos comerciantes fornecem, é chegado o momento da escrita e reescrita dos textos de propaganda.

De acordo com Indursky (2016, p. 35):

A escrita é um dos modos de que o sujeito lança mão para relacionar-se com a história, com seu tempo, com a sociedade, em suma, para inscrever-se no corpo social. E, é por meio desse fazer do sujeito que sua escrita inscreve-se também na memória social.

Dessa forma, ao trabalhar de modo que o aluno se relacione com a exterioridade, formulando o texto de propaganda em um movimento mediado pelo aluno/comerciante/professor e, a partir desse movimento, possibilitar maior circulação daquilo que é comercializado, o professor romperá com as velhas práticas e com os modelos já prontos de produção escrita.

Nesse momento, propomos que o professor oriente os grupos de alunos e os incentive a colaborarem entre si, visando auxiliar aqueles que apresentarem alguma dificuldade e, à medida que avançarem na escrita, poderão compartilhar e refletir a respeito do que escreveram e da temática escolhida.

Após a limpeza do texto, que, de acordo com Pfeiffer (1995, p. 39), “[...] é reflexo de autoria”, os alunos realizarão as correções e as reescritas necessárias, e o professor poderá dar os encaminhamentos para a confecção dos panfletos de propaganda em uma gráfica da cidade.

Ao trabalhar dessa forma, o aluno estará ressignificando o seu aprendizado na prática da sala de aula, em um movimento entre a escola e a cidade, pois, segundo Orlandi (2004, p. 150), “visamos compreender como o simbólico, confrontando-se com o político, configura sentidos para/na cidade. E como a Escola faz parte dessa ordem de significação”.

Logo, escola e sujeitos também se significam por estarem inseridos nesse espaço, que é a cidade. Sendo assim, trata-se de um outro modo de aprender a língua, transpondo os limites da sala de aula, de modo que reverbera o efeito positivo tanto para o aluno quanto para a sociedade na qual esse sujeito e o texto estão inseridos.

Como uma das propostas de atividade em nosso projeto é a realização de uma conversa com um pequeno comerciante e/ou agricultor da cidade. Apresentamos, a seguir, como exemplo, a entrevista que realizamos com uma produtora rural do município de Mirassol D'Oeste - MT, pensada e aplicada quando da elaboração inicial da nossa pesquisa, antes da interferência e alteração imposta pela covid-19. Na ocasião, realizamos as seguintes perguntas para a nossa entrevistada:

1 – Há quanto tempo a senhora reside em Mirassol D'Oeste? Onde morava antes de vir para Mirassol D'Oeste? Qual motivo a levou a vir para cá?

2 – Como surgiu a ideia de fazer vinho de jabuticaba de forma artesanal? Quais outros produtos artesanais a senhora produz?

3 – Como se dá o processo de produção artesanal do vinho de jabuticaba?

4 – Há quanto tempo a senhora faz produtos artesanais?

5 – Como que a senhora divulga seus produtos?

6 – Como é a receptividade de quem adquire o produto?

7 – De quando deu início à produção do vinho artesanal até a última produção, ocorreram mudanças? Comente.

8 – Comente acerca de alguns lugares que seu produto foi vendido.

9 – A propaganda/divulgação de seus produtos artesanais contribui para a venda deles?

10 – Como a senhora avalia seu trabalho desde a produção, divulgação e venda do produto?

Na oportunidade, dona Iracy nos falou sobre todos os produtos artesanais que produz juntamente com sua família, que são: queijo, requeijão, doces de corte e de compota e salgados, sendo que o destaque é a produção artesanal de vinho de jabuticaba. Após a entrevista, realizamos uma breve análise dessa atividade:

Entrevista com Iracy Serenini Falacio: 39 anos de uma história de superação.

Realizada por Rosângela

A entrevistada Iracy Serenini Falacio, natural de São João do Caiuá (PR), 63 anos, agricultora, mãe de três filhos, sendo que uma é professora no município de Mirassol D'Oeste - MT.

1) Há quanto tempo a senhora reside em Mirassol D'Oeste? Onde morava antes de vir para Mirassol D'Oeste? Qual motivo a levou a vir para cá?

Moro aqui no município de Mirassol há 39 anos. Nós morávamos em Nova Londrina, no Paraná, e viemos pra cá em busca de uma condição melhor de vida.

2) Como surgiu a ideia de fazer vinho de jabuticaba de forma artesanal? Quais outros produtos artesanais a senhora produz?

Eu consegui a receita com o Milton Viana e a Conceição Saminêz, da Empaer de Mirassol D'Oeste - MT. Eu também faço licores, geleias, doces e compotas.

3) Como é o processo de produção artesanal do vinho de jabuticaba?

Cultivar as jabuticabas até o ponto certo de maturação. Feita a colheita, realizamos a lavagem das jabuticabas. Depois fazemos a seleção para tirar as estragadas. Normalmente, é feita uma lavagem depois da seleção para poder levar as jabuticabas ao freezer para o congelamento, por um período de três a quatro dias mais ou menos. Aí é feita a medida das jabuticabas, do açúcar e da água, todos de boa procedência. Tem que dar uma leve macerada na jabuticaba para colocar na infusão, em um tambor cuja tampa não seja de rosca, pois não pode pegar pressão. Esse processo leva em torno de 50 dias, mexendo a cada três dias com uma colher de pau. Quando chega o dia de corar, preparamos tudo o que precisaremos: coadeira de macarrão, peneira de coar leite, funil, caneca, garrafas, rolhas, tudo muito bem esterilizado. Depois de coado o vinho, nós envazamos nas garrafas, já esterilizadas, fechamos com a rolha, rotulamos com o nome do produto, data de fabricação, data de validade e ingredientes e fazemos a propaganda do produto, que já está pronto para a comercialização.

4) Há quanto tempo a senhora faz produtos artesanais?

Faz 38 anos, desde 1983.

5) Como que a senhora divulga os seus produtos?

No começo, era de boca em boca. Agora, usamos também o status do WhatsApp e as redes sociais dos meus filhos e amigos, por meio da internet.

6) Como é a receptividade de quem adquire o produto?

Pelo que dizem, é ótima, pois sempre elogiam. Mas nós também aceitamos críticas construtivas porque é por meio delas que vamos melhorar nossos produtos.

7) De quando deu início à produção do vinho artesanal até a última produção, ocorreram mudanças? Comente.

Sim. Foi feita a mudança, em que passamos a fazer o processo de congelamento das jabuticabas, de três a quatro dias, para uma melhor esterilização delas.

8) Comente acerca de alguns lugares que seu produto foi vendido.

Os produtos vão para vários lugares. Além de Mirassol, ele também já foi vendido para Cáceres, Cuiabá, Jauru, Sapezal, Pontes e Lacerda, Campo Verde, Paraná, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Zurique/Suíça.

9) A propaganda/divulgação de seus produtos artesanais contribui para a venda deles?

Sim, com toda certeza!

10) Como a senhora avalia seu trabalho desde a produção, divulgação e venda do produto?

Ótima. E sempre buscamos aprimoramento com o pessoal da Empaer/MT²⁶, pois o que sei hoje sobre produtos artesanais aprendi por meio dos cursos ministrados por eles aqui na comunidade.

Inicialmente, a senhora Iracy disse que veio para o município em busca de melhores condições de vida (PEREIRA, 2019). Em uma conversa informal, a entrevistada nos relatou que seu esposo viera conhecer a região alguns anos antes, gostou dela e percebeu que teria melhores oportunidades de trabalho, por isso, quando voltou ao estado de origem, todo entusiasmado, conversou com ela e os dois decidiram que seria melhor para a família vir para Mato Grosso.

Naquela época, as pessoas vinham para o município com o ideal de melhores condições de vida e, de acordo com Pereira (2019, p. 15), “[...] uns compravam terras, outros lotes e outros fazendas, alguns conseguiam ampliar sua propriedade outros não”.

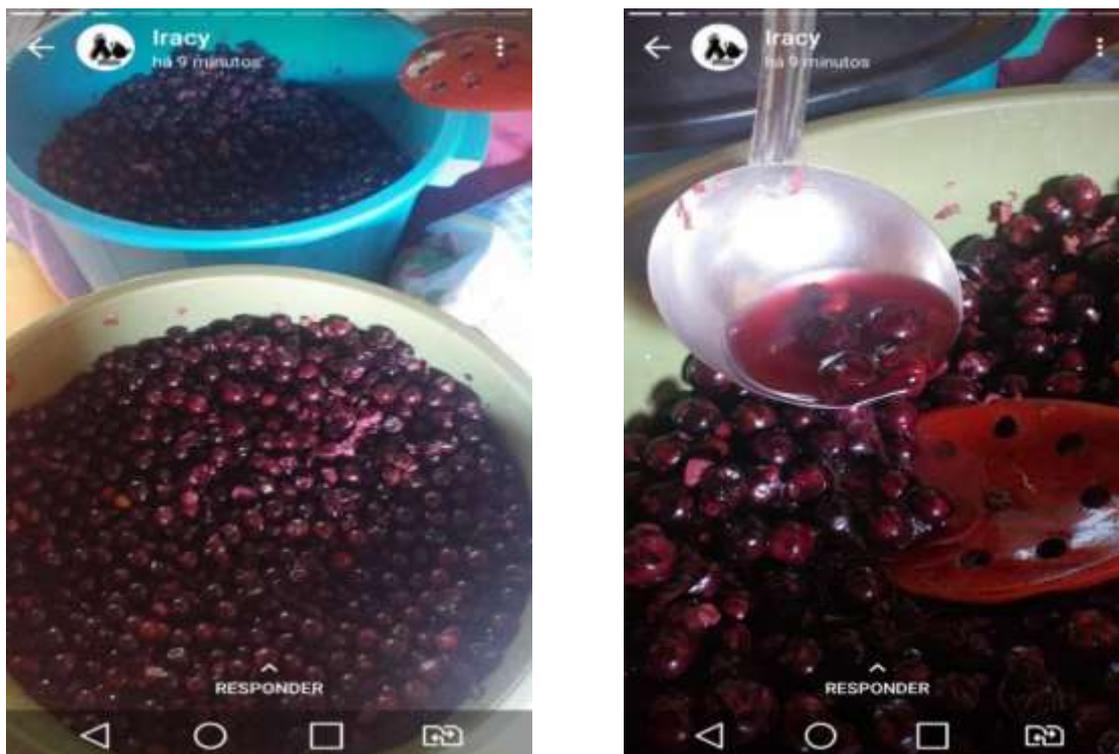
E, por coincidência, o patrão do esposo de dona Iracy havia comprado uma fazenda aqui no município e, sabendo da vontade deles em vir para o estado, fez o convite para que viessem morar e trabalhar com ele na fazenda. O que, de pronto, seu esposo aceitou e, a partir desse momento, deram início a uma nova fase em suas vidas.

Quando chegaram ao município de Mirassol D’Oeste, foram morar em uma comunidade que recebia atendimento da Empaer, a qual oferecia cursos para os grupos das mulheres rurais, com o objetivo de que elas pudessem aproveitar todos os produtos produzidos no sítio. Segundo Rolnik (1995, p. 32), “no trabalho dos construtores de cidades medievais, assim como na produção artesanal como um todo, era muito forte a presença da natureza”.

A entrevistada nos disse que participou de todos os cursos oferecidos pela Empaer, pois tinha muita vontade de aprender a fazer diversos tipos de comida: doces, salgados, licores etc. Dentre os vários tipos de salgados, doces, compotas e licores, chamou a nossa atenção a produção artesanal de vinho de jabuticaba, conforme podemos ver nas imagens a seguir:

²⁶ Empresa Mato-Grossense de Pesquisa, Assistência e Extensão Rural (EMPAER).

Figura 19 – Jabuticabas na infusão



Fonte: imagem cedida pela Rosiely, filha da produtora rural, à pesquisadora (2021).

Quando questionada sobre como surgiu a ideia de fazer o vinho de jabuticaba artesanalmente, a senhora Iracy nos disse que foram os extensionistas da Empaer, Conceição Saminês e Milton Viana, que deram a receita para ela. Diante disso, ficamos interessados em saber como é o processo de produção artesanal do vinho de jabuticaba, e ela prontamente nos explicou.

Iracy disse que, em primeiro lugar, é preciso ter paciência, pois, após realizar a colheita das jabuticabas, ela faz a lavagem das frutas, depois realiza o processo de seleção para a retirada de algumas que estão estragadas, novamente faz outra lavagem e leva ao freezer para congelar, por um período de três a quatro dias mais ou menos.

Depois de realizado esse processo, efetua-se a medida das jabuticabas, do açúcar e da água, todos de boa procedência. Na sequência, ela coloca em um tambor limpo cuja tampa não pode ser de rosca, pois não pode pegar pressão. É necessário dar uma macerada nas jabuticabas para poder colocar na infusão, mexendo levemente a cada três dias, em um período aproximado de 50 dias, o que justifica a sua fala de que é preciso paciência.

Figura 20 – Jabuticabas no processo de fermentação



Fonte: imagem cedida pela Rosiely, filha da produtora rural, à pesquisadora (2021).

Passados os 50 dias de infusão das jabuticabas, o vinho estará pronto para ser coado e, depois disso, a produtora realiza o processo de envasamento do vinho nas garrafas esterilizadas. Depois do vinho envasado, ela coloca um rótulo, contendo informações acerca do produto: data de validade, ingredientes e o contato telefônico da produtora e de suas filhas para quem se interessar em adquirir o produto. Só a partir da realização de todo esse processo é que o produto está pronto para comercialização.

Como, em nosso trabalho, estamos abordando a materialidade do texto de propaganda e o movimento escola–cidade, ficamos interessados em saber como se dá o processo de divulgação que a dona Iracy realiza para poder vender os seus produtos, uma vez que ela mora no sítio com sua família, distante 20 quilômetros da cidade, pois, segundo Pêcheux (2015, p. 74), “[...] a questão da propaganda é, pelo menos desde Napoleão, um negócio estratégico, um elemento indispensável [...]”.

Nesse caso, a propaganda seria uma aliada da produtora rural no quesito vendas, pois aprendemos com Rolnik (1995, p. 28) que:

À nossa volta existe uma espécie de evidência fantástica do consumo, criada pela multiplicação dos objetos/mercadoria, onipresentes no cotidiano da cidade – eles estão acumulados aos montes em nossas casas, expostos nas vitrinas que ocupam nossas ruas, exibidos pela publicidade nas centenas de mensagens diárias emitidas pelos meios de comunicação de massa.

Dona Iracy nos disse que, no início, era mais difícil, pois a propaganda era feita do modo antigo, no chamado boca a boca, mas atualmente eles postam fotos dos produtos artesanais no status e nos grupos do WhatsApp e usam também as redes sociais, como o Facebook²⁷ das filhas Rosângela e Rosiely, e no Instagram, pelos endereços: @falaciogimenes e @rosii_falacio. Dona Iracy disse que os amigos também fazem postagens em suas redes sociais, o que colabora ainda mais com a comercialização de seus produtos artesanais.

²⁷ Link Facebook Rosângela Falacio Gimenes:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwje1fauxtf0AhXpqpUCHZZeAYMQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Frosangela.falaciogimenes&usq=AOvVaw0COvWg2dL3Auu-ldn4LfmT>
 Link Facebook Rosiely
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiCieXp0Nf0AhXDirkGHSu1CroQFnoECAYQAQ&url=https%3A%2F%2Fm.facebook.com%2Frosiely.falacio%3Flocale2%3Dpt_BR&usq=AOvVaw3r5k3ae81zBub5HibaGSsX

Figura 21 – Imagens retiradas da rede social de amigos da família



Fonte: imagens da rede social Facebook (2021).

Vale ressaltar que, no mês de março de 2016, a jornalista Rosana Persona, do escritório regional da Empaer, em Cuiabá, realizou a primeira entrevista com a senhora Iracy e publicou uma matéria falando sobre todo o processo de produção artesanal do vinho de jaboticaba. Em fevereiro de 2019, novamente a jornalista entrou em contato com a produtora para saber se ela ainda produzia o vinho, se tinha feito algumas mudanças no processo de produção e quais foram elas.

As matérias foram publicadas na página da Empaer, no site do governo do estado de Mato Grosso, no campo voltado à agricultura familiar. Por consequência, houve interesse de vários outros sites, que repostaram a matéria, dando, assim, uma maior visibilidade à produção artesanal do vinho de jaboticaba.

A seguir, apresentamos algumas imagens sobre as entrevistas. Cabe ressaltar que, nos anexos deste trabalho, poderão ser observados o processo de produção do vinho e as imagens das redes sociais dos amigos.

Figura 22 – Primeira entrevista, em março de 2016



Fonte: print da página do governo do estado de Mato Grosso retirada da internet (2021).

Figura 23 – Segunda entrevista, em fevereiro de 2019



Fonte: print da página do governo do estado de Mato Grosso retirada da internet (2021).

Figura 24 – Continuação da segunda entrevista, em fevereiro de 2019



Fonte: print da página do governo do estado de Mato Grosso retirada da internet (2021).

Quando questionada sobre a receptividade de seus produtos pelas pessoas que adquirem, ela falou que é ótima porque sempre elogiam e, quando recebe críticas, elas são construtivas e servem para que eles possam aprimorar cada vez mais a produção artesanal da família.

Sobre o processo de produção artesanal do vinho de jaboticaba, dona Iracy disse que, ao longo dos anos, foi observando o processo e efetuou mudanças na forma de esterilizar as frutas. Ela optou por fazer o congelamento das jaboticabas antes de levá-las para a infusão e, dessa maneira, tem um produto de melhor qualidade.

Questionamos a entrevistada sobre os lugares de comercialização do vinho de jaboticaba e ela respondeu que, além de várias cidades do estado de Mato Grosso, o vinho já foi vendido também para outros estados como: Paraná, Rio de Janeiro, Minas Gerais e, até mesmo, Zurique/Suíça.

E todo esse sucesso de vendas, segundo dona Iracy, ocorreu por causa da propaganda realizada. Segundo Pêcheux (2015, p. 74), “as técnicas de propaganda são armas [...]”, e, nesse caso, essas armas colaboraram com a divulgação do produto, o que fez com que ele ficasse conhecido e fosse apreciado por muitas pessoas.

Dona Iracy concluiu dizendo que está muito satisfeita com o seu trabalho, desde a produção até as vendas, pois, além de trabalhar com o que lhe

proporciona prazer, é também uma fonte de renda para a sua família. Frisou ainda que, quando se faz com amor, a recompensa vem.

Devido à pandemia de covid-19, não foi possível realizar nosso trabalho de forma presencial, mas, como propusemos, em nosso trabalho, que os alunos iriam se unir a um pequeno comerciante e/ou agricultor para elaborar, em conjunto, um panfleto de propaganda, objetivando a divulgação de determinado produto e/ou estabelecimento comercial, decidimos, por meio de mensagens e vídeos de aplicativo, com o auxílio da filha da agricultora Iracy Serenini Falacio, recolher informações e realizar a entrevista supramencionada, que culminou na elaboração de um panfleto de propaganda para divulgação do vinho de jabuticaba produzido artesanalmente por ela.

Para a realização dessa atividade, os alunos deverão pensar sobre algumas técnicas e características que compõem um texto de propaganda, tais como: produto, público-alvo, mensagem e estilo. Revisitar o arquivo de leitura ajudará os alunos a observarem as rupturas, os deslocamentos e os efeitos de sentido produzidos neles ao longo de todo o processo.

Para o processo de confecção do panfleto, conversamos com a agricultora, que elencou os elementos os quais gostaria que estivessem presentes no panfleto, que são: a imagem de um pé de jabuticaba, uma garrafa de vinho, seu endereço e os números de telefone para contato. Ela frisou ainda a importância de ter a frase “Produto artesanal, agricultura familiar”, porque foi por meio do incentivo e suporte dado pelos extensionistas da Empaer do município de Mirassol D’Oeste que a família teve a oportunidade de produzir o vinho de jabuticaba e outros produtos artesanais que atualmente integram a renda familiar.

Em poder de todas essas informações e com o apoio da filha mais nova de dona Iracy, começamos o esboço de como seria o nosso panfleto. Nesse processo de fazer e refazer o panfleto, observamos o quanto as características da agricultura estão imbricadas em nossa entrevistada, pois, em momento algum, ela deixou de demonstrar o amor e respeito pelas suas origens e o quanto ama produzir o vinho, os doces, as compotas e os salgados. Mesmo diante, muitas vezes, de condições de produção não favoráveis, dona Iracy não se deixou abater ou sequer desistiu de seguir em frente.

Essas imbricações são percebidas nitidamente, quando analisamos os elementos que foram escolhidos pela entrevistada para compor o panfleto que divulgará o vinho de jabuticaba, conforme apresentamos na sequência.

Figura 25 – Panfleto de propaganda do vinho de jabuticaba

PRODUTO ARTESANAL

Agricultura familiar

Ei, Você que saboreia um bom vinho! Já provou o delicioso...

Vinho de jabuticaba?

AINDA NÃO!?

Então adquira já o seu!

Aprecie com moderação, para fazer bem ao coração!

Contatos: (65) 996903529/ 999543229/ 999138389

Endereço: Sítio 1º de Maio, Mirassol D'Oeste, Mato Grosso, Brasil; CEP: 78280-000

Fonte: produzido pela pesquisadora, em conjunto com a agricultora.

No panfleto, como imagem de fundo, temos um pé de jabuticaba com uma exuberante produção dessa fruta. Acima e centralizado no panfleto, está escrita, com letra destacada na cor verde, em um quadro com fundo branco, a frase: *Produto Artesanal* e, abaixo, escrita com letras menores, na cor verde-escura, com um fundo verde-claro, está a frase: *Agricultura familiar*.

No centro do panfleto, tem um círculo oval, na cor azul, em que estão escritos, em preto, os dizeres: “Ei! Você que saboreia um bom vinho...Já provou

o delicioso...”. Abaixo, na cor vermelha, para destacar, está a frase: “Vinho de Jabuticaba?” e , depois desse escrito, com letra maiúscula e na cor azul, tem-se a expressão: “Ainda não!?!...”, com o propósito de demonstrar espanto, como se o leitor tivesse respondido que ainda não provou o vinho de jabuticaba. Ainda nesse espaço, escrita com letra minúscula e na cor azul, há a frase: “...então adquira já o seu.” Ao lado de todos esses dizeres, centralizado, temos a imagem de uma garrafa servindo o vinho em uma taça.

Ainda nesse círculo, na parte debaixo, podemos ainda visualizar a frase escrita na cor preta: “Aprecie com moderação, pois faz bem ao coração!”. Já na parte inferior do panfleto, podemos ver os números de telefone para contato, caso o leitor se interesse em adquirir o vinho, e o endereço da propriedade na qual o vinho é produzido. Por fim, ao fundo da imagem do panfleto, podemos observar um gramado e vários pés de árvores frutíferas, que representam o espaço e as condições de produção do vinho de jabuticaba.

A imagem retratada no panfleto remete ao texto da arquiteta e urbanista Rolnik (1995, p. 7), quando disse que: “[...] ao pisarmos nas pedras da cidade, uma emoção forte se apodera de nós”, sentimento esse também demonstrado pela nossa entrevistada: “[...] uma emoção inexplicável em ter a oportunidade de produzir o vinho e tantos outros produtos artesanais que aprendi, graças a oportunidade e o incentivo dos extensionistas da Empaer de Mirassol D’Oeste”.

Rolnik (1995, p. 9) ainda afirma que: “[...] o próprio espaço urbano se encarrega de contar parte de sua história. [...], a cidade é também um registro, uma escrita, materialização de sua própria história”. A partir dessa citação, podemos perceber o quanto da história de vida e de superação de dona Iracy está sendo contada nesse panfleto, uma vez que a agricultura familiar proporciona às famílias rurais a oportunidade de produção artesanal de vários produtos, os quais podem ser comercializados em diversos lugares e, com isso, contribuir com a renda familiar.

Diante do exposto, concordamos com Rolnik (1995, p. 27) quando afirma que “ [...] o trabalho de transformação da natureza é iniciado no campo e completado na cidade, passando o camponês a ser consumidor dos produtos urbanos e estabelecendo-se então a troca entre cidade e campo”.

3.5 Socialização e divulgação do produto: o panfleto

Nessa última etapa do nosso trabalho, tendo como base a sala da turma do 8º ano A da EEBC, composta por 22 alunos, que foram divididos em cinco grupos com quatro ou cinco estudantes cada, teremos cinco panfletos de propaganda, pois os alunos, em conjunto com um pequeno comerciante e/ou agricultor, produzirão um panfleto de propaganda (Apêndice H), com o objetivo de realizarmos a panfletagem nos comércios da cidade.

Nosso objetivo é dar visibilidade ao processo de leitura e escrita e promover a circulação dos textos de propaganda produzidos pelos alunos, ressignificando, assim, o processo de leitura e escrita para além sala de aula. Sobre a circulação na produção do discurso, Orlandi (2005, p. 151) afirma que:

Há vários momentos nesse processo discursivo: o da sua constituição, o da formulação e o da circulação. São três momentos inseparáveis do ponto de vista da significação, ou seja, todos os três concorrem igualmente na produção dos sentidos. Os sentidos são como se constituem, como se formulam e como circulam.

Dessa forma, por meio da organização de uma manhã de autógrafos, os envolvidos em todo o processo de produção, professor e alunos, irão apresentar para a comunidade escolar e à sociedade envolvida o percurso do projeto (Apêndice G).

É chegado o momento de apresentar o panfleto, resultado dos trabalhos de propagandas produzidos em forma de exposição. Na sequência, os educandos envolvidos no projeto realizarão a panfletagem no comércio da cidade para dar maior visibilidade a todo o processo de produção e formulação, funcionando como um processo de circulação “[...] que se dá em certa conjuntura e segundo certas condições” (ORLANDI, 2005, p. 9).

Ao realizar esse trabalho na rua, os estudantes terão a oportunidade de “Passar para o outro lado. Viver. Experimentar. Saber a cidade.” (ORLANDI, 2004, p. 155). E isso é relevante para que a escola, de fato, contribua para a cidadania de forma efetiva, pois, ao “[...] fazer a escola ir para rua”, conforme indicado por Orlandi (2004, p. 152), daremos visibilidade ao processo de

produção de sentidos dos textos de propaganda na cidade de Mirassol D'Oeste - MT.

Dessa forma, concordamos com Orlandi (2004, p. 155, grifo da autora) quando diz que: “[...] isso significa compreender que o “conhecimento” não é um conteúdo guardado na Escola; ele está no mundo (na cidade) em seu real, na relação que o sujeito estabelece com o entorno em que vive”.

Com isso, ao fazer com que as produções dos alunos circulem, visibilizaremos todo o processo de produção, pois “[...] a significação é um movimento, um trabalho na história e as diferentes linguagens com suas diferentes matérias significantes são partes constitutivas dessa história” (ORLANDI, 1995, p. 40).

A partir dessa reflexão, pudemos ressignificar o nosso fazer pedagógico, possibilitando, na relação professor–aluno, conforme Lagazzy-Rodrigues (2003), produzir saberes que geram efeitos em nós, professores e alunos.

Almejamos, portanto, que haja uma interlocução entre teoria e prática, pois só assim é que conseguiremos fazer da sala de aula um espaço significativo, em que as produções dos alunos passem a circular para além dos muros da escola. Concordamos com Silva (2018, p. 93) ao dizer que: “[...] sair dos limites da sala de aula e da escola, estudando, como se a escola alargasse para a rua, para o bairro” e para a cidade, pode reverberar o aprendizado não só dos alunos, mas também o nosso, porque nos permitimos aprender com os alunos ao possibilitar que suas produções circulem em outros ambientes, como nos comércios e na cidade, e não só dentro do espaço escolar.

Ao realizar esse movimento escola–cidade, os alunos compreenderão melhor o funcionamento e o uso social da língua, fazendo uma relação entre o saber da escola e o saber que circula na cidade, por meio dos textos de propaganda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conferir a este trabalho o efeito de fecho nos proporciona um misto de sentimentos, pois, mesmo em meio à pandemia da covid-19, conseguimos alçar mais um degrau da escada do conhecimento. Em meio a essa mistura de sensações, confesso que também senti medo ao pensar que não alcançaríamos nossos objetivos, mediante os obstáculos com os quais nos deparamos no decorrer desse percurso, que causou um vazio enorme e deixou um rastro de dor e muita saudade.

Em consequência disso, a ansiedade se tornou uma companhia inseparável e, por várias vezes, pensei em desistir. Contudo, ao mesmo tempo, refletia sobre o quão gratificante seria a possibilidade de colocar em prática a nossa proposta e de continuar colaborando um pouco mais com a educação dos nossos alunos da turma do 8º ano da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz, para a qual o trabalho foi pensado, e de diversas turmas dos anos finais do ensino fundamental, uma vez que essa proposta pode ser estendida a outros locais.

Antes do Profletras, nossas práticas eram baseadas em um discurso pedagógico que visava trabalhar a partir do texto, mas buscando apenas descobrir qual era a intenção do autor (ORLANDI, 1983). A partir dos estudos realizados no mestrado, que nos proporcionaram muitas reflexões em relação às práticas que adotávamos em sala de aula, ansiamos por trabalhar uma proposta que possibilitasse ressignificar o ensino de Língua Portuguesa em sala de aula, por meio da leitura e da escrita dos textos de propaganda.

Uma das premissas era promover os deslocamentos em minhas práticas escolares, para romper com o meu fazer pedagógico tão repetitivo e, por vezes, autoritário, e envolver meus alunos em um movimento escola–cidade, considerando a forma como eu agia em sala, que não despertava o aluno para um aprendizado significativo e prazeroso.

A teoria da Análise de Discurso nos fez enxergar outras possibilidades de se trabalhar com a leitura e a escrita que não fossem apenas no chão da escola. Ao realizar um movimento de levar a escola para a rua, estaríamos buscando “[...] compreender como a linguagem se espacializa na cidade, que formas toma ela, materializando-se num espaço que tem como característica ser um espaço

“público”. Que gestos de interpretação são aí produzidos”. (ORLANDI, 2004, p. 81, grifo da autora).

Quando iniciamos nossos estudos, não tínhamos a dimensão do quão desafiador seria trabalhar a leitura e a escrita a partir dessa perspectiva teórica, pois considerávamos a língua homogênea, não levando em conta a sua opacidade. Dessa forma, ao sairmos de nossa zona de conforto, percebemos o quanto que as nossas práticas em sala de aula impediam a circulação dos sentidos e provocavam um silenciamento por parte dos sujeitos-alunos.

Enfrentamos muitos desafios para elaborar as atividades com base na teoria da AD, devido ao fato de nossa prática sempre nos levar para as ações conteudistas as quais estávamos habituados, porém compreendemos que todo esse fazer e refazer faz parte do processo de apropriação da teoria, levando-nos a refletir sobre nossa prática pedagógica e o nosso modo de ensinar a linguagem, em uma relação entre teoria e prática, de modo que o nosso trabalho seja significativo não só para nós, mas, principalmente, para o aluno.

Ao trabalhar na perspectiva discursiva, constatamos que é possível mudar nossos métodos pedagógicos, por isso procuramos abordar, neste estudo, as possibilidades de realizar as práticas de leitura e de escrita discursivas, por meio dos textos de propaganda, proporcionando aos alunos as condições de produção para que percebam, por meio desse movimento entre escola–cidade, o quanto a exterioridade é constitutiva no contexto escolar e que a cidade produz sentidos, seja por meio do rap, outdoors, rodas de conversa etc., pois “[...] o discurso urbano se dá segundo diferentes modalidades” (ORLANDI, 2004, p. 31).

A proposta procurou trabalhar o movimento escola–cidade, por meio da constituição de um arquivo de leitura, que dará condições ao professor e aos alunos para (re)significarem o espaço da sala de aula, observando como “os sujeitos interpretam a cidade, como eles se interpretam na cidade, como a cidade impõe gestos de interpretação, como a interpretação habita a cidade etc” (ORLANDI, 2004, p. 21), e, com isso, perceberem outras possibilidades de leitura e de escrita presentes no espaço urbano, visando provocar rupturas para que novos sentidos sejam produzidos.

Ao refletir sobre o ensino de leitura e escrita, por meio dos textos de propaganda, na disciplina de Língua Portuguesa, pensamos que à escola cabe

oportunizar aos alunos condições de produção e reflexão que os leve a passar da posição sujeito-leitor para sujeito-autor.

Ademais, a nossa proposta visa trabalhar atividades sobre a língua e a linguagem pela perspectiva discursiva em sala de aula, que não tenha somente o livro didático como suporte e que proporcione aos estudantes condições de circularem pelo espaço urbano para observarem e compreenderem: as condições de produção dos textos de propaganda; como estão sendo distribuídos; se esses textos estabelecem sentidos com outros textos e quais sentidos têm relação com sua exterioridade e condições de produção determinadas nos diferentes espaços sociais.

A nossa pesquisa contribuiu no sentido de nos fazer pensar o lugar do aluno e sua aprendizagem como sendo constitutiva no espaço escolar e além deste. Trabalhar com o tema leitura e escrita em textos de propagandas movimentam sentidos acerca da posição sujeito-leitor e o modo como este se marca na escrita.

Espero que eu consiga aplicar essas atividades não só na minha prática docente como, a partir de sua efetividade, abram-se caminhos para a continuidade da pesquisa, buscando recolher informações sobre o impacto de tal proposta metodológica quando colocada em prática em sua completude.

Alcançando tal intento, terei ressignificado não só o aprendizado dos alunos, mas também a minha forma de trabalhar/ensinar a leitura e a escrita em sala de aula, visto que, nesse momento, o processo de ensino-aprendizagem reverberará um efeito positivo no aluno e na sociedade em que o sujeito e o texto estão inseridos, passando a ser significativo tanto para os alunos como para o professor.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Imagem de si no discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.
- ANDRADE, Irlei Gomes de Oliveira. **A Constituição de um glossário de ditados populares**: uma proposta discursiva para o ensino de Língua Portuguesa no Ensino Fundamental. 2016. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação (PROFLETRAS) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, MT, 2016.
- BIRAL, Cíntia Guazzi. **Uma abordagem discursiva sobre leitura e escrita nos processos construtivos da propaganda**. 2016. 150f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação (PROFLETRAS) – Universidade do Estado do Mato Grosso, Cáceres, MT, 2016.
- BOLOGNINI, Carmen Zink. O desafio para o professor a exemplo do filme 2001 uma Odisseia no espaço. In: BOLOGNINI, Carmen Zink; PFEIFFER, Claudia; LAGAZZI, Suzy (Orgs.). **Discurso e ensino**: práticas de linguagem na escola. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2009. p. 39–46.
- BRAGA, Aparecida. **O Verbetes Negro e Sua Inter-Relação na Construção dos Sentidos Étnico-Raciais**: Um Estudo dos Dicionários. 2020. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação (PROFLETRAS) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, MT, 2020.
- BRAGA, Sandro; CASAGRANDE, Jucirlei Pereira. Formação do sujeito-leitor: modos de produzir leitura a partir de anúncios publicitários em livro didático. **Fórum Linguístico**, v. 12, p. 527–541, 2015.
- BRASIL. **Constituição Federal da República de 1988**. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.
- BRASIL. Decreto n.º 407 de 2020. **Diário Oficial nº 27.711**, em 16 de março de 2020. <https://www.iomat.mt.gov.br/portal/edicoes/download/15835>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- BRASIL. Medida Provisória n.º 934, de 1º de abril de 2020. **Diário Oficial da União de 1º/4/2020**. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-934-de-1-de-abril-de-2020-250710591>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- CABRAL HAYASHIDA. Sandra Raquel de Almeida. **Periódicos científicos**: a produção e a circulação da ciência da linguagem no Brasil. Tese (Doutorado em Linguística) – Unicamp – Departamento de Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2012. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/270530/1/CabralHayashida_SandraRaqueldeAlmeida_D.pdf. Acesso em: 19 out. 2020.

CAFIERO, Delaine. **Leitura como processo**: caderno do formador. Belo Horizonte: Ceale/FaE/UFMG, 2005. (Coleção Alfabetização e Letramento).

CAIADO, Roberta; LEFFA, Vilson (Orgs.). **Linguagem**: tecnologia e ensino. 1. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2021.

CÂMARA MUNICIPAL DE MIRASSOL D`OESTE-MT. Disponível em: <https://www.camaramirassoldoeste.mt.gov.br/index.jsf>. Acesso em: 20 fev. 2021.

CANO, Márcio Rogério de Oliveira. Análise do discurso do gênero panfleto. **Anais do SITED Seminário Internacional de Texto, Enunciação e Discurso**. Núcleo de Estudos do Discurso Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, setembro de 2010.

CARNEIRO, Moaci Alves. **LDB fácil**: leitura crítico-compreensiva: artigo a artigo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CARROZA, Guilherme V. Publicidade e propaganda: o jogo de sentidos na configuração da área no Brasil. **Revista Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, SP: Editora RG, 2011. p. 121–136.

CAZARIN, E. A. Leitura: Uma prática discursiva. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, v.6, n. 2. p. 299-313, mai./ago.2006.

COSTA, Greicely Cristina da. **A linguagem vai à escola**: trabalho de leitura, escrita e interpretação. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019.

DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre. [et al.]. **Papel da memória**. 2. ed. Traduzido por José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes Editores, 1999.

DIAS, Cristiane. O Ensino, a leitura e a escrita: Sobre conectividade e mobilidade. **Entremeios: revista de estudos do discurso**, v. 9, jul/2014. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br>. Acesso em: 27 dez. 2021.

DIAS Cristiane. Telecentros como políticas públicas de inclusão digital: Da administração da vida na cidade. In: ORLANDI, Eni P. **Discurso e políticas públicas urbanas**: A fabricação do consenso. Campinas, SP: editora RG, 2010. p. 43–73.

DICIONÁRIO Aurélio on-line. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/aurelio-2/>.

DI RENZO, Ana. Escola e a formulação de políticas linguísticas. **Revista de Letras da Universidade Católica de Brasília**, v. 1, n. 2, p. 5–15, nov./2008. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RL/article/view/945/819>. Acesso em: 30 jul.2021.

DI RENZO, Ana Maria. DURIGON, Francieli Carolina. Estado e Políticas de língua: As práticas de leitura e escrita como produção de sentidos. **Revista Ecos**, ed. 10, Jul/2011.

DI RENZO, Ana Maria. **Estado, a Língua Nacional e a Construção das Políticas Linguísticas**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

DOMINGUES, Andreia Silva; LARAIA, Marilda de Castro. Discurso e memória na escola. In: COSTA, Greciely. (Org.). **A linguagem vai à escola: trabalho de leitura escrita e interpretação**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019. p.103–114.

FARIAS, Joelma Pereira de; SANTANA, Juliana de Castro; NUNES, Cleide Donizete. O papel da interpretação em recursos didáticos e em práticas avaliativas. In: COSTA, Greciely. (Org.). **A linguagem vai à escola: trabalho de leitura escrita e interpretação**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019. p.49–63.

FEDATTO, Carolina Padilha. **Um saber nas ruas: o discurso histórico sobre a cidade brasileira**. 2011. 183 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2011.

FERNANDES, Carolina. **A resistência da imagem: uma análise discursiva dos processos de leitura e escrita de textos visuais**. 2013. Tese (Doutorado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/81377/000901719.pdf?sequence=1>. Acesso em: 18 fev. 2022.

FERNANDES, Carolina. Entre fechamentos e aberturas: a dupla face da autoria nos livros de imagens. In: MITTMANN, Solange. (Org.). **A autoria na disputa pelos sentidos** [recurso eletrônico]. 1. ed. Porto Alegre: Instituto de Letras/UFRGS, 2016.

FERNANDES, Célia Bassuma. **Entre o Mesmo e o Diferente: trajetos dos enunciados proverbiais no discurso publicitário**. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem. Londrina, PR, 2010.

FRACASSE, Luciana. O gênero propaganda bancária na perspectiva da análise do discurso. **V SIGET – Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais International Symposium on Genre Studies** – O Ensino em foco – Agosto de 2009. Caxia do Sul. RS. Brasil.

FURLAN, Cássia Cristina; MEGID, Cristiane Maria. Língua e Linguagem em movimento na sala de aula. In: BOLOGNINI, Carmem Zink; PFEIFFER, Cláudia; LAGAZZI, Suzy (Orgs.). **Discurso e ensino: práticas de linguagem na escola**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2009. p. 9–18.

GUILHAUMOU, Jacques; MALDIDIÉ, Denise. Efeitos do arquivo. A análise do discurso no lado da história. In: ORLANDI, Eni P. (Org.) [et al.]. **Gestos de Leitura**. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

HASHIGUTI, Simone T. Nas teias da leitura. In: BOLOGNINI; Carmen Zink, PFEIFFER Claudia; LAGAZZI Suzy (Orgs.). **Discurso e ensino: práticas de linguagem na escola**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2009. p. 19–29.

HEINST, Andréia de Cássia. **Pioneiros do Século XX: Memória e Relatos sobre a ocupação da cidade de Mirassol D'Oeste**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá, MT, 2003.

INDURSKY, Freda. Da heterogeneidade do discurso à heterogeneidade do texto e suas implicações no processo da leitura. In: ERNST-PEREIRA, Aracy; FUNCK, Susana Bornéo (Orgs.). **A leitura e a escrita como práticas discursivas**. Pelotas, RS: Educat, 2001.

INDURSKY, Freda. As determinações da prática discursiva da escrita. **Revista Desenredo**, Passo Fundo, RS, v. 12, n. 1, p. 30–47, 2016.

INDURSKY, Freda. Leitura, escrita e ensino à luz da análise do discurso. In: NASCIMENTO, L. (Org.). **Presenças de Michel Pêcheux: da análise do discurso ao ensino**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2019. p. 97–120.

LAGAZZY-RODRIGUES, Suzy. A sala de aula e o alvoreço: circulando pela linguagem entre práticas e teorias. **Revista Letras: Espaço de circulação da linguagem**, Santa Maria, RS, n.27, dez. 2003. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/letras/article/view/11899/7321>. Acesso em: 14 dez. 2021.

LAGAZZY-RODRIGUES, S. Texto e autoria. In: ORLANDI, Eni P. (Orgs.). **Introdução às ciências da linguagem - Discurso e textualidade**. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores. 2017, p. 89-114.

LAGAZZY-RODRIGUES, Suzy. Texto e autoria. In: ORLANDI, Eni P.; LAGAZZY-RODRIGUES, Suzy (Orgs.). **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 89–110.

LAGAZZY-RODRIGUES, Suzy. Entre o amarelo e o azul: a história de um percurso. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, SP, n. 44, p. 290–316, 2019. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/lil/article/view/8657818>. Acesso em: 25 maio 2021.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990. (Coleção Repertórios). Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/Hist%C3%B3ria-e-Mem%C3%B3ria.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2021.

LEMO, C. T. G. SOBRE O ENSINAR E O APRENDER NO PROCESSO DE AQUISIÇÃO DA LINGUAGEM. **Cadernos de Estudos Linguísticos**,

Campinas, SP, v. 22, 2012. DOI: 10.20396/cel.v22i0.8636904. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8636904>. Acesso em: 9 jun. 2021.

LIMA, Débora. **Práticas de leitura e de Escrita, na Perspectiva Discursiva, sobre o Distrito de Guariba**: Assunção da Autoria e Processos de Identificação do Sujeito. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, MT, 2018.

MADALENA, Marinês Rodriguês Gonçalves; SZUBRIS, Elisandra Benedita; ZATTAR, Neuza Benedita da Silva. Nomes de Escolas Públicas da cidade de Mirassol D'Oeste–MT: memória de sentidos. **Revista de Estudos Acadêmicos de Letras**, Unemat Editora, v. 8, n. 2, dezembro/2015. ISSN: 2358-8403.

MATO GROSSO. Secretaria de Estado de Educação. **Orientações Curriculares**: Área de Linguagem: Educação Básica. /Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso. Cuiabá: Gráfica Print, 2012.

MATO GROSSO. **Lei n.º 10.232, de 29 de dezembro de 2014**. Proíbe o uso de aparelhos eletrônicos em sala de aula do ensino fundamental e médio do Estado. Disponível em: <https://www.iomat.mt.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/3882#/p:12/ e:3882?find=lei 10.232>. Acesso em: 5 mar. 2021.

MITTMANN, Solange. **A autoria na disputa pelos sentidos**. [recurso eletrônico]. 1. ed. Porto Alegre: Instituto de Letras/UFRGS, 2016.

MONNERAT, Rosane. Imagem e cor no discurso publicitário: o sequestro do olhar. In: **Cadernos do CNLF**, v. XIV, n. 2, t. 2, p. 1067–1077, 2010.

MOTTA, Ana Luiza Artiaga R.; DI RENZO, Ana Maria. Escrita, sujeito leitor e escola: Relações de poder. **Revista da Anppol**, Florianópolis, n. 37, p. 80-93, Jul./Dez. 2014. DOI: <https://doi.org/10.18309/anp.v1i37.773>

NUNES, José Horta. Leitura de arquivo: historicidade e compreensão. In: INDURSKY, Freda; LEANDRO FERREIRA, Maria Cristina (orgs.). **Análise do Discurso no Brasil**: mapeando conceitos, confrontando limites. São Carlos, SP: Claraluz, 2007. p. 373–380.

NUNES, José Horta. Janelas da Cidade: outdoors e efeitos de sentido. In: **Escritos nº 2**. Campinas, SP: Nudecric/Labeurb, 2019.

ORLANDI, Eni P. **A Linguagem e seu funcionamento**: As formas do discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

ORLANDI, Eni P. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. **Rua**, Campinas, v. 1, p. 35-47, 1995.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. 3. ed. Campinas, SP: Cortez, 1996a.

ORLANDI, Eni P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 2007.

ORLANDI, Eni P. **A leitura e os leitores**. Campinas, SP: Pontes Editores, 1998.

ORLANDI, Eni P. **Cidade dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2004.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes Editores, 2005.

ORLANDI, Eni P. **Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. 5. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 1996.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e políticas públicas urbanas**: A fabricação do consenso. Campinas, SP: editora RG, 2010.

ORLANDI, Eni P. Análise de discurso. In: ORLANDI, Eni P.; LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy (Orgs.). **Introdução às ciências da linguagem - Discurso e textualidade**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017. p. 13–36.

OVIEDO, Julia. **Bandeira de Mato Grosso é um dos símbolos mais antigos do país**. Matéria publicada em 18 nov. 2016. Disponível em: <http://www.mt.gov.br/-/5285707-bandeira-de-mato-grosso-e-um-dos-simbolos-mais-antigos-do-pais>. Acesso em: 10 out. 2021.

PACÍFICO, Soraya Maria Romano; ROMÃO, Lucília Maria Sousa. **A memória e o arquivo produzindo sentidos sobre o feminino**. Revista Em Questão. Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 73- 90, jan./jun. 2006. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/24>. Acesso em: 2 set. 2021.

PACÍFICO, Soraya Maria Romano. Argumentação e autoria nos escritos de universitários: o discurso sobre alunos de universidades públicas e particulares. **Revista Práticas de Linguagem**, v. 1, n. 2, jul./dez. 2011.

PASSINI, Michele Teixeira. Autoria na produção científica; entre as fronteiras impostas pela legitimidade. In: MITTMANN, Solange (org.). **A autoria na disputa pelos sentidos**. Porto Alegre: Instituto de Letras, UFRGS, 2016. p. 25-39.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Traduzido por Eni Pulcinelli Orlandi [et al.]. 2. ed. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 1995.

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, Eni P. **Gestos de leitura**: da história no discurso. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

- PÊCHEUX, Michel. Ler Michel Pêcheux hoje. In: ORLANDI, E. P. (Org.). **Análise de discurso:** Michel Pêcheux. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 11–20.
- PÊCHEUX, Michel. Foi “propaganda” mesmo o que você disse? In: ORLANDI, E. P. (Org.). **Análise de discurso:** Michel Pêcheux. 4ª ed. Campinas: Pontes Editores, 2011. p. 73-92.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso – Estrutura ou Acontecimento.** Trad.: Eni P. Orlandi. 5. ed. Campinas, SP.: Pontes Editores, 2008.
- PEREIRA, Rosane da Conceição. **Discurso e publicidade:** dos processos de identificação e alteridade pela propaganda brasileira. Niterói, RJ: EdUFF, 2008.
- PEREIRA, Carla Patrícia de Araújo. **A cor como espelho da sociedade e da cultura:** um estudo do sistema cromático do design de embalagens de alimentos. Tese (Doutorado – Área de Concentração: Design e Arquitetura) - FAUUSP. São Paulo, 2011.
- PEREIRA, Tereza Dias. **História de Mirassol D'Oeste:** Formação e Organização do Município, 1962-2019. 2. ed. Cáceres, MT: Gráfica Tigre, 2019.
- PERINI, Mário A. **Gramática descritiva do português.** São Paulo: Ática, 2005.
- PFEIFFER, Claudia Castellanos. **Que autor é este?** 1995. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 1995. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/270699>. Acesso em: 5 set. 2020.
- PFEIFFER, Claudia Castellanos. **Bem dizer e retórica:** um lugar para o sujeito. 2000. 185p. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Campinas, SP, 2000.
- PFEIFFER, Claudia Castellanos. Cidade e sujeito escolarizado. In: ORLANDI, Eni. (Org.). **Cidade atravessada:** Os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas, SP: Pontes Editores, 2001.
- PFEIFFER, Claudia Castellanos. O leitor no contexto escolar. In: ORLANDI, Eni P. (Org.). **A leitura e os Leitores.** 2. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2003. p. 87–104.
- PFEIFFER, Claudia Castellanos. Instauração de um lugar de pesquisa, de uma posição pesquisadora –tributo a Eni Orlandi. **Traços de linguagem**, v. 2, n. 1, p. 29–35, 2018.
- PPP. **Projeto político pedagógico da Escola Estadual Benedito Cesário da Cruz.** Mirassol D'Oeste, MT. 2020. Documento interno da escola.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MIRASSOL D`OESTE-MT. Disponível em: <https://www.mirassoldoeste.mt.gov.br/pg.php?area=COLONIZADORES>. Acesso em: 15 maio 2021.

ROLNIK, Raquel. **O que é cidade.** São Paulo: Brasiliense, 1995. (Coleção primeiros passos)

SABOIA, Elisangela Dias. **Propagandas e campanhas publicitárias em cartazes:** uma proposta de leitura e produção textual. 2015. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação (PROFLETRAS) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Sinop, MT, 2015.

SALVAGNI, Caroline Foppa. Wikileaks: a autoria na constituição do arquivo. In: MITTMANN, Solange (org.). **A autoria na disputa pelos sentidos.** Porto Alegre: Instituto de Letras, UFRGS, 2016. p.57–68.

SANDMANN, Antônio José. **A Linguagem da Propaganda.** 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA, Elisangela dos Santos. **A Constituição do nome da cidade de Porto Estrela-MT:** uma proposta discursiva para a assunção da autoria no ensino de língua portuguesa. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, MT, 2016.

SILVA, Mariza Vieira; PFEIFFER, Claudia Castellanos; Pedagogização do espaço urbano. In: **RUA** [online]. 2014, Edição Especial - ISSN 1413-2109/e-ISSN 2179-9911. Consultada no Portal Labeurb – Revista do Laboratório de Estudos Urbanos do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade. <http://www.labeurb.unicamp.br/rua>

SILVA, Nilce Maria. **Instrumentos linguísticos de língua brasileira de sinais:** constituição e formulação. Tese (Doutorado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, Campinas, SP, 2012.

SOUZA, Elmara Pereira de. Educação em tempos de pandemia: desafios e possibilidades. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, UESB, Vitória da Conquista, BA Ano XVII, v. 17, n. 30, p. 110–118, jul./dez. 2020.

UFRN. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **Resolução RE n.º 003, de 2 de junho de 2020.** Conselho Gestor, definição das normas sobre a elaboração do trabalho de conclusão do curso para a sexta turma do Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS. Lagoa Nova, RN: Natal, 2020. Disponível em: <http://profletras.ufrn.br/documentos/351494082/2020#.YMoC8mhKjIU>. Acesso em: 30 jul. 2020.

ZOPPI-FONTANA, Mónica Graciela. Cidade e discurso – paradoxos do real, do imaginário, do virtual. In: **RUA**, n. 4, UNICAMP/NUDECRI, Campinas, SP, 1998.

ZOPPI-FONTANA, M. G. A autoria, efeito-leitor e gêneros discursivos. Livro-texto. Curso de Especialização em Língua Portuguesa, UNICAMP/REDEFOR, Sec. de Educação do Estado de São Paulo, 2012.

ANEXO

Anexo A – Hino Municipal de Mirassol D'Oeste - MT

Letra: Natalia Rose Lima

Música: Prof. Abel Santos Anjos Filho

Pela ponte Marechal Rondon
Iluminado de força e de luz
Antônio Lopes Molon
E Benedito Cesário da Cruz

Não há esplendor como o teu
O ouro do sol te veste
Teu brilho também é meu
Eu te amo Mirassol D'Oeste

A mistura de raças e emigrantes
No oeste do nosso Brasil
Mirassol agradece aos retirantes
A fundação desse quinhão varonil

Prosperidade e trabalho é seu lema
Solo incansável e fértil, almeja bom futuro
Se sente honrada e faz jus ao seu emblema
Terra fecunda de cereal maduro

Não há esplendor como o teu
O ouro do sol te veste
Teu brilho também é meu
Eu te amo Mirassol D'Oeste

Município hospitaleiro e povo amigo
Que abre seus braços a quem aqui chegar
Recebe com sorriso afetivo
Com belos riachos e seu verde a saudar

Teu governo é estampa no brasão
Vermelho mostra o amor pátrio e valentia
Verde abundância e dedicação
Na esfera branca da cidade a cortesia

Não há esplendor como o teu
O ouro do sol te veste
Teu brilho também é meu
Eu te amo Mirassol D'Oeste

Ostentando formosa bandeira
Exibindo cores sem igual
Enaltece este povo altaneiro
Saudável geração deste torrão natal

APÊNDICES

Apêndice A – Proposta da atividade de Proposição 1

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: roda de conversa com os alunos

Tempo previsto: 2 aulas (60 minutos)

Conteúdo: o texto de propaganda

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos: materialidade discursiva, memória discursiva e arquivo de leitura

Objetivo(s):

- ✓ Expor a materialidade discursiva a ser trabalhada — o texto de propaganda — assim como toda a proposta do projeto *Leitura e escrita como práticas discursivas: o texto propaganda e o movimento escola– cidade*.
- ✓ Criar espaços de interpretação em sala de aula para que o aluno possa se colocar no lugar do dizer em relação à propaganda na interlocução com os textos, os colegas e o professor.
- ✓ Compreender o impacto que algumas propagandas causam.

Metodologia:

Professor, realize essa atividade a partir de uma roda de conversa com os alunos. Para tanto, sugerimos que apresente todas as etapas a serem desenvolvidas no projeto sobre a materialidade discursiva a ser trabalhada: o texto de propaganda. Nesse momento, é interessante ressaltar a importância da organização do arquivo de leitura e do diário de bordo²⁸ pelos alunos, para que, no decorrer de todo o processo, eles possam acessá-los sempre que necessário e para que sirvam de apoio à pesquisa de possíveis dúvidas, além de ser uma forma de notar como estão sendo afetados por outros gestos de interpretação. Dessa forma, desde o início do trabalho, é promovida a autoria ao sugerir ou

²⁸ Diário de bordo: um caderno que tem como objetivo facilitar o registro referente a todo o processo de estudo do texto de propaganda, permitindo ao estudante refletir sobre a sua prática e o procedimento de sua tarefa.

acrescentar ideias. É importante dizer também que trabalhar, a partir da organização de um arquivo, “[...] vai conduzir o aluno à construção de sua história de leituras e habilitá-lo a se apropriar de enunciados postos a sua disposição para produzir, a partir deles, seus próprios textos” (INDURSKY, 2019, p. 105), ou seja, com essa proposição, os estudantes irão construir suas histórias de leitura.

Deve-se oportunizar ainda aos alunos momentos de reflexão, pois “o aluno traz, para a leitura, a sua experiência discursiva, que inclui sua relação com todas as formas de linguagem”. (Orlandi, 1996a, 38), realizando alguns questionamentos (que serão postos na lousa, mas não serão copiados no caderno), os quais servirão de interlocução para reflexão, debate e compreensão sobre a propaganda e “[...] os vários momentos nesse processo discursivo[...]” (ORLANDI, 2004, p. 134), sendo isso imperativo para o trabalho em sala de aula, uma vez que não pode estar apartado da realidade dos estudantes, ou seja, as vivências da linguagem fazendo sentido, o que justifica a proposta para compreender o movimento da cidade.

II – ATIVIDADE PROPOSTA:

Questões para reflexão

- 1 – Onde podemos encontrar o texto de propaganda?
- 2 – Quais são os tipos de propaganda que vocês conhecem?
- 3 – Todo texto pode ter linguagem informal, aquela linguagem mais direta com o público, espontânea e despreocupada com as normas gramaticais. Ou o texto pode ter a linguagem formal, uma linguagem mais rebuscada, também chamada de “cultura”, pautada no uso correto das normas gramaticais. Sendo assim, para você, que tipo de linguagem aparece nas propagandas?
- 4 – Quem pode fazer propaganda?
- 5 – Você considera a propaganda importante? Justifique.

Referências bibliográficas

INDURSKY, Freda. Leitura, escrita e ensino à luz da análise do discurso. In: Nascimento, L. (Org.). **Presenças de Michel Pêcheux**: da análise do discurso ao ensino. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2019. p. 97–120.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. 3. ed. Campinas, SP: Cortez, 1996a.

ORLANDI, Eni P. **Cidade dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2004.

Apêndice B – Proposta da Atividade de Proposição 2

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: noções gerais sobre o texto de propaganda

Tempo previsto: 4 aulas (60 minutos)

Conteúdo: o texto de propaganda

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos: condições de produção e gestos de leitura

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo(s):

- ✓ Conhecer a história dos textos de propaganda.
- ✓ Compreender as condições de produção da produção dos textos de propaganda.

Metodologia:

Professor, para realizar essa atividade, utilize o datashow e as cópias impressas do texto *Um pouco da história da propaganda e A evolução da propaganda*²⁹, visando realizar a contextualização da história da propaganda, como ela surgiu, qual era o seu propósito naquela época, sua trajetória e evolução até os dias atuais. No decorrer da apresentação, dê sempre a oportunidade aos alunos de questionarem e/ou complementarem as informações apresentadas.

Oriente os alunos a anotar tudo que considerarem importante sobre a história da propaganda, pois, dessa forma, eles contemplarão a organização do arquivo de leitura, pois, segundo Cabral Hayashida (2012, p. 66), “o texto, ao mobilizar diferentes contextos, textos, intertextos dá visibilidade ao forte atravessamento de subjetividades, fazendo ressoar diferentes sentidos decorrentes de formações discursivas distintas”. O principal propósito de trabalhar a propaganda é possibilitar a repercussão dos diferentes sentidos produzidos de forma que reverbere significativamente na sua vida social.

Na aula, com o objetivo de compreender melhor os assuntos abordados, apresente um vídeo do YouTube intitulado *50 anos de Propaganda no Brasil*, por

²⁹ Texto disponível em: <http://www.vouk.com.br/view/16/um-pouco-da-historia-da-propaganda>. Acesso em 17 jan. 2020.

meio do link de acesso: <https://youtu.be/BUoP4ESlqts>. Após assistirem, peça aos alunos que comentem as impressões que tiveram do conteúdo apresentado no vídeo.

II – ATIVIDADE PROPOSTA:

Texto 1:

Um pouco da história da propaganda

Com base nos relatos de historiadores, os registros históricos mais antigos são de Pompéia (Ita) onde foram encontradas algumas tabuletas divulgando as casas de banho e lutas de gladiadores, além de pregoeiros que divulgavam a venda de produtos como gado e escravos usando a própria voz. Os historiadores também citam a inscrição de Behistun (c. 515 a.C.), detalhando a ascensão de Dario I ao trono persa, que é vista pela maioria dos historiadores como um dos primeiros exemplos de propaganda.

No Egito antigo, a publicidade era utilizada através de desenhos em paredes e rochas e, praticamente a mesma coisa acontecia na Grécia antiga.

O primeiro panfleto apareceu em Paris no ano de 1482 e divulgava uma manifestação religiosa, chamada de “O grande perdão de Nossa Senhora” que seria feita em Reims. Durante a idade média começam a serem utilizados os primeiros símbolos (ícones) e sua associação a produtos, produtores e serviços, o que hoje conhecemos como logotipos/logomarcas.

Nos registros do Vaticano consta que em 1622, o Papa Gregório XV criou uma comissão de cardeais para difundir o catolicismo nos países não católicos. Na ocasião esta ação foi chamada pela igreja de Congregatio de Propaganda Fide, cuja tradução é: "**Congregação para Propagar a Fé**", Desde então a palavra Propaganda vem sendo utilizada como ações para divulgar/propagar algo.

Em 1625 surgiu o primeiro anúncio, no jornal inglês Mercurius Britanicus, sobre um livro. Seis anos mais tarde surge a primeira seção de anúncios no jornal de T. Renaudot (em Paris), para atrair a atenção dos leitores. Esta seção se tornaria com o tempo na maior fonte de renda para a imprensa.

Em 1704 foi publicado o primeiro anúncio americano, que divulgava um empreendimento imobiliário. No Brasil os primeiros anúncios, em jornais, surgiram na segunda metade do século XIX.

Praticamente junto com a Revolução Industrial (em 1841) nasceu a primeira agência, fundada por Volney B. Palmer, na Filadélfia, que ainda utilizava mensagens informativas. Com o desenvolvimento da indústria e a produção em série, as mensagens publicitárias passaram a ser mais persuasivas/ vendedoras.

A organização e aplicação da atividade publicitária é atribuída ao jornalista Walter Lippman e pelo psicólogo Edward Bernays (ambos americanos) durante a primeira guerra mundial (1914-1918).

Em 1913 foi fundada a Eclética, a primeira agência brasileira que tinha entre seus clientes a Ford, Kolynos, biscoitos Aymoré e a Quaker. O grande desenvolvimento das agências ocorreu durante e logo após a segunda grande guerra.

Texto 2:

A evolução da propaganda

Um longo caminho foi necessário para que as propagandas fossem feitas da maneira que são hoje. Durante a história, ela foi utilizada diversas vezes para reforçar ideologias dos países e afirmar valores de grupos que estavam no poder.

No século 19, logo no início de sua criação, muitas tinham como marca registrada imagens grandes e do corpo inteiro de pessoas.

Logo em seguida, no começo do século 20, os anúncios começaram a ser mais baseados em imagens. O texto ainda desempenhava um papel importante, mas era mais utilizado como um slogan.

O mundo atravessava uma época de conflitos políticos, e muitas propagandas foram criadas dentro desse contexto por meio de cartazes, panfletos e também no cinema e televisão. Além disso, o século 20 foi marcado pela luta das mulheres pela conquista de mais espaço e liberdade dentro da sociedade

A década de 1950 trouxe um balanço nas propagandas, com layouts experimentais. A partir dos anos 1960, as principais lideranças do setor publicitário surgiram, e as principais agências de publicidade do mercado começaram a ditar as regras do mercado. Durante a década, que ficou conhecida como a Era de Ouro da publicidade, os anúncios encontraram uma voz mais jovem e um maior senso de otimismo e criatividade.

No período da década de 80, os anúncios tornaram-se cada vez mais segmentados, inclusive no Brasil, onde o mercado editorial passou por grandes mudanças. Só então, a partir dos anos 90, pudemos presenciar o surgimento da internet e da publicidade online, que vem evoluindo até os dias de hoje e se adaptando às novas tecnologias disponíveis.

A popularização das redes sociais fez com que anúncios nesses sites surgissem em banners e pop-up de anúncios, que já eram segmentados pelo público. Hoje, graças à evolução do meio digital e também do mercado publicitário, nasceram também os anúncios nativos e as postagens patrocinadas como principal maneira de fazer propaganda de um negócio ou produto. Ao invés de perturbarem as experiências online dos usuários, os comerciantes começaram a completar ou melhorá-las com anúncios menos invasivos e mais segmentados de acordo com cada usuário que acessa um site.

Texto 3:

Vídeo: **50 anos de Propaganda no Brasil**, disponível em:
<https://youtu.be/BUoP4ESlqts>

Referências bibliográficas

CABRAL HAYASHIDA. Sandra Raquel de Almeida. **Periódicos científicos: a produção e a circulação da ciência da linguagem no Brasil**. Tese (Doutorado em Linguística) – Unicamp – Departamento de Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2012. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/270530/1/CabralHayashida_SandraRaqueldeAlmeida_D.pdf. Acesso em: 19 out. 2020.

Links de internet:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjrgMSGsLqAhVTLLkGHZhIC_sQFjADegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Fwww.vouk.com.br%2Fview%2F16%2Fum-pouco-da-historia-dapropaganda&usg=AOvVaw2C7VjWO5VblagnAELC5AmQ

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjrgMSGsLqAhVTLLkGHZhIC_sQFjAMegQICRAB&url=https%3A%2F%2Fpt.wikipedia.org%2Fwiki%2FPropaganda&usg=AOvVaw071Muf8t74UItxwd7IHVdK

Vídeo no youtube: “50 anos de Propaganda no Brasil”,
<https://youtu.be/BUoP4ESlqts>

Apêndice C – Proposta da Atividade de Proposição 3

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: significando a relação do aluno com o texto de propaganda

Tempo previsto: 8 aulas (60 minutos)

Conteúdo: constituição de um arquivo de leitura

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos: gestos de leitura, memória, interpretação e arquivo de leitura

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo(s):

- ✓ Oportunizar aos alunos a construção de conhecimentos sobre o texto de propaganda, por meio da pesquisa e seleção de materiais disponíveis na internet sobre o assunto.
- ✓ Compreender e diferenciar o que é propaganda e publicidade.
- ✓ Conhecer e distinguir os diferentes tipos de propaganda: comercial, de serviços, de pessoas e de ideias.
- ✓ Compreender a constituição e a formulação do texto de propaganda.

Metodologia:

Professor, para a primeira e segunda aula, apresente, por meio do datashow, um texto de propaganda e outro de publicidade, visando instigar os alunos a exporem seus conhecimentos sobre o assunto abordado, pois “[...] a autoria é injunção do dizer, assim como o é a interpretação[...]” (ORLANDI, 2012, p.91). Ao apresentarem seus conhecimentos, a interpretação que fazem tanto da propaganda quanto da publicidade, os alunos darão visibilidade à função- autor. Nesse momento de interação, aproveite para abordar sobre os diferentes tipos de propagandas: comercial, de serviços, de pessoas, de ideias etc. e oriente os alunos para que façam as anotações que acharem pertinentes sobre o assunto, de forma a contemplar o arquivo de leitura, que está em processo de constituição.

Da terceira até a sexta aula, trabalhe com os alunos no laboratório de informática. Para isso, organize os alunos em grupos de quatro a cinco componentes, a depender do número de alunos da turma. Organizados os

grupos, sugerimos retomar os conteúdos trabalhados na atividade anterior (sobre o que é propaganda e os elementos que compõem o texto de propaganda). Cada grupo deve realizar uma pesquisa, fazendo anotações relevantes ao assunto trabalhado, e selecionar dois textos: um de propaganda e outro de publicidade para fazer a comparação, observando as semelhanças e as diferenças entre ambos os textos e, na próxima aula, as análises serão socializadas com os demais alunos e professor.

Na sétima e oitava aula, os alunos podem projetar, por meio de um datashow, as propagandas selecionadas e apresentar suas análises para os demais colegas e professor, a fim de manifestar seus gestos de leitura e a compreensão a respeito das propagandas selecionadas, porque, conforme aponta Orlandi (2005, p. 87) “a formulação dá corpo aos sentidos, dá-se corpo em palavras; nesse processo entra o imaginário, a ideologia, de modo central (gestos de interpretação).” E, nesse imaginário, a ideologia e os gestos de interpretação estarão presentes nas análises dos alunos.

II – ATIVIDADE PROPOSTA:

I – Sugestão de textos para a primeira aula: usando o datashow, projete estes textos e peça aos alunos para observá-los e comentar quais são as semelhanças e diferenças entre eles.

Cartaz da campanha Mirassol D'Oeste sem fome e sem covid-19



Fonte: Imagem retirada da internet.

Folder de propaganda do Mercado Queiroz

VEM PRA CA!

Queiroz
O melhor para todos nós

LUGAR DE ECONOMIZAS
É AQUI.

OFERTAS VÁLIDAS DE 14 A 19/08/2021
OU ENQUANTO DURAR O ESTOQUE - MERCADO QUEIROZ S/MS - CENTRO

CENOURA KG R\$ 3,49	BATATA KG R\$ 3,49	BANANA NANICA - KG R\$ 2,09	CHUCHU KG R\$ 3,65
PIMENTÃO VERDE - KG R\$ 7,79	REPOLHO KG R\$ 3,65	MAÇA KG R\$ 3,99	LARANJA KG R\$ 2,49
BANANA MAÇA KG R\$ 2,49	BATATA DOCE - KG R\$ 2,05	TOMATE KG R\$ 3,49	ALFACE UNID. R\$ 2,99
Quarta & Quinta Verde		MELÃO KG R\$ 5,99	CEBOLA - KG R\$ 2,19

Fonte: Imagem retirada do Facebook do mercado.

II – Sugerimos alguns tópicos para a orientação da pesquisa, na sala do laboratório de informática, sobre o texto de propaganda:

- 1 – Conceito de propaganda;
- 2 – Conceito de publicidade;
- 3 – Tipos de propagandas;
- 4 – Elementos que compõem o texto de propaganda;
- 5 – Modos de circulação;
- 6 – Outras questões que os alunos julgarem pertinentes.

III – Peça aos grupos de alunos que selecionem duas propagandas/publicidade e realizem a análise para posterior socialização em sala de aula.

Referências bibliográficas

ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto:** formulação e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes Editores, 2005.

Texto supermercado Queiroz:

https://www.facebook.com/commerce/listing/2911903172409775/?ref=share_attachment

Texto Campanha de arrecadação de alimentos e roupas:

<http://www.tjmt.jus.br/Noticias/59258#.YR2Hp0zmPIU>

Apêndice D – Proposta da Atividade de Proposição 4

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: pesquisa e seleção de textos de propaganda da cidade de Mirassol D'Oeste

Tempo previsto: 6 aulas (60 minutos)

Conteúdo: o texto de propaganda como materialidade discursiva

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos/Noções que sustentam a elaboração da atividade: gestos de leitura, memória discursiva, arquivo, constituição e formulação.

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo(s):

- ✓ Pesquisar propagandas da cidade em sites locais.
- ✓ Ouvir propagandas veiculadas nas rádios e TVs locais.
- ✓ Selecionar uma propaganda para socialização em sala de aula.
- ✓ Analisar o texto de propaganda.
- ✓ Identificar os elementos constitutivos da propaganda.
- ✓ Compreender os sentidos postos e não ditos na leitura escolar, por meio da leitura e análise da propaganda.

Metodologia:

Essa atividade será trabalhada em seis aulas, sendo que, na primeira e na segunda aula, os alunos, divididos em grupos, realizarão pesquisas no laboratório de informática, por meio de sites locais sobre propagandas da cidade de Mirassol D'Oeste, e selecionarão duas para serem analisadas posteriormente em sala de aula.

Como sugestão de atividade extraclasse, os alunos terão que ouvir as propagandas divulgadas nas rádios locais e/ou assistir a um canal de TV local (se tiver) e, em seus respectivos grupos, terão que escolher uma propaganda veiculada nesses suportes para ser lida e analisada em sala na terceira e quarta aula. A ideia é colocar o aluno para refletir sobre as propagandas que ouviram/viram em casa e na rua porque [...] nem a escrita nem a leitura se esgotam no espaço escolar. (ORLANDI, 2012, p. 122).

Para a quinta e sexta aula, com as propagandas selecionadas e expostas na sala de aula, por meio do datashow e da caixa de som, instigue os alunos a pensarem a respeito dos sujeitos envolvidos na elaboração de cada propaganda e de como ele é afetado por esse texto. É interessante também compreender a respeito da circulação e do veículo em que elas são dispostas, do tempo do rádio e da televisão e se há diferenças ou semelhanças entre o texto da propaganda de rádio e da televisão. Refletindo nesses itens, eles terão melhores condições de produzirem gestos de leitura e escrita.

Dessa forma, serão criadas condições para que os alunos realizem novos gestos de interpretação enquanto sujeitos-leitores e como autores de suas leituras.

II – ATIVIDADE PROPOSTA:

Sugerimos alguns tópicos para nortearem a atividade sobre o texto de propaganda:

- 1 – Quem são os sujeitos envolvidos na elaboração de cada propaganda?
- 2 – Qual é o sujeito destinatário da propaganda?
- 3 – Onde circula e qual é veículo de comunicação?
- 4 – Há diferenças entre o tempo do rádio e da televisão?
- 5 – Há diferenças entre o texto da propaganda de rádio e da televisão?

Referências bibliográficas:

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. 9. ed. Campinas, SP: Cortez, 2012.

Sites locais pesquisados na internet.

Propagandas veiculadas no rádio e na televisão.

Apêndice E – Proposta da Atividade de Proposição 5

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: aula de campo

Tempo previsto: 9 aulas (60 minutos)

Conteúdo: conhecer a cidade

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos/Noções que sustentam a elaboração da atividade: constituição, formulação e circulação do texto de propaganda.

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo(s):

- ✓ Conhecer a cidade.
- ✓ Oportunizar aos alunos conhecer a cidade de forma discursiva.
- ✓ Compreender todo o processo de organização, confecção e circulação do texto de propaganda.
- ✓ Compreender os sentidos de leitura por meio das propagandas.

Metodologia:

Professor, para realizar essa atividade, na primeira aula, registre na lousa (não há necessidade de os alunos copiarem) alguns questionamentos que servirão como reflexão acerca do assunto trabalhado: o texto de propaganda. Os alunos deverão ser instigados a expor suas impressões sobre esse assunto. Na segunda e terceira aula, organize uma palestra com um profissional (designer, publicitário, professor de Arte) para explanar sobre os textos de propaganda e, após finalizá-la, permita que os alunos realizem questionamentos sobre suas curiosidades ao palestrante. Concluídas essas atividades, dê um retorno aos alunos e, se possível, registre na lousa as considerações dos alunos e comente que as condições de produção, o momento histórico e os sujeitos envolvidos no processo de produção do texto de propaganda mudam no decorrer do tempo.

Na quarta e quinta aula, proporcione aos alunos uma aula de campo, com o intuito de conhecer a cidade e observar os tipos de comércios que a compõem, porque, de acordo com Orlandi (2004, p. 156):

Quanto aos sentidos eles mesmos, a Escola tem como tarefa, saindo para a rua, re-encaminhar a linguagem para o real da história[...] a educação implica em percursos. E o que está mais próximo é o que atravessa a cidade. Para isso, a Escola tem que ir pra rua!

Nesse momento, o propósito é trabalhar a linguagem da realidade da cidade, em que a propaganda contribuirá para a efetivação desse processo no qual a educação transpõe os muros da escola. É importante orientar os alunos para que façam registros sobre os textos de propaganda dos comércios, por meio de fotos e anotações no diário de bordo. Sugerimos que, na sexta e sétima aula, se for possível, mediante agendamento prévio, seja realizada uma visita in loco em uma gráfica da cidade, com o objetivo de que os alunos conheçam mais sobre o texto de propaganda, o panfleto e as condições de produção, que, para Orlandi (2015), indica o sujeito e a situação.

Dessa forma, será oportunizado aos alunos compreender o processo de organização e confecção de um panfleto, folder de propaganda, para que eles entendam como esses textos são organizados e quem são os envolvidos na produção de um texto de propaganda, que vai desde seu autor, o responsável pela parte gráfica, o divulgador etc.

Na oitava e nona aula, oriente os alunos a apresentar os registros da aula de campo e os conhecimentos obtidos durante a visita na gráfica, com o auxílio do datashow para que haja interação e colaboração entre os alunos, com o objetivo de que eles aprendam a conviver e a trabalhar em grupos, visando promover o envolvimento de todos e a assunção à autoria porque “[...] a autoria é uma função do sujeito.” (ORLANDI, 2009, p. 74).

II – PROPOSTA DE ATIVIDADE:

1. Sugerimos alguns questionamentos para a reflexão na primeira aula:

- Como vocês imaginam que seja produzido um texto de propaganda?
- Quem produz os textos de propaganda?
- Qual o tipo de letra, cores, palavras, suportes e recursos são utilizados na elaboração desse tipo de texto?
- Será que envolve muitos profissionais?
- Existe uma sequência necessária a ser seguida?

– Com o avanço da tecnologia, houve muitas mudanças na maneira de elaborar um texto de propaganda?

Sugestão de atividade 1:

- Se for possível, leve um profissional da área para realizar uma palestra em sala de aula, por exemplo, um designer, um publicitário ou um professor de Arte.

Sugestão de atividade 2:

- Agende, com antecedência, uma visita a uma gráfica da cidade com o objetivo de os alunos visualizarem o processo de constituição e produção do texto de propaganda.

Referências bibliográficas:

ORLANDI, Eni. P. **Cidade dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2004.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

Apêndice F – Proposta da Atividade de Proporção 6

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: elaboração de propaganda

Tempo previsto: 12 aulas (60 minutos)

Conteúdo: elaboração de propaganda com/para os pequenos comerciantes e/ou produtores da cidade de Mirassol D'Oeste

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conceitos/Noções que sustentam a elaboração da atividade: constituição, formulação do texto de propaganda, gestos de leitura e escrita e gestos de autoria.

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo (s):

- ✓ Ressignificar o processo de ensino-aprendizagem do aluno na prática da sala de aula em um movimento escola–cidade.
- ✓ Elaborar uma propaganda voltada para/com os pequenos comerciantes e/ou agricultores da cidade de Mirassol D'Oeste/MT.
- ✓ Reverberar o efeito positivo no aluno e na sociedade na qual esse sujeito e texto estão inseridos.
- ✓ Produzir gestos de autoria na reescrita e na confecção da propaganda.

Metodologia:

Professor, nessa aula, oriente os grupos de alunos (com, no máximo, quatro integrantes) a se unirem a um pequeno comerciante e/ou agricultor de nossa cidade³⁰ para, juntos, escolherem uma temática significativa e elaborarem uma propaganda com o intuito de divulgar o referido estabelecimento e/ou produto. Nesse momento, o objetivo é dar maior visibilidade ao processo de ensino-aprendizagem do aluno, ao trabalho com a linguagem e aos seus gestos de leitura e escrita. Em se tratando da linguagem, vale lembrar que:

³⁰ A escolha em se trabalhar com os pequenos comerciantes e/ou agricultores se dá em virtude de eles, muitas vezes, não fazerem uso de um recurso propagandístico pela questão do conhecimento e/ou, até mesmo, pela falta de recurso financeiro.

A condição da linguagem é a incompletude. Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente. Constituem-se e funcionam sob o modo do entremeio, da relação, da falta do movimento. Essa incompletude atesta a abertura do simbólico, pois a falta é também o lugar do possível. (ORLANDI, 2015, p. 50).

Cientes dessa incompletude da linguagem e do lugar do possível, trabalharemos com os pequenos comerciantes, que, muitas vezes, não dispõem de artefatos para veicularem suas propagandas na mídia local (rádio, por exemplo).

Os alunos irão ao estabelecimento e, em conversa com o comerciante, situar-se-ão sobre os produtos comercializados etc. A partir desse contato inicial, eles farão perguntas sobre as vendas e as saídas dos produtos para juntos elaborarem um discurso que possibilite uma maior circulação daquilo que é comercializado. Assim, a formulação da propaganda será realizada pelos alunos, porém a partir daquilo que o comerciante apresentar sobre o estabelecimento, ou seja, os produtos. Esse processo será mediado pelo aluno/comerciante/professor.

Essa aula será para o momento da elaboração: escrita e reescrita dos textos de propaganda, uma vez que os alunos já estarão com as anotações e as informações sobre de qual comércio e/ou produto irão elaborar um panfleto de propaganda. Os grupos, acompanhados e orientados pelo professor, serão incentivados a colaborar com os outros grupos, visando auxiliar aqueles que apresentaram alguma dificuldade. À medida que avançarem na escrita, poderão compartilhar e refletir a respeito do que escreveram e da temática escolhida. Após a limpeza do texto, que, de acordo com Pfeiffer (1995, p. 39), “é reflexo de autoria.”, os alunos realizarão as correções e as reescritas necessárias, e o professor poderá dar os encaminhamentos para a confecção dos panfletos de propaganda em uma gráfica da cidade.

Ao trabalhar dessa forma, o aluno estará ressignificando o seu aprendizado na prática da sala de aula, em um movimento entre a escola e a cidade, pois, segundo Orlandi (2004, p. 149), “a escola se constitui enquanto lugar de significação/interpretação”. Logo, escola e sujeitos também se significam por estarem inseridos nesse espaço, que é a cidade. Sendo assim, trata-se de um outro modo de aprender a língua, transpondo os limites da sala

de aula, de modo a reverberar um efeito positivo tanto para o aluno quanto para a sociedade na qual esse sujeito e o texto estão inseridos.

Depois de elaborada a propaganda, os alunos produzirão um panfleto como forma de divulgar o produto/comércio a ser anunciado. Para a confecção do panfleto, os alunos deverão analisar e escolher as técnicas que o comporão, como: cores, tipos de letras, imagens, argumentos etc., ou seja, eles revisitarão o arquivo de leitura que constituíram ao longo do processo.

II – PROPOSTA DE ATIVIDADE:

1. Para essa atividade, sugerimos alguns tópicos para reflexão antes da confecção do texto de propaganda (panfleto).

- O produto: utilidade, características, qualidades, desvantagens e vantagens.
- Público-alvo: crianças, jovens, adolescentes e adultos.
- Mensagem de texto.
- Estilo: cores, tamanhos, tipos de objeto, tipo de letra, pano de fundo etc.

2. Colocamos aqui, como exemplo e sugestão, uma entrevista realizada com uma produtora de vinho artesanal de jaboticaba, do município de Mirassol D'Oeste - MT.

Entrevista com Iracy Serenini Falacio: 39 anos de uma história de superação. Realizada por Rosângela

A entrevistada Iracy Serenini Falacio, natural de São João do Caiuá (PR), 63 anos, agricultora, mãe de três filhos, sendo que uma é professora no município de Mirassol D'Oeste - MT.

1) Há quanto tempo a senhora reside em Mirassol D'Oeste? Onde morava antes de vir para Mirassol D'Oeste? Qual motivo a levou a vir para cá?

Moro aqui no município de Mirassol há 39 anos. Nós morávamos em Nova Londrina, no Paraná, e viemos pra cá em busca de uma condição melhor de vida.

2) Como surgiu a ideia de fazer vinho de jaboticaba de forma artesanal? Quais outros produtos artesanais a senhora produz?

Eu consegui a receita com o Milton Viana e a Conceição Saminêz, da Empaer de Mirassol D'Oeste - MT. Eu também faço licores, geleias, doces e compotas.

3) Como é o processo de produção artesanal do vinho de jabuticaba?

Cultivar as jabuticabas até o ponto certo de maturação. Feita a colheita, realizamos a lavagem das jabuticabas. Depois fazemos a seleção para tirar as estragadas. Normalmente, é feita uma lavagem depois da seleção para poder levar as jabuticabas ao freezer para o congelamento, por um período de três a quatro dias mais ou menos. Aí é feita a medida das jabuticabas, do açúcar e da água, todos de boa procedência. Tem que dar uma leve macerada na jabuticaba para colocar na infusão, em um tambor cuja tampa não seja de rosca, pois não pode pegar pressão. Esse processo leva em torno de 50 dias, mexendo a cada três dias com uma colher de pau. Quando chega o dia de corar, preparamos tudo o que precisaremos: coadeira de macarrão, peneira de coar leite, funil, caneca, garrafas, rolhas, tudo muito bem esterilizado. Depois de coado o vinho, nós envazamos nas garrafas, já esterilizadas, fechamos com a rolha, rotulamos com o nome do produto, data de fabricação, data de validade e ingredientes e fazemos a propaganda do produto, que já está pronto para a comercialização.

4) Há quanto tempo a senhora faz produtos artesanais?

Faz 38 anos, desde 1983.

5) Como que a senhora divulga os seus produtos?

No começo, era de boca em boca. Agora, usamos também o status do WhatsApp e as redes sociais dos meus filhos e amigos, por meio da internet.

6) Como é a receptividade de quem adquire o produto?

Pelo que dizem, é ótima, pois sempre elogiam. Mas nós também aceitamos críticas construtivas porque é por meio delas que vamos melhorar nossos produtos.

7) De quando deu início à produção do vinho artesanal até a última produção, ocorreram mudanças? Comente.

Sim. Foi feita a mudança, em que passamos a fazer o processo de congelamento das jabuticabas, de três a quatro dias, para uma melhor esterilização delas.

8) Comente acerca de alguns lugares que seu produto foi vendido.

Os produtos vão para vários lugares. Além de Mirassol, ele também já foi vendido para Cáceres, Cuiabá, Jauru, Sapezal, Pontes e Lacerda, Campo Verde, Paraná, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Zurique/Suíça.

9) A propaganda/divulgação de seus produtos artesanais contribui para a venda deles?

Sim, com toda certeza!

10) Como a senhora avalia seu trabalho desde a produção, divulgação e venda do produto?

Ótima. E sempre buscamos aprimoramento com o pessoal da Empaer/MT³¹, pois o que sei hoje sobre produtos artesanais aprendi por meio dos cursos ministrados por eles aqui na comunidade.

³¹ Empresa Mato-Grossense de Pesquisa, Assistência e Extensão Rural (EMPAER).

Referências bibliográficas:

ORLANDI, Eni P. **Cidade dos Sentidos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2004.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

PFEIFFER, C. R. C. **Que autor é este?** Campinas, SP: Unicamp, 1995.

Apêndice G – Proposta da Atividade de Proporção 7

I – IDENTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE

Ano/série: 8º ano

Atividade: apresentação das atividades

Tempo previsto: 4 aulas (60 minutos)

Fundamentação teórica: Análise de Discurso

Conteúdo: socialização e divulgação do produto: panfleto

Conceitos/Noções que sustentam a elaboração da atividade: gestos de leitura, materialidade significativa, constituição, formulação e circulação do texto de propaganda.

Recursos metodológicos: computador, internet, data show, caixa de som etc.

Objetivo(s):

- ✓ Dar visibilidade ao processo de leitura e escrita e à circulação dos textos de propaganda produzidos pelos alunos.
- ✓ Ressignificar o processo de leitura e escrita para além sala de aula.
- ✓ Organizar um evento para visibilizar o processo de produção em sala de aula.

Metodologia:

Professor, para essa aula, juntamente com os alunos envolvidos em todo o processo de produção, organize uma manhã de autógrafos para apresentar à comunidade escolar e à sociedade envolvida o percurso do projeto. Nesse momento, os alunos apresentarão o panfleto, resultado dos textos de propaganda produzidos em forma de exposição. Na sequência, os estudantes envolvidos no projeto realizarão a panfletagem no comércio da cidade para dar maior visibilidade a todo o processo. Ao realizar esse trabalho na rua, eles terão a oportunidade de “Passar para o outro lado. Viver. Experimentar. Saber a cidade.” (ORLANDI, 2004, p. 155). E isso é relevante para que a escola, de fato, contribua para a cidadania de forma efetiva.

II – PROPOSTA DE ATIVIDADE:

Para a manhã de autógrafos:

- Organize a exposição dos textos de propaganda produzidos pelos alunos.
- realize a panfletagem no comércio da cidade.

Referências bibliográficas:

ORLANDI, Eni. P. **Cidade dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2004.

Apêndice H – Modelo de panfleto de propaganda produzido



PRODUTO ARTESANAL

Agricultura familiar

Ei, você que saboreia um bom vinho! Já provou o delicioso...

Vinho de jabuticaba?

AINDA NÃO!?

Então adquira já o seu!

Aprecie com moderação, para fazer bem ao coração!



 **Contatos: (65) 996903529/ 999543229/ 999138389**

Endereço: Sítio 1° de Malo, Mirassol D'Oeste, Mato Grosso, Brasil; CEP: 78280-000