

**UFRRJ**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO PROFISSIONAL**  
**EM LETRAS -PROFLETRAS**

**DISSERTAÇÃO**

**COMPREENSÃO LEITORA: O USO DE ESTRATÉGIAS**  
**METACOGNITIVAS DE LEITURA DO GÊNERO PROPAGANDA NO**  
**ENSINO FUNDAMENTAL**

**Isabela Borges de Souza**

**2019**



**UFRRJ**

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO PROFISSIONAL  
EM LETRAS - PROFLETRAS**

**COMPREENSÃO LEITORA: O USO DE ESTRATÉGIAS  
METACOGNITIVAS DE LEITURA DO GÊNERO PROPAGANDA NO  
ENSINO FUNDAMENTAL**

**ISABELA BORGES DE SOUZA**

*Sob a orientação da Professora Doutora*

**Roza Maria Palomanes Ribeiro**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestra em Letras**, no Curso de Mestrado Profissional em Letras, Área de Concentração em Linguagens e Letramentos.

Seropédica, RJ

Março de 2019

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S719c Souza, Isabela Borges de, 1989-  
Compreensão leitora: o uso de estratégias metacognitivas  
de leitura do gênero propaganda no ensino fundamental /  
Isabela Borges de Souza. - 2019.  
157 f.

Orientadora: Roza Maria Palomanes Ribeiro.  
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Mestrado Profissional em Letras -  
PROFLETRAS, 2019.

1. Língua Portuguesa. 2. Leitura. 3. Metacognição.  
4. Estratégias metacognitivas. 5. Gênero propaganda. I.  
Ribeiro, Roza Maria Palomanes, 1964-, orient. II  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.  
Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS III.  
Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS – PROFLETRAS**

**ISABELA BORGES DE SOUZA**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestra em Letras, no Programa de Mestrado Profissional em Letras, área de concentração em Linguagens e Letramentos.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 21/03/2019.

**BANCA EXAMINADORA**

*Roza Maria Palomanes Ribeiro*

Profª Dr. Roza Maria Palomanes Ribeiro (UFRRJ)  
Orientadora

*Deise Cristina de Moraes Pinto*

Profª Dr. Deise Cristina de Moraes Pinto (UFRJ)  
Avaliador externo

*Angela Marina Bravin dos Santos*

Prof. Dr. Angela Marina Bravin dos Santos (UFRRJ)  
Avaliador interno

## DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho à professora e amiga Renata Faustino de Andrade (in memoriam), que um dia sonhou em cursar o Profletras, mas partiu deixando saudades.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, a Deus pela oportunidade única em minha vida.

Agradeço, especialmente, à equipe diretiva, orientação pedagógica, aos professores, aos funcionários e aos alunos do Colégio Municipal Padre Anchieta, onde esta pesquisa foi aplicada pelas diversas formas de suporte e companheirismo a mim dispensadas no decorrer da realização deste trabalho.

Agradeço, também, aos meus familiares e aos meus amigos pelo incentivo, pelo apoio e compreensão nos momentos de angústia com o curso.

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Roza Maria Palomanes Ribeiro, pelo auxílio e contribuição inestimável ao trabalho. Sua valiosa colaboração me conduziu à construção de novos conhecimentos.

Agradeço aos professores da banca avaliadora: Deise Cristina e Ângela Marina, pela leitura cuidadosa e pelas significativas sugestões dadas para o aperfeiçoamento deste trabalho.

Agradeço aos professores do Programa de Mestrado Profissional em Letras (Profletras), da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), que souberam compartilhar os seus conhecimentos, de forma sensata e otimista.

Agradeço às colegas do Profletras Camila, Cátia, Natália e Keittimere pelo companheirismo durante todo o curso. Além disso, sou grata pela colaboração nos trabalhos em grupo, pelo apoio em momentos difíceis, por nossas viagens até Seropédica juntas, enfim por toda nossa amizade.

Agradeço aos professores da graduação Fábio Elionar e Alexandre Batista pelo grande incentivo ao prosseguimento dos meus estudos.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001"

*Cada um lê com os olhos que tem. E interpreta a partir de onde os pés pisam. Todo ponto de vista é a vista de um ponto. Para entender como alguém lê é necessário saber como são seus olhos e qual é sua visão de mundo.*

*Leonardo Boff*

SOUZA, Isabela Borges de. **Compreensão leitora: o uso de estratégias metacognitivas de leitura do gênero propaganda no ensino fundamental**. 2019. 157 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras, Linguagens e Letramentos) Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2019.

## RESUMO

Este trabalho tem como primeiro objetivo investigar como a leitura pode ser abordada em sala de aula, de modo a capacitar os alunos a produzirem sentido no que leem em suas práticas sócio-comunicativas. Infelizmente, no que tange ao ensino de leitura, algumas lacunas estão sendo deixadas, o que pode ser observado em avaliações nacionais e internacionais como o PISA. Percebe-se, atualmente, que muitos alunos chegam aos anos finais do Ensino Fundamental II com inúmeras dificuldades para compreender o que leem e fazendo apenas uma leitura decodificada. Diante dessa realidade, a presente pesquisa de intervenção educacional, de cunho interpretativo, tem por segundo objetivo elaborar atividades didáticas para alunos do 7º ano do Ensino Fundamental, que privilegiam a compreensão leitora através de estratégias metacognitivas do gênero propaganda. A abordagem teórica deste trabalho foi ancorada nos estudos de Marcuschi (2008), Koch e Elias (2006), Solé (2003) sobre gênero textual e leitura. Também em Leffa (1996), Jou e Sperb (2006), Hodges e Nobre (2012), Brown (1980) sobre metacognição e estratégias metacognitivas de leitura. Já para a elaboração da proposta de mediação pedagógica embasamo-nos nos estudos sobre sequência didática de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004). Após a realização de uma avaliação diagnóstica, elaborou-se um conjunto de atividades que foram divididas em dois módulos. Por meio das atividades de interpretação, os alunos foram levados a dois objetivos: reconhecer informações importantes no texto e ativar a atenção diante de informações relevantes. O resultado da pesquisa foi significativo, na medida em que ao final se elevou o número de respostas adequadas dos alunos em relação aos dois objetivos propostos. Propõe-se, como possível solução para a dificuldade identificada, que o trabalho com a metacognição perpassasse todas as séries do ensino fundamental. Para tanto, sabe-se que os professores precisam ter ciência de como aplicar isso. Ademais, é preciso que os docentes pesquisem e busquem quais estratégias metacognitivas de leitura são eficientes para o progresso da competência leitora.

**Palavras-chave:** Leitura. Estratégias metacognitivas. Gênero propaganda. Ensino de Língua Portuguesa.



SOUZA, Isabela Borges de. **Reading comprehension: the use of metacognitive strategies of reading the propaganda genre in elementary education.** 2019. 157 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras, Linguagens e Letramentos) Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2019.

### **ABSTRACT**

This work aims to investigate how reading can be approached in the classroom, in order to enable students to make sense of what they read in their social-communicative practices. Unfortunately, as far as teaching reading is concerned, some gaps are being left out, which can be observed in national and international assessments such as PISA. It is now perceived that many students reach the final years of Elementary School II with numerous difficulties to understand what they read and only doing a decoded reading. In view of this reality, the present research of educational intervention, of an interpretative nature, has the second objective to elaborate didactic activities for students of the 7th year of elementary school, who privilege reading comprehension through metacognitive strategies of the propaganda genre. The theoretical approach of this work was anchored in the studies by Marcuschi (2008), Koch and Elias (2006), Solé (2003) on textual genre and reading. Also in Leffa (1996), Jou and Sperb (2006), Hodges and Nobre (2012), Brown (1980) on metacognition and metacognitive strategies of reading. For the elaboration of the proposal of pedagogical mediation we are based on the studies on the didactic sequence of Dolz, Noverraz and Schneuwly (2004). After performing a diagnostic evaluation, a set of activities was elaborated and divided into two modules. Through the activities of interpretation, students were led to two objectives: to recognize important information in the text and to activate attention to relevant information. The result of the research was significant, since in the end the number of adequate answers of the students was raised in relation to the two objectives proposed. It is proposed, as a possible solution to the difficulty identified, that the work with metacognition should go through all the grades of elementary school. For that, it is known that teachers need to be aware of how to apply this. In addition, teachers need to research and seek what metacognitive reading strategies are effective for the progress of reading competence.

**Keywords:** Reading. Metacognitive strategies. Genre propaganda. Teaching of Portuguese Language.

## **LISTA DE SIGLAS**

BNCC- Base Nacional Curricular Comum

CMPA – Colégio Municipal Padre Anchieta

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

PISA - Programa Internacional de Avaliação de Estudantes

PCN – Parâmetros Curriculares Nacionais

PROFLETRAS – Programa de Mestrado Profissional em Letras

SD – Sequência Didática

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 1 a 6 relacionadas ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto) .....	76
Gráfico 2: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 1 a 6 relacionadas ao objetivo 2 (ativar a atenção diante de informações relevantes) .....	77
Gráfico 3: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 7 a 9 relacionadas ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto) .....	93
Gráfico 4: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 8 a 11 relacionadas ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes) .....	94
Gráfico 5: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 12 a 17 relacionadas ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto) .....	114
Gráfico 6: Desempenho dos alunos quanto às atividades de 12 a 17 relacionadas ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes) .....	116
Gráfico 7: Desempenho dos alunos na diagnose relacionada ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto) .....	123
Gráfico 8: Desempenho dos alunos na avaliação final relacionada ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto) .....	123
Gráfico 9: Desempenho dos alunos na diagnose relacionada ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes) .....	125
Gráfico 10: Desempenho dos alunos na avaliação final em relação ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes) .....	125

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Campanha de doação de órgãos ATX-BA.....	17
Figura 2- Campanha de doação de órgãos ATX-BA.....	17
Figura 3- Campanha de doação de órgãos ATX-BA.....	18
Figura 4 - Campanha publicitária do SBT.....	18
Figura 5 - Campanha sobre o trânsito do Governo de São Paulo.....	19
Figura 6: esquema da sequência didática .....	37
Figura 7: Propaganda da Hortifruti (Hollywood) .....	42
Figura 8: Propaganda da TAM .....	42
Figura 9: Propaganda da Nestlé.....	43
Figura 10: Atividade diagnóstica realizada pela aluna V.A. ....	46
Figura 11: Atividade diagnóstica realizada pela aluna M.J.....	47
Figura 12: Atividade diagnóstica realizada pela aluna V.G. ....	47
Figura 13: Atividade diagnóstica realizada pelo aluno G.H.....	47
Figura 14: Atividade diagnóstica realizada pela aluna M.V. ....	48
Figura 15: Atividade 1 .....	49
Figura 16: Atividade 1 elaborada pelo aluno G.H.....	50
Figura 17: Atividade 1 elaborada pela aluna V.L.....	50
Figura 18: Atividade 1 elaborada pela aluna V.G. ....	50
Figura 19: Atividade 1 elaborada pela aluna M.J.....	51
Figura 20: Atividade 1 elaborada pelo aluno L.F. ....	51
Figura 21: Atividade 1 elaborada pela aluna N. ....	51
Figura 22: Atividade 1 elaborada pela aluna L.V.....	51
Figura 23: Atividade 1 elaborada pelo aluno A.....	52
Figura 24: Atividade 1 elaborada pela aluna M.E. ....	52
Figura 25: Atividade 2.....	53
Figura 26: Atividade 2 elaborada pelo aluno L.F.....	54
Figura 27: Atividade 2 elaborada pelo aluno G.H.....	54
Figura 28: Atividade 2 elaborada pela aluna L.....	55
Figura 29: Atividade 2 elaborada pela aluna N. ....	55
Figura 30: Atividade 2 elaborada pelo aluno F. ....	55
Figura 31: Atividade 2 elaborada pela aluna M.V.....	55
Figura 32: Atividade 2 elaborada pelo aluno L.F.....	56

Figura 33: Atividade 2 elaborada pela aluna M.E. ....	56
Figura 34: Atividade 2 elaborada pelo aluno T. ....	56
Figura 35: Atividade 2 elaborada pelo aluno A. ....	56
Figura 36: Atividade 2 elaborada pela aluna N. ....	57
Figura 37: Atividade 2 elaborada pela aluna A.L. ....	57
Figura 38: Atividade 2 elaborada pelo aluno R. ....	57
Figura 39: Atividade 2 elaborada pelo aluno T. ....	58
Figura 40: Atividade 2 elaborada pela aluna L. ....	58
Figura 41: Atividade 2 elaborada pela aluna J. ....	58
Figura 42: Atividade 2 elaborada pela aluna V.G. ....	58
Figura 43: Atividade 3 ....	59
Figura 44: Atividade 3 elaborada pela aluna M. ....	60
Figura 45: Atividade 3 elaborada pela aluna N. ....	60
Figura 46: Atividade 3 elaborada pelo aluno R. ....	61
Figura 47: Atividade 3 elaborada pelo aluno L. ....	61
Figura 48: Atividade pela aluna M.J. ....	61
Figura 49: Atividade 4 ....	62
Figura 50: Atividade 4 elaborada pela aluna A.L. ....	63
Figura 51: Atividade 4 elaborada pela aluna N. ....	63
Figura 52: Atividade 4 elaborada pela aluna M.V. ....	63
Figura 53: Atividade 4 elaborada pelo aluno R. ....	64
Figura 54: Atividade 4 elaborada pela aluna L. ....	64
Figura 55: Atividade 4 elaborada pela aluna N. ....	64
Figura 56: Atividade 4 ....	64
Figura 57: Atividade 4 elaborada pela aluna M.E. ....	65
Figura 58: Atividade 4 elaborada pela aluna V.G. ....	65
Figura 59: Atividade elaborada pela aluna M.J. ....	65
Figura 60: Atividade elaborada pela aluna R. ....	65
Figura 61: Atividade 5 ....	66
Figura 62: Atividade elaborada pela aluna R. ....	67
Figura 63: Atividade elaborada pela aluna M.E. ....	67
Figura 64: Atividade elaborada pela aluna A.L. ....	68
Figura 65: Atividade elaborada pelo aluno R. ....	68

Figura 66: Atividade 6.....	68
Figura 67: Atividade elaborada pela aluna N. ....	69
Figura 68: Atividade elaborada pela aluna R. ....	69
Figura 69: Atividade elaborada pela aluna N.R. ....	69
Figura 70: Atividade elaborada pela aluna L.....	70
Figura 71: Atividade 6 elaborada pela aluna M.E. ....	70
Figura 72: Atividade 6 elaborada pela aluna A.L.....	70
Figura 73: Atividade 6 elaborada pela aluna R. ....	71
Figura 74: Atividade elaborada pela aluna M. ....	71
Figura 75: Atividade 7.....	74
Figura 76: Atividade 8.....	75
Figura 77: Continuação atividade 8.....	76
Figura 78: Atividade 9.....	77
Figura 79: Atividade 10.....	78
Figura 80: Atividade 11.....	79
Figura 81: Atividade 7.....	80
Figura 82: Atividade 7 elaborada pelo aluno L.F.....	81
Figura 83: Atividade 7 elaborada pelo aluno T. ....	81
Figura 84: Atividade elaborada pelo aluno F. ....	81
Figura 85: Atividade 7 elaborada pela aluna L.....	81
Figura 86: Atividade 8 elaborada pela aluna V.L.....	82
Figura 87: Atividade 8 elaborada pela aluna V.A. ....	82
Figura 88: Atividade 8 elaborada pela aluna L.....	83
Figura 89: Atividade 8 elaborada pelo aluno A.....	83
Figura 90: Atividade 8 elaborada pela aluna R. ....	83
Figura 91: Atividade 8 elaborada pela aluna M.E. ....	84
Figura 92: Atividade 8 elaborada pelo aluno F. ....	84
Figura 93: Atividade 9 elaborada pela aluna M. ....	85
Figura 94: Atividade 9 elaborada pela aluna V.G. ....	85
Figura 95: Atividade 9 elaborada pela aluna M.V.....	85
Figura 96: Atividade 9 elaborada pelo aluno G.H.....	85
Figura 97: Atividade 10 elaborada pela aluna R. ....	86
Figura 98: Atividade 10 elaborada pela aluna N. ....	86

Figura 99: Atividade 11 elaborada pelo aluno T. ....	87
Figura 100: Atividade 11 elaborada pela aluna R. ....	88
Figura 101: Atividade 11 elaborada pela aluna L.....	88
Figura 102: Atividade elaborada pela aluna M.J.....	88
Figura 103: Atividade 12.....	92
Figura 104: Atividade 12 elaborada pela aluna L.....	93
Figura 105: Atividade 12 elaborada pela aluna J. ....	93
Figura 106: Atividade 12 elaborada pelo aluno G.H.....	93
Figura 107: Atividade 12 elaborada pelo aluno A.....	93
Figura 108: Atividade 12 elaborada pela aluna V.G. ....	94
Figura 109: Atividade 13.....	94
Figura 110: Atividade 13 elaborada pela aluna L.....	95
Figura 111: Atividade 13 elaborada pela aluna M.J.....	95
Figura 112: Atividade 13 elaborada pelo aluno A.....	95
Figura 113: Atividade 13 elaborada pela aluna J. ....	96
Figura 114: Atividade 13 elaborada pelo aluno G.H.....	96
Figura 115: Atividade 13 elaborada pela aluna L.....	96
Figura 116: Atividade 13.....	97
Figura 117: Atividade 14 elaborada pela aluna M.J.....	98
Figura 118: Atividade 14 elaborada pela aluna N. ....	98
Figura 119: Atividade 14 elaborada pelo aluno G.H.....	98
Figura 120: Atividade 14 elaborada pela aluna L.....	99
Figura 121: Atividade 14 elaborada pela aluna V.A. ....	99
Figura 122: Atividade 14 elaborada pela aluna M. ....	99
Figura 123: Atividade 15.....	100
Figura 124: Continuação da atividade 15.....	101
Figura 125: Atividade 15 elaborada pelo aluno L.F.....	102
Figura 126: Atividade 15 elaborada pelo aluno F. ....	102
Figura 127: Atividade 15 elaborada pelo aluno R.....	102
Figura 128: Atividade 15 elaborada pela aluna V.G. ....	102
Figura 129: Atividade 15 elaborada pela aluna L.V.....	103
Figura 130: Atividade 15 elaborada pela aluna A.L.....	103
Figura 131: Atividade 15 elaborada pela aluna N. ....	104

Figura 132: Atividade 15 elaborada pelo aluno T. ....	104
Figura 133: Atividade 16.....	105
Figura 134: Atividade 16 elaborada pela aluna L.....	105
Figura 135: Atividade 16 elaborada pela aluna R. ....	106
Figura 136: Atividade 16 elaborada pela aluna M. ....	106
Figura 137: Atividade 16 elaborada pelo aluno L.F.....	106
Figura 138: Atividade 16 elaborada pelo L.F.....	106
Figura 139: Atividade 16 elaborada pelo aluno R. ....	107
Figura 140: Atividade 16 elaborada pela aluna J. ....	107
Figura 141: Atividade 17.....	107
Figura 142: Atividade 17 elaborada pelo aluno A.....	108
Figura 143: Atividade 17 elaborada pela aluna N. ....	108
Figura 144: Atividade 17 elaborada pela aluna M. ....	108
Figura 145: Atividade 17 elaborada pela aluna V.G. ....	109
Figura 146: Atividade 17 elaborada pelo aluno L.F.....	109
Figura 147: Avaliação final .....	114
Figura 148: Continuação da avaliação final .....	115
Figura 149: Avaliação final elaborada pela aluna V.G. ....	116
Figura 150: Avaliação final elaborada pela aluna V.A. ....	117
Figura 151: Avaliação final elaborada pelo aluno G.H. ....	118
Figura 152: Avaliação final elaborada pela aluna M.J. ....	118
Figura 153: Avaliação final elaborada pela aluna M.V.....	119



## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: relação resposta/aluno da questão 5, atividade 2 do módulo 1 .....	61
--	----

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	5
2.1 Competência leitora .....	5
2.2 Gêneros textuais .....	8
2.2.1 Definição e funcionalidade dos gêneros textuais .....	11
2.3 O gênero propaganda.....	15
<b>3. METACOGNIÇÃO E O ENSINO DE LEITURA</b> .....	21
3.1 A importância das estratégias metacognitivas na compreensão textual .....	29
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	34
4.1 A pesquisa-ação: algumas considerações .....	34
4.2 Sequência didática .....	37
4.3 A escola, lócus da pesquisa e os sujeitos participantes .....	40
4.4 Etapas da mediação pedagógica .....	41
<b>5. ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	46
5.1.1 A atividade diagnóstica .....	46
5.1.2. Atividade 1 do módulo1 .....	49
5.1.3. Atividade 2 do módulo1 .....	53
5.1.4 Atividade 3 do módulo 1 .....	59
5.1.5 Atividade 4 do módulo 1 .....	61
5.1.6 Atividade 5 do módulo 1 .....	66
5.1.7 Atividade 6 do módulo 1 .....	68
5.1.8 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade.....	71
5.1.9 Módulo 1: atividades complementares .....	74
5.1.10 Atividade 7 do módulo 1 .....	80
5.1.11 Atividade 8 do módulo 1 .....	82

5.1.12 Atividade 9 do módulo 1 .....	84
5.1.13 Atividade 10 do módulo 1 .....	86
5.1.14 Atividade 11 do módulo 1 .....	87
5.1.15 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade. ....	89
5.1.16 Atividade 12 do módulo 2 .....	91
5.1.17 Atividade 13 do módulo 2 .....	94
5.1.18 Atividade 14 do módulo 2 .....	96
5.1.18 Atividade 15 do módulo 2 .....	99
5.1.19 Atividade 16 do módulo 2 .....	104
5.1.20 Atividade 17 do módulo 2 .....	107
5.1.21 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade. ....	109
5.1.22 Avaliação final.....	114
5.1.23 Análise geral do desempenho dos alunos na diagnose inicial e avaliação final.....	119
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>125</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>129</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>133</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Uma das metas do professor de Língua Portuguesa é tornar o aluno um leitor competente e capaz de compreender sua língua nos diversos meios que circula, de modo que realize um trabalho ativo de construção de sentidos dos diversos textos que lê. Para tanto, além do domínio da leitura, de per si, os alunos precisam conhecer e dominar as estratégias que possibilitam reconhecer elementos implícitos, antecipar informações e relacionar seu conhecimento de mundo ao texto. No entanto, ainda são bastante comuns práticas de leitura mecânica e a utilização do texto como pretexto para ensinar aspectos gramaticais.

Possíveis causas para o baixo desempenho de leitura verificado em exames internacionais podem englobar o pouco investimento em formação continuada dos docentes, a falta de acesso e incentivo à leitura, anteriormente à entrada do aluno na escola e práticas docentes pouco eficientes.

O Programa Internacional de Avaliação de estudantes (PISA), organizado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), mede o nível dos estudantes em três áreas do conhecimento: Leitura, Matemática e Ciências. São avaliados somente os estudantes que estejam matriculados a partir do 7º ano do ensino fundamental e que estejam na faixa etária de 15 anos. Esse programa de avaliação é aplicado em 35 países membros da (OCDE) e em 35 países parceiros. A avaliação acontece a cada 3 anos e o Brasil participa desde seu início, no ano de 1998.

Em relação à avaliação de leitura especificamente a prova apresenta sete níveis. O nível 1B requer que o leitor encontre informações explícitas em textos curtos e simples sintaticamente, com contextos e tipos de textos já conhecidos. Já o nível 1A exige que o aluno reconheça informações explícitas, determine o assunto do texto e sua finalidade.

O nível dois demanda que o leitor localize algumas informações através de inferências, reconheça a ideia principal do texto por meio de construção de significados e entendimento de relações existentes. Além disso, o leitor trabalha reflete e faz correlações de ideias do texto com o seu conhecimento de mundo e experiências.

O nível três determina que o leitor relacione vários fragmentos do texto para chegar à ideia principal, compreendendo a relação e o significado de orações e palavras. Ele deve também fazer comparações e explicar características do texto, e também ter uma compreensão mais apurada de alguns textos, relacionando-os aos seus conhecimentos do dia a dia.

No nível quatro os leitores devem apresentar uma interpretação apurada de textos longos ou complexos, recuperar informações, usar seus conhecimentos para levantar hipóteses e analisar de forma crítica o que leem.

O nível cinco o leitor precisa localizar e organizar as informações de forma integrada, analisando quais são as mais importantes no texto. Além disso, deve avaliar criticamente e levantar hipóteses com base em um conhecimento especializado. Esse nível exige uma compreensão precisa do conteúdo do texto e lidar com noções opostas às suas expectativas.

O último é o nível seis, exige-se que o leitor faça múltiplas inferências, relacione e compreenda informações com exatidão e detalhes, compare ideias de outros textos, reflita sobre assuntos desconhecidos e faça uma análise crítica. Esse nível determina também que o aluno levante hipóteses e faça uma interpretação sofisticada levando em conta diferentes perspectivas. E, por fim, seja preciso na análise de detalhes que não estão explícitos no texto.

Após apresentar os sete níveis de leitura do programa apresentamos o resultado do Brasil no PISA 2015. Este aponta que 51,0% dos estudantes brasileiros ficaram abaixo do nível dois de proficiência. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) afirma que os estudantes que estão abaixo do nível dois, não atingem o patamar mínimo para o exercício básico da cidadania.

Partindo dessas considerações, surge a motivação para esta mediação pedagógica que é apresentar estratégias de leitura metacognitivas para os alunos do sétimo ano do Colégio Municipal Padre Anchieta, para que possam ser utilizadas no entendimento de textos de diversos gêneros. No caso desse ano de escolaridade iremos trabalhar estratégias de leitura para o gênero propaganda, por ser um gênero em que os alunos demonstram dificuldade de compreensão. O que fazer para que os alunos leiam e compreendam os textos do gênero propaganda, usando as estratégias de leitura metacognitivas é o que se almeja responder com esta pesquisa.

As observações feitas durante a prática docente da professora-pesquisadora a levaram a entender que teria que pensar em estratégias que levassem os alunos a relacionar adequadamente o texto à imagem. Além disso, buscar estratégias para o reconhecimento do objetivo do texto, dos elementos implícitos e o duplo sentido de palavras. Daí surgiu a presente proposta.

Segundo o Parâmetro Curricular Nacional de Língua Portuguesa (PCNLP, 1998), nós, professores de Língua Portuguesa, devemos tornar nossos alunos leitores competentes e capazes de estabelecer estratégias adequadas para abordar os textos que circulam socialmente.

Logo, tratando-se de compreensão leitora eficiente, é preciso mostrar aos nossos alunos que ler vai muito além de decifrar letras; refere-se a uma atividade complexa e que demanda estratégias específicas para a produção de sentidos.

Tomando por base o exposto, a presente pesquisa justifica-se como relevante e necessária, afinal tratará de uma temática que configura uma grande inquietação por parte dos docentes de língua portuguesa: o desenvolvimento da capacidade leitora. Outrossim, essa proposta poderá ser usada por outros professores e poderá colaborar para um desenvolvimento significativo na aprendizagem dos alunos na disciplina de Língua Portuguesa.

Ademais, o trabalho com o gênero textual propaganda é relevante, porque faz parte das práticas sociais dos alunos e exige um leitor eficiente e qualificado, capaz de estabelecer relação entre as diversas linguagens apresentadas no texto. Ou seja, compreender o caráter multimodal dos anúncios publicitários. A BNCC - Base Nacional Curricular Comum (2017) também indica a relevância do trabalho com os gêneros do campo publicitário, como a propaganda. Revela que é importante e está previsto para o ensino fundamental dos anos finais:

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 multissemiose dos textos e com as várias mídias. Análise dos mecanismos e persuasão ganham destaque, o que também pode ajudar a promover um consumo consciente. (BRASIL, 2017, p. 135)

O trecho acima da BNCC (2017) demonstra que o trabalho com propagandas impressas ou que estejam nas mídias digitais desenvolve nos alunos a capacidade de compreender as diversas linguagens que aparecem em uma propaganda. Signos como imagens, símbolos, tipos de letras diferentes e sua relação com o texto escrito. Além disso, o ensino de gêneros no campo publicitários colabora na medida em que possibilita aos alunos compreender a melhor a questão do consumo responsável.

A pesquisa parte da hipótese de que o uso de estratégias metacognitivas que levem ao reconhecimento de informações importantes no texto e à ativação da atenção diante das informações mais relevantes promoverá competência leitora.

Para tanto, foi estabelecido como objetivo principal da presente pesquisa propor estratégias metacognitivas que atuem sobre a monitoração e autorregulação dos processos cognitivos relacionados à leitura do gênero propaganda para os alunos do sétimo ano do Ensino Fundamental. E como objetivos específicos que guiarão o pesquisador a alcançar o objetivo geral foram selecionados os seguintes:

- 1) Apresentar estratégias metacognitivas de reconhecimento de informações importantes no texto;
- 2) Desenvolver atividades de ativação da atenção diante das informações mais relevantes veiculadas pelo texto com base nas estratégias metacognitivas;

O presente trabalho promoverá atividades de compreensão do gênero propaganda com enunciados metacognitivos, a fim de auxiliar aos alunos a compreenderem seu processo de compreensão de leitura e autorregular sua aprendizagem. Para tanto, foi realizado inicialmente uma diagnose para detectar as dificuldades encontradas pelos alunos, nessa diagnose identificou-se problemas em compreender o duplo sentido de palavras, principalmente o sentido conotativo, além da relação texto-imagem.

Logo após a diagnose foram aplicados dois módulos com 17 atividades, apresentando diversas propagandas que buscavam melhorar as dificuldades de compreensão dos alunos. Ademais, com as atividades aplicadas ampliou-se o repertório de conhecimento dos alunos em relação a intertextualidade e aprendizagem de novas palavras e significados. Por fim, foi aplicada uma avaliação final para analisar o progresso da turma na interpretação de propagandas.

O resultado da análise foi positivo, visto que os as atividades relacionadas aos dois objetivos propostos obtiveram um crescimento de respostas adequadas. No objetivo 1, por exemplo, na diagnose inicial atingiu 86% de respostas inadequadas e já na avaliação final caiu para apenas 6%. Esse resultado foi consequência das inúmeras atividades propostas, dos comandos metacognitivos e da condução oral dos módulos proposta pela professora.

Com a aplicação dessa pesquisa, o que se pretendia era alcançar um nível de leitura mais proficiente dos alunos em relação ao gênero propaganda, para que dessa forma pudessem dar sentido ao que leem, construir significados e relacioná-los aos seus conhecimentos de mundo. Tencionava-se, também, que eles fizessem uso das estratégias metacognitivas para monitorar e supervisionar sua habilidade de leitura não só com o gênero propaganda, mas em outros gêneros textuais, dessa forma ampliariam as possibilidades de uso da metacognição.

Este trabalho teve como fundamentação teórica, estudos e pesquisas de autores, tais como: Marcuschi (2008), Koch e Elias (2017), Flavell (1979), Hodges e Nobre (2012), Jou e Sperb (2006), Solé (2003), Bertolomeu (2002), Leffa (1996), Brown (1980), Tripp (2005), dentre outros. Ademais, a metodologia utilizada foi a sequência didática proposta dos autores Dolz, Noverraz, e Schneuwly (2004), com adaptações.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Neste capítulo, será apresentado o aporte teórico em que fundamenta este projeto de pesquisa. Inicialmente, aborda-se o tema competência leitora, relacionando o conceito de leitura à capacidade do leitor de ler e construir sentidos. Em seguida, apresenta-se a concepção de gênero textual, seu percurso histórico, suas principais propriedades e como o gênero considerado pelos PCNs e BNCC como a base para desenvolvimento da leitura e do domínio da linguagem.

Propaganda será o assunto presente na próxima seção, na qual se explora o referido gênero, apresentando-se inicialmente seu histórico mundial e no Brasil, além de seus elementos constitutivos. Ademais, será destacada a importância da propaganda no contexto escolar, já que é um gênero significativo e que desenvolve a capacidade crítica do aluno.

O conceito de metacognição é exposto no capítulo seguinte, são discutidas a capacidade do indivíduo de refletir e ter consciência do progresso de sua compreensão leitora. Por fim, são apontadas estratégias metacognitivas para um desenvolvimento no ensino de leitura, estratégias estas que podem e devem ser ensinadas na escola.

### **2.1 Competência leitora**

A leitura está presente em nosso cotidiano, estamos lendo o tempo todo seja um *outdoor*, um panfleto, uma receita ou bilhete. Quando somos expostos aos mais variados tipos de leitura, precisamos acionar diversos tipos de conhecimento e estratégias para produzir significados e dar sentido aos textos com os quais nos deparamos.

Por isso, ler é muito mais do que um ato mecânico de decodificação de palavras, mas sim uma atividade complexa e ativa, na qual o leitor interage com o texto e o autor, de acordo com os seus conhecimentos e objetivos de leitura. Portanto, não pode ser considerada uma ação passiva, já que o leitor precisa saber usar e controlar os procedimentos adequados para avançar na compreensão do texto.

Segundo Koch e Elias (2017), existem três concepções de leitura que podem determinar a maneira como se lê um texto. A primeira concepção foca no autor, essa seria uma prática de simples abstração das convicções do autor, dessa forma não há participação do leitor e consideração de suas vivências.



Na segunda concepção de leitura com atenção voltada para o texto, o leitor faz a captação decodificativa que se dá de forma linear, a significação está meramente no léxico ou estrutura do texto. A leitura deve estar centralizada no texto e no reconhecimento de seus objetivos. A terceira concepção é da leitura com foco no autor-texto-leitor, esse conceito desenvolve a ideia do ato de ler é participativo, ou seja, deve haver interação entre o leitor e o texto.

Ainda de acordo com essa visão a leitura é um ato multifacetado e que depende da geração de sentido dos elementos textuais, sua disposição e ainda exige um agrupamento de conhecimentos no episódio de comunicação. Como se pode ver abaixo nas palavras das autoras nessa concepção

a leitura é uma atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos, que se realiza evidentemente com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 11)

Por essa afirmação, as autoras mostram acreditar que a última concepção se apresenta como uma proposta de leitura fundamentalmente construtivista, pois de acordo com essa concepção, o leitor atribui sentido ao texto. Dessa forma, elas demonstram que, diferente do que muitos pensam, o sentido do texto não lhe é algo natural ou particular, mas sim fruto do trabalho participativo de atribuição de significados por parte do leitor.

A participação do leitor como agente na construção de sentidos contribui para o desenvolvimento da compreensão leitora, já que ele usa procedimentos que o ajudam a monitorar, regular e validar sua leitura, de modo a organizar e entender as informações. A escola também tem papel fundamental no progresso dos leitores, pois só através de uma mediação leitora é possível que o aluno domine as estratégias e habilidades adequadas para um entendimento eficaz dos textos.

O PCN de Língua portuguesa (1998) norteia o trabalho da escola em relação à leitura ao indicar ao professor alguns fatores que precisam ser levados em consideração na formação leitora. Assim, indica que

um leitor competente sabe selecionar, dentre os textos que circulam socialmente, aqueles que podem atender às suas necessidades, conseguindo estabelecer as estratégias adequadas para abordar tais textos. O leitor competente é capaz de ler as entrelinhas, identificando, a partir do que está escrito, elementos implícitos, estabelecendo relações entre o texto e seus conhecimentos prévios ou entre o texto e outros textos já lidos. (BRASIL, 1998, p.70)

Embora a BNCC (2017) seja um documento mais recente para a orientação da aprendizagem de jovens e crianças, não aborda o ensino de leitura com a mesma profundidade que os PCN. Outros fatores são essenciais para aprimorar a competência leitora, um deles são os objetivos de leitura. Quando lemos textos de diferentes gêneros, estabelecemos um objetivo de leitura específico para cada um, podemos ler por diversão, para estudar ou até para nos informarmos.

Portanto, o objetivo estabelecido vai determinar a forma de ler, de interagir, o tempo e as estratégias envolvidas. Porém, nem sempre os leitores estabelecem objetivos e fazem uma leitura dinâmica e descontraída dos textos que encontram. Uma boa proposta seria desenvolver o hábito de atribuirmos objetivos para a leitura.

Os conhecimentos prévios do leitor são também um elemento que contribui para a competência leitora, já que é através dessas vivências e experiências de mundo acumuladas que o leitor adquire bagagem para produzir sentido nos textos que lê. Pode-se afirmar assim que existe uma multiplicidade de sentidos que podem ser atribuídos a um texto, pois cada leitor traz uma bagagem variada de conhecimentos. Mesmo assim, a interpretação de um texto não é totalmente livre, porque o leitor deve analisar as marcas linguísticas, além de sua bagagem de conhecimento de mundo.

Além dos objetivos e conhecimentos prévios temos como fatores da compreensão leitora a relação autor-leitor. É na relação autor-leitor que vários significados são construídos, assim o entendimento de algumas expressões, palavras e contexto em que o texto foi produzido são imprescindíveis para a percepção das ideias.

Ainda de acordo com Koch (2017), os aspectos relacionados ao texto sejam eles linguísticos, sejam de conteúdo ou materiais devem trazer clareza à leitura. Com relação aos aspectos linguísticos podemos citar a falta de conjunções, estruturas sintáticas truncadas, orações simples ou com muitos elementos subordinados, ausência de conjunções, léxico e falta de pontuação.

Os aspectos materiais dizem respeito a tamanho de letra e parágrafos, fonte, cor e configurações só de maiúsculas ou minúsculas, quando empregados de forma inadequada podem comprometer o entendimento do material textual. Os itens citados anteriormente podem gerar confusão para o leitor no momento de compreensão do texto.

Por fim, entende-se que a competência leitora exige uma participação ativa do leitor na apreensão dos sentidos do texto, considerando que ele orienta, regula e monitora suas estratégias de acordo com a leitura.

A competência leitora está relacionada intimamente com a capacidade de ler, compreender e relacionar os conhecimentos prévios com os diversos textos que circulam socialmente. Assim, no subcapítulo seguinte será apresentado alguns textos que encontramos na sociedade foram estudados ao longo da história, suas características, estruturas, propriedades, modalidades e finalidades específicas.

## **2.2 Gêneros textuais**

Segundo Marcuschi (2008), o estudo dos gêneros textuais começou há muitos séculos com Platão, cuja análise centrava-se nos gêneros literários. Outros autores que deram continuidade aos estudos de Platão foram Aristóteles, Horácio e Quintiliano. Aristóteles propôs três elementos que constituem o discurso, os tipos de ouvinte e os gêneros do discurso retórico, tais como o deliberativo, o judiciário e o demonstrativo.

O estudo dos gêneros é tendência atualmente, mas segue um ponto de vista oposto ao de Aristóteles. Devido a pesquisas de várias áreas, o estudo de gêneros tem tomado uma proporção maior, envolvendo aspectos sociocomunicativos, exploração do texto e caracterização da língua.

Marcuschi (2008), mostra que os gêneros refletem a atuação de uma sociedade. Podemos perceber isso, ao observar como os membros da comunidade discursiva usam a língua de maneira específica, de acordo com a situação que se apresenta. Um exemplo disso é analisar como as pessoas produzem os gêneros de forma parecida, pois há algumas convenções instituídas em determinados discursos. Toda ação desses indivíduos está condicionada a objetivos específicos.

De acordo Marcuschi (2008), os gêneros têm um estilo, conteúdo, forma e função, mas para determinarmos um gênero, o que prevalece é a função e não a forma. O trabalho com os gêneros hoje em dia pode ser considerado uma área muito produtiva, já que trata de vários aspectos da língua em plena operação.

A definição de gênero é apresentada como “textos que encontramos na nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas.” (MARCUSCHI, 2008, p. 155).

Com base na definição do autor, é possível perceber como a noção de gênero está ligada ao uso que a sociedade faz da própria língua, com funções, objetivos e formatos determinados. Assim, o indivíduo tem contato com a sua língua de forma mais concreta.

É importante salientar que os gêneros não podem ser conceituados com modelos estáticos e com estruturas inflexíveis, pois “os gêneros estão sujeitos a mudanças, decorrentes não só das transformações sociais, como oriundas de novos procedimentos de organização e acabamento da arquitetura verbal, como também de modificações do lugar atribuído ao ouvinte.” (KOCH, 2003, p.54)

Cabe ressaltar que não se pode confundir gênero com tipo textual, cada estudioso segue um critério. Os tipos textuais seguem critérios linguísticos e estruturais para sua distinção, já os gêneros textuais seguem principalmente critérios funcionais. Conforme salienta Marcuschi (2008), os gêneros são inúmeros, é muito difícil contar todos, porém os tipos formam uma lista fechada. No entanto, é possível observar segundo a autor que um único gênero pode conter várias sequências tipológicas.

A definição dos gêneros segue uma nomenclatura histórica e social, e foram construídas na sociedade ao longo de muitos anos. Não se pode criar novas denominações, pois estas já existem. Ao nos comunicar costumamos indicar o gênero que estamos produzindo e fazemos isso através da metalinguagem e da intuição. Os gêneros mesclam-se para a criação de novos gêneros. Marcuschi (2008) chama esse fenômeno de intergenericidade entre os gêneros. O autor relata que “intergenericidade é um gênero com a função de outro”. (MARCUSCHI, 2008, p. 167)

Por fim, não podemos confundir a intergenericidade de funções e formas com a heterogeneidade tipológica, pois são dois fenômenos bem diferentes. A heterogeneidade tipológica é a característica que um texto tem de realizar várias sequências tipológicas como narrativo, injuntivo, argumentativo, descritivo ou expositivo.

Em relação a elementos culturais dentro dos gêneros, Marcuschi (2008) afirma que as culturas de todas as sociedades possuem diferentes gêneros e formas de circulação. Cada cultura de um país tem seu modo particular de se expressar tanto na escrita de uma carta pessoal, quanto em um telefonema. Podemos observar essa variedade cultural dentro do próprio país, como ocorre no Brasil. Um ponto essencial que precisa ser ressaltado em relação a essa variedade é sua difusão nos livros didáticos.

O ensino nos livros didáticos deveria privilegiar um olhar atento e sensível para a pluralidade cultural, mostrando a variedade linguística e valores do povo. Houve alguns

avanços, no entanto, muito ainda ser desenvolvida no que tange a problematização dos aspectos regionais no ensino. A aula de língua materna envolve a vivência cotidiana entrelaçada com a linguagem.

Outro ponto essencial sobre os gêneros é o suporte. Alguns livros já tratam o suporte como portador de gêneros, no entanto, existem algumas confusões em determinar qual é o suporte e o gênero. Hoje são poucos estudos que tratam desse assunto especificamente e agora estão começando algumas investigações. Marcuschi define suporte como “um lócus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto.” (MARCUSCHI, 2008, p. 174)

Segundo Marcuschi (2008), uma alternativa para trabalhar com os gêneros seria a sequência didática. Essa proposta foi formulada pelos autores Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004). A ideia dessa sequência didática é trabalhar tanto gêneros da escrita, quanto os orais, mas de forma organizada. Os procedimentos seguem módulos, esses são compostos por atividades coordenadas e bem estruturadas, com um gênero oral ou escrito como elemento central. O foco da sequência didática é propor aos alunos certos procedimentos e tarefas que os levem a produzir de um gênero, seja ele escrito ou oral.

No entanto, o objetivo deste trabalho é fazer uma adaptação da sequência didática, trabalhando a leitura ao invés da produção do gênero. Desse modo, propor que o aluno participe das tarefas de interpretação utilizando as estratégias metacognitivas. Assim, ele poderá compreender o gênero selecionado, no caso a propaganda. A seguir alguns detalhes da sequência exposto por Marcuschi.

Os procedimentos envolvidos nas sequências didáticas são: apresentação da situação (gênero), a primeira produção, os módulos e a produção final. De acordo com Marcuschi (2008)

A proposta trabalha com a oralidade e a escrita. Não privilegiando uma das modalidades e as vê integradamente e num grau ascendente de dificuldades e permite articular a produção do gênero textual com outros domínios de ensino da língua. Assim, as duas modalidades são vistas como integradas e articuladas na produção de gêneros. (MARCUSCHI, 2008, p. 216 e 217)

As sequências didáticas trabalham também com aspectos gramaticais e ortográficos que são discutidos dentro dos módulos, para sanar algumas dificuldades na produção dos gêneros. Contudo, esses dois aspectos não devem ser o centro das atenções, pois isso desvirtuaria o trabalho com as sequências didáticas. O tópico sequência didática será desenvolvido com maiores detalhes na seção metodologia.

### 2.2.1 Definição e funcionalidade dos gêneros textuais

Os gêneros são ocorrências consagradas na coletividade e estão ligados diretamente aos comportamentos, costumes, hábitos e conhecimentos comuns de uma sociedade. Além de estarem em todas as situações de interlocução, pois não é possível comunicação se não for através de um gênero.

Marcuschi (2005) define que suas principais características são serem “eventos altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos”. (MARCUSCHI, 2005, p.19) O autor mostra com essa afirmação que os gêneros são passíveis, flexíveis e moldáveis de maneira eficiente e criativa. Portanto, são modificados de acordo com os objetivos que os interlocutores pretendem alcançar no momento da comunicação. Os gêneros foram sendo constituídos ao longo do tempo em muitas sociedades.

Como já foi dito anteriormente, a história dos gêneros é antiga, eles estão presentes há muitos séculos na sociedade, inicialmente eram poucos e existiam apenas na modalidade oral. Porém, com o desenvolvimento da escrita, da cultura letrada e imprensa, houve uma explosão de gêneros. Hoje, com as novas demandas sociais e tecnológicas surgiram os gêneros digitais. Assim, conseqüentemente aumentaram também os gêneros orais e escritos.

Com essa nova demanda, os gêneros foram adaptando-se a cada sociedade e à época em que foram surgindo, integrando-se ao ambiente de acordo com sua função e propósito comunicativo. Uma característica que possui é a função que assume no texto que pode ser institucional, cognitiva e comunicativa que prevalece sobre a forma. Uma definição fechada não é possível de ser feita, pois existe uma infinidade de gêneros com formas e funções diferentes, alguns podem até sumir com o tempo.

O surgimento e o avanço das tecnologias colaboraram para o aparecimento de novos gêneros. Porém, o que realmente proporcionou a criação de novos gêneros foi o uso contínuo dessas tecnologias em diversos momentos de comunicação. Cada gênero que surge apresenta especificidades próprias, no entanto, os gêneros não são uma completa novidade. Como afirma Marcuschi (2005), “a tecnologia favorece o surgimento de formas inovadoras, mas não absolutamente novas.” (MARCUSCHI, 2005, p.20)

O autor apresenta a ideia de que os gêneros novos trazem características de gêneros já existentes, complementando apenas as estratégias como específicas de cada um. Como exemplo, Marcuschi indica o diálogo pelo telefone e a conversação, pois os dois revelam

características comuns, mas usam estratégias diferentes. No diálogo pelo telefone, usa-se um aparelho como canal de comunicação e a conversação é feita face a face.

Um ponto que precisa ser destacado é como os gêneros em ascensão, chamados emergentes, modificaram os usos da linguagem. Com essa nova especificidade, não existe mais uma delimitação exata um gênero oral ou escrito, os dois tipos de linguagem fundem-se no gênero emergente. Assim não existem um limite ou uma linha divisória entre oralidade e escrita. Desse modo, redefine os contextos de comunicação e proporciona uma nova visão para os livros didáticos de Língua Portuguesa, mostrando que não há uma separação entre as modalidades oral e escrita.

Além dessa contribuição, os gêneros emergentes exploram diversos modos para comunicar, ao utilizar imagens, cores, sons e símbolos. Essas diferentes semioses colaboram para a construção do sentido do texto e são usadas principalmente em campanhas publicitárias. Nessas campanhas alguns formatos de gêneros são usados com funções novas, com a finalidade de atender a determinados objetivos.

Devido a essa nova atribuição, pode-se elencar a funcionalidade e os aspectos sócio-comunicativos como principais marcas dos gêneros textuais, contudo, não se deve ignorar a forma. Já que em alguns momentos ela irá definir o gênero, em outros casos será a função ou suporte o determinante. Por isso, é necessária uma análise cuidadosa na definição dos gêneros.

A definição de tipo e gênero textual nem sempre é clara, por isso muitas pessoas confundem as duas terminologias, usando uma no lugar da outra. Para melhor desenvolver essas definições existem várias teorias que procuram estabelecer critérios para definir tipo e gênero textual.

Primeiramente, antes de explicá-las, é preciso compreender que toda comunicação verbal tem como base um gênero e um texto específico. Nessa perspectiva, a língua é vista em seus aspectos sociais, discursivos, cognitivos e históricos. Assim, conclui-se que a língua compõe a realidade de uma sociedade e não é apenas um reflexo dela.

Diferenciar as terminologias é fundamental para o ensino de língua, tanto na produção de sentidos, quanto para a escrita de um texto. Segundo Marcuschi (2005), o tipo textual constitui “uma espécie de sequência teoricamente definida por natureza linguística de sua composição”. (MARCUSCHI, 2005, p.22)

Com essa afirmação, o autor evidencia que o tipo se caracteriza por apresentar aspectos inerentes da língua, como vocabulário, relações lógicas, sintáticas. Essas sequências

linguísticas encontram-se dentro dos gêneros e manifestam-se em um número reduzido de classificações.

Já os gêneros são construções textuais que estão presentes em nosso cotidiano e fazem parte das diversas situações comunicativas. Os pontos que os caracterizam são: função, forma, conteúdo e composição. Diferentes dos tipos textuais apresenta uma infinidade de categorias, tantas que não é possível se chegar a uma quantidade exata. Em relação aos gêneros, podem-se citar também os domínios, que são instâncias discursivas que abarcam gêneros textuais próprios de cada tipo de discurso, seja ele religioso, jornalístico, jurídico, entre outros.

No entanto, não se pode confundir domínio com a noção de texto. O texto é um material concreto, realizado em algum gênero, já o discurso é a manifestação do texto em alguma prática discursiva e comunicativa. O que prevalece no conceito de tipo textual são as sequências linguísticas típicas e no conceito de gênero são os critérios práticos de funcionalidade, circulação, temática e composição. Portanto, os gêneros são formas estáveis produzidos nas práticas sociais, através de textos e dentro dos domínios discursivos.

A terminologia tipo textual tem sido confundida com gênero em muitas atividades propostas em livros didáticos. Marcuschi (2005) cita o exemplo da carta, que em várias situações é denominada como tipo, quando na verdade representa um gênero como a receita, bula, bilhete, entre outros. Ao aprofundar a diferenciação entre tipo e gênero, o autor mostra a possibilidade de aparecerem diversos tipos textuais dentro de um único gênero. Esse fenômeno é definido como heterogeneidade tipológica.

O teórico analisa uma carta e indica a presença de vários tipos como o narrativo, descritivo, argumentativo e injuntivo. Após essa análise é possível evidenciar que os gêneros são heterogêneos em relação à tipologia textual. O ponto básico e definidor dos tipos é o predomínio dos traços linguísticos, ou seja, para determinar qual tipo prevalece em um texto é necessária uma análise precisa dos traços que formam a sequência textual.

Com relação ao domínio das diferentes tipologias dentro de um texto, é preciso destacar que para que ocorra a coesão textual, o escritor precisa ter a capacidade e desenvoltura para encaixar as diversas sequências tipológicas. De modo que o texto tenha uma base de tipologias entrelaçadas e que comunguem umas com as outras. Então, no momento de definir um texto como descritivo ou narrativo, está se caracterizando um tipo que predomina e não um gênero.

Ao observar alguns gêneros, é possível determinar que cada tipologia presente neles apresenta um traço linguístico característico. Assim em textos injuntivos aparecem verbos no imperativo, textos narrativos sequências temporais, textos expositivos enunciados explicativos,



textos argumentativos opiniões e nos textos descritivos prevalecem trechos com localização dos elementos do texto.

Ademais, pode-se acrescentar que antigamente os gêneros na cultura ocidental estavam ligados somente à literatura, hoje o termo expandiu-se para outras áreas do conhecimento. No entanto, não devem ser definidos como artefatos naturais, mas sim como artefato cultural, pois foi sendo desenvolvido pelo homem ao longo do tempo.

Esse artefato cultural tem a propriedade de ser híbrido e moldável, além disso, possui duas propriedades, uma é chamada heterogeneidade tipológica e a outra intergenericidade. No primeiro caso, temos um gênero que comporta vários tipos textuais. Um exemplo é a carta que pode ter a presença de tipos como narração, descrição e injunção.

Já na segunda propriedade ocorre a mistura da função de um gênero com a forma de outro, essa mescla não prejudica a compreensão do texto e modifica o padrão geral que existe sobre os gêneros. Essa particularidade dos gêneros é muito comum em anúncios publicitários. A primeira acontece de forma mais recorrente do que a segunda. Outro fator que deve ser levado em consideração sobre os gêneros, é que eles são o produto de determinada cultura, por isso uma variedade cultural acarretará em uma variedade de gêneros.

O ensino da língua está diretamente ligado ao estudo dos gêneros e essa temática é proposta na BNCC (2017). O trabalho com gêneros nas escolas visa desenvolver tanto a produção, quanto a interpretação de textos. Já que todo texto se realiza através de um gênero, o seu estudo melhora a aprendizagem de ensino da língua. Porém, é nos anos finais segundo a BNCC (2017) que será feito um aprofundamento do trabalho com gêneros, principalmente dos que circulam na esfera pública.

Existe também uma negociação entre os interlocutores principalmente na produção de gêneros orais, porque determinado gênero pode não ser adequado a alguns contextos de uso. Se o usuário da língua não estiver realizando adequadamente os gêneros orais de acordo com as regras sociais e cultura vigente, pode causar desconforto no ambiente ou sofrer sanções.

Em consonância com o exposto, Marcuschi (2005) afirma que “os gêneros textuais não são fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas.” (MARCUSCHI, 2005, p.35). Por isso, a realização de um gênero é uma ação coletiva, ou seja, dependemos do outro para troca de expectativas e entendimento mútuo de informações.

Por fim, após observar alguns aspectos relativos aos gêneros, percebe-se que o ensino dentro das escolas deve enfatizar tanto o estudo dos gêneros orais, quanto dos escritos. Os

alunos devem ser orientados a analisar as principais características dos diversos gêneros do seu cotidiano. Dessa forma, terão a capacidade de produzi-los para desenvolver a linguagem escrita e oral.

Infelizmente, muitos livros didáticos usados nas escolas ao apresentar alguns gêneros mostram apenas fragmentos, modificando assim seu formato original. Além disso, exploram pouco condições de produção dos gêneros, em que âmbito comunicativo acontecem, quais são os propósitos comunicativos e a relação construídas em produtor e receptor. Com isso, percebe-se que o trabalho com gêneros é complexo e demanda organização e conhecimento do assunto. Não é possível eleger os gêneros ideais para o ensino, mas pode-se trabalhar numa escala de dificuldade e formalidade com os alunos.

Conforme a BNCC (2017), o domínio da linguagem é requisito essencial para que os alunos participem integralmente da sociedade, e esse domínio só será alcançado através do uso e reflexão de textos reais. Ainda de acordo com esse documento:

No componente Língua Portuguesa, amplia-se o contato dos estudantes com gêneros textuais relacionados a vários campos de atuação e a várias disciplinas, partindo-se de práticas de linguagem já vivenciadas pelos jovens para ampliação dessas práticas, em direção a novas experiências. (BRASIL, 2017, p. 134)

Chega-se à conclusão então que o trabalho com gêneros oferece várias possibilidades de desenvolver a escrita e a oralidade dos alunos em suas práticas sociais reais, não se limitando ao estudo de gêneros escolares.

### **2.3 O gênero propaganda**

Ao observar uma propaganda, pode-se observar algumas características comuns a maioria delas. O primeiro é o título, este serve para ativar a atenção, motivar desejo e influenciar o consumidor a analisar o texto. Já o texto apresentado desenvolve a temática exposta no título, precisa efetivamente introduzir um conceito ou vender uma mercadoria.

Outro aspecto é a ilustração, que deve ser adequada ao texto e deve intensificar o entendimento, a memória e a confiabilidade do produto. Até a escolha de uma cor na apresentação de uma propaganda, quando selecionada corretamente sensibiliza e atrai

consideravelmente o consumidor. Dessa forma, podem criar um ambiente propício e conveniente para emocionar e inspirar.

A composição das propagandas também utiliza o slogan para expressar todos os benefícios do produto. De acordo com Sant'anna (1998) o slogan é “um lema, isto é, a expressão de uma ideia sobre o produto ou anunciante”. (SANT'ANA, 1998, p.171) Essa expressão irá reforçar a utilidade da mercadoria apresentada, como também servirá para ativar a memória do leitor. O slogan precisa ser construído com uma frase rápida, objetiva e simples, mas não deixando de ser uma sentença autêntica que explicita de forma precisa seu conteúdo.

Contudo, uma boa propaganda necessita também de um meio de comunicação adequado ao seu objetivo e capaz de ampla divulgação. Além disso, deve-se levar em consideração o público-alvo. Alguns exemplos de veículos podem ser o rádio, jornais, revistas, televisão, outdoors, cinema, entre outros.

Em geral, a totalidade dos meios de comunicação evidenciam pontos favoráveis e algumas restrições. Para identificar qual é o mais apropriado para ser utilizado deve-se conhecer suas propriedades e escolher o que mais se adéqua à mensagem que se quer propagar. O melhor meio de comunicação seria aquele que consiga impactar em menor tempo o maior número de consumidores.

A propaganda é um gênero muito presente na sociedade, por isso seu uso é intenso em diversas situações de comunicação, apresentando formas e suportes variados. Podem-se encontrar vários tipos de propaganda como política, religiosa, de produtos, serviços, comercial, eleitoral, social, governamental entre outras. Assim, em cada tipo de propaganda será empregada um tipo de linguagem, já que cada uma é destinada a um determinado público alvo.

Um elemento fundamental da propaganda é a criatividade e por isso Bertolomeu (2002) relata que a criatividade se refere ao “próprio cerne da propaganda, é a pedra angular sobre a qual repousa sua eficácia.” (BERTOLOMEU, 2002, p. 17) Conforme o autor, essa originalidade e capacidade de invenção na propaganda demandam o envolvimento de diferentes conhecimentos como econômicos e de mercado.

O gênero em questão tem como objetivo principal persuadir, ou seja, tentar convencer o público a adquirir ideias, valores, normas ou produtos. Em razão do aspecto principal da propaganda ser o de atrair e instigar o público a comprar, Ribeiro (1989) afirma que “é preciso ter alguma noção sobre como funciona o processo de persuasão do consumidor para poder administrar de forma mais consciente e eficaz a técnica e a arte da propaganda”. (RIBEIRO, 1989, p.57)

Ao dizer isso, o autor demonstra que a ação publicitária é um processo amplo que demanda criadores com perfil inovador, inventivo e com um conhecimento em várias áreas para modificar comportamentos e levar a compra. Além disso, exibe muitas vezes uma linguagem verbal e não verbal, que se bem interpretada, auxilia o leitor na construção dos sentidos.

Um dos elementos utilizados pelo discurso publicitário é a imposição de uma nova interpretação das mensagens verbal e icônica, dominados por uma coletividade, recriando uma nova versão semântica diferente da primeira, contribuindo para um processo de atribuição de conceitos existentes nas propagandas. Como podemos observar nas figuras 1, 2 e 3 abaixo:



Figura 1 - Campanha de doação de órgãos ATX-BA

Fonte: (<https://miladiaz.wordpress.com/2009/07/03/prpaganda-doacao-de-orgaos/>, s.d.)



Figura 2- Campanha de doação de órgãos ATX-BA

Fonte: (<https://miladiaz.wordpress.com/2009/07/03/prpaganda-doacao-de-orgaos/>, s.d.)



Figura 3- Campanha de doação de órgãos ATX-BA

Fonte: (<https://miladias.wordpress.com/2009/07/03/prpaganda-doacao-de-orgaos/>, s.d.)

As propagandas acima propõem uma nova interpretação da imagem apresentada, porque antes materiais que as pessoas não utilizam mais como sapatos, roupas e brinquedos agora se transformam em órgãos. Assim, os sapatos fazem o formato do coração, as roupas de um olho e os brinquedos dos pulmões, apresentando um efeito visual marcante e intenso. Dessa forma, a campanha encoraja e incentiva as pessoas a doarem órgãos e salvar vidas. Essa campanha foi divulgada pela Associação de Pacientes Transplantados da Bahia.

Além da nova interpretação das mensagens propostas pelas propagandas, temos também os elementos icônicos. Estes fazem parte da configuração gráfica do discurso publicitário são as cores, tipos e tamanhos de letras, organização dos elementos, entre outros. Estes fazem a ligação e a significação entre o texto e imagem. Pode-se constatar essa ligação entre a imagem e o texto na figura 4 que segue:



Figura 4 - Campanha publicitária do SBT

Fonte: (<http://ornilolundgren.blogspot.com/2015/12/propaganda-polemica-sbt-cutuca-record.html>, s.d.)

Na campanha acima, o texto trata sobre os mandamentos, fazendo assim referência aos dez mandamentos bíblicos. Mas, na verdade são as leis sobre a audiência na televisão, que no

caso coloca o SBT como vice-líder. A imagem comunga com texto, na medida que imita o formato da tábua dos mandamentos.

As propagandas podem ser apresentadas de diversas formas em suportes como *outdoors*, folhetos, anúncios em rádios ou em televisão. Um dos critérios para caracterização do gênero é o formato e o propósito comunicativo, o formato pode variar, pois a propaganda pode ser construída com um gênero utilizando o propósito de outro. Assim, uma carta pode virar uma propaganda, quando seu propósito comunicativo é modificado de comunicação entre pessoas para venda de um produto.

O gênero propaganda é relevante socialmente, pois circula com grande frequência no cotidiano dos indivíduos. Ademais, é um gênero que possibilita desenvolver a capacidade crítica e avaliativa do aluno, pois ele precisa analisar a linguagem empregada e agir responsivamente diante da ideia ou produto apresentado.

Em consonância com essa afirmação, os PCN de Língua Portuguesa (1998) recomenda a escolha de textos significativos na sociedade para utilização em sala e indica que os textos que devem ser usados nessa seleção:

são aqueles que, por suas características e usos, podem favorecer a reflexão crítica, o exercício de formas de pensamento mais elaboradas e abstratas, bem como a fruição estética dos usos artísticos da linguagem, ou seja, os mais vitais para a plena participação numa sociedade letrada. (BRASIL, 1998, p.24)

Essa reflexão crítica proposta nos textos é encontrada nos textos das propagandas, principalmente em campanhas sociais de conscientização da população. Campanhas que podem tratar de vários assuntos tais como: trânsito, doação de órgãos, vacinação, controle de epidemias, entre outras. Dessa forma, o incentivo a reflexão crítica proporciona às pessoas a possibilidade de participar da sociedade e a repensar seus direitos e deveres como cidadãos. Ao verificar a propaganda abaixo, destaca-se o fomento a prudência no trânsito.



Figura 5 - Campanha sobre o trânsito do Governo de São Paulo

Fonte: (<https://acontecendoaqui.com.br/propaganda/nova-campanha-da-ecorodovias-chama-atencao-para-o-perigo-de-utilizar-o-celular-ao-volante>, s.d.)

A propaganda acima trabalha com o tema educação no trânsito, e um dos elementos na educação para o trânsito diz respeito ao uso do celular ao volante. Esse é um problema grave e causa muitos acidentes, por isso a campanha mostra tanto no texto, como na imagem o que pode acontecer quando uma pessoa usa celular dirigindo. Portanto, o uso dessa imagem forte do celular destruído procura ampliar a capacidade de reflexão das pessoas em relação ao tema.

Por fim, a observação dos critérios propostos nos PCN (1998) para escolha adequada dos textos, no caso o gênero propaganda, pode contribuir para uma compreensão leitora e interação dinâmica dos conhecimentos do leitor no texto.

Uma marca da propaganda que contribui para o emprego das estratégias metacognitivas de leitura é a imagem. Frequentemente observamos a presença de imagens nos anúncios publicitários, esses ícones não verbais estão carregados de sentido, são fortes, cativantes e tem o objetivo de emocionar o público.

A ativação da atenção diante de informações relevantes é algo que o aluno deve, conscientemente, entender como importante quando se trata da compreensão de imagens que compõem uma propaganda. Pensar estratégias para ativar a atenção dos alunos a determinados aspectos do texto vai possibilitar que o aluno volte seu olhar para o que é realmente significativo na propaganda, no caso a imagem. Ao dispensar sua atenção para a imagem, o leitor poderá compreender melhor a relação dela com o texto escrito.

E nessa discussão de como ocorre o processamento cognitivo, surge uma questão extremamente relevante, afinal o que é a metacognição e como essa área relaciona-se ao ensino de leitura?

### 3. METACOGNIÇÃO E O ENSINO DE LEITURA

A Psicologia Cognitiva tem estudado a capacidade que o indivíduo possui de refletir sobre a sua própria cognição, que está sendo chamada de metacognição. Ao desenvolver essa capacidade o indivíduo consegue avaliar quais são os procedimentos adequados, os caminhos a seguir e as melhores estratégias para alcançar determinado objetivo.

Os estudos sobre a metacognição desenvolvem a ideia de que o ser humano tem a competência de controlar e orientar seu raciocínio, além de perceber-se como ser individual. Por isso, Jou (2006) afirma que “a metacognição é a capacidade do ser humano de ter consciência de seus atos e pensamentos.” (JOU, 2006, p.177).

O desenvolvimento dessa capacidade aconteceu ao longo dos anos, a consciência do indivíduo foi progredindo e transformando-se. Modificou-se de tal modo a criar formas cada vez mais evoluídas para relacionar-se e assegurar a própria subsistência no ambiente. Assim surgiram diversas teses com o objetivo de elucidar os modelos cognitivos.

Autores como Flavell e Wellman (1977) são considerados pioneiros no trabalho da metacognição. Eles acreditavam que esse era um domínio que precisa de estudos mais profundos e precisos. Contudo, no começo não era feita uma distinção muito clara entre cognição e metacognição.

Primeiro, definiram a metacognição apenas como a compreensão que o indivíduo tem do seu próprio pensamento, suas recordações e concentração. Depois, com o passar dos anos, esse conceito foi integrando-se a outros, de forma a apresentar estudos mais profundos sobre a metacognição.

Logo a Psicologia Cognitiva, com base no processamento da informação, ampliou o conceito de metacognição não apenas como a consciência que o indivíduo tem de seu raciocínio, mas também da capacidade que possui de conduzir, orientar, examinar e supervisionar seu sistema cognitivo.

No entanto, essa aptidão cognitiva não ocorre nas crianças de forma racional, elas ainda não conseguem perceber as estratégias que utilizam para processar as informações. Uma vez que surgem circunstâncias que exigem mais esforço mental, os processos cognitivos desenvolvem-se tornando os indivíduos capazes de compreender e ter ciência dos seus procedimentos metacognitivos e cognitivos.

Segundo Jou (2006), os modelos metacognitivos podem ser divididos em quatro vertentes: o processamento de informação, o cognitivo-estrutural, o cognitivo-comportamental



e o psicométrico. Cada uma traz uma contribuição para a noção de metacognição. A primeira demonstra a forma de regular, vistoriar e fiscalizar os próprios mecanismos cognitivos.

A segunda apresenta a transformação da estrutura cognitiva e formula uma associação entre a modificação na estrutura das aprendizagens e os novos saberes adquiridos. O terceiro refere-se à metacognição como um paradigma moldado de acordo com a transformação no comportamento. Já a quarta vertente procura assinalar quais são os elementos metacognitivos encontrados na execução de avaliações.

Porém, de acordo com estudos de Jou (2006), baseados em autores como Brown (1997), o princípio fundamental e gerador da metacognição está no processamento de informação. É lá que ocorrem os processos principais de monitoramento do esquema cognitivo e regularização do desenvolvimento do processo de instrução.

Além disso, os estudos da metacognição abrangem diversos aspectos da mente, modelos mentais, intelectualidade, processamentos neuronais e a consciência do entendimento. Ao abranger diversos conceitos sobre o pensamento, a metacognição mostra sua extensão e relevância do âmbito metacognitivo. Todavia, é preciso ter cuidado com essa vasta noção de metacognição, pois a esfera cognitiva pode abarcar diversas ocorrências psicológicas.

Por isso, é preciso determinar o campo metacognitivo que se quer trabalhar. Jou (2006) apresenta fundamentos dentro da metacognição tais como: objetivos cognitivos, experiências metacognitivas, conhecimentos metacognitivos e ações cognitivas. Segundo a autora, esse modelo proposto por Flavell (1977) foi sendo transformado no decorrer do tempo com o acréscimo de teorias baseadas na experiência e observação de indivíduos competentes.

Conforme identificado na pesquisa, os aprendizes relacionam sua aprendizagem com sua experiência para moldar e para agir na regulação do seu processamento cognitivo. Dessa forma, sabem usar as variáveis, operando com as informações que possuem, analisando sua função e escolhendo como esses dados serão organizados para serem executados.

Jou (2006) diferencia ainda as estratégias cognitivas das metacognitivas. As cognitivas dizem respeito ao produto de uma ação e as metacognitivas referem-se à eficácia desse produto. Assim, serão realizadas diversas ações para garantir a eficácia da estratégia utilizada. Com o passar da fase infantil, os indivíduos vão adquirindo experiência metacognitiva para lidar com sua consciência e modificar sua conduta, quando crianças ainda não conseguem compreender suas ações.

O processamento de informação aponta também quais concepções precisam servir de critério para o monitoramento dos processos cognitivos. Um exemplo seria a alteração brusca

de tática que um leitor realiza durante uma leitura, ele pode mudar de tópico para um mais difícil, para um mais fácil ou encontrar novos meios de decifrar um parágrafo mais difícil. Dessa maneira está reorientando e dirigindo sua estrutura cognitiva.

Outra questão sobre o desenvolvimento metacognitivo relaciona-se à como a restrição de um determinado conhecimento pode influenciar na capacidade cognitiva de um domínio. Portanto, quanto mais instrução e percepção, mais se ampliará a habilidade metacognitiva de um domínio em especial. Essa instrução pode ser global, referindo a uma adversidade do dia a dia ou particular.

Atualmente, novas observações e análises feitas por teóricos da Psicologia Cognitiva desenvolveram um novo modelo metacognitivo, baseado na fluência de dados em dois níveis: o meta e o objeto. Esses níveis relacionam-se durante o processo metacognitivo, o controle ocorre no transcorrer de informações do nível objeto para o nível meta. Quando as informações mudam do nível meta para o nível objeto podemos observar a condução e regulação.

Modelos de autores diversos se integram na tentativa de explicar melhor o funcionamento da representação mental. Um exemplo disso são os modelos metacognitivos que, segundo Jou (2006), estabelecem juntos, uma forma adequada de mostrar como o processamento da mente é organizado.

Em suma, os estudos sobre a teoria da metacognição visam mostrar que essa é uma área que não abarca apenas a consciência sobre o próprio pensamento, mas sim um domínio amplo do processamento mental. Com esse processamento o indivíduo possui a capacidade de desenvolver, supervisionar, controlar estratégias para maximizar a aptidão cognitiva.

No campo educacional, o trabalho com a metacognição tem apresentado bons resultados para o progresso das aprendizagens, através da potencialização das habilidades metacognitivas dos alunos. Essas habilidades expandem-se com o transcorrer do tempo, pois os discentes vão ampliando a gestão e domínio dos modelos e táticas cognitivas.

Baseada em estudos de vários autores, Jou (2006) chega à conclusão de que os aprendizes que dominam as habilidades metacognitivas, são chamados de eficientes. Eles são capazes de relacionar um conhecimento já existente com um novo, escolher como e quando utilizar determinada estratégia e aprimorar seu conhecimento através da regulação e exame dos processos mentais.

Essas habilidades começam já na infância em um nível mais elementar, quando a criança já consegue fazer associações de comportamentos e respostas, ou seja, quando realiza determinada atitude e recebe um estímulo por isso. Com o passar dos anos, a criança está na

fase de aprendizagem da linguagem e chega ao nível dois, porque é munida por uma série de saberes cognitivos fundamentais para a fala.

Já no nível três a competência da criança amplia-se e ela tornar-se capaz de usar estratégias de forma mais consciente, construindo conceitos e relacionando-os com outros. No quarto e último nível, o indivíduo chega a um ponto alto da metacognição e consegue administrar todos os outros níveis. Esses níveis podem ser examinados tanto nas fases de evolução do ser humano, quanto no avanço de novos saberes.

Por fim, chega-se à conclusão que a metacognição é uma grande aquisição para o ser humano no seu processo de transformar-se e progredir. Ademais, é possível apontar quem em pouco tempo a sua capacidade cognitiva pode evoluir mais e chegar a um grau elevado de aperfeiçoamento mental.

Diversas pesquisas baseadas em experiências realizadas em escolas mostram a eficácia do trabalho com a metacognição no ensino escolar. Jou (2006) cita intervenções feitas em escolas para o desenvolvimento metacognitivo, como a da autora Boruchovitch (2001) sobre compreensão leitora.

Em outras intervenções na leitura através da metacognição, os alunos são divididos em dois grupos, um é preparado para usar as estratégias metacognitivas e o outro não. O primeiro grupo apresentou um resultado considerável na apreensão das ideias e controle das informações.

Um elemento determinante encontrado nas intervenções educacionais refere-se ao tempo, quanto maior o espaço de tempo para assimilar um conteúdo e realizar uma tarefa, maior a possibilidade de regular e ordenar seu aprendizado, obtendo assim um resultado satisfatório. Ademais, as habilidades metacognitivas podem ser desenvolvidas em outras áreas do conhecimento como a matemática e a ciência para o progresso de resolução de problemas.

Enfim, pode-se afirmar que um trabalho com a metacognição é realizável e eficiente para o avanço na aprendizagem dos alunos. Por isso, os professores podem e devem promover momentos específicos para o aperfeiçoamento e progressão de competências cognitivas, capazes de administrar todo o conhecimento apresentado nos dias atuais.

Especificamente na leitura, vários estudos no âmbito das Ciências Cognitivas já apontam como a cognição pode intervir no ato de ler. Assim, através da consciência de sua aprendizagem, o leitor é capaz de ampliar sua proficiência leitora.

Ribeiro (2015) aponta a influência dos processos cognitivos e metacognitivos durante todo o processo de leitura. No processo cognitivo, a leitura é feita de forma inconsciente, o leitor precisa ativar seus conhecimentos e relacioná-los ao que lê para que o texto faça sentido.

Já no processo metacognitivo, o leitor age com consciência, delimita seus objetivos, cria hipóteses, faz uma reflexão sobre o texto e quais são as melhores estratégias para o seu processo de aprendizagem leitora. A cognição relaciona-se diretamente com a linguagem, porque através dela o indivíduo pode demonstrar suas convicções e sua habilidade de raciocinar.

A aprendizagem dos indivíduos ocorre a todo o momento, pois somos expostos a vários conhecimentos, e precisamos saber relacioná-los com outros conhecimentos, formulando e organizando outras ideias. Por isso, Ribeiro (2015) afirma que os homens “são capazes de utilizar as novas informações adquiridas em diferentes contextos, evocando o que aprenderam, não somente na situação em que foram geradas e assimiladas, mas em diferentes contextos da vida.” (RIBEIRO, 2015, p.317)

Diante disso, pode-se perceber como a metacognição está presente no estudo da linguagem. Flavell (1979) propõe um modelo cognitivo composto de conhecimentos metacognitivos, experiências metacognitivas, objetivos e ações cognitivas. Cada elemento desse modelo desempenha um papel para que ocorra a compreensão leitora.

Os conhecimentos metacognitivos acionam a atenção diante de informações novas, já a experiência metacognitiva refere-se ao entendimento ou não dessas novas informações e o objetivo cognitivo orienta o caminho a ser seguido para se chegar a determinado propósito. Por fim, as ações cognitivas são as atividades realizadas conscientemente para alcançar suas metas.

Esse modelo proposto por Flavell (1987) pode auxiliar na prática de docentes do ensino fundamental, pois ao conhecer esse modelo, os professores podem propor ações específicas utilizando a metacognição como base para o ensino de leitura. Ainda hoje, muitos textos são apresentados na escola superficialmente e sem uma introdução preliminar do assunto tratado, não aguçando assim o interesse e curiosidade dos alunos.

Outro autor que contribuiu para os estudos da metacognição foi Brown (1978), ele propõe que o indivíduo pode utilizar estratégias para regular, controlar e monitorar seu próprio conhecimento. Dentre as estratégias apontadas por Brown (1980 apud KATO, 2007), destacam-se duas: o reconhecimento de informações importantes no texto e a ativação da atenção diante das informações mais importantes.

A primeira estratégia possibilita que o aluno se prepare para a leitura, observando com atenção e refletindo sobre palavras ou trechos, desse modo ele pode deduzir do que se trata o conteúdo do texto. Essa distribuição da concentração em fragmentos mais significativos ajuda o leitor a tornar a leitura um procedimento eficaz e consciente. Assim, ele extrai do material

escrito apenas o que interessa de fato e constrói suas noções sobre o conteúdo de acordo com seus propósitos.

A estratégia de reconhecimento de informações relevantes colabora também para que o próprio sujeito monitore e acompanhe seu processamento durante o momento de compreensão. Pode ser utilizada tanto no decorrer da leitura, quanto depois, dessa forma ao encontrar um problema no entendimento pode recorrer à essa estratégia. O leitor emprega esse controle na leitura em partes específicas do texto ou nele de forma integral.

Já a segunda estratégia busca fornecer dados antes ou depois da leitura para despertar a atenção diante do que é realmente relevante no texto. Segundo Leffa (1996), ao concentrar e dividir sua atenção em segmentos mais importantes, o leitor consegue autorregular seus processos cognitivos e melhorar seu empenho na leitura.

Sabe assim, quando alguma informação é nova e demanda mais atenção ou quando o tema já é conhecido e pode ler mais rapidamente. A determinação de relevância e distribuição de atenção em um fragmento do texto modifica-se conforme o leitor e varia também em diferentes leituras. Assim conforme o leitor e o tipo de texto serão definidos os trechos que merecem mais apreciação.

De acordo com Ribeiro (2015), “o alcance da leitura proficiente se pauta na consciência do indivíduo acerca do seu processo de aprendizagem.” (RIBEIRO, 2015, p.328). Ou seja, as habilidades metacognitivas precisam ser trabalhadas em sala pelo professor, para que o aluno reflita e construa significado no que lê.

Diante dessa afirmação, pode-se observar que o modelo de aprendizagem de leitura pautada em um esquema de perguntas e respostas encontradas no texto, com perguntas prototípicas de gramática e tipo textual, não atende à demanda atual do ensino de leitura. Dessa forma, não permite à ativação de frames, a reflexão, a inferência e a correlação com os conhecimentos de mundo do aluno.

O procedimento de leitura possui propriedades particulares que todo leitor deve dispor para compreender com eficiência um texto. Um leitor competente consegue avaliar se está compreendendo ou não um texto, qual seu objetivo de leitura e que estratégias precisa usar para solucionar um problema que aparece. O desenvolvimento dessa habilidade decorre da maturação da habilidade de raciocínio ao longo dos anos no indivíduo e também da mediação no ensino formal da capacidade de reflexão. Esses elementos compõem o domínio próprio da metacognição em leitura.

Segundo Leffa (1996), durante o processo metacognitivo o leitor consegue controlar e verificar se está entendendo ou não um texto. Ele está atento a si próprio e busca focar sua atenção de forma consciente na metodologia que precisa usar para alcançar os conceitos de um texto. Dito de outra maneira, o leitor durante esse processo apresenta a habilidade de regular o próprio entendimento na leitura e de encontrar formas para solucionar problemas na sua percepção.

Para chegar à compreensão, o leitor realiza algumas atividades metacognitivas, ou seja, estratégias para monitorar a leitura. Segundo Brown (1980), as atividades podem ser de especificar o objetivo da leitura, selecionar trechos mais significativos, concentrar a atenção em alguns fragmentos do texto e qualificar seu entendimento (está assimilando ou não a leitura).

Além disso, o leitor pode estipular se os objetivos foram atingidos, adotar providências quando surgem problemas na percepção e rever o percurso da leitura em circunstâncias de desatenção e devaneios. No entanto, faz-se necessário diferenciar dentro do processo de leitura as atividades cognitivas das metacognitivas.

De acordo com Brown (1980), a atividade cognitiva é caracterizada por utilizar um reduzido grau de consciência e já as atividades metacognitivas implicariam um uso racional e perspicaz da consciência. Porém, existe um inconveniente ao distinguir as duas atividades dessa forma, já que em muitas atividades cognitivas encontra-se um grau alto de consciência, como por exemplo, responder a um questionário sobre um texto.

Assim, o melhor modo de resolver a classificação de atividades como cognitivas ou metacognitivas é empregar como regra a forma de conhecimento usado e não o critério de correlação com a consciência. Existem, portanto, dois tipos de conhecimentos envolvidos que são chamados por Leffa (1996) de declarativo e processual.

O primeiro diz respeito somente à percepção por parte do indivíduo da ação que precisa ser realizada, reconhece a ação e tem a capacidade de executar, esse conhecimento refere-se ao campo das práticas cognitivas. Já o segundo tipo de conhecimento abrange não apenas a capacidade de entendimento da ação, como também a competência para analisar, verificar e monitorar todos os procedimentos para se chegar a um resultado. Esse conhecimento está ligado à área de atuação metacognitiva.

Desse modo, chega-se à conclusão de que as atividades cognitivas são processadas sem a consciência do procedimento utilizado e não do produto. Assim, podemos definir um leitor consciente como aquele que conhece a tarefa e o processo que precisa seguir para corrigir uma falha, dessa forma está realizando uma atividade metacognitiva. Sua leitura torna-se tão fluente

no decorrer do processo que ele não consegue diferenciar se está lendo de forma acelerada ou lentamente.

O leitor consciente do processo consegue parar uma leitura que estava fluindo bem ao observar uma dificuldade na compreensão, como o objetivo de retomar o que não estava entendendo. Uma leitura que segue ágil e acessível, sempre focado no conteúdo, reporta-se a uma atividade cognitiva. Já uma mudança no caminho da leitura para apurar um problema e resgatar a compreensão do texto é uma atividade metacognitiva.

A metacognição é um ponto primordial não apenas na dimensão da leitura, como também em todo o desenvolvimento de todo tipo de conhecimento. É um processo que supervisiona e verifica os elementos cognitivos, e como eles se relacionam para alcançar determinado propósito ou finalidade.

Diante do exposto acima, cabe ressaltar que o melhor meio para resolver uma dificuldade no entendimento da leitura passa pela escolha de uma estratégia que demanda um tempo maior. Assim, quanto mais tempo uma estratégia utiliza para resolver um problema, mais possibilidades de se chegar a uma compreensão eficiente. Porém, essa possibilidade de gastar menos ou mais tempo está subordinada a uma análise minuciosa dos problemas encontrados e das metas que precisam ser alcançadas.

Por fim, os estudos sobre metacognição e ensino de leitura estabelecem quatro pareceres importantes: a evolução da metacognição acontece com o decorrer dos anos da criança, a metacognição relaciona-se com nível de entendimento da leitura, é ampliada de acordo com o ensino e o êxito da estratégia está vinculado ao propósito da interpretação do texto.

Sendo assim, de acordo com Leffa (1996) o procedimento metacognitivo “caracteriza-se pela reflexão, não sobre o conteúdo, mas sobre o próprio processo de compreensão.” (LEFFA, 1996, p.64) Dessa forma, o leitor consegue através do seu raciocínio uma análise melhor de sua própria percepção da leitura.

Como também adquire a capacidade de direcionar seu comportamento e adotar providências para reparar imperfeições no desenvolvimento da leitura. A habilidade do leitor no decorrer do processamento do texto apontará quais são as ações mais apropriadas para corrigir alguma falha na leitura.

### **3.1 A importância das estratégias metacognitivas na compreensão textual**

A ação de compreender textos é de caráter essencial na vida do indivíduo, seja no campo escolar ou na sua vida social e cultural. Essa é uma tarefa que abrange múltiplos elementos e envolve diversas competências e processamentos que induzem a performance leitora. De acordo com Solé (2003), a leitura não pode ser entendida como apenas uma decodificação de palavras, é muito mais do que isso, envolve um procedimento ativo de elaborar sentidos e conceitos.

Porém, para que o entendimento do texto aconteça é fundamental que o leitor seja dedicado e comprometido, busque através de práticas compreender o processo da leitura, analisando cuidadosamente os dados apresentados e dando-lhes o sentido devido. Quando o indivíduo lê e depara-se com a leitura de um texto, ele busca táticas específicas para ordenar, destacar, complementar e comprovar os dados encontrados, dessa forma ele organiza as ideias e consegue chegar a uma compreensão das sentenças.

No entanto, assimilar e apreender um texto não assegura um entendimento completo, para que isso ocorra o leitor precisa ir para um nível mais profundo de compreensão, refletindo criticamente sobre os dados apresentados pelo texto. Isso acontece quando o leitor tem uma relação interativa com o texto, na medida em que procura examinar inferencialmente as informações que não estão expressas de maneira clara. Assim, podemos perceber que um texto gera uma multiplicidade de significados, o que demanda do leitor uma reação ativa com o que lê para produzir sentido, desse modo o entendimento não é retirado do texto, mas guiado por ele.

De acordo com Hodges e Nobre (2012), os objetivos de leitura e os saberes de mundo de quem lê explicam a gama de significações que são geradas por meio de uma obra escrita. Todo saber de mundo é composto por uma bagagem de conhecimento e práticas incorporadas e adotadas inconscientemente pelos indivíduos e são ativados no momento da leitura. Proporcionando assim, que a compreensão siga mais adiante do que está na superfície textual.

Além disso, pode-se avaliar como um entendimento e percepção do texto são eficazes sempre que o leitor demonstra a capacidade de produzir um conceito coesivo, lógico e incorporado do material escrito. Essa compreensão do leitor pode ser em um nível mais baixo ou mais complexo, o nível baixo depende de sua habilidade de reconhecer dados apresentados de forma clara e determinada no texto. Já o nível mais complexo de compreensão é determinado



pela capacidade de constatar associações causais em acontecimentos ocorridos no texto, interesses dos personagens e propósitos do autor.

Hodges e Nobre (2012) concluem que a compreensão mais profunda está diretamente ligada à capacidade de inferir, ou seja, quando o leitor faz ligações e conexões entre os dados do texto e destes com seus saberes de mundo.

Essa capacidade de inferência está relacionada com mecanismos cognitivos que o leitor processa no momento em que cria conceitos novos com base em outros já apresentados, sempre que forem reconhecidas as associações entre as informações expressas e as implícitas.

Compreende-se dessa forma o leitor como um sujeito atuante no processo de percepção textual, percebe-se esse comportamento justamente quando se trata de uma compreensão profunda e mais complexa. O indivíduo irá selecionar a estratégia de acordo com seu propósito de leitura, seja qual for seu objetivo, que podem ser muitos como ler para se informar, por entretenimento ou para conhecer algum assunto.

A definição da estratégia irá causar impacto diretamente no entendimento do texto, porém não basta possuir uma série de táticas de leitura, é preciso antes saber quais são as mais adequadas para se usar em cada leitura que surge.

As estratégias de metacognição estão associadas a essas ações de controle, verificação e supervisão da assimilação do texto. De acordo com Spinillo (2011) nessa ideia está incorporada também a consciência que o indivíduo adquire ao refletir sobre qual melhor estratégia e suas deduções ao longo do texto. E também com que tipo de conhecimento essas deduções foram produzidas. Assim, essa reflexão que o leitor faz durante a leitura contribui para que ele compreenda todo o procedimento de leitura.

Esse tipo de reflexão sobre as informações textuais, bem como a abordagem desses dados do texto, são processos de caráter cognitivo ou metacognitivo. Existem algumas táticas de leitura que tem uma eficácia maior no desenvolvimento e aperfeiçoamento de algumas adversidades que os estudantes enfrentam ao ler um texto. Por isso, essas táticas precisam fazer parte da instrução na escola com o objetivo de constituir leitores independentes e competentes na leitura de quaisquer gêneros textuais.

Alguns autores como Carvalho e Joly (2008) relatam que as estratégias de origem metacognitiva têm a possibilidade de serem empregadas em três períodos diferentes do texto: anteriormente, no decorrer ou posteriormente ao processo de ler. Os procedimentos metacognitivos que acontecem antecipadamente à leitura são usados para explorar e verificar o sentido geral do texto, sua temática, sua estruturação e composição.

No tocante às estratégias aplicadas no percurso da leitura, os leitores concentram-se em optar por aquelas que apontam os dados mais significativos, determinando assim às associações entre suas inferências e as proposições do autor. Dessa forma, conseguem comprovar ou reparar suas suposições sobre o texto, moldando seus processos de acordo com o que é necessário para a leitura realizada e o procedimento de assimilação.

Outras ações que podem ser utilizadas nesse momento são: parar a leitura e apurar a compreensão, destacar informações essenciais do texto, fazer registros e comentários no próprio material, ler pausadamente para atestar sua percepção, pronunciar o texto em tom elevado, dentre outras.

Enfim, temos as estratégias empregadas no final da leitura com as quais o leitor averigua, examina, pesquisa e faz uma ponderação acerca das ideias encontradas na leitura, aborda sua relevância e a utilidade dos dados. Alguns mecanismos cognitivos são a base fundamental para os procedimentos metacognitivos tais como: listagem dos itens mais consideráveis do texto, reescrever fragmentos relevantes, sintetizar as ideias para estruturar os dados pertinentes e enumerar elementos que aprendeu sem dificuldade.

De acordo com Hodges e Nobre (2012), existem inúmeras estratégias metacognitivas que já foram apresentadas na área da metacognição, porém vale ressaltar três delas que são eficientes. Essas estratégias tem aplicabilidade simples em sala de aula e não precisam de capacitação, equipamento ou verbas para serem colocadas em prática.

A primeira é o monitoramento, nessa estratégia o aluno faz uma análise no momento da leitura ou posteriormente, detectando se há problemas no entendimento de um trecho do texto ou nele por inteiro. Assim, ao identificar o problema seleciona qual estratégia de monitoramento é mais adequada para solucionar sua dificuldade.

A segunda estratégia apontada pelas autoras é a autoexplicação, na qual o indivíduo vai esclarecer e expor para si próprio o que entendeu do texto. Dessa maneira, o leitor supervisiona e controla sua percepção do texto, estando ciente do seu pensamento sobre a leitura.

E por fim, a estratégia de justificativa: nesse tipo de procedimento, é requerido ao aluno que explique e defenda suas conclusões. Assim, essa última estratégia constitui-se em uma ação metacognitiva por fazer o discente repensar suas respostas, debater, questionar, revisar e até transformá-las.

Conclui-se, portanto, que o emprego de estratégias metacognitivas é uma importante ferramenta para o entendimento do texto. Assim, autores como Paula e Leme (2003) recomendam a instrução efetiva nas escolas dessas estratégias, pois elas promovem uma

consciência e percepção textual melhor do leitor. São táticas aprendidas com rapidez e sem a necessidade de capacitação para serem executadas.

O professor representa um papel essencial nesse tipo de ensino, pois é ele quem vai determinar quais são as estratégias mais pertinentes para o texto em estudo ou para outros tipos de gêneros textuais. Estudos como de Cromley (2005) apontam diversas estratégias que podem ser utilizadas para o domínio da compreensão textual como, por exemplo, síntese de ideias, sondagem de dúvidas da temática central do texto, controle do que assimilou e informar aos colegas, estruturar gráficos e ensinar os estudantes a utilizar e desenvolver mais de uma estratégia por vez.

No entanto, não se pode afirmar que uma estratégia é superior à outra, todas devem ser apresentadas. Em face da existência de várias estratégias cognitivas e metacognitivas, não é possível encontrar uma fórmula ideal para o ensino, já que apresentar apenas algumas em detrimento de outras pode ser prejudicial, pois todas em algum momento são produtivas e eficazes. O sujeito ao desenvolver-se com o tempo adquire experiência e aprimora sua independência leitora, logo é capaz de compreender suas demandas, de optar por uma estratégia que seja eficiente e que supra seus anseios.

Cromley (2005) afirma ser conveniente apresentar algumas recomendações ao docente para o trabalho com estratégias metacognitivas, ressaltando que o ensino deve seguir um sequenciamento estipulado. Além disso, os alunos precisam saber qual o motivo e a finalidade de aprender uma estratégia. Porque assim se envolverão mais na sua aprendizagem e irão querer usá-las. Outra sugestão é que o docente demonstre de forma clara em que ocasião e momento deve ser empregada cada estratégia, pois em um dado contexto umas são mais válidas, já outras não.

Em seguida, relata que os estudantes precisam fazer o uso constante dessas estratégias no ambiente escolar e necessitam ter apoio do professor durante a aprendizagem com anotações, informações e recados. Ademais, faz-se necessário dar a oportunidade aos alunos de explicitar seu entendimento sobre o que leram.

Assim, o professor terá a capacidade de apreciar e analisar sua forma de compreender. E por fim, indagar o discente a respeito do benefício de uma estratégia específica, com a finalidade de despertar sua atenção para correlacionar o uso de uma tática com o desenvolvimento de sua compreensão.

Diante de todo o exposto sobre as estratégias cognitivas e metacognitivas convém destacar sua importância no processo de ensino e aprendizagem da compreensão textual.

Considera-se que um ensino que trabalhe com a metacognição colabore para o desenvolvimento, nesse caso especificamente, na área de leitura. Dessa forma, ajuda a formar alunos que estabelecem critérios e sejam prudentes na presença de um texto, elementos essenciais para uma compreensão produtiva.

O trabalho com a metacognição pode ajudar consideravelmente a leitura de diversos gêneros, e mais especificamente o da propaganda. Sendo assim, um leitor competente que estabelece estratégias para a leitura pode compreender melhor um texto com múltiplas semioses e ambiguidades como a propaganda.

Ao listar, por exemplo, os itens mais importantes do texto publicitário, fazer um resumo das ideias e reescrever trechos importantes ele pode produzir sentido no que lê. Essa produção de sentidos levará a uma compreensão leitora eficiente, entender assim o sentido e objetivo do anúncio publicitário.

## 4. METODOLOGIA

Uma pesquisa pode ser definida:

“como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser relacionada ao problema”. (GIL, 2002, p.17)

De acordo com Beillerot (2001), existem três requisitos para que uma atividade seja classificada como pesquisa: promover produção de novos conhecimentos, possuir metodologia rigorosa e ser pública.

Portanto, toda pesquisa precisa, necessariamente, seguir um método para que o processo seja eficaz e os resultados sejam confiáveis e aceitos. Para atender a esse requisito, o presente trabalho configura-se na forma de pesquisa qualitativa e a metodologia utilizada será a pesquisa-ação.

### 4.1 A pesquisa-ação: algumas considerações

A pesquisa-ação, adotada neste projeto, relaciona-se àquela em que pesquisador tem uma relação íntima com seu objeto de estudo, pois analisa um determinado ponto da sua prática profissional. Assim sendo, a pesquisa-ação pode ser considerada “uma forma de investigação-ação que utiliza técnicas de pesquisa para informar a ação que se decide tomar para melhorar a prática”. (TRIPP, 2005, p. 447)

Na escola, ao escolher esse tipo de pesquisa, o professor assume o papel de pesquisador e trabalha para o aperfeiçoamento, tanto da sua prática, quanto da aprendizagem dos alunos. Segundo Engel (2000), a pesquisa-ação educacional é uma ótima estratégia para os professores, pois colabora para a resolução de problemas em sala de aula.

Além disso, a pesquisa-ação é uma excelente ferramenta, porque busca transformar a prática já durante a implementação, e não apenas no final do projeto. Dessa forma, “o feedback obtido do monitoramento da prática é traduzido em modificações, mudanças de direção e redefinições, conforme necessário, trazendo benefícios para o próprio processo”. (ENGEL, 2000, p.185)

Esse tipo de investigação surgiu da necessidade de conectar a prática com a pesquisa, pois nas teorias mais convencionais o pesquisador ficava distante do seu objeto de pesquisa e só recomendava mudanças ao final do trabalho. Agora o pesquisador poderia sair do seu exílio durante a pesquisa e testar os efeitos de suas conclusões no momento de sua aplicação. Dessa maneira ele poderia confirmar ou não suas hipóteses e modificar o rumo de sua análise.

O emprego da pesquisa-ação na escola implicou uma maior participação dos professores nos problemas educacionais, levando-os a procurar através da pesquisa uma saída para sanar suas dificuldades em sala. Ademais, proporcionou um progresso em suas carreiras, já que quanto mais busca meios para melhorar sua prática e resolver seus problemas, mais amplia sua capacidade de crescer profissionalmente.

Segundo Engel (2000), a pesquisa-ação pode ser considerada como uma metodologia de pesquisa na qual não existe um padrão único e imutável de observação dos dados, ela pode ser modificada e transformada a partir das ocorrências e do contexto sócio-histórico em que está inserida.

Nesse modelo de pesquisa o resultado não é apontado por um pesquisador de fora que mostra as possíveis soluções para quem faz a execução das tarefas (docente). É o próprio professor que muda sua sala de aula e a configura em um objeto de pesquisa. Então, a partir da pesquisa-ação o docente deixa de absorver os estudos de outros para trabalhar e desenvolver seu próprio projeto para resolver as demandas de sua sala de aula.

Esse tipo de investigação pode ser usado tanto no âmbito escolar como em outros meios sociais nos quais os indivíduos possuam algum tipo de adversidade, atividade ou esquema em comum.

De acordo com Engel (2000), a pesquisa-ação possui algumas particularidades fundamentais e que precisam ser destacadas para que não seja confundida com outras formas de pesquisa. Primeiro todo o seu procedimento de aprendizado e conhecimento deve acolher todos os membros que estão integrados na pesquisa. Além disso, é preciso que não sejam dissociados sujeito e o objeto. Outra característica é que os frutos e efeitos da pesquisa precisam ser partilhados entre todos, desde que os integrantes estejam cientes do contexto em que estão inseridos e da necessidade de mudança.

No que tange à esfera educacional, a pesquisa-ação tem como tema principal a atuação das pessoas em determinadas circunstâncias observadas pelo docente em sala. Como, por exemplo, uma conduta inadmissível e que precisa de uma transformação, ou seja, uma

modificação na ação do praticante. Essa modificação será apresentada pelo professor-pesquisador com o uso de novos mecanismos que serão testados como eficientes ou não.

Outra peculiaridade dessa forma de pesquisa diz respeito ao modo como os problemas são analisados e quem interage na problemática. Dessa forma, temos todos os integrantes envolvidos sejam eles discentes, direção ou docentes participam da discussão dos problemas.

A pesquisa-ação atende na maioria das vezes a uma situação e uma adversidade específica, ou seja, seus resultados não são passíveis de generalização. Assim, todo o procedimento utilizado contempla uma demanda individual e particular, uma mudança em uma determinada situação, não podendo ser empregada para melhorias em outras ocorrências que estão por vir.

Engel (2000) relata detalhadamente cada etapa da pesquisa-ação que são seguidas pelo professor-pesquisador durante o processo na esfera educacional. São elas: definição do problema, pesquisa preliminar, hipótese, desenvolvimento de um plano de ação, implementação do plano de ação, avaliação do plano de intervenção e comunicação dos resultados.

Apesar dos bons resultados, algumas contestações são feitas em relação à pesquisa-ação, a primeira delas seria que sua finalidade é restrita a um contexto particular. Dessa forma, seus dados não podem ser utilizados em outras demandas, ficando limitada a uma situação determinada. Diferente da pesquisa tradicional, na qual os resultados são generalizáveis e aptos a colaborar em diversos ambientes.

Enfim, apesar das objeções feitas, a pesquisa-ação tem se mostrado uma ferramenta válida para aperfeiçoar o sistema de aprendizagem e ensino das escolas, já que proporciona ao docente meios de desenvolver melhor seu trabalho e sanar os problemas encontrados. Mesmo com algumas restrições, a pesquisa-ação deve ser um instrumento o qual os professores devem utilizar em sala, pois através dela podem acontecer mudanças com processos testados anteriormente e com uma base científica.

A pesquisa-ação mostra-se como uma forma mais eficiente de modificar uma situação em sala do que esperar a situação mudar sem nenhuma ação. Todavia, o campo educacional precisa de pesquisas mais amplas e generalizáveis para a transformação e solução da maioria de seus problemas. Para que dessa maneira atinja um número elevado de instituições escolares e salas de aula. Porém, enquanto esses tipos de pesquisa não são realizadas, a pesquisa-ação revela-se com uma saída mais imediata e instantânea para as adversidades educacionais no mundo contemporâneo.

Conforme as etapas que compõem a pesquisa-ação, este projeto apresentará: identificação do problema, planejamento das ações, implementação, monitoramento dos resultados e avaliação. Na fase de implementação, será utilizada a metodologia da sequência didática, indicada pelos autores Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), que será apresentada na seção seguinte.

## 4.2 Sequência didática

A sequência didática (doravante SD) é um conjunto de atividades articuladas que são planejadas com a intenção de atingir determinado objetivo didático. É organizada em torno de um gênero textual (oral ou escrito), ou de um conteúdo específico podendo envolver diferentes componentes curriculares. O problema que a sequência didática do presente trabalho procura resolver é a dificuldade de compreensão na leitura do gênero propaganda. No entanto, o planejamento dessa sequência adaptada será descrita apenas na seção seguinte.

Todo texto está realizado em algum gênero textual, por isso em qualquer situação de comunicação, seja ela formal seja informal, utilizamos um gênero que pode ser oral ou escrito. Os gêneros são diversos, mas é possível encontrar neles certa constância de características e, além disso, podemos através deles ampliar nossa possibilidade de comunicação.

O principal objetivo de uma SD é auxiliar os alunos a aprenderem de forma significativa os vários gêneros existentes, sabendo utilizá-los tanto na oralidade, quanto na escrita. Quando o discente é exposto a uma SD, ele tem a possibilidade de avançar no domínio da sua língua e aprender novas linguagens.

A estrutura de uma SD segue um esquema com etapas e módulos que devem ser seguidos para o desenvolvimento de um gênero. O esquema segue a seguinte ordem:

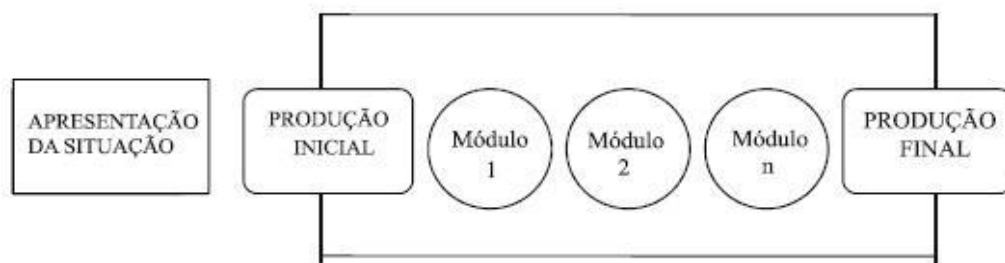


Figura 6: esquema da sequência didática

Fonte: (<http://ead.bauru.sp.gov.br/efront/www/content/lessons/46/SLIDE%20AULA%205.pdf>, s.d.)



A apresentação inicial é o primeiro componente da SD, nela os alunos serão preparados para a produção inicial e constroem uma noção do trabalho de linguagem que será realizado com a turma. O gênero oral ou escrito é explicitado e toda a tarefa de comunicação é descrita com detalhes.

O primeiro passo é a apresentação do problema de comunicação, os alunos precisam compreender qual gênero irão produzir, oral ou escrito, e como solucionar obstáculos na interlocução. Eles devem estar atentos a tópicos como: qual gênero tratado, público alvo e em que formato serão produzidos os textos.

O segundo passo é preparar os alunos para ter contato com o conteúdo que será trabalhado, pois para produzir algo eles devem ter acesso a determinados conhecimentos sobre o gênero. Esse acesso ao conteúdo pode ser feito na forma de debates de uma notícia ou na correspondência entre turmas. O ideal é que a apresentação inicial aconteça por meio de projetos escolares, para que os conceitos sejam mais relevantes para os discentes.

Depois da apresentação inicial, é proposta aos alunos uma primeira produção do gênero. A primeira produção será o objeto de estudo e aprendizagem da SD, porque segundo os autores “permite circunscrever as capacidades de que os alunos já dispõem e, conseqüentemente, suas potencialidades (...) definem o ponto preciso em que o professor pode intervir melhor e o caminho que o aluno tem ainda a percorrer”. (DOLZ, NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p.100).

No caso da presente pesquisa, os alunos não irão elaborar um texto na produção inicial, mas sim uma diagnose de leitura do gênero propaganda. Deste modo, serão realizadas nos módulos seguintes atividades de interpretação. Com a finalidade de sanar os problemas de interpretação encontrados na primeira atividade. Por fim, será realizada uma avaliação final para analisar se os obstáculos do início da sequência adaptada foram reparados.

Na produção inicial, o professor pode identificar os erros e avanços dos alunos, indicando atividades adequadas para cada um. A situação inicial oferece uma bagagem para os alunos produzirem o primeiro texto que servirá de base para a construção dos módulos seguintes. Além disso, os alunos concretizam seu conhecimento da apresentação inicial em um texto que pode ser escrito ou gravado. Através da observação do texto com a turma, o professor pode indicar os pontos altos e baixos na fala ou na escrita, e que precisam ser melhorados.

Os módulos são importantes na sequência, pois visam intervir e superar os obstáculos encontrados pelos alunos na produção inicial. O exercício da produção (oral ou escrita) é

dividido entre os módulos, seguindo uma ordem do mais difícil ao mais fácil. Depois, retorna ao mais difícil com a produção final.

As atividades dos módulos precisam buscar estratégias e níveis diferentes para sanar as dificuldades dos alunos. Cada módulo vai focar em um problema específico da aprendizagem como o esclarecimento da circunstância de comunicação, a criação dos conteúdos, organização e elaboração do texto escrito. As ações dentro dos módulos devem ser dinâmicas e variadas para munir o aluno com um conjunto de atividades significativas e que colaboram para a aprendizagem oral ou escrita do gênero.

Por fim, temos a produção final que é o produto de todas as aprendizagens realizadas durante os módulos, nela é possível desempenhar todos os ensinamentos e percepções desenvolvidas ao longo da sequência. Através da produção final, o aluno consegue monitorar o desempenho de sua aprendizagem, avaliando se os objetivos traçados inicialmente foram alcançados e como ocorreu toda sua evolução durante o trabalho.

No momento final da sequência, o professor pode avaliar o aluno na forma somativa, já que durante os módulos foram feitas avaliações do tipo formativo, baseados nas habilidades e dificuldades dos alunos. Agora serão elencados os princípios fundamentais difundidos ao longo dos módulos que servirão como parâmetro para a verificação do desempenho.

Enfim, faz-se necessário elucidar alguns pontos sobre a SD. Primeiramente é preciso compreender qual teoria fundamenta a sequência. Os elementos fundamentais dessa teoria são: a modularidade, distinção entre as atividades oral e escrita e a conexão com outros domínios da linguagem.

Ao escolher a SD como forma de trabalho em sala, o professor propicia diversas possibilidades de apropriação da linguagem, nas suas duas modalidades (oral e escrita). Além disso, proporciona um contato direto e significativo com diversos textos materializado em algum gênero textual, o principal instrumento da sequência.

Ademais, todo o desenvolvimento da sequência é bem alinhado e não acontece de forma imprevista, por exemplo, os módulos devem ser encadeados sucessivamente de acordo com uma lógica, alguns são suporte e alicerce para a execução dos outros. Já na produção dos textos escritos e orais é preciso atenção no momento da elaboração, o texto escrito é palpável e passível de reescritas e exames. Com o texto oral é diferente, ele é um material que se dissipa, por isso é necessária à gravação para escuta, transcrição e análise.

A SD precisa considerar que todas as atividades devem estar centradas nos traços particulares de cada gênero, na maneira como se constrói o texto, seu estilo, uso dos tempos

verbais e a investigação dos dados linguísticos. Outro ponto importante é o tratamento dos quesitos sintaxe e gramática.

Estes devem ser revistos durante a escrita dos textos, de modo a observar os problemas recorrentes que devem ser abordados com a turma. Porém, deve-se ter a noção que a finalidade primordial da sequência é desenvolvimento de capacidades de linguagem, tanto orais como escritas e não um treino metódico com gramática.

Inspirada na proposta de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), propomos uma sequência didática adaptada. Essa sequência não trabalhará a produção de um gênero como o modelo original. Dessa forma, será usado apenas o esquema das etapas e módulos. Nesses módulos serão trabalhadas atividades metacognitivas para o desenvolvimento da compreensão leitora do gênero propaganda.

#### **4.3 A escola, lócus da pesquisa e os sujeitos participantes**

O Colégio Municipal Padre Anchieta (CMPA) está localizado à Avenida Cristiano dos Reis Meireles Filho, número 905, bairro Vista Alegre, município de Barra Mansa, interior do estado do Rio de Janeiro. A escola é pública e mantida pela esfera administrativa municipal, tendo sido fundada em 1965.

O colégio funciona em sede própria desde a sua fundação. Na escola há secretaria, sala de recurso, biblioteca, laboratório de informática, sala de leitura, sala de orientação pedagógica e educacional, sala de direção e professores, refeitório, cozinha, almoxarifado, pátio, banheiros e 20 salas de aula. A merenda e limpeza são fornecidas por empresas terceirizadas, contratadas pelo poder público municipal.

O estabelecimento de ensino, no ano (2018) conta com 726 alunos matriculados, organizados em 30 turmas, divididas entre os turnos matutino, vespertino e noturno. Atualmente, o colégio oferece matrículas para o Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), na modalidade regular e EJA (educação de jovens e adultos). Situado em um bairro grande de periferia, o CMPA tem como clientela discentes de uma mesma comunidade.

A partir de 2018 foi implementado na escola a educação em tempo integral. Dessa forma, oferece no contraturno oficinas como: Francês, Inglês, Esporte e lazer, Arte e cultura, Empreendedorismo, Informática, Robótica, Xadrez, Música e Orientação de estudos.

Na instituição escolar Padre Anchieta, trabalham 36 funcionários, sendo o conjunto de docentes formado por 79 professores. Todo o corpo docente possui habilitação exigida por lei para lecionar. Uma característica importante dessa instituição escolar é o grande número de alunos, sendo classificada como a 2ª maior do município. A média em sala é de 25 alunos.

A escola foi escolhida pelo fato da pesquisadora ser regente de Língua Portuguesa para turmas de 7º ano desde 2015, sendo que em 2018, a professora é regente em três turmas. Portanto, foi possível selecionar uma turma para participar da sequência didática proposta na pesquisa.

A seleção da turma 704 ocorreu devido ao fato de a professora-pesquisadora conhecer as dificuldades do grupo quanto à leitura e compreensão de textos. O planejamento e atividades da professora não alcançaram um bom resultado, porém o Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS) apresentou à docente novos métodos para aplicar e testar, na busca pelo desenvolvimento da leitura proficiente dos alunos.

A classe escolhida é composta por 24 alunos, com idades entre 12 e 15 anos. O processo de pesquisa e participação dos alunos será informado aos pais, direção e orientação pedagógica em reunião. Os responsáveis assinarão o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para concordar em divulgar os dados dos estudantes, para fins de pesquisa. Os nomes verdadeiros dos alunos serão preservados e substituídos por nomes fictícios, assim será resguardada a identidade e privacidade de cada um.

#### **4.4 Etapas da mediação pedagógica**

Nesta seção, serão apresentadas, em detalhes, as etapas da mediação pedagógica que foi pensada de forma a alcançar dois objetivos: o primeiro, de propor estratégias metacognitivas de ativação de atenção diante de informações relevantes e o segundo, de reconhecimento de dados importantes no texto, a fim de que essas atividades operem sobre o controle e autorregulação dos procedimentos cognitivos de leitura relacionados ao gênero propaganda.

Além disso, pretende-se responder à questão da pesquisa, que gira em torno do questionamento de como fazer com que os alunos do sétimo ano do ensino fundamental leiam e compreendam os textos do gênero propaganda utilizando as estratégias metacognitivas.

No primeiro momento, o professor-pesquisador conversou com os pais sobre projeto, recolhendo as autorizações, e, finalmente, os alunos tiveram informações sobre a pesquisa e

desenvolvimento das atividades. Logo após, foram aplicadas à turma a sequência didática para trabalhar a leitura e compreensão do gênero propaganda.

Primeiro, para identificação do problema, foi realizada uma diagnose inicial de leitura do gênero. A professora-pesquisadora apresentou aos alunos três propagandas, fizeram uma análise, responderam algumas perguntas oralmente e também através de um questionário. Todas as atividades foram organizadas, sistematicamente, em torno do gênero textual selecionado para a pesquisa. As propagandas apresentadas foram as que estão abaixo nas figuras 7, 8 e 9:



Figura 7: Propaganda da Hortifruti (Hollywood)

Fonte: (<http://www.eitapiula.com.br/curiosidades/hortifruit-propagandas-filmes-com-frutas/>, s.d.)

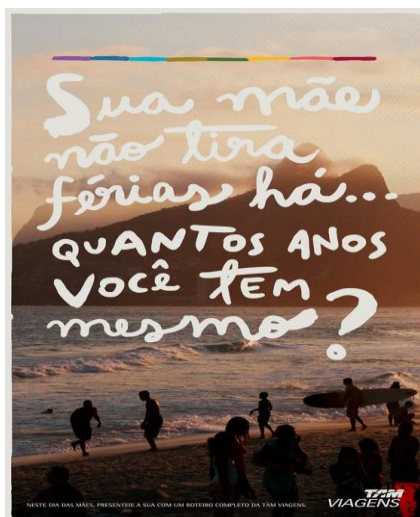


Figura 8: Propaganda da TAM

Fonte: (<https://br.pinterest.com/pin/407857309985434451/?lp=true>, s.d.)



*Figura 9: Propaganda da Nestlé*

Fonte: ([http://www.desencannes.com/perolas/detalhes\\_impressa.php?id=39](http://www.desencannes.com/perolas/detalhes_impressa.php?id=39), s.d.)

A diagnose produzida com as propagandas acima foi muito importante para as etapas seguintes da pesquisa, visto que indicou quais eram as principais dificuldades dos alunos. Nessa primeira atividade a percebeu-se que o duplo sentido e relação texto-imagem eram um problema para a maioria da turma.

À guisa de esclarecimentos, objetivo principal de uma sequência didática, aqui adaptada para o trabalho com a leitura, é levar o aluno a desenvolver sua capacidade leitora do gênero em questão. A primeira etapa de uma sequência é a apresentação da situação inicial em que os alunos são expostos ao gênero, à forma de comunicação e às atividades de linguagem que são trabalhadas. É explicitado, de forma clara, que eles realizarão produções escritas de interpretação do gênero propaganda.

A segunda etapa da apresentação inicial é a apresentação dos conteúdos. No caso da presente pesquisa, o conteúdo partiu de uma pesquisa feita pela pesquisadora de propagandas interessantes, criativas e atuais. Foram utilizadas propagandas que tratassem especificamente dos problemas encontrados na diagnose que são: duplo sentido e relação texto-imagem.

Os alunos realizaram, então, uma diagnose inicial escrita, na qual eles deveriam relatar o conhecimento que possuíam sobre as propagandas propostas. Logo após, foram identificados os problemas recorrentes na atividade inicial, relacionados à compreensão da propaganda. Para os módulos seguintes, foram pensadas atividades de cunho metacognitivo que visassem propiciar ao aluno sanar suas dificuldades de interpretação.

No primeiro módulo, foram, então, apresentadas estratégias para o reconhecimento das informações mais relevantes das propagandas. A primeira atividade do módulo consistia em pedir que os alunos observassem que na frase X da propaganda aparecia uma palavra Y, depois

deveriam dizer o que sabiam do significado dessa palavra. As respostas foram registradas por escrito e depois apresentadas para a discussão do grupo.

O objetivo das atividades que compõem o módulo 1 consistia em fazer o leitor avaliar a qualidade da sua compreensão através da definição de um dado significativo no texto. Essa é uma atividade metacognitiva importante, pois nela o aluno pode desenvolver sua capacidade de reflexão sobre o texto lido. O primeiro módulo contou com onze atividades de compreensão com variadas propagandas.

O módulo visava também o desenvolvimento de estratégias de ativação de atenção diante de informações importantes do texto. Antes da leitura, os alunos receberam um pequeno texto introdutório, explicando o que é o gênero propaganda e seu objetivo. Discutiram, também, quais eram seus conhecimentos prévios sobre o gênero. Além disso, foram apresentadas informações prévias que auxiliariam na compreensão do conteúdo do texto.

Devido a dificuldades dos alunos com alguns exercícios, produziram-se mais atividades. Essas atividades fazem parte do módulo 2. Assim, dentro da proposta de elaborar comandos que levassem os alunos a, conscientemente, buscar caminhos para entender os enunciados das questões, foram destacadas algumas palavras da propaganda e os alunos deveriam explorar o texto, considerando apenas as palavras em destaque, para em seguida responder sobre a temática do texto. Os alunos, individualmente, anotaram suas observações e fizeram um comparativo com a turma sobre as temáticas indicadas por cada um.

A finalidade das atividades do módulo 2 foi trabalhar a capacidade da reflexão do aluno sobre palavras que domina ou não. É considerada uma atividade metacognitiva, porque proporciona ao aluno ampliar sua habilidade de, conscientemente, buscar meios que o levem a estabelecer a inferência e acionamento a esquemas mentais, necessários para a compreensão leitora.

Nesse módulo, também foram elaboradas atividades para trabalhar e recursos presentes em toda propaganda que servem para chamar a atenção do leitor, tais como título, slogan, imagens e ambiguidades. Foi pedido que o aluno retornasse ao texto e falasse o que mais lhe chamou a atenção. O módulo 2 contou com seis atividades.

O propósito principal das atividades dos módulos 1 e 2 era permitir ao aluno levantar suposições acerca da leitura que realizou e possibilitar que acionasse seus saberes de mundo para aperfeiçoar o progresso de sua compreensão. Sendo assim, trata-se de uma ação metacognitiva, porque o leitor pode monitorar e acompanhar seu processo cognitivo.

É preciso ressaltar, primeiramente, que a sequência didática, como proposta por Dolz e Schneuwly (doravante SD) foi adaptada à pesquisa sobre compreensão leitora, cuja atividade final não é a produção de um texto no gênero textual trabalhado como os referidos autores sugerem. No entanto, entendeu-se que uma SD trazia, em sua configuração, uma proposta metodológica que poderia ser bem eficiente para se trabalhar a interpretação de propagandas com a ajuda da metacognição.

A sequência didática teve início com a aplicação de uma diagnose para verificar as principais dificuldades da turma em relação à compreensão de um anúncio publicitário. Para tanto, foram selecionadas propagandas das empresas Hortifruti, Nestlé e Tam, por serem anúncios com textos e imagens criativas. Dessa forma, seria possível avaliar as principais dificuldades da turma em relação à interpretação das propagandas. Como somente 21 alunos, dos 25 frequentes da turma, levaram o termo de consentimento assinado, optou-se por realizar as atividades da mediação com todos e usar, somente, no os dados dos alunos autorizados pelos pais a participarem da pesquisa.

Pode-se dizer, ainda, que, em todos os módulos, foram trabalhados enunciados com os dois objetivos. Durante a execução das atividades que compunham os módulos, os dados obtidos foram monitorados e descritos em forma de relatório.

Por fim, foi realizada uma avaliação final para aferir se as estratégias metacognitivas trabalhadas nos comandos criados para cada atividade foram capazes de promover uma melhora na compreensão e geração de sentido. Foram escolhidas em torno de cinco propagandas e como proposta de avaliação, os alunos deveriam explicar, de forma escrita, sem qualquer intervenção do professor, o que entenderam da propaganda lida. A avaliação final, bem como os módulos e diagnose inicial encontram-se no apêndice.

Na seção seguinte, será apresentada a análise das atividades realizadas com a turma, bem como a avaliação diagnóstica, os exercícios dos módulos 1 e 2, e por fim a avaliação final. Serão expostos exemplos de respostas dos alunos para melhor visualização dos enunciados metacognitivos e seu impacto no desempenho de interpretação da turma. Além disso, foram elaborados gráficos para exibir o avanço ou não dos alunos nas atividades.



## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esse capítulo tem por objetivo apresentar os resultados encontrados com a aplicação das atividades, propostas na sequência didática. Além disso, serão apresentados gráficos com os dados das atividades em cada módulo e por fim um gráfico comparativo entre a diagnose inicial e avaliação final.

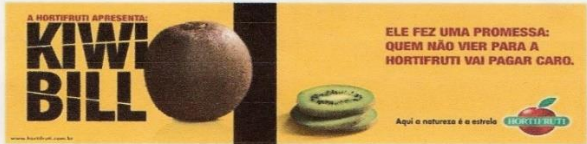
### 5.1.1 A atividade diagnóstica

A atividade diagnóstica foi aplicada em maio de 2018, com questões avaliando inferências, atenção a contextos e acionamento a conhecimento de mundo para entendimento do texto. Após a avaliação das atividades, foi observado que as principais dificuldades da turma giravam em torno dos seguintes aspectos: intertextualidade, público-alvo, duplo sentido de palavras, objetivo, função da propaganda e relação imagem-texto.

Como não é possível dar conta de todos esses problemas em uma única pesquisa, optou-se por trabalhar, apenas, com dificuldade de interpretação de estruturas com duplo sentido e com as dificuldades de se estabelecer relação texto-imagem. Essa escolha se deve ao fato de acreditarmos ser possível desenvolver a habilidade de inferência, bem como ampliar a capacidade de atenção dos alunos, com o auxílio de estratégias metacognitivas aplicadas à elaboração dos comandos dos enunciados.

Um exemplo de enunciado na diagnose que apresentou grande dificuldade interpretativa foi a questão três (figuras 10 e 11) em que os alunos deveriam explicar os significados da expressão “pagar caro”. Cerca de 9 (nove) alunos deram respostas adequadas ao que se esperava da questão, enquanto e 11 (onze) colocaram respostas inadequadas. Os que deram respostas parcialmente adequadas não sabiam o sentido conotativo da expressão.

**Atividade Diagnóstica**




1) Essa propaganda vende uma ideia ou um produto?  
Um produto

2) Por que as palavras Kiwi Bill estão destacadas?  
Porque é o nome do produto (a fruta)

3) Quais os dois significados possíveis da expressão “pagar caro”?  
Porque se não comprar o produto quando for vai pagar mais caro  
o produto vai aumentar de preço.

Figura 10: Atividade diagnóstica realizada pela aluna V.A.

**Atividade Diagnóstica**




1) Essa propaganda vende uma ideia ou um produto?  
Produto.

2) Por que as palavras Kiwi Bill estão destacadas?  
É por que é o produto que está sendo oferecido.

3) Quais os dois significados possíveis da expressão "pagar caro"?  
Comprar algo caro e ficar sem o kiwi se demorar para ir comprar.

Figura 11: Atividade diagnóstica realizada pela aluna M.J.

A questão 12 (figuras 12 e 13) é um outro exemplo de dificuldades de entendimento do duplo sentido. Dos 20 (vinte) alunos participantes da pesquisa, apenas 9 (nove) conseguiram responder adequadamente qual era a palavra que tinha duplo sentido na propaganda. Observe:




12) Essa propaganda apresenta uma palavra que possui dois sentidos diferentes. Qual palavra é essa? Encha

13) Quais os significados que ela pode oferecer?  
Encher a barriga do seu filho e ficar cheio.

14) Qual é o público a que se destina essa propaganda?  
As mães

15) Qual é a principal ideia passada pela propaganda?  
Comprar mais bolacha para seu filho

Figura 12: Atividade diagnóstica realizada pela aluna V.G.



12) Essa propaganda apresenta uma palavra que possui dois sentidos diferentes. Qual palavra é essa? Encha

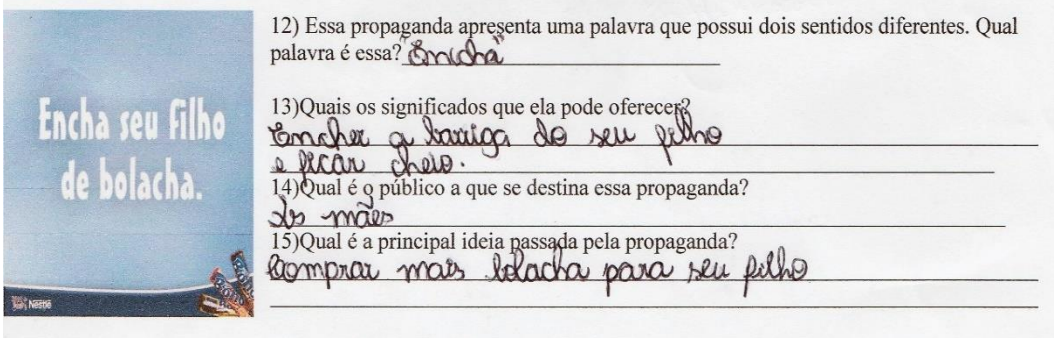
13) Quais os significados que ela pode oferecer?  
Encher um lugar de coisas ou ficar de barriga cheia.

14) Qual é o público a que se destina essa propaganda?  
As filhas.

15) Qual é a principal ideia passada pela propaganda?  
Vender bolacha.

Figura 13: Atividade diagnóstica realizada pelo aluno G.H.

A figura 13 apresenta a questão 13 em que os alunos deveriam explicar os dois significados da palavra **bolacha**. Muitos responderam de forma adequada o sentido denotativo (**biscoito**) e não sabiam explicar o sentido conotativo (palmadas/tapas). Apenas dois alunos responderam adequadamente completamente essa questão. O exemplo apresentado na figura 14, evidencia que a aluna não identificou a palavra “bolacha” com duplo sentido. Ela acreditou que seria o termo “encha”. Sua resposta apesar de não ser a esperada para a questão, também possui sentido. Já que que a palavra “encher” pode ter sentido de fazer ficar cheio ou causar aborrecimento, significados que podem se encaixar na propaganda.



12) Essa propaganda apresenta uma palavra que possui dois sentidos diferentes. Qual palavra é essa? Encha

13) Quais os significados que ela pode oferecer?  
Encher a barriga do seu filho e ficar cheio.

14) Qual é o público a que se destina essa propaganda?  
As mães

15) Qual é a principal ideia passada pela propaganda?  
Comprar mais bolacha para seu filho

Figura 14: Atividade diagnóstica realizada pela aluna M.V.

Exemplos como estes nos alertaram para a necessidade de trabalhar o duplo sentido através de comandos que permitissem o desenvolvimento de habilidades metacognitivas que levassem os alunos a, conscientemente, buscar elementos ou recursos no texto que permitissem a inferência. Através da seleção de propagandas que apresentassem ambiguidade e a partir de atividades com enunciados que levassem ao aluno a autorregulação de sua aprendizagem, acreditamos que os alunos conseguiriam compreender os sentidos conotativos das palavras no texto.

Para tanto, as atividades se concentraram em dois objetivos: Foram criadas, inicialmente, atividades com enunciados que contemplassem o primeiro objetivo de reconhecimento de informações importantes no texto e comandos que visavam ensinar o aluno a voltar a atenção para informações relevantes.

A elaboração das atividades que compõem os módulos teve início com a seleção das propagandas que seriam trabalhadas, o segundo objetivo era contemplar anúncios criativos, que apresentassem intertextualidade e palavras e expressões ambíguas.

### 5.1.2. Atividade 1 do módulo 1

Para a primeira atividade do módulo 1, foram selecionados dois anúncios, cujo entendimento foi testado a partir de questões com comandos que visavam ao desenvolvimento das habilidades metacognitivas citadas anteriormente. O primeiro anúncio utilizado foi da TAM Linhas Aéreas (companhia aérea). No início procuramos chamar a atenção do aluno para o que era realmente importante na propaganda, pedindo que retornasse ao texto e destacasse a palavra que considerasse mais relevante. Esse comando permite que o aluno regule seu processo cognitivo e tente inferir o que realmente é importante para a compreensão do que lê.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
Aluno: \_\_\_\_\_

Profª Isabela

Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

Atividade – 1



1- Observe bem a propaganda. Diga o que mais chama a sua atenção.

\_\_\_\_\_

2- Agora observe, na propaganda, o texto escrito e destaque APENAS uma palavra que, na sua opinião, é a mais importante. Por que você acha isso?

\_\_\_\_\_

3- Volte ao texto e observe a palavra ESTRELAS. Quais são os possíveis sentidos que a palavra pode apresentar na propaganda? E qual deles está sendo usado para compor o sentido global do texto? Que elemento presente na propaganda te leva a pensar assim?

\_\_\_\_\_



4- Olhe atentamente a propaganda acima. O que você destacaria como mais importante? A imagem ou o texto escrito?

\_\_\_\_\_

5- Analise o texto verbal e aponte SOMENTE uma palavra que, em sua opinião se sobressai mais? Por que você considera isso?

\_\_\_\_\_

6- Retorne ao texto e analise a palavra COROA. Que significados essa palavra pode ter no anúncio publicitário? Qual sentido é mais adequado para a proposta da propaganda? Que informação contida no texto te ajudou a raciocinar dessa forma?

\_\_\_\_\_

Figura 15: Atividade 1

Fonte: <https://thezirtaeb.wordpress.com/2011/08/29/propagandas-visuais/>

Os alunos demonstraram dificuldade em determinar qual seria a palavra mais importante, o que evidenciou a necessidade de se trabalhar questões como esta para a compreensão leitora. Eles destacaram palavras que não eram tão essenciais para o sentido global da propaganda como **alcança**, **você** e **Tam**. Porém, como o enunciado pediu segundo a opinião dos alunos, não se pode determinar apenas uma resposta correta. Veja os exemplos abaixo.

2- Agora observe, na propaganda, o texto escrito e destaque APENAS uma palavra que, na sua opinião, é a mais importante. Por que você acha isso?

*Você porque sem você não tem sentido.*

Figura 16: Atividade 1 elaborada pelo aluno G.H.

2- Agora observe, na propaganda, o texto escrito e destaque APENAS uma palavra que, na sua opinião, é a mais importante. Por que você acha isso?

*Alcança porque você pode alcançar tudo na vida.*

Figura 17: Atividade 1 elaborada pela aluna V.L.

2- Agora observe, na propaganda, o texto escrito e destaque APENAS uma palavra que, na sua opinião, é a mais importante. Por que você acha isso?

*Por que acho que está fazendo propaganda de uma marca de aeronaves.*

Figura 18: Atividade 1 elaborada pela aluna V.G.

A questão seguinte solicitava que o aluno apresentasse os possíveis significados das palavras **estrela**, na propaganda da empresa aérea TAM e **coroa** no outdoor. Também, no outdoor, o aluno deveria reconhecer qual elemento era mais significativo: o texto escrito ou o texto imagético. O objetivo dessas questões era levar o aluno a buscar no texto as informações mais importantes para sua compreensão leitora. A questão sobre os significados da palavra **estrela** obteve algumas boas respostas apresentados nas figuras 19 e 20.

3- Volte ao texto e observe a palavra ESTRELAS. Quais são os possíveis sentidos que a palavra pode apresentar na propaganda? E qual deles está sendo usado para compor o sentido global do texto? Que elemento presente na propaganda te leva a pensar assim?

Famosos e estrelas que ficam no céu. Famosos. A palavra "Hollywood", porque lá tem vários famosos.

Figura 19: Atividade 1 elaborada pela aluna M.J.

3- Volte ao texto e observe a palavra ESTRELAS. Quais são os possíveis sentidos que a palavra pode apresentar na propaganda? E qual deles está sendo usado para compor o sentido global do texto? Que elemento presente na propaganda te leva a pensar assim?

As estrelas do céu ou os famosos. Os famosos. A placa de Hollywood.

Figura 20: Atividade 1 elaborada pelo aluno L.F.

É importante ressaltar que mais da metade da turma desconhecia o termo “coroa de flores”, o que, acreditamos, tenha sido a razão das muitas respostas inaceitáveis encontradas. Os alunos alegaram que nunca foram a um velório. Dos 8 alunos que responderam parcialmente essa questão, 7 também não sabiam o uso do termo coroa se referindo à **mulher mais velha**. A seguir, são apresentadas questões cujas respostas não estão de acordo com o que se espera como resposta possível para a pergunta. Esses alunos sabiam apenas um significado da palavra.

6- Retorne ao texto e analise a palavra COROA. Que significados essa palavra pode ter no anúncio publicitário? Qual sentido é mais adequado para a proposta da propaganda? Que informação contida no texto te ajudou a raciocinar dessa

forma? que é uma coroa de flor, foi da assistência funérea.

Figura 21: Atividade 1 elaborada pela aluna N.

6- Retorne ao texto e analise a palavra COROA. Que significados essa palavra pode ter no anúncio publicitário? Qual sentido é mais adequado para a proposta da propaganda? Que informação contida no texto te ajudou a raciocinar dessa

forma? Um idoso. A coroa mulher e senhor da placa.

Figura 22: Atividade 1 elaborada pela aluna L.V.

Em virtude da grande dificuldade da turma em saber identificar o duplo sentido das palavras apresentadas, decidiu-se por trabalhar o tema em duas aulas. A professora-pesquisadora considerou importante tratar com a turma sobre o conceito de ambiguidade, levando novos exemplos em frases, propagandas e mais atividades. Essas interrupções são essenciais no processo ensino-aprendizagem para que os alunos possam refletir sobre suas dificuldades e rever alguns conceitos do 6º ano, como o duplo sentido de palavras. Portanto, as interrupções colaboram para o objetivo de desenvolver a compreensão leitora.

Durante a aplicação da atividade 1, percebeu-se muitas dúvidas e dificuldades nas questões 3 e 6, entre a maior parte dos alunos. Já que os enunciados foram elaborados a partir de vários comandos, o que fazia com que eles se perdessem logo na segunda questão, ou seja, não respondiam a todas as perguntas.

Esse tipo de questão com vários comandos tem o objetivo de treinar o aluno a buscar, conscientemente, organizar seu pensamento de tal forma que reflita sobre o que é necessário buscar no texto para conseguir compreendê-lo, numa espécie de passo-a-passo que trabalhe, sobretudo, com a atenção a detalhes que o ajudarão a entender o que lê.

Detectada tal dificuldade desde o início, optou-se por auxiliar os alunos na elaboração da segunda atividade, o que deveria ter sido feito de início. Apresentou-se uma questão por vez, assim não causaria tanto esforço cognitivo. Depois ampliou-se o número de questões, à medida que os alunos fossem percebendo como tal tipo de atividade deveria ser realizada.

Vale ressaltar que houve alunos que obtiveram um desempenho além do esperado, como, por exemplo, os alunos A. e M. E, que conseguiram responder à questão 6 de acordo com o esperado. Identificando os sentidos possíveis para a palavra **coroa** e apresentando qual sentido era adequado à propaganda e o porquê. Observem:

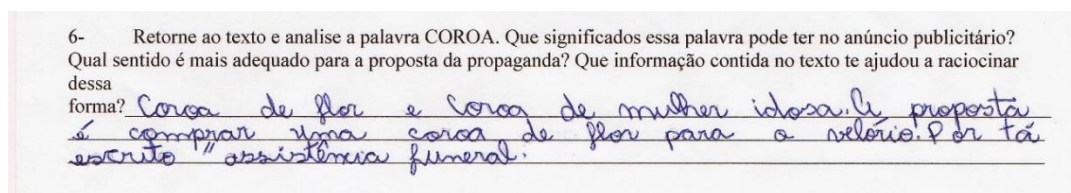


Figura 23: Atividade 1 elaborada pelo aluno A.

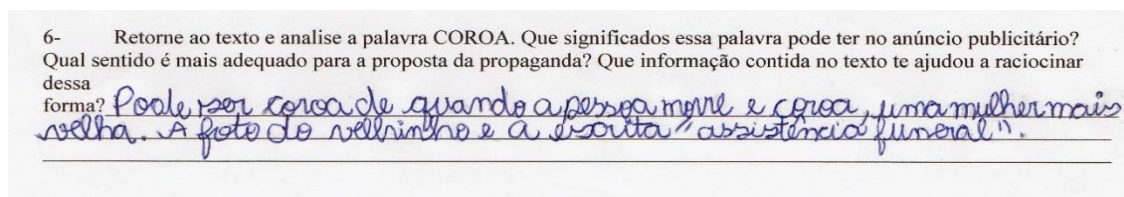


Figura 24: Atividade 1 elaborada pela aluna M.E.

### 5.1.3. Atividade 2 do módulo1

A atividade 2 do módulo 1 cujo objetivo era trabalhar a atenção dos alunos com comandos que os orientassem a se voltar para o que realmente é relevante para a compreensão leitora, iniciou com a apresentação de informações sobre o conceito do gênero propaganda. Em seguida, apresentou-se a propaganda que ironiza a seleção brasileira.

Colégio Municipal Padre Anchieta Profª Isabela  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade – 2

1- A propaganda é um gênero composto geralmente por palavras e imagens que busca influenciar as pessoas a consumirem determinado produto ou adotarem uma ideia. Observe a palavra CRAQUE, na propaganda a seguir. Qual o sentido dessa palavra? Por que você chegou a essa conclusão? Mas a propaganda tem como tema futebol? Então, que ideia a propaganda vende?

---

---

---

---



2- Analise com atenção a propaganda. Este anúncio publicitário faz uma referência ao fracasso da seleção brasileira de futebol. Como sabemos disso? Pelo uso dos nomes DUNGA e CRAQUE. Volte ao texto e marque APENAS a palavra craque. Essa palavra pode ter outros sentidos? Quais?

---

---

3- Examine com cuidado o anúncio publicitário, reflita e selecione UMA palavra que é mais significativa no texto escrito. Por que essa palavra é importante?

---

---

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

---

---

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?

---

---

*Figura 25: Atividade 2*

Fonte: <http://rbuzelli.blogspot.com/2010/05/faca-como-o-dunga-nao-use-craque.html>

A atividade 2 solicitava ao aluno que explicasse o que entendia do uso da palavra **craque** nessa propaganda e que dissesse como chegou a essa conclusão. Essa atividade busca levar o



aluno a refletir sobre sua própria aprendizagem, apontando quais caminhos percorreu para chegar a tal resposta.

A primeira questão que compunha a atividade 2 ainda gerou dúvida entre os alunos, por não estarem acostumados a trabalhar com enunciados longos, compostos por vários comandos. Optou-se, então, por orientar os alunos a numerar suas respostas, voltando à questão para conferirem se haviam respondido a tudo o que fora solicitado.

Na questão 2 da atividade 2, foram destacadas duas palavras que representavam o assunto da propaganda. Nessa questão, foi pedido aos alunos que retornassem ao texto, destacassem a palavra **craque**, apresentando os possíveis sentidos dessa palavra. Essa atividade tem por objetivo levar o aluno a conscientemente buscar construir hipóteses para o que lê, o que permite a construção de sentido. De um total de 19 alunos, 15 conseguiram realizar a questão de acordo com o que se esperava.

Importante ressaltar a evolução de dois alunos, cujas produções são apresentadas nas figuras 26 e 27, que conseguiram seguir os comandos, compreender a questão e apresentar os sentidos possíveis para a palavra trabalhada

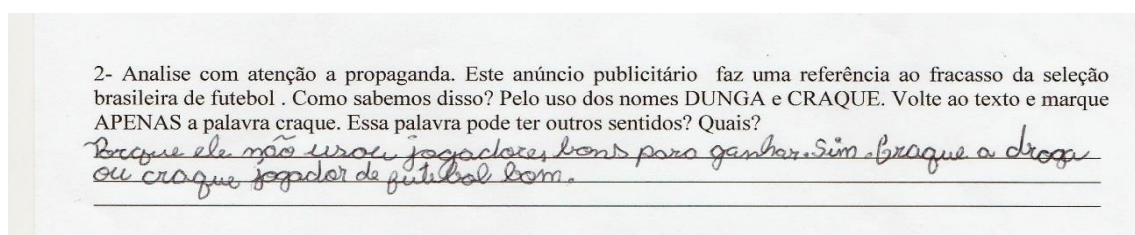


Figura 26: Atividade 2 elaborada pelo aluno L.F.

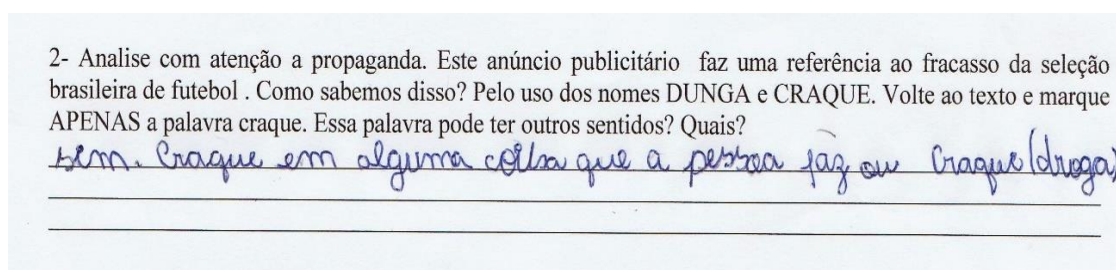


Figura 27: Atividade 2 elaborada pelo aluno G.H.

A questão 3 da atividade 2 pedia que os alunos selecionassem apenas a palavra que considerassem a mais significativa para o texto escrito, explicando a escolha. O objetivo desta questão é treinar o olhar do aluno para o que realmente é importante para a compreensão. Oito

alunos, de um total de 21, marcaram uma frase inteira ou uma palavra que não era relevante, o que demonstrou, de fato, que a atenção precisava ser trabalhada.

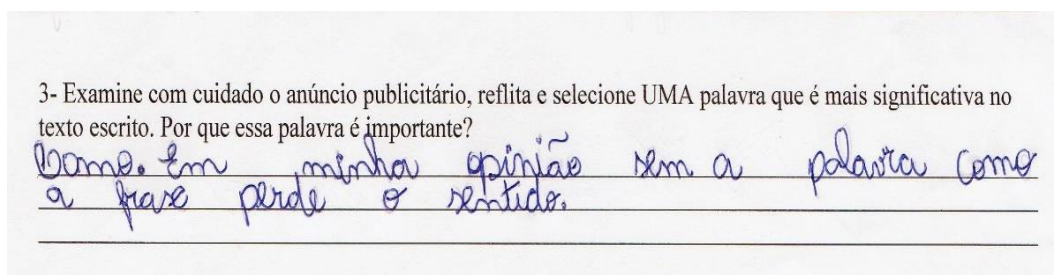


Figura 28: Atividade 2 elaborada pela aluna L.

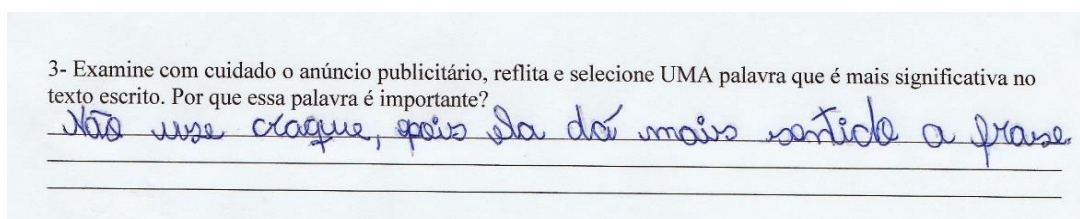


Figura 29: Atividade 2 elaborada pela aluna N.

A seguir, alguns exemplos de respostas em que foi feita a identificação adequada da palavra mais relevante, com uma justificativa coerente.

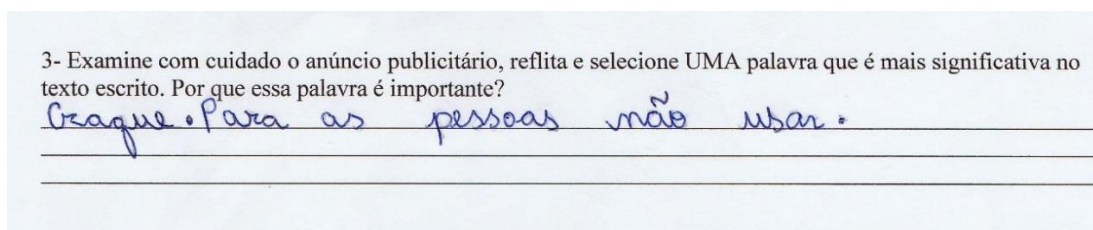


Figura 30: Atividade 2 elaborada pelo aluno F.

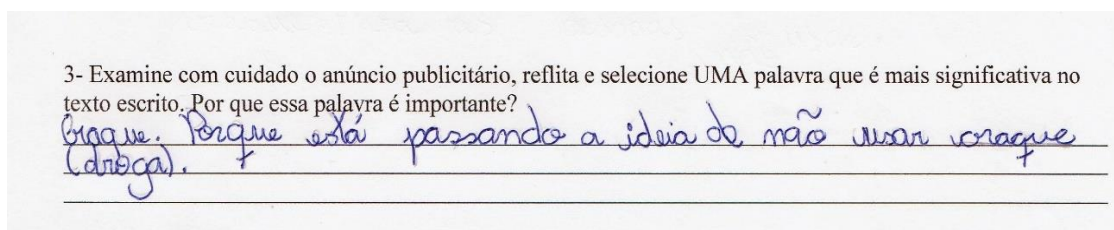


Figura 31: Atividade 2 elaborada pela aluna M.V.

A questão 4 da atividade 2 solicitava aos discentes que observassem somente as palavras destacadas do texto de modo a buscar a compreensão do tema do anúncio publicitário. Nessa

questão, especificamente, 8 alunos alegaram que responderam inadequadamente por desconhecer o técnico Dunga e sua passagem na seleção brasileira.

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

Sim - Dunga.

Figura 32: Atividade 2 elaborada pelo aluno L.F.

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

Sim, Dunga.

Figura 33: Atividade 2 elaborada pela aluna M.E.

Essa situação fez com que a professora-pesquisadora percebesse a necessidade de se apresentarem ao aluno informações que, a depender se sua experiência e conhecimento de mundo, possam impedir a compreensão do texto. Para tanto, na aula seguinte foi apresentada a turma uma pesquisa para que todos compreendessem a propaganda. Alguns alunos conseguiram responder de forma adequada, seguem os exemplos.

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

trata-se sim da seleção brasileira, craque é a palavra que é usada para referir a outra temática.

Figura 34: Atividade 2 elaborada pelo aluno T.

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

Sim, Craque.

Figura 35: Atividade 2 elaborada pelo aluno A.

Mesmo com essa dificuldade, ao percorrer as palavras, a maioria conseguiu perceber que a única palavra que poderia ter mais de um sentido seria craque. Esse tipo de atividade visa levar o aluno a perceber a necessidade de se buscar no texto as informações que são pertinentes e significativas para o entendimento do que se lê.

Na questão 5 da atividade 2, buscamos, mais uma vez, trabalhar com comandos que levassem os alunos a canalizar sua atenção para o que era mais relevante. Assim, deveriam selecionar apenas um único termo que considerassem principal para o significado global da propaganda. Nove alunos destacaram craque, três as cores, seis o nome Dunga e apenas um citou a faixa amarela, o que evidencia que os discentes ainda precisavam treinar sua atenção, pois muitas citavam elementos secundários da propaganda.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
*A spixa amarela.*

Figura 36: Atividade 2 elaborada pela aluna N.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
*As cores do outdoor.*

Figura 37: Atividade 2 elaborada pela aluna A.L.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
*O Dunga*

Figura 38: Atividade 2 elaborada pelo aluno R.

Resposta dada	Nº de alunos
Craque	9
As cores	3
Dunga	6
Faixa amarela	1

(Quadro 1: relação resposta/aluno da questão 5, atividade 2 do módulo 1)

Cabe destacar aqui que houve alunos que compreenderam bem o enunciado da questão e destacaram como mais atraente na propaganda a frase “Não use craque”. Na opinião dos alunos essa frase foi criativa, pois é uma campanha contra as drogas e que usa como pano de fundo a seleção brasileira.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
Pela maneira de falar da seleção brasileira e avisar as pessoas a não usar craque.

Figura 39: Atividade 2 elaborada pelo aluno T.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
Me atrai a "charada" usada para impedir as pessoas a não entrar no mundo das drogas.

Figura 40: Atividade 2 elaborada pela aluna L.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
O que mais me atrai é os significados que a frase Não use craque tem vários sentidos.

Figura 41: Atividade 2 elaborada pela aluna J.

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?  
Craque por que tem duplo sentido.

Figura 42: Atividade 2 elaborada pela aluna V.G.

### 5.1.4 Atividade 3 do módulo 1

Colégio Municipal Padre Anchieta

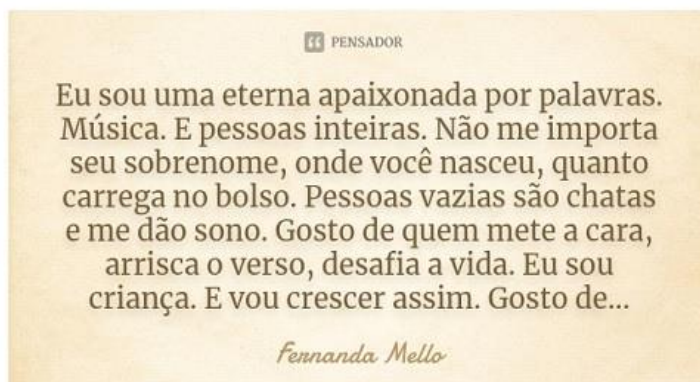
Profª Isabela

Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade - 3

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra BOLSO apresenta em cada texto.

##### Texto 1



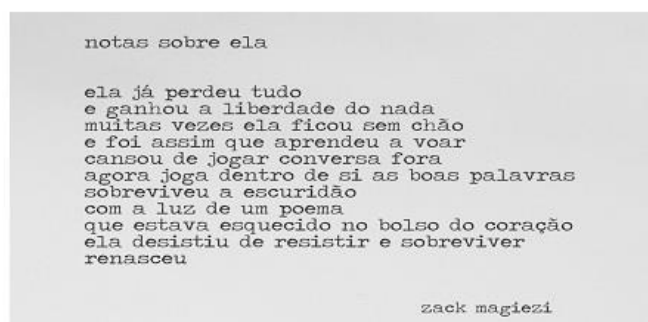
##### Texto 2

#### CONSUMO É A PALAVRA DE ORDEM

*Adriana Guarda, Diário de Pernambuco*

Uma geração com dinheiro contado no bolso, mas com potencial crescente de consumo e grande influência nas compras de família. O público adolescente está na mira das empresas que tentam entender o comportamento desses jovens e nortear suas ações de *marketing*. Tamanho interesse se justifica pelo fato de quase um terço dos adolescentes com idade entre 12 e 17 anos já possuir cartão de crédito. Isso é uma das constatações do estudo realizado pelo Ibope Mídia.

##### Texto 3



- 2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra BOLSO pode indicar? \_\_\_\_\_

Figura 43: Atividade 3

Fonte: <https://br.pinterest.com/jamilecadias/notas-sobre-ela/?lp=true>

A atividade três foi uma preparação para a seguinte, porque precisávamos que os alunos tivessem o maior número de informações sobre os significados da palavra **bolso** antes da

apresentar a propaganda. Por isso, mostramos diversos textos com a palavra **bolso**. O discente deveria ler com atenção e observar os sentidos que a palavra **bolso** poderia ter.

Esse é um exercício metacognitivo, já que amplia a capacidade de reconhecer informações importantes ao dar destaque a palavras do texto. A dificuldade da turma foi identificar o sentido da palavra **bolso** na poesia, por ser um texto que expressa sentimentos e emoções através da conotação.

De um total de 18 alunos que fizeram a atividade, apenas 12 conseguiram responder as questões conforme o esperado. Os outros seis cumpriram, parcialmente, o objetivo da questão por apresentarem dificuldades em explicar o sentido conotativo da palavra na poesia. As alunas M. e N. exemplificam essa dificuldade:

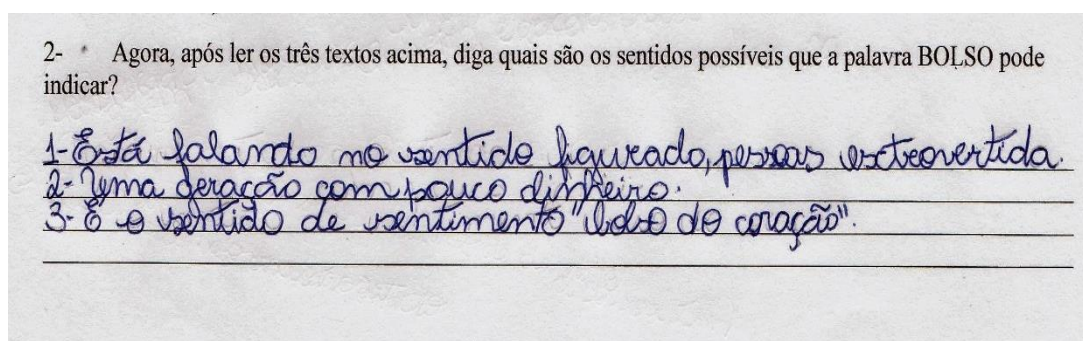


Figura 44: Atividade 3 elaborada pela aluna M.

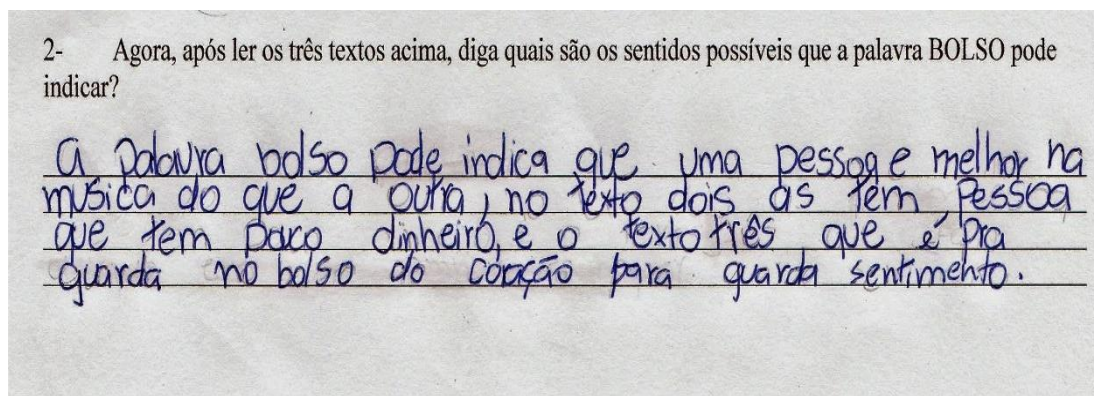


Figura 45: Atividade 3 elaborada pela aluna N.

Consideramos que apesar de algumas respostas inadequadas de alguns alunos, pode-se perceber um grande progresso na realização das questões de interpretação de texto, com termos usados no sentido conotativo. na turma. A apresentação de três textos com a palavra **bolso** permitiu que as possibilidades de uso da palavra fossem apresentadas, ampliando a capacidade

de entendimento dos alunos. Seguem os exemplos dos alunos L.F., M.J. e R. que conseguiram compreender os comandos metacognitivos.

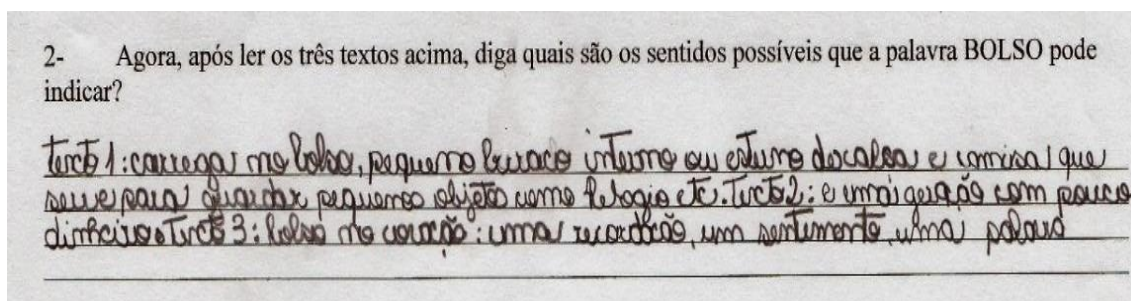


Figura 46: Atividade 3 elaborada pelo aluno R.

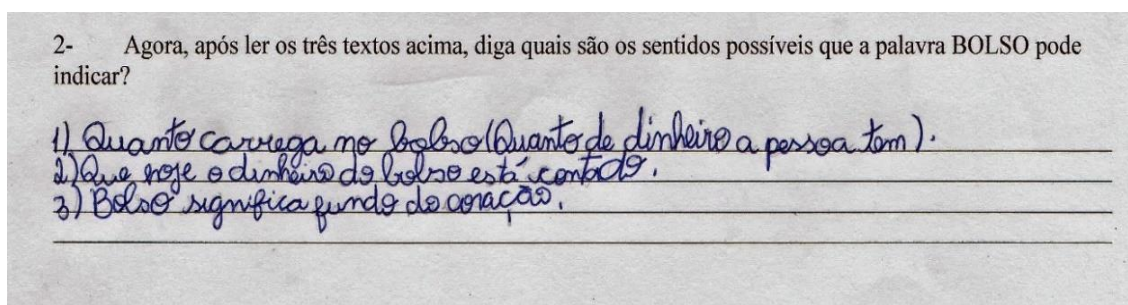


Figura 47: Atividade 3 elaborada pelo aluno L.

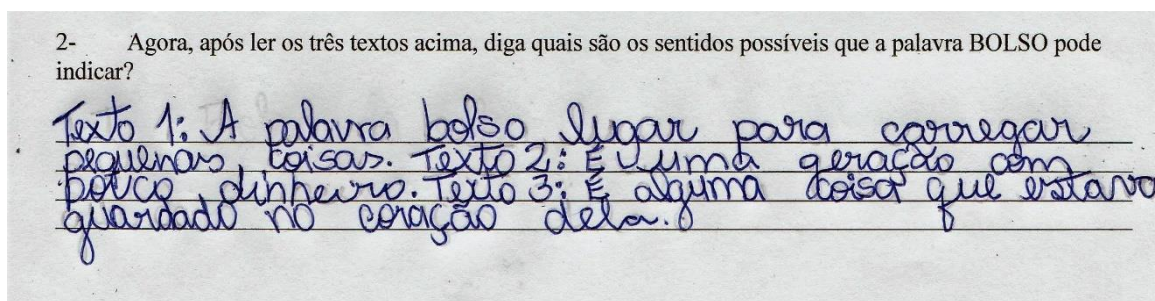


Figura 48: Atividade pela aluna M.J.

### 5.1.5 Atividade 4 do módulo 1

A atividade quatro do módulo faz uma conexão com o exercício anterior, uma vez que apresenta uma propaganda com a palavra **bolso**. As questões buscam trabalhar as informações do produto que está sendo anunciado e sua relação com a imagem, fazendo o destaque da palavra **bolso**, importante para a compreensão da mensagem da propaganda. Mais uma vez,



buscamos elaborar comandos metacognitivamente estratégicos que orientassem os alunos a retornarem ao texto e ficarem atentos a informações importantes

Todos alunos conseguiram responder adequadamente a primeira questão, pois identificaram o produto que estava sendo anunciado, observando a imagem e o texto escrito.

Colégio Municipal Padre Anchieta

Profª Isabela

Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade - 4

Observe a propaganda e responda:



- a) Que produto está sendo anunciado?
- \_\_\_\_\_
- b) A palavra compact mostra algo que aconteceu ao produto original. O que seria algo compacto?
- \_\_\_\_\_
- c) Com essa mudança, você acha que o preço do desodorante diminuiu ou aumentou?
- \_\_\_\_\_
- d) O que pode ter acontecido, então, com relação ao preço do desodorante ?
- \_\_\_\_\_
- e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?
- \_\_\_\_\_

Figura 49: Atividade 4

Fonte: <http://redacoesinteressantes.blogspot.com/2012/05/analise-de-anuncio-publicitario.html>

Dos 19 alunos que participaram desta atividade, 15 reconheceram o significado da palavra **compact** como algo pequeno na questão b. Essa questão tinha por objetivo desenvolver no aluno a capacidade de fazer a relação imagem-texto e dessa maneira compreender o

significado da palavra mais relevante do texto. Dessa forma, trabalha a metacognitivamente uma vez que ensina o aluno a focalizar sua atenção em detalhes relevantes para a compreensão.

As alunas A. L. e N. não perceberam que a palavra **compact** significava algo compacto, menor, sendo que esse conceito estava expresso através da imagem do produto, que foi apresentada de forma diminuta.

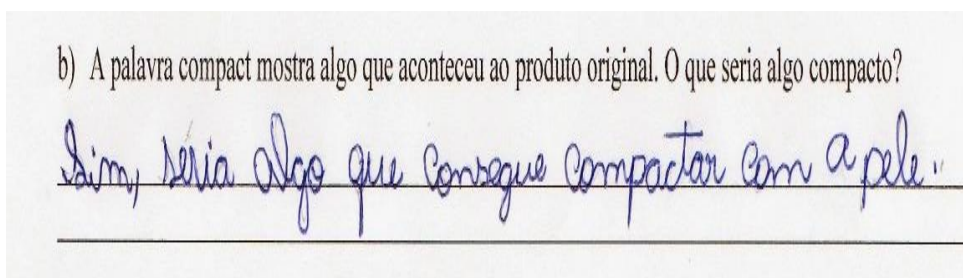


Figura 50: Atividade 4 elaborada pela aluna A.L.

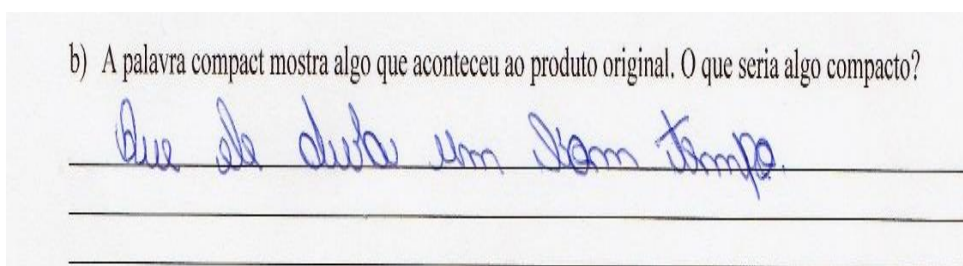


Figura 51: Atividade 4 elaborada pela aluna N.

Os alunos M.V. e R. alcançaram o objetivo da questão e estabeleceram, adequadamente, a relação texto-imagem. Identificando assim o significado da palavra compacto.

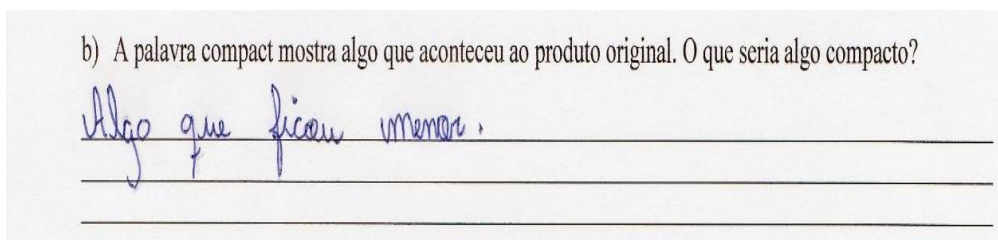


Figura 52: Atividade 4 elaborada pela aluna M.V.

b) A palavra compact mostra algo que aconteceu ao produto original. O que seria algo compacto?

algo compacto e algo que era grande e ficou pequeno

Figura 53: Atividade 4 elaborada pelo aluno R.

A dificuldade encontrada na execução da atividade foi em relação às questões (c) e (d), porque alguns alunos alegaram serem questões muito parecidas.

c) Com essa mudança, você acha que o preço do desodorante diminuiu ou aumentou?

Aumentou.

d) O que pode ter acontecido, então, com relação ao preço do desodorante ?

Aumentou, pois quando o produto era maior você comprava um e durava mais, porém agora que o produto diminuiu não vai durar muito, então eles vão aumentar o preço para ter mais lucro.

Figura 54: Atividade 4 elaborada pela aluna L.

c) Com essa mudança, você acha que o preço do desodorante diminuiu ou aumentou?

Aumentou.

d) O que pode ter acontecido, então, com relação ao preço do desodorante ?

Aumentou, porque o preço do desodorante maior e mais barato que o pequeno.

Figura 55: Atividade 4 elaborada pela aluna N.

A execução inadequada dessas duas questões causou engano e desorientação na maioria da turma, o que, numa autocrítica, demonstrou a necessidade de se construir enunciados mais claros e precisos. A elaboração adequada dos comandos das questões colabora para a compreensão leitora dos alunos.

A última questão da atividade 4 do módulo 1 pedia que os discentes escrevessem os possíveis significados para a expressão “caber no bolso”.

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?

Figura 56: Atividade 4

Cerca de 11 alunos concluíram adequadamente a tarefa, seis alunos apresentaram, apenas, o sentido denotativo da expressão (ser pequeno) e dois perceberam seu sentido conotativo (ser barato). As alunas M.E. e V.G. identificaram apenas um sentido da expressão, o que pode ser visto a seguir nas imagens 57 e 58.

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?  
que está barato e da pra comprar.

Figura 57: Atividade 4 elaborada pela aluna M.E.

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?  
que a embalagem ficou pequena e pode carregar no bolso da calça.

Figura 58: Atividade 4 elaborada pela aluna V.G.

As alunas M.J. e R. apresentam um bom progresso nas atividades, conseguiram compreender adequadamente todos os sentidos da expressão “caber no bolso”.

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?  
que ele ficou barato e pequeno.

Figura 59: Atividade elaborada pela aluna M.J.

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?  
ela pode significar que o desodorante cabe no seu bolso e o dinheiro dele também cabe no bolso.

Figura 60: Atividade elaborada pela aluna R.

Na questão (e) 11 alunos da turma identificaram o duplo sentido da palavra no contexto da propaganda. É um número considerável, mas ainda há alguns alunos com problemas em

reconhecer o sentido conotativo. Entendemos ser possível que esses alunos não tenham feito uma ligação com a atividade anterior, na qual havia um texto com a expressão *cabem no bolso* (sentido conotativo).

A proposta encontrada pelo professor-pesquisador para tentar solucionar o problema foi insistir em atividades preliminares a apresentação das propagandas, com a exposição de textos diversos com a palavra destaque do anúncio. Desta forma, os alunos poderiam ampliar sua atenção para os sentidos que apareceriam e autorregular seu processo de leitura.

### 5.1.6 Atividade 5 do módulo 1

A atividade 5 foi pensada como uma preparação para o exercício seguinte. Novamente pensou-se em apresentar diferentes textos com a palavra **onda**, antes da propaganda da Batata Ruffles. Ao ler os três textos eles teriam contato com os variados significados da palavra **onda**, e assim poderiam compreender melhor o anúncio que viria no exercício 6.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Profª Isabela  
Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade - 5

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra **ONDA** apresenta em cada texto.

#### Texto 1

##### MAR AGITADO NO LITORAL DO RJ

Um ciclone extratropical que passou pelo oceano ao largo da costa da Região Sul provocou vento forte e promoveu o aumento da ondulação. E estas ondas maiores atingem o litoral do estado durante o dia, inclusive a orla carioca. A expectativa é que até o final do dia, as ondas possam atingir cerca de 2 metros de altura, deixando o mar bastante agitado. Na terça (15) o mar começa a baixar, porém ainda fica agitado pela manhã, com ondas em torno de 1,5 metro. A partir de quarta a agitação enfraquece.

<https://www.terra.com.br/noticias/climatempo/umidade-alta-e-mar-agitado-no-rj,2c5320d0e65e2db65b204e283bec3274y6jb8mnh.html>

#### Texto 2



#### Definição de Rádio Frequência

- As ondas de rádio são conhecidas por ondas de radiofrequências ou, simplesmente, radiofrequência. Essas ondas são campos eletromagnéticos utilizados nas comunicações sem fio. Como essas ondas levam energia de um ponto ao outro, isso permite a comunicação sem a necessidade de fios, como nas transmissões de televisão, rádio e celulares.
- Radiofrequência são sinais que se propagam por um condutor cabeado, normalmente cobre, e são irradiados no ar através de uma antena. Uma antena converte um sinal do meio cabeado em um sinal wireless (sem fio) e vice-versa. Os sinais irradiados no ar livre, em forma de ondas eletromagnéticas, propagam-se em linha reta e em todas as direções.

#### Texto 3



- 2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra **ONDA** pode indicar?

Figura 61: Atividade 5

Fonte: <http://www.statusimagens.com/listings/tanta-praia-no-mundo/>

Após a leitura dos textos, o aluno deveria explicitar o significado de **onda** em cada texto. Esse é um exercício metacognitivo, porque se trabalha a atenção diante de informações importantes do texto. Dessa forma, o discente poderá compreender os diferentes sentidos que a palavra pode ter.

De um total de 19 alunos participantes, 17 concluíram a atividade de acordo com o que se esperava, enquanto 2 alunos tiveram algumas dificuldades, embora tenham executado parcialmente a questão. Considera-se esse um resultado significativo, o que evidencia, novamente, a importância de atividades preliminares e comandos elaborados como estratégias de autorregulação da compreensão para a apresentação de propagandas.

A apresentação de textos diversos com a palavra para a qual se quer atenção especial tem-se mostrado eficaz para a melhoria da compreensão leitora do aluno. Seguem exemplos das alunas M. E. e R. cujas respostas estavam de acordo com o que se esperava para a questão:

2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra ONDA pode indicar?

Onda do mar, ondas sonoras e tirar onda de alguém.

Figura 62: Atividade elaborada pela aluna R.

2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra ONDA pode indicar?

Onda do mar, onda do rádio e quando a pessoa tira onda com a cara de alguém, fazendo a pessoa de bobo.

Figura 63: Atividade elaborada pela aluna M.E.

Os próximos exemplos são de 2 alunos que, embora tenham apresentado, ainda, alguma dificuldade de compreensão, conseguiram realizar a atividade parcialmente: um não colocou o significado da palavra **onda** do segundo texto e outro não compreendeu a expressão “**tirar onda**” no contexto da mensagem apresentada.

2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra ONDA pode indicar?

*onda do mar e tirar onda com as pessoas zombando*

Figura 64: Atividade elaborada pela aluna A.L.

2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra ONDA pode indicar?

*onda do mar, onda sonora e onda de beber algo e ficar na onda, etc.*

Figura 65: Atividade elaborada pelo aluno R.

### 5.1.7 Atividade 6 do módulo 1

A atividade 6 faz uma conexão com a atividade 5, que, na verdade, foi pensada como uma preparação para o trabalho com a propaganda propriamente dita. A atividade traz a propaganda da batata frita da marca RUFFLES com a palavra ONDA.

Colégio Municipal Padre Anchieta Profª Isabela  
 Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade - 6

1- Observe, com atenção a propaganda da Ruffles



1) Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

---



---

2) A imagem dialoga com o texto escrito que usa a palavra ONDA, só que em outro sentido. O que você entende com RUFFLES, A BATATA DA ONDA?

---



---

Figura 66: Atividade 6

Fonte: <http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/ruffles-batata-da-onda.html>

A primeira questão foi elaborada com o objetivo de chamar a atenção dos alunos para a imagem, que era o mais relevante para a compreensão da propaganda.

Dentre os 19 alunos que participaram da atividade, nove alunos conseguiram compreender o que era pedido, enquanto 10 alunos não apresentaram respostas adequadas. Foi possível, a partir deste resultado, perceber que ainda há uma grande dificuldade entre os alunos envolvidos na pesquisa em centrar a atenção no texto imagético que compõe a propaganda.

A seguir, exemplos dos casos em que não houve compreensão da pergunta que buscava aferir o entendimento do aluno sobre o que acontecia na imagem.

1)Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

que a propaganda ta vendendo a batata.

Figura 67: Atividade elaborada pela aluna N.

1)Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

fazendo batata.

Figura 68: Atividade elaborada pela aluna R.

As alunas seguintes conseguiram observar atentamente a imagem e perceber o que estava acontecendo com o saco de batatas fritas, com a aparência de estar explodindo ou estourando.

1)Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

Parece que o saquinho está estourando.

Figura 69: Atividade elaborada pela aluna N.R.



1) Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

de está explodindo, como se ele estivesse muito cheio, então a imagem passa como se o saco de batata tivesse explodido

Figura 70: Atividade elaborada pela aluna L.

A segunda questão da atividade trabalhava o reconhecimento de informações importantes na propaganda, como, por exemplo, reconhecer o significado da expressão “da onda”, qual seja, algo que faz sucesso. Após a análise das respostas, constatamos que cerca de 15 alunos conseguiram atingir esse objetivo e apenas quatro alunos não perceberam o significado do termo.

Diante da dificuldade na questão de alguns alunos de identificar o sentido conotativo na propaganda, decidiu-se continuar insistindo em atividades desse tipo. Dessa forma, os enunciados metacognitivos poderiam auxiliar os alunos que ainda apresentavam dificuldades de compreensão leitora. Apesar disso, acredita-se que houve um progresso na turma, em comparação com a primeira atividade aplicada, devido a um bom número de respostas adequadas ao que se esperava. Os exemplos a seguir ilustram a dificuldade de alguns alunos tiveram de explicar o termo “da onda”.

2) A imagem dialoga com o texto escrito que usa a palavra ONDA, só que em outro sentido. O que você entende com RUFFLES, A BATATA DA ONDA?

Não. Entendo como batata normal pra comer.

Figura 71: Atividade 6 elaborada pela aluna M.E.

2) A imagem dialoga com o texto escrito que usa a palavra ONDA, só que em outro sentido. O que você entende com RUFFLES, A BATATA DA ONDA?

que a batata tem onda e parece uma prancha.

Figura 72: Atividade 6 elaborada pela aluna A.L.

As alunas M. e R. entenderam corretamente o sentido da expressão e atingiram o objetivo da questão.

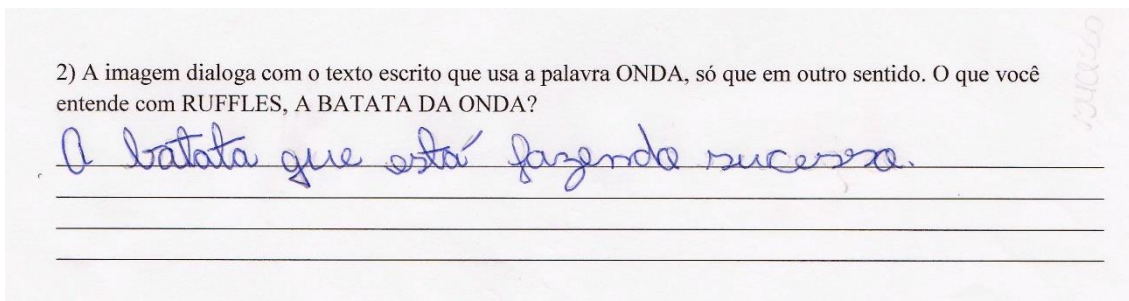


Figura 73: Atividade 6 elaborada pela aluna R.

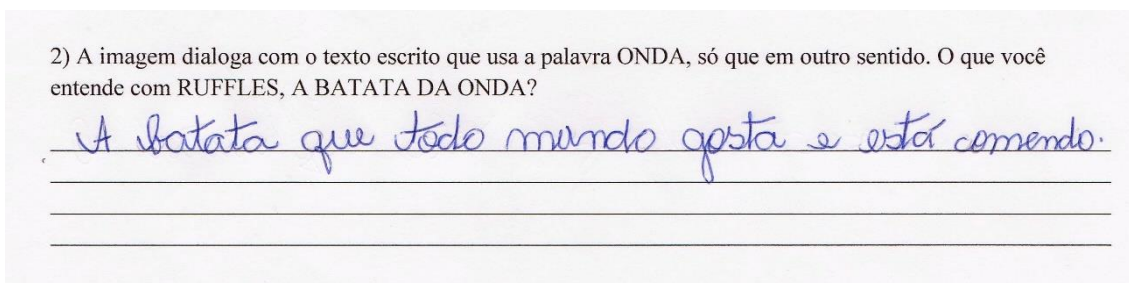


Figura 74: Atividade elaborada pela aluna M.

### 5.1.8 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade.

Para melhor visualização do desempenho da turma durante as atividades de um a seis que compuseram o módulo 1, apresentamos um gráfico em que constam as questões referentes especificamente ao objetivo 1. Cabe lembrar que todas as atividades continham questões que atendiam aos dois principais objetivos da pesquisa. Primeiro, apresentamos o gráfico com as questões que procuraram dar conta do objetivo 1, que se refere à capacidade de reconhecer informações importantes no texto. E em seguida, o gráfico com as questões referentes ao objetivo 2. Observe:

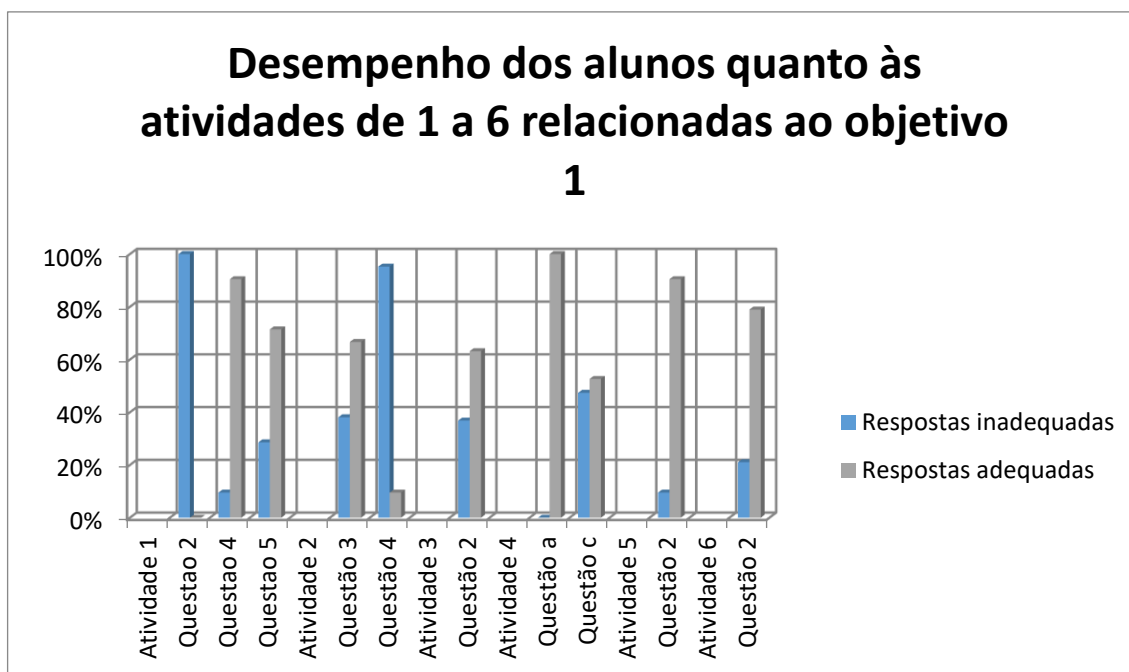


Gráfico 1 – Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto)

De acordo com o gráfico 1, o desempenho da turma em questões relacionadas ao objetivo 1 pode ser considerado razoável. Por exemplo, no item dois da atividade um, 100% da turma respondeu de forma inadequada a questão. Essa quantidade de respostas inadequadas pode ser porque os alunos ainda não têm seu olhar treinado para extrair somente o que era mais importante do texto.

Precisa-se desenvolver mais a atenção deles, pois muitos destacaram palavras que não tinham relevância no texto. E até mesmo alguns não compreenderam o enunciado e destacaram uma frase inteira da propaganda. Outros alunos demonstraram dificuldade também em explicar o porquê da escolha de determinada palavra.

Na atividade dois também, a questão quatro obteve 90% de respostas inadequadas. Essa questão destacava 3 palavras do texto, com o objetivo de que os alunos determinassem o tema da propaganda. Muitos dos alunos não conseguiram identificar o assunto da propaganda, isso pode ter ocorrido por falta de atenção novamente, pois além das palavras a propaganda trazia as cores do Brasil.

Outro ponto da questão pedia que os alunos identificassem a palavra que poderia se referir a outra temática, que no caso era a palavra craque. O resultado ruim da questão deve-se ao fato de uma falta de conhecimento do duplo sentido da palavra craque (tipo de droga/ pessoa

talentosa). A propaganda usou do trocadilho para chamar a atenção do público, porém isso passou despercebido por muitos alunos.

Outra atividade que teve um resultado abaixo do esperado foi a atividade 4, na qual 47% discentes responderam de forma inadequada a questão (c). O que entendemos ser o problema que levou a esse resultado foi o fato de que o início dos exercícios foi um grande desafio para os alunos, já que eles não estavam acostumados com aquele tipo de comandos para a interpretação. Todas as questões apresentadas no gráfico 1 fazem parte do primeiro bloco de atividades (1 a 6) relacionadas ao objetivo 1 trabalhado na pesquisa

Abaixo apresentamos o gráfico 2, no qual apresentamos todas as questões das atividades de 1 a 6 que se referem ao objetivo 2. Esse objetivo buscava chamar a atenção dos alunos para informações relevantes do texto. Pode-se notar, na atividade 1 do módulo 1 um grande número de casos em que houve falta de atenção para os dados indispensáveis para a compreensão leitora. O módulo 1 trazia questões com os dois objetivos. Especificamente nesse exercício, todas as questões que tratavam do objetivo 2 tiveram um número expressivo de respostas inadequadas. Observem:

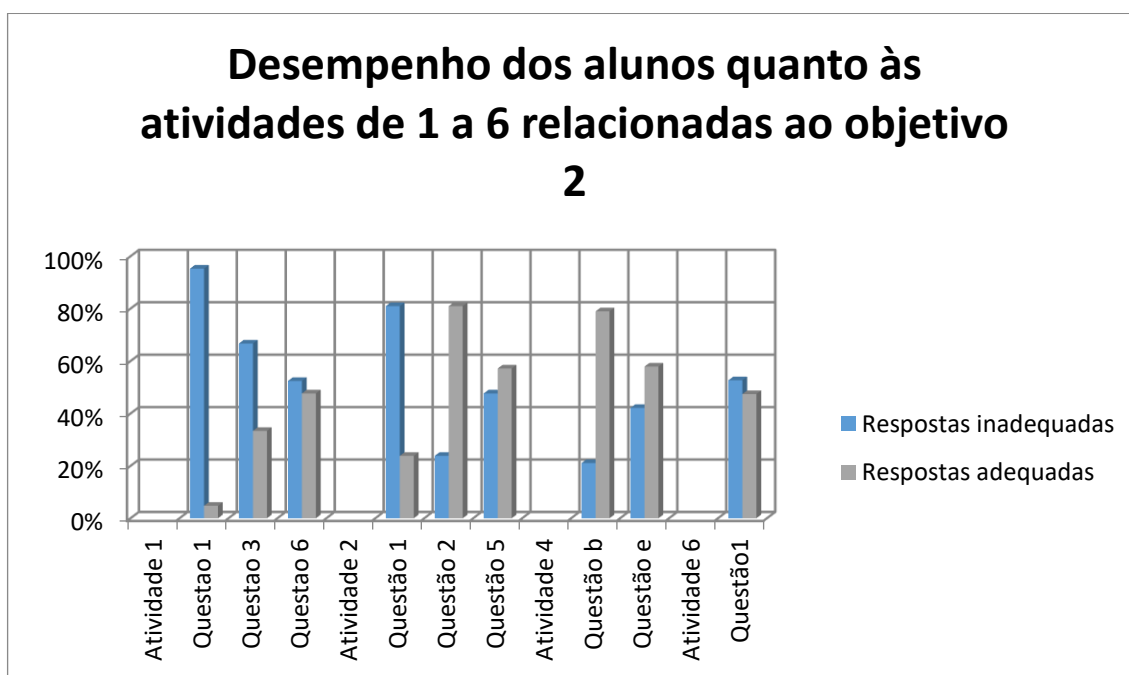


Gráfico 2 – Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 2 (ativar a atenção diante de informações relevantes)

A questão um da atividade 1 apresenta 95% de respostas inadequadas, enquanto a questão 3 teve 67% e a questão 6 obteve 52%. O mesmo comportamento se repete na atividade

2 (questão 1), atividade 4 (questão e) e atividade 6 (questão 1), nos quais o desempenho se mostra de regular a ruim. A questão 1, por exemplo, trabalhou com um enunciado com diversas perguntas, devido a isso tantas respostas inadequadas, muitos discentes se perderam nas respostas, pois não estavam acostumados com questões desse tipo.

A questão (e) trabalhava com o duplo sentido da expressão “caber no bolso”, os alunos sabiam apenas o sentido denotativo, por isso houve uma quantidade expressiva de respostas inadequadas. E por fim, na questão 1 faltou atenção com a imagem da propaganda, o que ocasionou confusão nas respostas.

Em virtude do mau desempenho dos alunos nas atividades propostas, optou-se pela aplicação de mais atividades elaboradas para atender os dois objetivos, na tentativa de sanar os problemas encontrados na compreensão leitora da diagnose que são: o duplo sentido de palavras e a relação texto-imagem.

### 5.1.9 Módulo 1: atividades complementares

Foram elaboradas, portanto, mais cinco atividades.

Colégio Municipal Padre Anchieta \_\_\_\_\_ Profª Isabela  
 Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade 7

1-Observe com atenção as propagandas abaixo:



1) Qual palavra é usada com duplo sentido em todas as capas?

2) A propaganda representa uma capa de revista famosa. Qual? E como são as matérias feitas por esta revista?

3) Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?

4) Qual é o objetivo da propaganda?

Figura 75: Atividade 7

Fonte: <https://www.vercapas.com.br/edicao/capa/caras/2018-04-10.html>

**Atividade - 8**

- 1) Observe com atenção as propagandas abaixo:



- a) Nas propagandas do Hortifruti as frutas e verduras tomaram-se tão famosas, que por causa do sucesso, foram parar na capa de uma revista de celebridades "Cascas". Sabendo disso, diga com qual revista semanal que trata da vida de personalidades a propaganda faz paródia?

*Figura 76: Atividade 8*

Fonte: <http://quebrandocio.blogspot.com/2010/03/aqui-estrela-e-natureza.html>

- a) Agora, observe os discursos de cada legume ou fruta na capa da revista Cascas. O depoimento “ O sucesso não me fez perder a cabeça” é típico de pessoas famosas? O que essa frase quer dizer? Faz alguma referência às características do alho?



- b) A fala do aipim é “Sou casca grossa, mas todo mundo gosta de mim”. Essa frase faz referência com as características do legume? O discurso do legume reforça que tipo de comportamento de algumas estrelas/ celebridades da vida real?



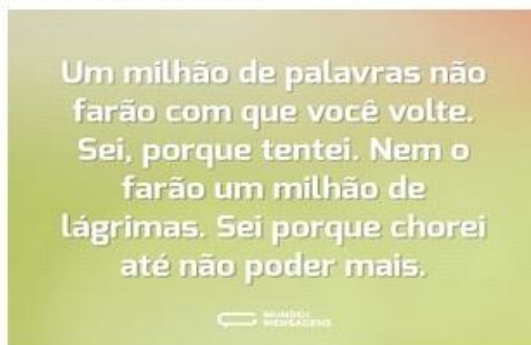
- c) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “ vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? \_\_\_\_\_
- d) A outra “estrela” da capa da revista Cascas é uma fruta. Seu depoimento faz referência a um fato histórico no Brasil. Observe atentamente a palavra **FIGO**. No discurso real ela pode ser trocada por qual palavra? \_\_\_\_\_

Figura 77: Continuação atividade 8

Fonte: <http://quebrandocio.blogspot.com/2010/03/aqui-estrela-e-natureza.html>

**Atividade - 9**

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra **MILHÃO** apresenta em cada texto.



Muito provavelmente você deve estar achando que eu sou louco ao falar que 1 milhão de reais é pouco para alguém se considerar rico. Não sei quanto você ganha, mas menos de 1% da população brasileira é milionária. Então tenho mais de 99% de chance de estar falando com um não milionário. <https://dicasfinanceirasweb.com/1-milhao-de-reais-e-pouco/>

"Show do milho Não, não estou falando de um milhão de golpes reais, mas do cereal mais consumido no mundo: o milho

"Nem todo milho é pipoca. Cultivado há cerca de 4 mil anos, o vegetal (da família das gramíneas, assim como trigo e o arroz) surgiu 7 mil anos antes de Cristo na região onde hoje se encontram México e Guatemala. Milho "significa "sustento da vida" e não tem esse nome à toa. Durante séculos, ele foi a base da subsistência de povos pré-colombianos como maias, astecas, incas e olmecas." , <https://www.dianodosudoeste.com.br/noticia/show-do-milho>

- 2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir? \_\_\_\_\_



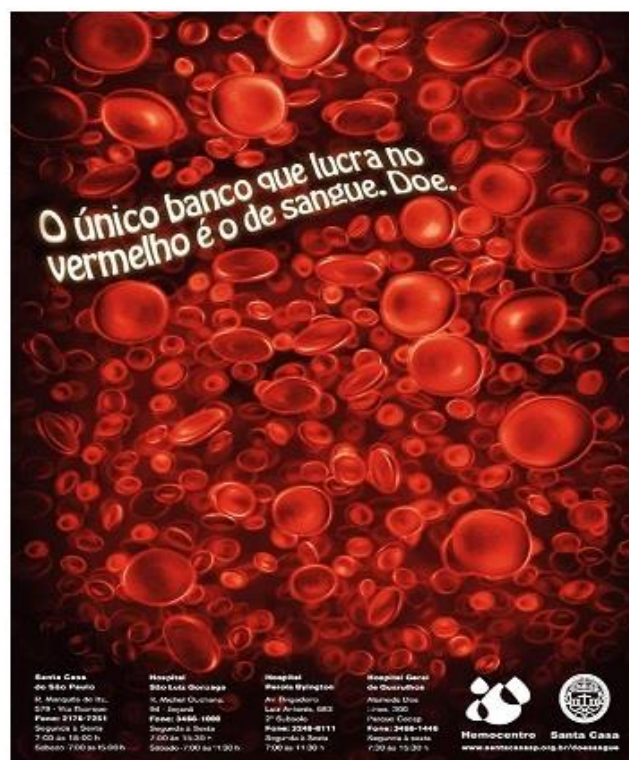
Figura 78: Atividade 9

Fonte: <http://quebrandocio.blogspot.com/2010/03/aqui-estrela-e-natureza.html>



**Atividade - 10**

- 1- Observe as frases a seguir com a palavra **banco** .
- Meu pai guardou sua aposentadoria em um **banco**.
  - O carpinteiro consertou o **banco** e colocou para vender no bazar.
  - O jogador do Vasco ficou no **banco** durante a final do campeonato.
  - O médico recorreu ao **banco** do hospital para fazer uma cirurgia.
  - Durante o verão formou-se um grande **banco** de areia na praia.
- 2- Agora observe com atenção a propaganda abaixo:



- 3- Qual o sentido da palavra BANCO no texto da propaganda acima. Como você chegou a essa conclusão? Qual frase do exercício 1 possui o mesmo sentido da palavra banco apresentada na propaganda?

Figura 79: Atividade 10

Fonte: [https://br.pinterest.com/jessica\\_loi/propagandas/?lp=true](https://br.pinterest.com/jessica_loi/propagandas/?lp=true)

**Atividade - 11**

Leia com atenção os textos abaixo:

RIO - A cidade do Rio se colorirá de verde e rosa neste fim de semana para comemorar os 90 anos da Estação Primeira de Mangueira. Vários pontos turísticos serão iluminados com as cores da escola, e as celebrações de aniversário desse símbolo cultural carioca terão ainda solenidade religiosa, apresentação na Praça Mauá e, claro, festa na quadra, conhecida como o Palácio do Samba. O dia que marca as nove décadas de fundação da agremiação é só neste sábado. Mas já nesta sexta-feira haverá uma missa, às 19h, aos pés do Cristo Redentor, que estará com as cores tradicionais da Velha Manga. Diretores, velha guarda, baianas e vários outros segmentos da escola estarão presentes.

<https://oglobo.globo.com/rio/rio-sera-iluminado-de-verde-rosa-para-os-90-anos-da-mangueira-22633833#ixzz5JNC9Kf6o>

A árvore do mês de março é a mangueira, espécie nativa do sul e sudeste asiático, que se adaptou bem ao Brasil e se tornou parte da alimentação e da cultura nacional. Sua fruta, a manga, fornece diversos nutrientes importantes para a saúde e pode ser encontrada sob a forma de mais de mil variedades. Acredita-se que esta é a fruta fresca mais consumida em todo o mundo. A mangueira (*Mangifera indica*), embora cultivada há mais de quatro mil anos em suas regiões de origem, como a Índia e Bangladesh, demorou a conquistar novas terras. O motivo é que o único meio conhecido de propagação da espécie era sua semente, que tem vida curta.

<http://www2.camara.leg.br/a-camara/programas-institucionais/inclusao-social-e-equidade/ecocamara/o-ecocamara/noticias/arvore-do-mes-2013-mangueira>

1- Agora observe as frases com a palavra mangueira e relacione uma delas à propaganda que segue. Qual significado a palavra MANGUEIRA apresenta na propaganda abaixo?

a- Meu avô tem uma *mangueira* em seu pomar.

b- Comprei uma *mangueira* e consegui regar todas as plantas.

c- Assisti ao desfile da *mangueira* e me emocionei.



Figura 80: Atividade 11

Fonte: <https://pt.slideshare.net/candidamm/varejo-hortifruiti>

### 5.1.10 Atividade 7 do módulo 1

A primeira, atividade 7, contou com questões que pretendiam orientar o olhar do aluno para o que era necessário observar para compreender o texto. No primeiro item, por exemplo, o aluno deveria observar qual palavra era usada com duplo sentido. As questões de um a quatro apresentam comandos de base o metacognitiva, na medida que fazem o aluno retornar a propaganda e reconhecer informações relevantes para a interpretação.

A atividades 7 foi uma preparação para o exercício seguinte, pois queríamos que os alunos relacionassem a capa Caras com a nova versão da revista chamada Cascas.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_

Profª Isabela  
Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade 7

1-Observe com atenção as propagandas abaixo:



- 1) Qual palavra é usada com duplo sentido em todas as capas?  
\_\_\_\_\_
- 2)A propaganda representa uma capa de revista famosa. Qual? E como são as matérias feitas por esta revista?  
\_\_\_\_\_
- 3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?  
\_\_\_\_\_
- 4)Qual é o objetivo da propaganda?  
\_\_\_\_\_

Figura 81: Atividade 7

Fonte: <https://www.vercapas.com.br/edicao/capa/caras/2018-04-10.html>

Essa nova versão faz parte da propaganda da Hortifruti. A questão 1 pedia uma busca nas capas por uma palavra com duplo sentido, todos os alunos conseguiram responder. A maior dificuldade de alguns alunos se deu com relação a questão 3, pois pedia que eles observassem qual elemento era colocado em destaque e o porquê de a revista ter esse nome.

Cerca de 8 alunos responderam de forma inadequada essa questão e 12 responderam adequadamente. Apesar de não ser a maioria observe um crescimento da turma em relação a todas as questões dessa atividade. Para sanar a dificuldade encontrada, fiz uma correção junto com a turma e exploramos qual elemento aparecia em todas as capas. O aluno abaixo não soube ativar sua atenção para o elemento que estava em destaque e citou apenas as matérias veiculadas na revista.

3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?  
Filhos, primeiro namorado, namoros, planos de vida, casamentos, conquistas.

Figura 82: Atividade 7 elaborada pelo aluno L.F.

O aluno T. também não soube identificar o item em destaque.

3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?  
Foto. A revista tem esse nome pois tira fotos de famosos para expor nas bancas de revistas e jornais.

Figura 83: Atividade 7 elaborada pelo aluno T.

Já os alunos F. e L. conseguiram encontrar o elemento em evidência, além de explicar mais sobre a revista.

3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?  
Casas. Por que logo na capa tem a casa da atriz e se tiver o ator que ela gosta ela vai querer comprar.

Figura 84: Atividade elaborada pelo aluno F.

3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?  
O rosto dos famosos. Porque eles colocam muito em destaque os rostos dos famosos.

Figura 85: Atividade 7 elaborada pela aluna L.

### 5.1.11 Atividade 8 do módulo 1

A atividade 8 apresenta as propagandas do Hortifruti “CascaS”. Esse conjunto de anúncios traz discursos típicos de famosos em capas de revista, mas agora quem faz os discursos são as frutas e legumes. As questões (a/d/e) buscam chamar atenção para informações importantes no texto. Na questão a, por exemplo, são dadas informações antes da leitura para ativar a atenção para o que era relevante no texto. Todos os alunos responderam de forma adequada a questão.

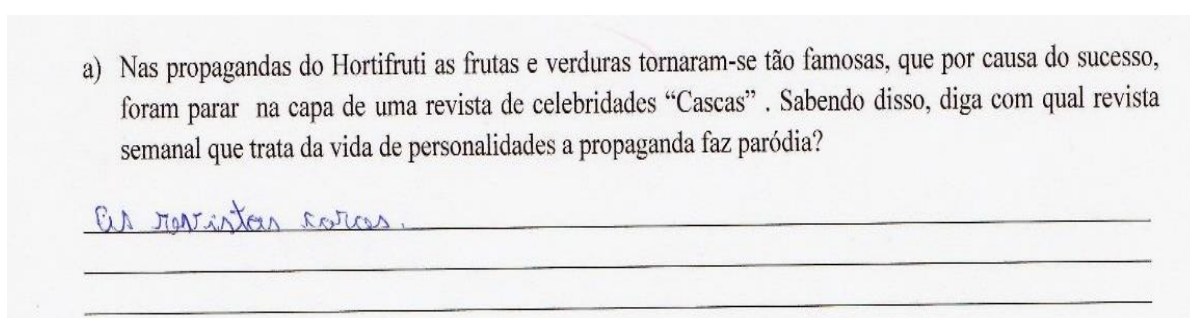


Figura 86: Atividade 8 elaborada pela aluna V.L.

As questões (b) e (c) trabalhavam o reconhecimento de informações importantes no texto. Com essa atividade, o aluno trabalha metacognitivamente, pois necessita estar atento ao significado de expressões essenciais para a compreensão leitora. O impasse dos alunos foi conseguir responder a letra b, porque havia três perguntas no mesmo enunciado.

Com isso, vários alunos deixaram de responder alguma pergunta ou não entendeu a expressão “perder a cabeça”. A solução para esse problema de atenção foi pedir para os alunos numerarem suas respostas na próxima atividade. A aluna a seguir não compreendeu bem o sentido da expressão apresentada na capa da revista “CascaS”.

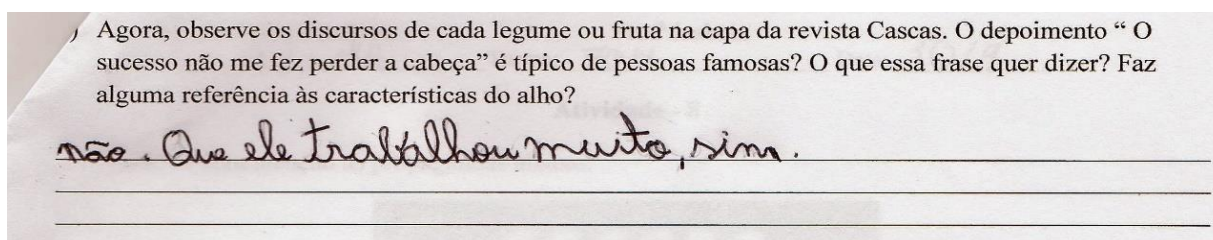


Figura 87: Atividade 8 elaborada pela aluna V.A.

A aluna L. interpretou o discurso apresentado e respondeu todas as perguntas adequadamente.

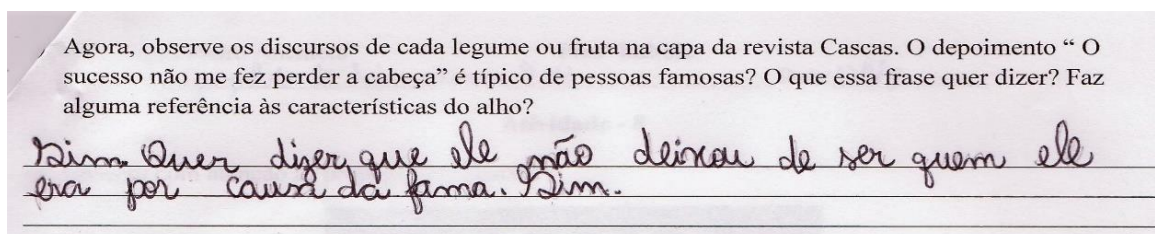


Figura 88: Atividade 8 elaborada pela aluna L.

No decorrer da aplicação da atividade, percebeu-se outra dificuldade dos alunos, eles não estavam compreendendo o significado de “papaya” no discurso publicado na propaganda. Cerca de 50% dos alunos responderam adequadamente à questão e alguns não sabiam um dos sentidos da palavra. Outros não voltaram sua atenção para a imagem, não conseguindo perceber que fazia alusão a uma mulher grávida. A propaganda fez um trocadilho com a palavra “papaya”, trazendo no texto o sentido de “papai”.

Os exemplos a seguir são dos alunos R. e A. que não conseguiram completar adequadamente a questão. O aluno A. não sabia um dos sentidos da palavra e sobre o que se tratava a imagem. Já a aluna R. não apresentou os dois sentidos da palavra, porém compreendeu que a imagem representava de uma grávida.

- d) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “ vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? Que vai ser pai ou papinha. Um embreão.

Figura 89: Atividade 8 elaborada pelo aluno A.

- d) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “ vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? uma grávida.

Figura 90: Atividade 8 elaborada pela aluna R.

Os alunos seguintes conseguiram êxito na questão, foram atentos a todas as perguntas e apresentaram um bom progresso na atividade 8.

- d) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? Papaya do mamão e papai de ter um filho. Barriga de gravida.

Figura 91: Atividade 8 elaborada pela aluna M.E.

- d) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? papaya: ter pai, papaya: o mamão. Uma mulher gravida.

Figura 92: Atividade 8 elaborada pelo aluno F.

### 5.1.12 Atividade 9 do módulo 1

A atividade 9 segue com atividades elaboradas a partir de comandos que vão conduzindo o aluno às reflexões necessárias para o entendimento do duplo sentido de algumas palavras. Primeiro, foram apresentados três textos com a palavra **milhão**. O aluno deveria observar os sentidos que a palavra milhão apresentava em cada texto. Depois foi exibida uma propaganda da empresa Hortifruti com a palavra destacada.

Assim que o aluno analisasse a propaganda, ele precisava identificar os significados da palavra **milhão**. Essa é uma atividade que dá destaque a palavras fundamentais para o entendimento do texto, ensinando o aluno a autorregular sua compreensão centrando sua atenção a elementos importantes do texto. Além disso, foi trabalhada a ativação de frames durante a leitura.

Houve um avanço significativo nessa atividade uma vez que, de um total de 16 alunos, apenas 4 não conseguiram realizar adequadamente a atividade. O resultado esperado foi alcançado, na medida em que conseguiram fazer a atividade de forma totalmente independente. Acreditamos que algumas dificuldades surgiram pela falta de atenção dos alunos aos comandos que solicitavam que se apresentassem mais de um sentido para a palavra em destaque. Observem:

2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir?



ganhou um milho grande.

Figura 93: Atividade 9 elaborada pela aluna M.

2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir?



Uma grande espiga de milho.

Figura 94: Atividade 9 elaborada pela aluna V.G.

2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir?



1 milhão de reais, 1 milhão de milho (milho grande)

Figura 95: Atividade 9 elaborada pela aluna M.V.

2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir?



Milhão de dinheiro e milhão de milho grande.

Figura 96: Atividade 9 elaborada pelo aluno G.H.



### 5.1.13 Atividade 10 do módulo 1

A atividade 10 contou com a apresentação de várias frases com a palavra **banco**. Todas com sentidos diferentes. O aluno deveria ler as frases e relacionar apenas uma que tivesse o mesmo sentido de **banco** aplicado na propaganda. Além de relacionar a uma das frases, o discente deveria também explicar o significado de banco no anúncio.

Essa é uma atividade metacognitiva, pois tem como objetivo o reconhecimento de dados essenciais do texto através do destaque de uma palavra, no caso do vocábulo “**banco**”. Durante esse exercício trabalhamos o problema de compreensão do duplo sentido, encontrado na diagnose. No momento da condução da atividade, conversamos sobre cada frase e os alunos indicaram outros exemplos com a mesma palavra.

A turma mostrou um bom rendimento no exercício, pode-se comprovar isso através do resultado. Apenas uma aluna respondeu de forma inadequada a questão, de um total de 19. Os alunos conseguiram perceber o sentido da palavra devido sua atenção com a imagem e o texto da propaganda. As frases apresentadas no início da atividade ajudaram também o bom desempenho da compreensão leitora. A seguir estão dois exemplos de alunos que responderam de forma adequada a questão.

- 3- Qual o sentido da palavra BANCO no texto da propaganda acima. Como você chegou a essa conclusão? Qual frase do exercício 1 possui o mesmo sentido da palavra banco apresentada na propaganda?

Banco de sangue, por que a imagem me ajudou a lembrar sobre o sangue. A letra A em que o médico recebeu ao banco do hospital para fazer uma cirurgia.

Figura 97: Atividade 10 elaborada pela aluna R.

- 3- Qual o sentido da palavra BANCO no texto da propaganda acima. Como você chegou a essa conclusão? Qual frase do exercício 1 possui o mesmo sentido da palavra banco apresentada na propaganda?

Banco de Sangue, Pois no final está escrito de sangue. A frase d.

Figura 98: Atividade 10 elaborada pela aluna N.

### 5.1.14 Atividade 11 do módulo 1

O último exercício desse bloco de atividades foi o número 11. Nessa proposta de interpretação apresentamos inicialmente dois textos de apoio com a palavra **mangueira**. Em cada texto a palavra indicava um significado diferente.

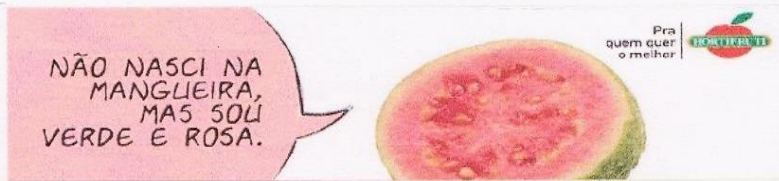
Após a leitura dos textos, os alunos foram expostos à uma propaganda da empresa Hortifruti, com a seguinte frase “Não nasci na mangueira, mas sou verde e rosa.” A questão que seguia pedia que os alunos relacionassem uma das três frases apresentadas com o anúncio do Hortifruti. Depois o aluno deveria colocar o sentido de **mangueira** na propaganda.

Esse exercício trabalha metacognitivamente, já que os comandos desenvolvem a habilidade de reconhecer informações significativas para a compreensão. Além disso, permitem ao aluno identificar o duplo sentido da palavra mangueira. O exercício indicou um bom índice, num total de 20 alunos, 15 conseguiram responder adequadamente.

Os alunos que responderam de forma inadequada apontaram a letra (a) como certa, talvez eles não estivessem atentos aos textos exibidos inicialmente. Nos textos de apoio haviam informações detalhadas da **mangueira** (árvore) e da **mangueira** (escola de samba). Abaixo apresento dois exemplos de alunos não tiveram atenção para seguir os comandos:

1- Agora observe as frases com a palavra mangueira e relacione uma delas à propaganda que segue. Qual significado a palavra MANGUEIRA apresenta na propaganda abaixo?

a- Meu avô tem uma *mangueira* em seu pomar.  
b- Comprei uma *mangueira* e consegui regar todas as plantas.  
c- Assisti ao desfile da *mangueira* e me emocionei.



O significado que a palavra mangueira apresenta nessa propaganda é: mangueira é uma árvore de manga.

Figura 99: Atividade 11 elaborada pelo aluno T.

1- Agora observe as frases com a palavra mangueira e relacione uma delas à propaganda que segue. Qual significado a palavra MANGUEIRA apresenta na propaganda abaixo?

a-Meu avô tem uma *mangueira* em seu pomar.  
 b-Comprei uma *mangueira* e consegui regar todas as plantas.  
 c- Assisti ao desfile da *mangueira* e me emocionei.

A letra (c) é que ~~o~~ eles gostam dessa cor verde e rosa.

Figura 100: Atividade 11 elaborada pela aluna R.

Já as alunas seguintes interpretaram corretamente a questão e relacionaram a propaganda à letra (c) “Assisti ao desfile da mangueira e me emocionei”. A aluna L. além de indicar a opção correta, também apresentou os significados de mangueira nas outras frases do exercício.

1- Agora observe as frases com a palavra mangueira e relacione uma delas à propaganda que segue. Qual significado a palavra MANGUEIRA apresenta na propaganda abaixo?

a-Meu avô tem uma *mangueira* em seu pomar.  
 b-Comprei uma *mangueira* e consegui regar todas as plantas.  
 c- Assisti ao desfile da *mangueira* e me emocionei.

Letra (c) se relaciona a essa propaganda, pois a escola de samba usa as cores verde e rosa. Esta falando da letra (c) escola de samba.

Figura 101: Atividade 11 elaborada pela aluna L.

A letra (c), por que a mangueira é uma escola de samba usa roupas dessa cor.

Figura 102: Atividade elaborada pela aluna M.J.

### 5.1.15 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade.

Ao encerrar as cinco atividades desse módulo, fizemos um levantamento de respostas adequadas e inadequadas de todas as questões, separando os exercícios de acordo com os seus respectivos objetivos. Assim, poderíamos analisar se houve avanço da turma nos objetivos propostos em relação às atividades de 1 a 6. A seguir, o gráfico 3 com o desempenho dos alunos com relação às atividades de 7 a 9, que contemplam o objetivo 1.

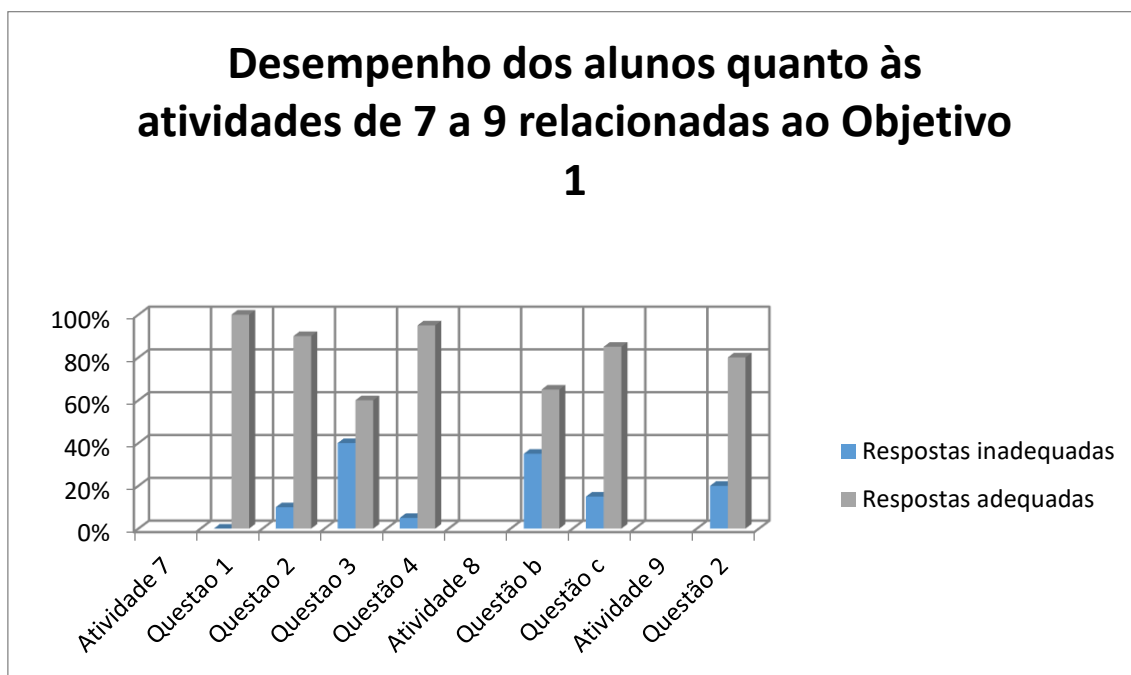


Gráfico 3 – Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto)

De acordo com o gráfico número 3, os alunos participantes apresentam uma boa evolução com relação às questões relacionadas ao objetivo de reconhecer informações importantes no texto. A atividade 7 tratava das propagandas da revista Caras e foi elaborada com 3 questões relacionadas ao objetivo 1: as questões 1, 2 e 4.

Como se pode ver no gráfico 1, houve um desempenho muito satisfatório, com índices acima de 80% de respostas adequadas. A questão 3, no entanto, que solicitava ao aluno que identificasse um dado importante, sobre qual elemento estava em destaque na revista, apresentou um índice de respostas inadequadas em torno de 40%.

Outro exercício em que os alunos apresentaram dificuldade foi a letra (b) da atividade 8. Esse enunciado era formado por várias perguntas, o que ainda é um obstáculo para os alunos.

Muitos não estavam acostumados com esse tipo de questão, o que faz que se percam no exercício, deixando de responder alguma pergunta. Na atividade nove conseguimos 80% de respostas adequadas, essa questão tratava do duplo sentido da palavra **milhão** na propaganda da Hortifruti.

A maioria conseguiu identificar os dois significados, além do enunciado metacognitivo, o que ajudou foram os textos de apoio com a palavra milhão. No mais, no restante das questões conseguimos bons resultados com a turma. Observe, agora, o gráfico 4 que apresenta o desempenho dos alunos quanto às atividades de 8 a 11, planejadas para atender ao objetivo 2 que é ativar a atenção diante de informações relevantes do texto.

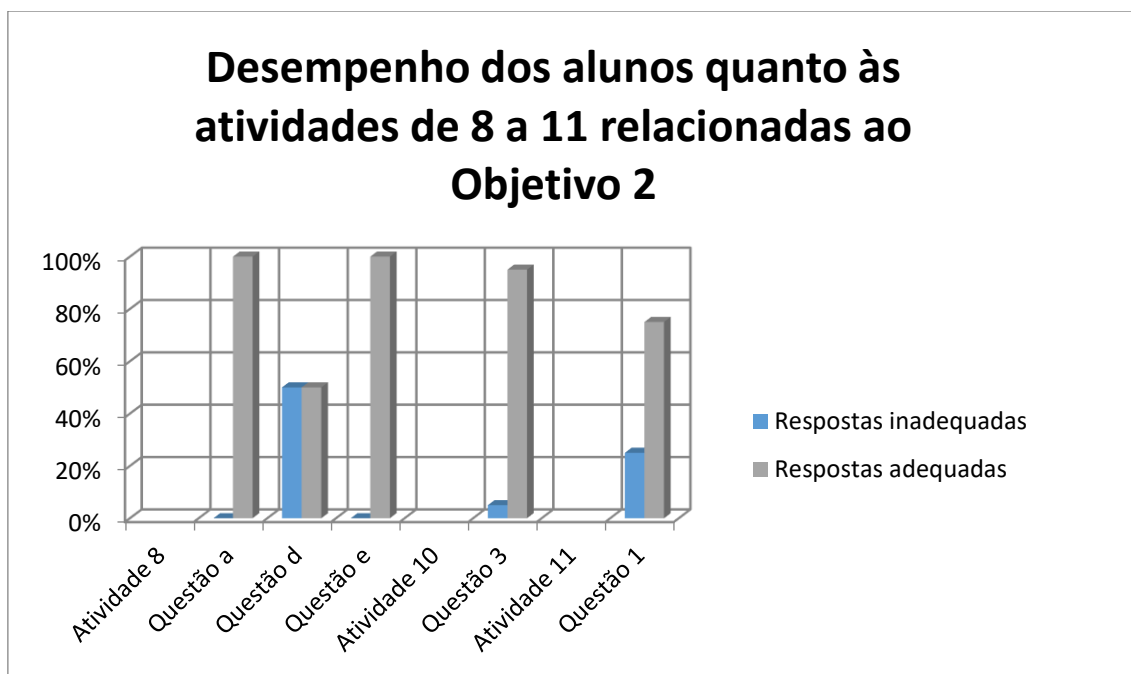


Gráfico 4 - Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes)

Conforme o gráfico 4, os alunos da turma conseguiram responder adequadamente a maioria das atividades. Os exercícios exigiam que ativassem a atenção para dados essenciais para a compreensão leitora. A questão a da atividade 8, por exemplo, alcançou 100% de respostas adequadas.

Neste enunciado, o aluno recebeu informações antes da leitura sobre a propaganda da **Hortifruti** e seu novo anúncio a revista “**Cascas**”. Todos os alunos identificaram a paródia realizada com a revista original “**Caras**”. Outra questão com um ótimo nível de exatidão nas

respostas foi a letra (e). Os alunos deveriam reconhecer um depoimento famoso na história do Brasil e trocar uma palavra parodiada pelo vocábulo original.

A questão (d) da atividade 8 obteve apenas 50% de respostas adequadas, pois muitos alunos não identificaram os dois sentidos da palavra “papaya”. Além disso, não ativaram sua atenção para a imagem apresentada no anúncio. A última atividade alcançou 25% de respostas inadequadas, porque alguns discentes indicaram uma frase que não tinha o mesmo significado da propaganda. Ou porque não sabia explicar o significado de “mangueira” no anúncio da Hortifruti.

Finalmente, após analisar os dois gráficos (objetivo 1 e 2) das atividades de 7 a 11, constatamos uma boa evolução dos alunos. Principalmente, porque nas primeiras atividades chegamos a 100% ou 90% de respostas inadequadas em questões relacionadas ao objetivo um.

Já em relação ao objetivo dois, também obtivemos um grande progresso já que nos exercícios iniciais algumas questões atingiram 95% ou 75% de respostas inadequadas. Os dois gráficos confirmam um crescimento da turma em trabalhar com exercícios metacognitivos de interpretação de anúncios publicitários.

Todavia, duas questões relacionadas ao objetivo 1, quanto no 2 não alcançaram um resultado tão superior de respostas adequadas como o esperado. Por isso, decidimos aplicar mais algumas atividades para treinar o olhar do aluno para o que era realmente relevante nos textos, a fim de solucionar os problemas de compreensão ainda encontrados.

As atividades complementares de 12 a 17 compõem o módulo 2 da pesquisa. Visam desenvolver mais alguns objetivos, além dos citados anteriormente tais como: despertar no aluno a atenção para questões com mais de uma pergunta e desenvolver a atenção com perguntas sobre a imagem da propaganda.

#### **5.1.16 Atividade 12 do módulo 2**

Seguimos a pesquisa com a atividade 12, em que os alunos deveriam observar duas propagandas da anunciante **Origens**. Esses anúncios tem a finalidade de trabalhar o tema da preservação ambiental.

Na questão (a) da atividade 12, os discentes deveriam observar a imagem e o texto do anúncio, dizendo o que mais lhes chamou a atenção. Essa é uma atividade que visa direcionar o olhar do aluno para os dados fundamentais para a compreensão leitora, exercitando a autorregulação da compreensão leitora. Todos os alunos conseguiram compreender a questão.

**Atividade – 12**

1) Observe com atenção a propaganda abaixo:



- a) Diga o que mais chama sua ATENÇÃO nas propagandas acima.
- \_\_\_\_\_
- b) Por que a propaganda traz a seguinte frase: “ **A natureza não pode se adaptar a tudo**”?
- \_\_\_\_\_
- c) A propaganda vende uma ideia ou um produto? Qual?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

*Figura 103: Atividade 12*

Fonte: <http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/a-natureza-nao-pode-se-adaptar-a-tudo/>

Seguem alguns exemplos de respostas adequadas dos alunos.

a) Diga o que mais chama sua ATENÇÃO nas propagandas acima.

O que mais me chamou a atenção foi a quantidade de lixo que há nas imagens acima.

Figura 104: Atividade 12 elaborada pela aluna L.

a) Diga o que mais chama sua ATENÇÃO nas propagandas acima.

A natureza sendo destruída pela poluição das pessoas que fica jogando lixo na rua.

Figura 105: Atividade 12 elaborada pela aluna J.

a) Diga o que mais chama sua ATENÇÃO nas propagandas acima.

O lixo onde não deve estar.

Figura 106: Atividade 12 elaborada pelo aluno G.H.

As questões (b) e (c) tratavam da habilidade de reconhecer informações importantes no texto. Os alunos deveriam retornar ao texto e explicar uma expressão retirada do texto. Depois precisavam esclarecer qual ideia a propaganda estava querendo mostrar aos leitores. Na sequência apresentamos algumas respostas dos alunos da letra (b).

Os alunos a seguir conseguiram expressar adequadamente o sentido da expressão “A natureza não pode se adaptar a tudo”.

b) Por que a propaganda traz a seguinte frase: “A natureza não pode se adaptar a tudo”?

Por que o ser humano a suja e a natureza não pode fazer nada a respeito.

Figura 107: Atividade 12 elaborada pelo aluno A.



b) Por que a propaganda traz a seguinte frase: “A natureza não pode se adaptar a tudo”?

A natureza não pode se viver com os lixos que os humanos jogam na natureza.

Figura 108: Atividade 12 elaborada pela aluna V.G.

### 5.1.17 Atividade 13 do módulo 2

A atividade treze exibia as propagandas da Hortifruti. Suas frutas agora são atletas olímpicos, fazendo uma relação com a olimpíada realizada no Brasil.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Profª Isabela  
Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade – 13

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda abaixo:



- 1) Observe com **ATENÇÃO** as imagens. Explique o que você vê em cada uma delas.  
\_\_\_\_\_
- 2) A propaganda faz referência aos jogos olímpicos realizados no Brasil. Qual a relação entre as propagandas do Hortifruti e o slogan das olimpíadas?  
\_\_\_\_\_
- 3) Explique a frase “ Hortifruti patrocinador oficial da vida **saudável**”. O que seria ter uma vida saudável segundo a propaganda?  
\_\_\_\_\_

Figura 109: Atividade 13

Fonte: <https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/36558/hortifruti-entra-no-clima-esportivo.html>

A primeira questão orientava a atenção dos alunos para as imagens, assim os alunos deveriam explicar que tipo de esportes cada fruta representava. Dos 18 alunos participantes, somente dois não conseguiram explicar de forma clara as imagens.

Essa questão contemplava o objetivo de ativar a atenção perante dados significativos do texto. O resultado foi bom, na medida que um número significativo de alunos conseguiu explicar o que via nas imagens. Para ilustrar melhor apresentamos as respostas das alunas L. e M.J. .

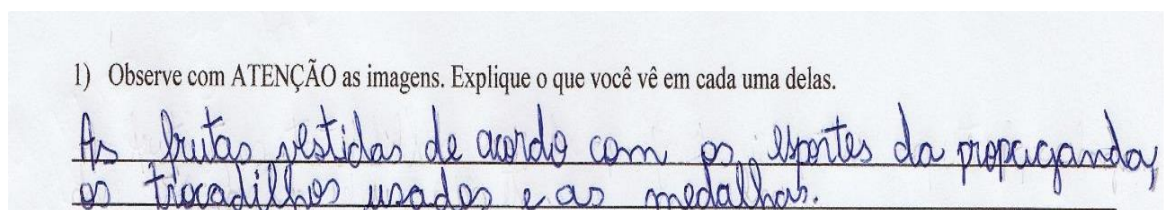


Figura 110: Atividade 13 elaborada pela aluna L.

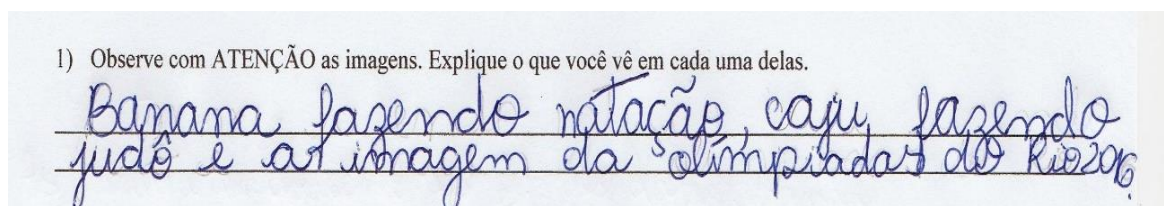


Figura 111: Atividade 13 elaborada pela aluna M.J.

As questões 2 e 3 abrangiam o objetivo um, que era reconhecer informações importantes no texto. Primeiro os alunos deveriam relacionar o anúncio com o slogan das Olimpíadas 2016. Depois na questão 3 foi destacada uma palavra dada na propaganda, os alunos precisavam explicar o sentido desse vocábulo de acordo com as imagens.

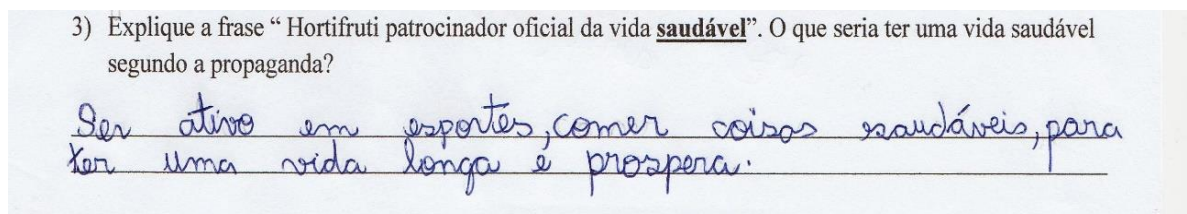


Figura 112: Atividade 13 elaborada pelo aluno A.

3) Explique a frase “ Hortifruti patrocinador oficial da vida saudável”. O que seria ter uma vida saudável segundo a propaganda?

praticando esporte tendo uma alimentação adequada comendo várias frutas e legumes.

Figura 113: Atividade 13 elaborada pela aluna J.

Cerca de 50% da turma conseguiu esclarecer o significado da palavra e o restante explicou de forma inadequada. Alguns alunos que responderam de forma inadequada só levaram em consideração a questão da alimentação boa, esquecendo de citar que os esportes também levam a uma vida saudável. Outros alunos citaram apenas o esporte.

3) Explique a frase “ Hortifruti patrocinador oficial da vida saudável”. O que seria ter uma vida saudável segundo a propaganda?

Uma vida praticando Esportes.

Figura 114: Atividade 13 elaborada pelo aluno G.H.

3) Explique a frase “ Hortifruti patrocinador oficial da vida saudável”. O que seria ter uma vida saudável segundo a propaganda?

Você comer frutas e verduras todos os dias.

Figura 115: Atividade 13 elaborada pela aluna L.

### 5.1.18 Atividade 14 do módulo 2

A atividade 14 desenvolveu questões com propagandas da Hortifruti que fazem paródias com músicas populares, marchinhas e cantigas.

O gênero paródia já foi trabalhado com a turma no 3º bimestre, inclusive os alunos elaboraram suas próprias paródias em grupo e apresentaram. Iniciamos a atividade com a escuta das mais famosas músicas da MPB, além das principais cantigas e marchinhas.

Os alunos receberam a letra das músicas e acompanharam a escuta no rádio. Alguns relataram que conheciam algumas músicas como Garota de Ipanema e as cantigas infantis. Já as marchinhas não eram tão populares entre os alunos, talvez por serem outra época. A professora-pesquisadora e os alunos conversaram sobre as letras das músicas e o significado de algumas passagens.

Posteriormente, iniciamos a atividade escrita de compreensão das propagandas. A questão um trabalhava a atenção dos alunos perante dados relevantes do texto. Assim, no início apresentou informações antes da leitura, como exemplos de outras paródias realizadas pela empresa Hortifruti.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
 Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Profª Isabela  
 Data: \_\_\_\_\_

**Atividade – 14**

Observe com **ATENÇÃO** as propagandas abaixo:



1) A empresa Hortifruti já fez paródias com filmes, heróis, bordões populares, entre outros. As propagandas acima fazem parte da campanha “ Entre no ritmo do Hortifruti”. Elas fazem paródia das frutas com o quê?

---

2) Agora observe novamente com **ATENÇÃO** as imagens. Você consegue identificar a trilha original? Quais são?

---

Figura 116: Atividade 13

Fonte: <http://vieouviporai.blogspot.com/2010/09/entre-no-ritmo-da-hortifruti.html>

De um total de 18 alunos, apenas um não compreendeu a questão. O exercício questionava qual era a paródia realizada pela campanha “Entre no ritmo do Hortifruti”. As alunas a seguir responderam adequadamente.

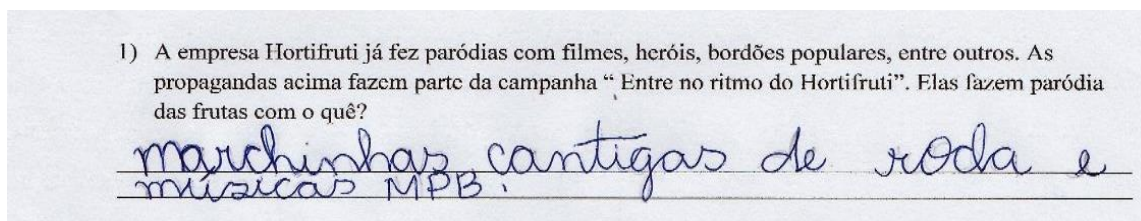


Figura 117: Atividade 14 elaborada pela aluna M.J.

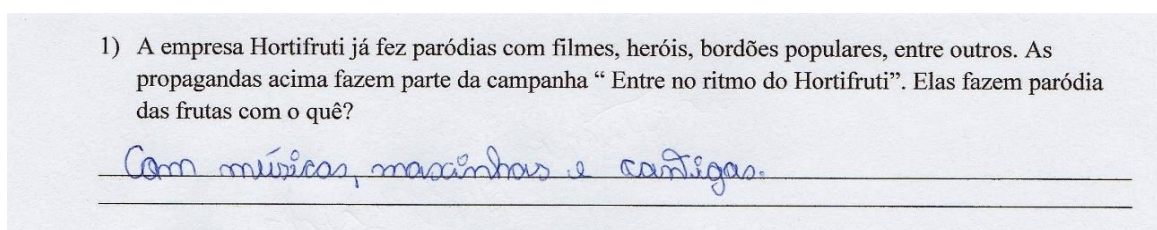


Figura 118: Atividade 14 elaborada pela aluna N.

Já a questão 2 do mesmo exercício pedia que os alunos retornassem à propaganda e observassem com atenção as imagens. Depois deveriam identificar a trilha original dos anúncios. Essa é uma atividade metacognitiva, pois visa reconhecer informações importantes no texto para a compreensão.

Apenas 5 alunos não conseguiram responder adequadamente à questão. Esse resultado pode ter acontecido porque estes alunos faltaram à aula no dia da atividade, portanto não tiveram acesso à escuta das músicas. Seguem algumas respostas adequadas da questão.

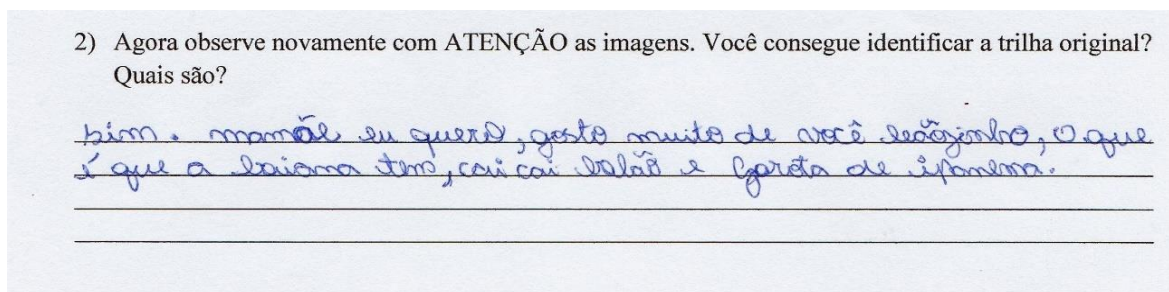


Figura 119: Atividade 14 elaborada pelo aluno G.H.

- 2) Agora observe novamente com ATENÇÃO as imagens. Você consegue identificar a trilha original?  
Quais são?

Sim. Mamãe eu quero! Mamãe eu quero! Gosto muito de você, leãozinho! O que é que a balança tem. Cai, cai, balão, cai, cai, balão, aqui na minha mão! Olha que coisa mais linda, mais cheia de graça.

Figura 120: Atividade 14 elaborada pela aluna L.

As alunas seguintes não sabiam a letra ou confundiram algumas palavras como “coisa” com “moça” na música Garota de Ipanema. Estas alunas faltaram e fizeram a atividade em outro dia, por isso relataram sua dificuldade em reconhecer as letras das músicas.

- 2) Agora observe novamente com ATENÇÃO as imagens. Você consegue identificar a trilha original?  
Quais são?

1= cai cai balão, cai cai balão aqui na minha mão,  
2= Olha que Moça mais linda mais cheia de graça  
3= Mamãe eu quero! Mamãe eu quero.  
4=  
5=

Figura 121: Atividade 14 elaborada pela aluna V.A.

- 2) Agora observe novamente com ATENÇÃO as imagens. Você consegue identificar a trilha original?  
Quais são?

Sim.  
mamãe eu quero / Gosto muito de você leãozinho  
cai cai, balão / Olha que coisa mais linda mais  
cheia de graça.

Figura 122: Atividade 14 elaborada pela aluna M.

### 5.1.18 Atividade 15 do módulo 2

A atividade 15 novamente exhibe propagandas da empresa Hortifruti. Agora a campanha “É de família, apresenta verduras, frutas e legumes como protagonistas, retratando o cotidiano das famílias brasileiras. As questões (1,2,a,e,f) abordavam a compreensão do anúncio relacionada ao objetivo 1.

Esse objetivo tratava do reconhecimento de informações relevantes no texto, por meio do destaque de expressões. Na questão, por exemplo, foi destacada a expressão “**cabeça dura**”. Os alunos deveriam fazer relação com a imagem e o texto para conseguir responder adequadamente.

Obtivemos um bom resultado, pois 14 responderam de forma adequada e apenas 4 responderam inadequadamente. Alguns responderam parcialmente, ou por não saber o significado da expressão, ou por não identificar que tipo de pessoa poderia travar aquele diálogo. A primeira e segunda questão tinha muitas perguntas no mesmo enunciado, então pode ser que alguns alunos tenham se perdido.

Colégio Municipal Padre Anchieta Profª Isabela  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

**Atividade – 15**

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda abaixo:



- 1) O diálogo acima parece ser uma conversa entre que tipo de pessoas? O que significa ser cabeça dura?
- 2) Agora, observe os personagens. O diálogo acontece entre o coco verde e o coco maduro. A frase que o coco verde pronuncia “ Deixa de ser cabeça dura” está sendo usada em duplo sentido? Explique.

---

---

---

- 3) Agora olhe atentamente as seguintes propagandas:



- a) Observe a frase “Já não te falei pra não deixar roupa no chão?”. As frutas estão representando o papel de quem ao travar esse diálogo? \_\_\_\_\_

Figura 123: Atividade 15

Fonte: <https://grandesnombresdapropaganda.com.br/anunciantes/hortifruti-lanca-peca-publicitaria-da-campanha-e-de-familia/>



b) Olhe com atenção a frase “ Este é meu **papaia!** Veio dar uma mão”. A palavra destacada tem dois sentidos diferentes? Quais são os significados possíveis?

---



- a) Observe a propaganda acima com **ATENÇÃO**. A imagem e o discurso fazem referência a alguma obra conhecida? Qual? \_\_\_\_\_
- b) Agora observe a palavra **CACHOS**. Essa palavra pode ter dois significados? Quais? \_\_\_\_\_
- 



- c) Observe com **ATENÇÃO** o diálogo acima. Agora observe a expressão “tô frita”. Essa expressão tem dois significados? Quais os possíveis sentidos? \_\_\_\_\_
- d) Qual outra expressão poderia ser usada no lugar de “**tô frita**” no contexto da frase acima? \_\_\_\_\_
- 

Figura 124: Continuação da atividade 15

Fonte: <https://grandesnomesdapropaganda.com.br/anunciantes/hortifruti-lanca-peca-publicitaria-da-campanha-e-de-familia/>



A seguir apresentamos alguns exemplos de alunos que conseguiram atingir o objetivo na questão 1.

1) O diálogo acima parece ser uma conversa entre que tipo de pessoas? O que significa ser cabeça dura?  
2) Agora, observe os personagens. O diálogo acontece entre o coco verde e o coco maduro. A frase que o coco verde pronuncia “Deixa de ser cabeça dura” está sendo usada em duplo sentido? Explique.

1) Marido e mulher. Quer fazer sem ajuda de ninguém.  
2) Sim, por que ele é duro e quer fazer sem a ajuda de ninguém.

Figura 125: Atividade 15 elaborada pelo aluno L.F.

1) O diálogo acima parece ser uma conversa entre que tipo de pessoas? O que significa ser cabeça dura?  
2) Agora, observe os personagens. O diálogo acontece entre o coco verde e o coco maduro. A frase que o coco verde pronuncia “Deixa de ser cabeça dura” está sendo usada em duplo sentido? Explique.

1) Marido e mulher. Ser teimoso. 2) Sim. Coco é duro e ele está sendo teimoso.

Figura 126: Atividade 15 elaborada pelo aluno F.

A questão 3 apresentava uma propaganda e pedia que os alunos observassem atentamente o diálogo entre as frutas. Todos os alunos conseguiram identificar que se tratava de uma conversa entre mãe e filho. Inclusive, muitos da turma constataram que passam por situação parecida em casa com a mãe. Relataram assim que conversas desse tipo fazem parte realmente do dia a dia de muitas famílias. Observe alguns exemplos de respostas adequadas.

a) Observe a frase “Já não te falei pra não deixar roupa suja no chão”. As frutas estão representando o papel de quem ao travar esse diálogo?

mãe e filho

Figura 127: Atividade 15 elaborada pelo aluno R.

a) Observe a frase “Já não te falei pra não deixar roupa suja no chão”. As frutas estão representando o papel de quem ao travar esse diálogo?

mãe e filho (a)

Figura 128: Atividade 15 elaborada pela aluna V.G.

As questões (b, c, d) estavam correlacionadas com o objetivo 2, que era de ativar a atenção diante de informações relevantes. Essas são atividades metacognitivas porque visam orientar a concentração dos discentes para dados que vão ajudar na compreensão. Na questão (c), os alunos precisavam observar a imagem e a frase da fruta. Assim poderiam ativar seus conhecimentos prévios e identificar a que obra infantil a propaganda estava fazendo referência.

Todos os alunos que participaram da atividade conseguiram perceber com que obra o anúncio fazia intertextualidade, além disso, alguns alunos lembraram até outro filme com o mesmo tema “Enrolados”. Já na questão d foi destacada a palavra **cachos**, para que os alunos identificassem seu duplo sentido na propaganda.

c) Observe a propaganda acima com ATENÇÃO. A imagem e o discurso fazem referência a alguma obra conhecida? Qual?

Sim. Enrolados (Rapunzel).

d) Agora observe a palavra **CACHOS**. Essa palavra pode ter dois significados? Quais?

Sim. Cachos de cabelo e cachos de uva.

Figura 129: Atividade 15 elaborada pela aluna L.V.

c) Observe a propaganda acima com ATENÇÃO. A imagem e o discurso fazem referência a alguma obra conhecida? Qual?

Sim, Rapunzel.

d) Agora observe a palavra **CACHOS**. Essa palavra pode ter dois significados? Quais?

Sim, Cachos de cabelo e cachos de uva.

Figura 130: Atividade 15 elaborada pela aluna A.L.

As questões (e) e (f) também exploraram o duplo sentido, agora invés de uma palavra, destacamos uma expressão “**tô frita**”. Todos os alunos identificaram corretamente os dois significados e apontaram outra frase que poderia substituir a que estava no anúncio publicitário.

e) Observe com **ATENÇÃO** o diálogo acima. Agora observe a expressão “tô frita”. Essa expressão tem dois significados? Quais os possíveis sentidos?

Sim. Bata frita e frita de me deu mal.

---

f) Qual outra expressão poderia ser usada no lugar de “tô frita” no contexto da frase acima?

tô de castigo.

Figura 131: Atividade 15 elaborada pela aluna N.

e) Observe com **ATENÇÃO** o diálogo acima. Agora observe a expressão “tô frita”. Essa expressão tem dois significados? Quais os possíveis sentidos?

Frita de alguma coisa foi frita ou a pessoa se deu mal.

---

f) Qual outra expressão poderia ser usada no lugar de “tô frita” no contexto da frase acima?

me dei mal.

Figura 132: Atividade 15 elaborada pelo aluno T.

### 5.1.19 Atividade 16 do módulo 2

A atividade 16 contou com a propaganda da Telefônica. Esta fez uma paródia com o filme “O chamado”. Como nem todos os alunos poderiam conhecer o filme, apresentamos o cartaz do filme fazendo um paralelo com o anúncio. As questões (a) e (c) estavam relacionadas com o objetivo um. Os discentes precisavam retornar ao texto e explicar a frase “Você vai receber ligações de quem você menos espera”.

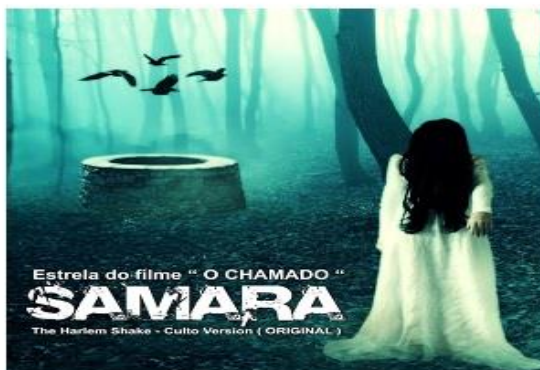
A questão b contemplava o objetivo dois, ativar a atenção diante de informações importantes. O aluno precisava observar na imagem qual elemento fazia referência à empresa que estava realizando a propaganda. Esse enunciado é metacognitivo, pois o aluno precisa orientar seu olhar para dados que o ajudem a interpretar o texto. Dos 18 participantes, apenas um não identificou o orelhão.

Atividade – 16

Observe com atenção a propaganda a seguir:



Cartaz do filme



- a) Observe **atentamente** a propaganda da Telefonica. Ela faz uma intertextualidade com um filme de terror famoso .Agora leia com atenção a frase “ **Você vai receber ligações de quem você menos espera**”. Explique a frase de acordo com o contexto da imagem. \_\_\_\_\_
- b) Qual elemento da imagem faz referência a empresa que realiza a propaganda? \_\_\_\_\_
- c) Qual vantagem a Telefonica oferece ao público na propaganda? \_\_\_\_\_

Figura 133: Atividade 16

Fonte: <https://soujoao.wordpress.com/tag/samara-de-o-chamado/>

A seguir temos exemplos de alunos que responderam de forma adequada a letra (a)

a) Observe **atentamente** a propaganda da Telefonica. Ela faz uma intertextualidade com um filme de terror famoso .Agora leia com atenção a frase “ **Você vai receber ligações de quem você menos espera**”. Explique a frase de acordo com o contexto da imagem. Essa frase está se referindo ao filme, pois ela liga para as pessoas que assistiram a um vídeo.

Figura 134: Atividade 16 elaborada pela aluna L.

- a) Observe **atentamente** a propaganda da Telefonica. Ela faz uma intertextualidade com um filme de terror famoso .Agora leia com atenção a frase “ **Você vai receber ligações de quem você menos espera**”. Explique a frase de acordo com o contexto da imagem: pois você não vai esperar a ligação de Samara.

Figura 135: Atividade 16 elaborada pela aluna R.

O primeiro exemplo que ilustra uma resposta adequada da questão (b), mas já o segundo exemplo demonstra que o aluno não compreendeu o enunciado.

- b) Qual elemento da imagem faz referência a empresa que realiza a propaganda? O olho.

Figura 136: Atividade 16 elaborada pela aluna M.

- b) Qual elemento da imagem faz referência a empresa que realiza a propaganda? A samara

Figura 137: Atividade 16 elaborada pelo aluno L.F.

Por fim, na questão (c) o aluno deveria analisar novamente a propaganda e conferir qual era a vantagem oferecida pela empresa aos seus usuários. Essa volta ao texto é considerada uma habilidade metacognitiva de reconhecimento de dados significativos do texto para a compreensão. Apenas 4 alunos não identificaram corretamente a promoção, um relatou que a empresa pode te proteger de pessoas estranhas e outros apenas repetiram uma frase do anúncio.

- c) Qual vantagem a Telefonica oferece ao público na propaganda? A que protege que pessoas estranhas te liguem.

Figura 138: Atividade 16 elaborada pelo L.F.

c) Qual vantagem a Telefonica oferece ao público na propaganda? R\$0,15 por minuto da telefonica!

Figura 139: Atividade 16 elaborada pelo aluno R.

c) Qual vantagem a Telefonica oferece ao público na propaganda? a vantagem é a premiação de R\$0,15 centavos por minuto.

Figura 140: Atividade 16 elaborada pela aluna J.

### 5.1.20 Atividade 17 do módulo 2

Por último temos a atividade 17, esse exercício trouxe uma propaganda da Fedex apenas com imagens e sem texto verbal.

Colégio Municipal Padre Anchieta  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Profª Isabela  
Data: \_\_\_\_\_

#### Atividade – 17

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda:



a) A propaganda acima é da FedEx, uma empresa americana de remessa expressa de correspondência, documentos e objetos, oferecendo ainda vários serviços de logística. A FedEx é a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial. Agora olhe com **ATENÇÃO** a imagem. O que aparece ao fundo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b) Que ideia essa imagem quer trazer ao público?

\_\_\_\_\_

Figura 141: Atividade 17

Fonte: <http://ctrlpels.blogspot.com/2010/04/janela-para-o-mundo.html>

Primeiro o enunciado apresentou dados essenciais antes da leitura, como detalhes sobre a empresa anunciante. Depois a questão pedia que os alunos observassem o que aparecia ao fundo da imagem.

Dessa forma, trabalha o objetivo 2 de ativação de atenção diante de informações importantes. Dos 18 alunos que fizeram a atividade, apenas o aluno seguinte não compreendeu bem o enunciado e citou outros detalhes da imagem. Ele deveria ter notado o detalhe do mapa mundi na parede.

- a) A propaganda acima é da FedEx, uma empresa americana de remessa expressa de correspondência, documentos e objetos, oferecendo ainda vários serviços de logística. A FedEx é a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial. Agora olhe com **ATENÇÃO** a imagem. O que aparece ao fundo?

Um muro com duas janelas abertas.

Figura 142: Atividade 17 elaborada pelo aluno A.

As alunas N. e M. interpretaram de forma adequada a questão.

- a) A propaganda acima é da FedEx, uma empresa americana de remessa expressa de correspondência, documentos e objetos, oferecendo ainda vários serviços de logística. A FedEx é a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial. Agora olhe com **ATENÇÃO** a imagem. O que aparece ao fundo?

Os continentes do mundo desenhado em uma parede

Figura 143: Atividade 17 elaborada pela aluna N.

- a) A propaganda acima é da FedEx, uma empresa americana de remessa expressa de correspondência, documentos e objetos, oferecendo ainda vários serviços de logística. A FedEx é a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial. Agora olhe com **ATENÇÃO** a imagem. O que aparece ao fundo?

Um mapa feito de tijolo.

Figura 144: Atividade 17 elaborada pela aluna M.

Finalmente temos a questão 2. Nesse exercício o aluno deveria direcionar seu olhar de novo para a imagem e explicar qual era a ideia que estava sendo vendida pela empresa. Essa é uma atividade metacognitiva e desenvolve a habilidade de reconhecer informações

importantes no texto, no caso um texto não verbal. Todos os 18 alunos responderam adequadamente à questão.

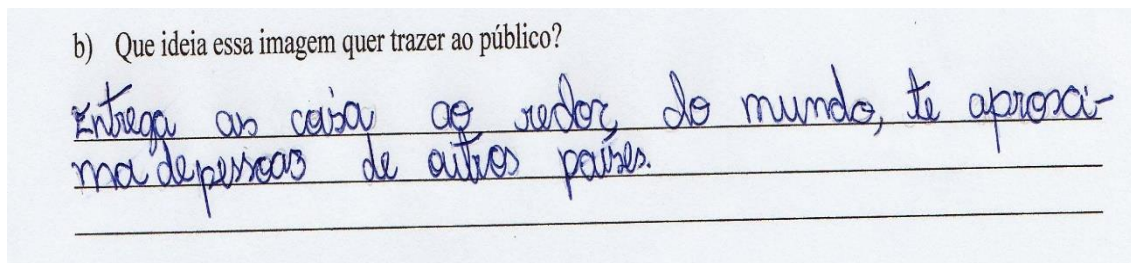


Figura 145: Atividade 17 elaborada pela aluna V.G.

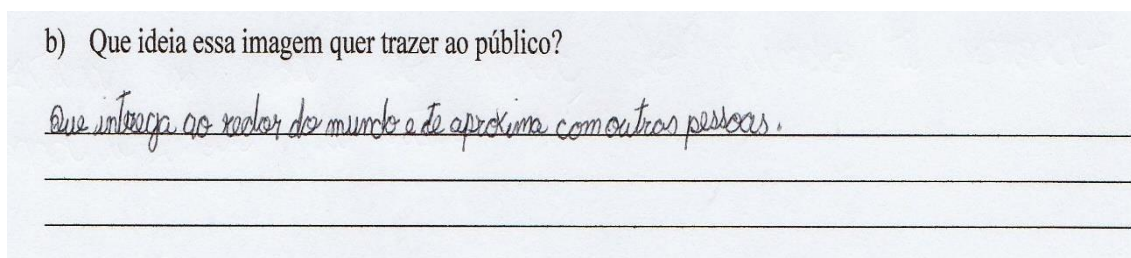


Figura 146: Atividade 17 elaborada pelo aluno L.F.

### 5.1.21 Análise geral do desempenho dos alunos por atividade.

A seguir, apresenta-se o gráfico 5 que contempla as atividades de 12 a 17. Esses exercícios referem-se ao objetivo 1, que era reconhecer informações importantes no texto. A primeira atividade analisada é a número 12 e as questões do objetivo 1 são a letras (b) e (c). Na letra (b) os alunos deveriam explicar o porquê da propaganda usou a frase “A natureza não pode se adaptar a tudo”. Todos conseguiram responder adequadamente, explicando inclusive que os animais não podem conviver com o lixo despejado pelo ser humano.

Na letra (c) da mesma atividade, os discentes precisavam identificar se a propaganda da empresa origens estava vendendo um produto ou uma ideia. O total de 94% respondeu adequadamente, e além disso completou a resposta indicando que o anúncio vendia a ideia de preservação da natureza e dos animais.

Já na atividade 13 temos duas questões relacionadas ao objetivo 1. A primeira é a número 2, na qual pedia que os alunos relacionassem a propaganda do Hortifruti com o slogan das olimpíadas. Atingiu-se 94% de respostas adequadas, pois os alunos explicaram que as frutas



representavam esportes olímpicos que seriam disputados no Brasil. A questão 3 destacava a palavra **saudável** e pedia seu significado no contexto do anúncio. Obtivemos 50% de respostas adequadas. Conclui-se que talvez esse resultado ocorreu por uma falta de atenção em relação à palavra e as imagens, pois muitos alunos relacionaram saudável apenas com a alimentação. Sendo que os esportes de acordo com a imagem e a frase também colaboram para uma vida saudável.

Na atividade 14 temos apenas a questão 2, nesse exercício pedia que os discentes reconhecessem a trilha original das paródias realizadas pela empresa Hortifruti. Nessa questão chegou-se a 72% de respostas adequadas. Para realizar a atividade 2 a turma ouviu previamente as músicas, mas os alunos que faltaram perderam essa introdução da atividade. Por isso, a quantidade de respostas inadequadas ficou com 28%.

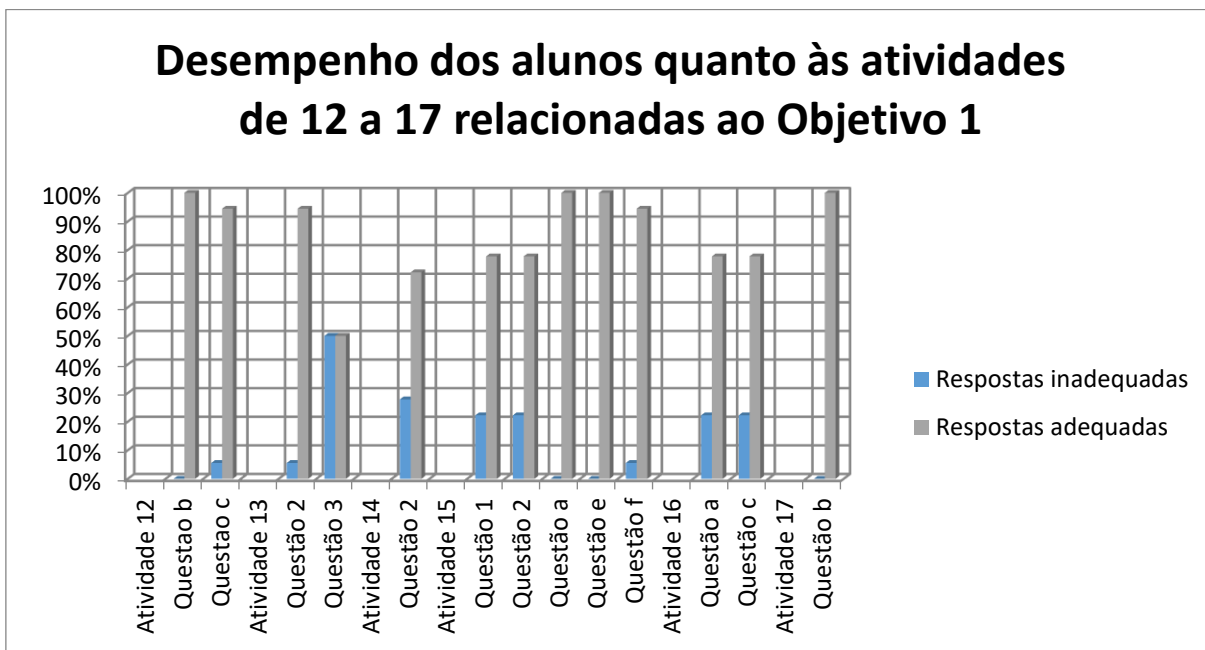


Gráfico 5 – Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto)

A atividade 15 do módulo 2 foi a próxima a ser analisada e contou com propagandas do Hortifruti que representavam o cotidiano das famílias. A questão 1 e 2 apresentavam um diálogo de duas frutas, os alunos deveriam identificar quem esses personagens representavam em uma família e o duplo sentido da expressão “cabeça dura”.

Nas duas questões atingiu-se 78% de respostas adequadas. Os resultados de respostas inadequadas aconteceram porque muitos alunos não colocaram os dois significados da expressão ou deixaram de responder alguma pergunta.

Nessa mesma atividade, também temos a letra (a) que se referia ao objetivo 1, nessa questão novamente os alunos deveriam reconhecer quem da família as frutas estavam representando. Chegou-se a 100% de respostas adequadas, já que se tratava de um diálogo entre mãe e filho, muitos alunos se identificaram e relataram que já ouviram em casa a expressão “Já não te falei pra não deixar roupa no chão”.

A questão (e) pedia os dois significados da expressão “**tô frita**” e atingiu 100% de respostas adequadas, por ser uma frase muito usada pela turma. Já na questão (f) foi destacada a expressão “**tô frita**” de um diálogo representados por duas estudantes ao pegar o boletim. Depois foi pedido que os alunos substituíssem essa expressão por outra de igual sentido. Cerca de 94% alunos conseguiram responder adequadamente e alguns até relataram conhecer essa situação por fazer parte do seu cotidiano escolar.

A atividade seguinte foi a 16, na questão (a) os alunos deveriam explicar a frase “Você vai receber ligações de quem você menos espera” fazendo um paralelo com a imagem do filme. O resultado foi de 78% de respostas adequadas, alguns alunos não perceberam que foi feita uma sátira do filme.

Obteve-se o mesmo quantitativo de respostas adequadas na questão (c) da mesma atividade. Nessa questão os alunos precisavam voltar sua atenção novamente para o texto da propaganda e identificar qual a vantagem oferecida pela empresa telefônica aos usuários. Cerca de 28% responderam de forma inadequada, pois apresentaram outros elementos da propaganda e não o desconto.

Por fim, na questão 17 temos a propaganda da Fedex, uma empresa de entregas. A questão (b) tratava do objetivo 1 e os alunos precisavam identificar a ideia que a propaganda pretendia passar ao público. O total de 100% respondeu adequadamente. Percebe-se que os alunos fizeram a leitura da imagem de forma adequada e chegaram à conclusão de que o mapa e a janela a ideia de aproximar as pessoas do mundo todo.

O propósito de ampliar a capacidade de compreensão na leitura de propagandas através da metacognição foi atingido. Infelizmente, não é possível conseguir 100% em todas as questões devido a algumas variáveis da turma, como por exemplo o nível de atenção nas atividades.

Acreditamos que a aplicação de mais atividades foi necessária para um melhor desenvolvimento da turma. Já que, ao término da atividade 11 percebemos problemas ainda persistentes como responder várias perguntas na mesma questão, questões sobre a imagem (eles têm pouca atenção.). Além de destacar as palavras mais importantes e explicar o porquê.

Por isso, planejamos mais atividades que se voltassem especificamente para esses problemas. Tudo tinha a ver com atenção, o que é problemático, porque se trata de uma habilidade necessária para a interpretação. Junto com as questões, coloquei outros comandos que não davam conta do objetivo 1 e 2, mas serviam para treinar o aluno para o que é preciso na compreensão da propaganda.

A seguir apresenta-se o gráfico 6 do objetivo dois, referente as atividades de 12 a 17. Observe a seguir:

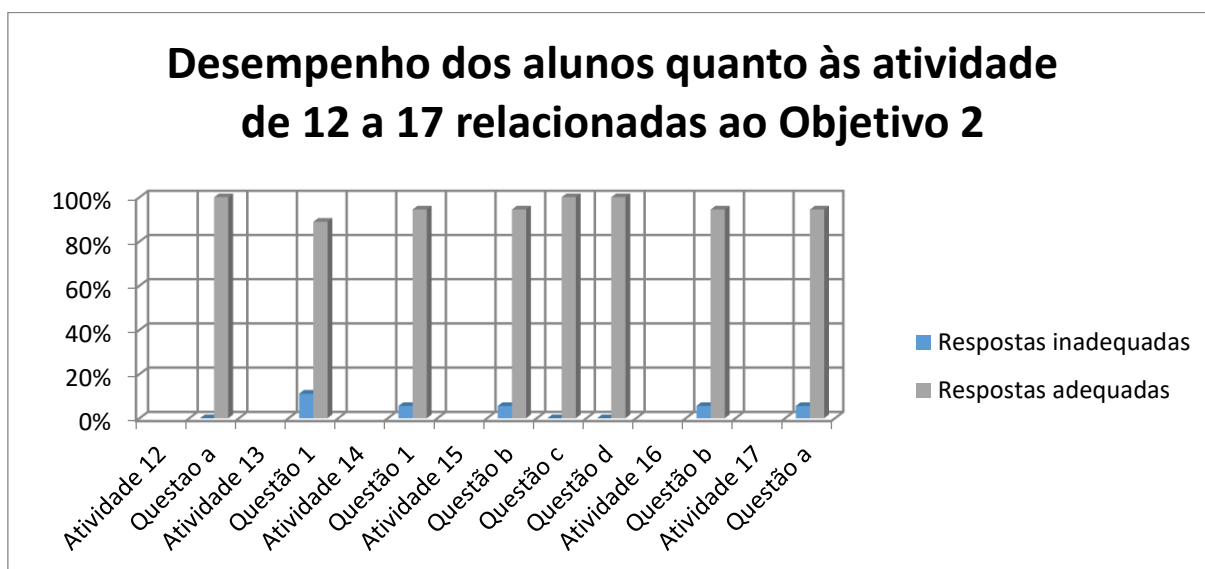


Gráfico 6 – Desempenho dos alunos em relação ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes)

Na atividade 12, temos a questão (a) relacionada ao objetivo 2, nesse enunciado foi atingido o resultado de 100% de respostas adequadas. Os alunos alcançaram um bom nível de atenção e determinaram que o elemento mais significativo na propaganda era o ambiente sujo e precário em que os animais se encontravam.

Logo em seguida, pode-se observar a questão 1 da atividade 13. Novamente o aluno deveria retornar ao anúncio publicitário e determinar o que mais chamava sua atenção. O rendimento de respostas adequadas foi de 89%. Conclui-se que 11% dos alunos responderam

de forma fragmentada, só citando que viam frutas e uma piscina por exemplo. Portanto, não explicando que o mais interessante da propaganda era que as frutas estavam praticando esportes olímpicos.

A próxima é a questão 1 da atividade 14, esse item faz uma introdução afirmando que a empresa Hortifruti já fez paródias com filmes, heróis e bordões. E questiona qual a nova paródia apresentada no anúncio, cerca de 94% responderam de forma adequada. Estes alunos chegaram à conclusão de que a paródia agora era com músicas populares, marchinhas e cantigas. Apenas 6% discentes não conseguiram identificar o gênero de música trabalhado na propaganda.

Posteriormente temos as questões da atividade 15 vinculadas ao objetivo 2. A primeira é letra (b), nesta questão o aluno deveria voltar sua atenção para a palavra “**papaya**” e explicar seus significados. Em torno de 94% respondeu adequadamente à questão, apenas 6% explicou parcialmente a questão. A aluna M. colocou somente o trocadilho de pai e esqueceu de citar também que era um tipo de mamão.

Na questão (c) da mesma atividade, os alunos deveriam identificar a qual obra literária a propaganda da Hortifruti faz referência. No total 100% da turma respondeu de forma adequada e reconheceu a história de Rapunzel no anúncio. A questão (d) obteve o mesmo índice de respostas adequadas, este enunciado pedia que os discentes explicassem os dois sentidos do vocábulo “**cachos**” de acordo com o contexto da propaganda.

Em sequência temos o exercício (b) da atividade 16, essa questão requeria que os discentes voltassem sua atenção para a propaganda dizendo qual elemento da imagem fazia referência ao anunciante. Em torno de 94% respondeu adequadamente e inferiu que o orelhão era o item que estabelecia uma alusão a empresa telefônica.

Finalmente temos a questão (a) da atividade 17, o enunciado perguntava (O que aparece no fundo da imagem?) os alunos deveriam ficar atentos a imagem e observar o mapa mundi. Por volta de 94% conseguiu identificar o mapa do planeta Terra, assim somente 6% respondeu de forma inadequada.

Chega-se à conclusão, portanto, de que a aplicação de mais um bloco de atividades, denominadas de módulo 2, foi necessária para uma melhor aprendizagem dos alunos. Percebe-se um avanço da turma em comparação ao gráfico 2 das atividades (1 a 6). No gráfico 2, a turma chegou a apresentar índices de 100% de respostas inadequadas nas questões relacionadas ao objetivo 2. Agora a turma atingiu um bom resultado, com baixo índice de respostas inadequadas.

Ao longo dos exercícios os alunos puderam desenvolver sua atenção para os dados que eram realmente relevantes para a compreensão leitora da propaganda. Além disso, essas atividades também trabalharam a com a atenção com a imagem, intertextualidade e paródias. Elementos estes que sempre estão presentes em anúncios publicitários e precisam ser compreendidos para uma melhor produção de sentidos por parte do aluno.

### 5.1.22 Avaliação final

Encerrando a pesquisa, na tentativa de aferir se houve, de fato, melhora significativa na compreensão leitora do gênero propaganda, sobretudo com relação às dificuldades detectadas na diagnose inicial. Para tanto, elaborou-se uma avaliação final com o mesmo tipo de enunciados trabalhados nas atividades desenvolvidas que buscou levar os alunos à autorregulação de sua compreensão.

A atividade foi realizada sem qualquer intervenção da pesquisadora, com o objetivo de avaliar quantos alunos conseguiram atingir os objetivos propostos ou quais dificuldades ainda persistiam.

Colégio Municipal Padre Anchieta Profª Isabela  
Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

#### Avaliação final

- 1) Observe com atenção a propagandas abaixo:

##### PROPAGANDA 1



- a) Analise a propaganda e diga o que mais chamou sua atenção.

- b) Destaque apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais importante da propaganda. Por que você acredita que essa palavra é a mais importante?

- c) Retorne ao texto da propaganda e observe com atenção somente a palavra AMARELAR. Essa palavra pode ter dois sentidos? Quais são os significados possíveis surgem no anúncio? Qual desses dois sentidos é usado para constituir o sentido geral da propaganda? Qual componente da propaganda te leva a pensar dessa forma?

##### PROPAGANDA 2

- d) A propaganda é um gênero que reúne tanto mensagens verbais (frases, palavras, expressões) e imagens com o objetivo de divulgar produtos, ideias e serviços. Busca influenciar o opinião do leitor e convencê-lo a consumir. Agora olhe atentamente para a palavra GAROTO. Quais os sentidos possíveis da palavra? De acordo com a imagem e texto escrito, qual é o sentido de GAROTO está sendo usado na propaganda?



NO DIA DOS  
NAMORADOS,  
NÃO FIQUE  
SEM SEU  
GAROTO.

Figura 147: Avaliação final

Fonte: <http://exerciteoportugues.blogspot.com/2016/04/disponivel-em-httpswww.html>

### PROPAGANDA 3

- a) Percorra o texto observando apenas as palavras em destaque: **espaço, ajude, verde, SOS, mata Atlântica**. Agora responda qual é o assunto de que trata esse anúncio publicitário?
- 



- b) Analise minuciosamente a propaganda acima, reflita e selecione apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais significativa para o texto escrito. Por que você considera isso?
- 

- c) Volte ao texto escrito e observe apenas a palavra VERDE. Quais os sentidos ela pode ter na propaganda? Qual desses significados você acha mais adequado para a proposta do anúncio? Por que?
- 

### PROPAGANDA 4



- d) A propaganda acima é marca Havaianas. Agora fique atento ao texto escrito e a imagem apresentada na propaganda. De acordo com o contexto da imagem e o texto verbal o que significa a expressão “Vê se cresce”? Essa expressão pode ter outro sentido? Qual
- e) Observe as frases a seguir com a palavra GATO e marque apenas UMA frase que tenha o mesmo sentido da propaganda:

### PROPAGANDA 5

- ( ) Meu vizinho fez uma **gato** na luz.  
( ) O ator da série é um **gato**.  
( ) O **gato** da minha vó se escondeu debaixo da mesa.  
( ) O ladrão da loja fugiu como um **gato**.

- f) Agora diga o significado de gato na propaganda.
- 



Figura 148: Continuação da avaliação final

Fonte: <https://blognapilha.wordpress.com/tag/havaianas-chinelos-sandalias-na-pilha-folha-do-mate-venancio-aires/>

As questões (c) (d) (g) (h) (i) e (j) estavam relacionadas ao objetivo 1 e as questões (a) (b) (e) e (f) ao objetivo 2. Abaixo, apresentam-se avaliações de 5 alunos que tiveram um avanço além do esperado. Eles foram citados na análise da diagnose inicial com um grande percentual de respostas inadequadas. Porém, na avaliação final obtiveram um bom resultado.

A aluna V.G. não identificou na diagnose inicial a palavra com duplo sentido, e também não sabia explicar o sentido conotativo da palavra. Agora V.G. demonstrou um progresso nas atividades, pois além de reconhecer o elemento mais importante, conseguiu explicar na questão b qual era o vocábulo mais significativo e o porquê.

Na questão c V.G. relatou corretamente os dois significados da palavra “amarelar”. Depois indicou que o sentido adequado para a propaganda seria “amarelar os dentes, pois aparece na imagem uma pasta de dentes. Dessa forma, a aluna comprova que as atividades colaboraram para o seu crescimento na compreensão leitora.

Segue o exemplo da avaliação final da aluna V.G..

a) Analise a propaganda e diga o que mais chamou sua atenção.  
A frase "vai usar ou vai amarelar?"

b) Destaque apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais importante da propaganda. Por que você acredita que essa palavra é a mais importante?  
Amarelar. Porque está se referindo sobre dentes, que se não usar a pasta de dente os dentes vão amarelar

c) Retorne ao texto da propaganda e observe com atenção somente a palavra AMARELAR. Essa palavra pode ter dois sentidos? Quais são os significados possíveis surgem no anúncio? Qual desses dois sentidos é usado para constituir o sentido geral da propaganda? Qual componente da propaganda te leva a pensar dessa forma?  
Sim. pois amarelo e perde a coragem. Amarelar o dente, ele fica amarelo. A pasta de dente no canto inferior direito da propaganda.


Figura 149: Avaliação final elaborada pela aluna V.G.

A aluna V.A., cuja avaliação final será apresentada a seguir, apresentou dificuldade em explicitar o duplo sentido de algumas palavras na diagnose inicial. No momento da avaliação final, expôs de forma adequada, os dois significados da palavra “**garoto**”. Além disso, indicou o sentido mais apropriado para a propaganda que seria “**garoto chocolate**.”

**PROPAGANDA 2**

d) A propaganda é um gênero que reúne tanto mensagens verbais (frases, palavras, expressões) e imagens com o objetivo de divulgar produtos, ideias e serviços. Busca influenciar o opinião do leitor e convencê-lo a consumir. Agora olhe atentamente para a palavra GAROTO. Quais os sentidos possíveis da palavra? De acordo com a imagem e texto escrito, qual é o sentido de GAROTO está sendo usado na propaganda?

*Garoto de mening e garoto de choca  
late / garoto de chocolate.*



NO DIA DOS  
NAMORADOS,  
NÃO FIQUE  
SEM SEU  
GAROTO.

Figura 150: Avaliação final elaborada pela aluna V.A.

O aluno G.H. é outro exemplo de aluno que apresentou grande progresso no decorrer das atividades. Na diagnose inicial, seu desempenho não atingiu os objetivos propostos, não conseguindo identificar a palavra com duplo sentido ou seus significados. Nesta avaliação final, ele demonstrou atenção na letra e da atividade final, já que reconheceu o tema da propaganda apenas observando as palavras destaque.

Logo após, na letra f apontou corretamente o vocábulo mais importante, explicando também o porquê da sua escolha. E, finalmente, na letra g apontou os dois sentidos da palavra “**verde**”, indicando o sentido mais correto para o anúncio publicitário.



### PROPAGANDA 3

- e) Percorra o texto observando apenas as palavras em destaque: **espaço**, **ajude**, **verde**, **SOS**, **mata Atlântica**. Agora responda qual é o assunto de que trata esse anúncio publicitário?

*não demora a mata atlântica.*



- f) Analise minuciosamente a propaganda acima, reflita e selecione apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais significativa para o texto escrito. Por que você considera isso?

*Verde. Porque a Propaganda está falando sobre a mata atlântica e mata lembra verde.*

- g) Volte ao texto escrito e observe apenas a palavra VERDE. Quais os sentidos ela pode ter na propaganda? Qual desses significados você acha mais adequado para a proposta do anúncio? Por que?

*Verde da bandeira e verde de mata. verde de mata, porque a propaganda fala sobre a mata atlântica.*

Figura 151: Avaliação final elaborada pelo aluno G.H.

A próxima aluna M.J. também teve um desempenho abaixo do esperado na diagnose inicial não conseguindo identificar o sentido conotativo nas questões propostas. Contudo, na avaliação final, reconheceu de forma adequada a expressão “**vê se cresce**”.

PROPAGANDA 4

h) A propaganda acima é marca Havaianas. Agora fique atento ao texto escrito e a imagem apresentada na propaganda. De acordo com o contexto da imagem e o texto verbal o que significa a expressão “Vê se cresce”? Essa expressão pode ter outro sentido? Qual

*crescer, ficar alto, amadurecer*

Figura 152: Avaliação final elaborada pela aluna M.J.

O último caso que merece ser destacado é da aluna M.V. que, na diagnose inicial, não identificou o sentido conotativo da expressão “pagar caro” e da palavra “bolacha” nas propagandas propostas. Na avaliação final, a percebeu de forma precisa o sentido conotativo de “gato”. Marcou a frase com o mesmo sentido do anúncio, além de explicar o significado de gato como “bonito”.

i) Observe as frases a seguir com a palavra GATO e marque apenas UMA frase que tenha o mesmo sentido da propaganda:


**PROPAGANDA 5**

( ) Meu vizinho fez uma gato na luz.

( X ) O ator da série é um gato.

( ) O gato da minha vó se escondeu debaixo da mesa.

( ) O ladrão da loja fugiu como um gato.



j) Agora diga o significado de gato na propaganda.

Jeachoro embora foi o xava  
bonito.

Figura 153: Avaliação final elaborada pela aluna M.V.

Os resultados obtidos na avaliação final demonstram que houve, de fato, um grande progresso da turma em relação aos dois objetivos trabalhados nas atividades desenvolvidas, sobretudo pelo método utilizado, voltado para a elaboração de comandos de natureza metacognitiva., o que pode ser visto nos gráficos seguintes. Elaborou-se dois gráficos para comparar os objetivos alcançados tanto na diagnose, quanto na avaliação final.

### 5.1.23 Análise geral do desempenho dos alunos na diagnose inicial e avaliação final

Primeiro um panorama da diagnose e depois o resultado desse mesmo objetivo na avaliação final.

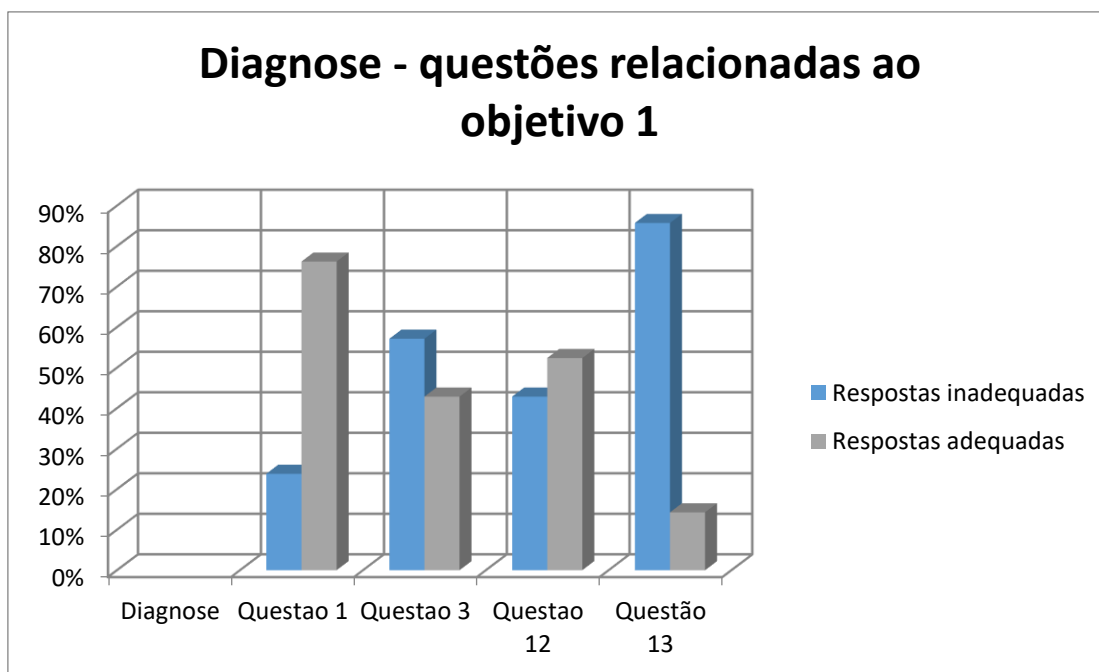


Gráfico 7 – Desempenho dos alunos na diagnose em relação ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto)

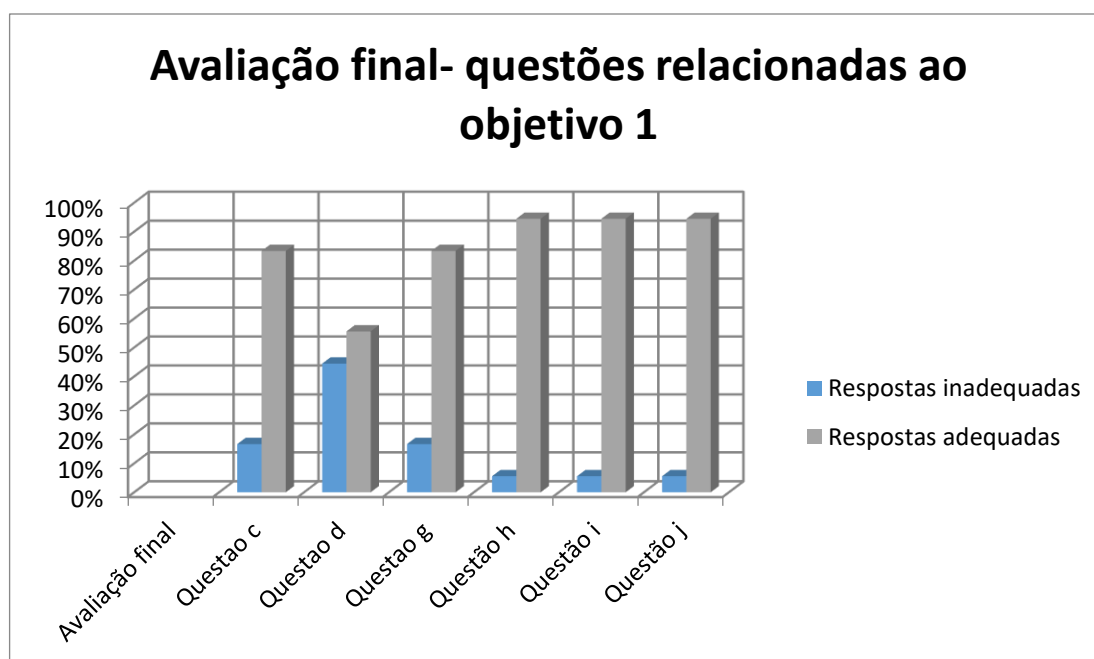


Gráfico 8 – Desempenho dos alunos na avaliação final em relação ao objetivo 1 (Reconhecer informações importantes no texto)

Como é possível observar, houve uma evolução da turma em relação ao objetivo 1 de reconhecer informações importantes no texto. Enquanto algumas questões obtiveram altos índices de respostas inadequadas na diagnose, tanto menos questões resultaram em inadequação na avaliação final.

Ao analisar a diagnose inicial, verificamos três questões em que os alunos encontraram mais dificuldade. As questões são os números 3,12 e 13. Primeiro no enunciado 3 pedia o reconhecimento de um dado significativo que era os sentidos da expressão “**pagar caro**”. Cerca de 57% não conseguiu responder adequadamente, pois sabiam apenas o sentido denotativo.

Já na questão 12 o aluno precisava identificar qual palavra na propaganda possuía duplo sentido. Apenas 52% respondeu de forma adequada e indicou a palavra “**bolacha**”. E na questão 13 os discentes precisavam explicar os significados da palavra bolacha de acordo com a propaganda. Nesta questão especificamente tivemos 86% de respostas inadequadas.

Esses resultados e outras questões da diagnose demonstraram no início a dificuldade dos alunos em identificar o duplo sentido de palavras e fazer a relação texto-imagem. Por isso, ao longo das atividades dos módulos 1 e 2 trabalhou-se com diversas propagandas que apresentassem palavras ambíguas. Esses vocábulos foram desenvolvidos através dos enunciados metacognitivos que levassem a turma a perceber os dados mais expressivos do texto.

Após os dois módulos foi aplicada uma avaliação final para aferir se realmente as atividades fizeram o efeito desejado, que era tornar os alunos competentes nos dois objetivos propostos. Passando para as considerações sobre a avaliação temos a questão (c) que destacava a palavra “**amarelar**”, pedia seus sentidos e qual significado estava sendo usado na propaganda. Atingimos o percentual de 83% de respostas adequadas, o que comprova um progresso da turma em relação a compreensão de palavras ambíguas.

Na questão (d) tínhamos o mesmo tipo de questão, mas agora a palavra destaque da propaganda era “**garoto**”. O total de 56% de alunos respondeu de forma adequada e colocaram os sentidos possíveis que eram chocolate e menino. Os outros 44% responderam parcialmente, indicando apenas um sentido.

Já na questão (g) tínhamos um anúncio de uma ONG ambiental com a palavra “**verde**”, e mais uma vez era pedido os seus significados de acordo com o contexto da propaganda. Cerca de 83% respondeu adequadamente e apenas 14% não compreendeu a questão. Na questão (h) os discentes precisavam relacionar o texto verbal e não verbal para explicar a expressão “**vê se cresce**”. Em torno de 94% atingiu o objetivo e respondeu de forma adequada. Somente 6% não soube o explicar o sentido conotativo da expressão.

Nas letras (i) e (j) era trabalhada a propaganda de um pet shop que tinha como destaque a palavra “**gato**”. Foram apresentadas 4 frases com a palavra gato e os alunos indicariam aquela

com o mesmo significado do anúncio. Depois os alunos relatariam os sentidos prováveis do vocábulo. Nas duas questões a turma atingiu o resultado de 94% de respostas adequadas. O que confirma novamente a evolução da turma no objetivo 1.

Doravante, temos também a análise do objetivo dois, nas respectivas atividades diagnose e avaliação final.

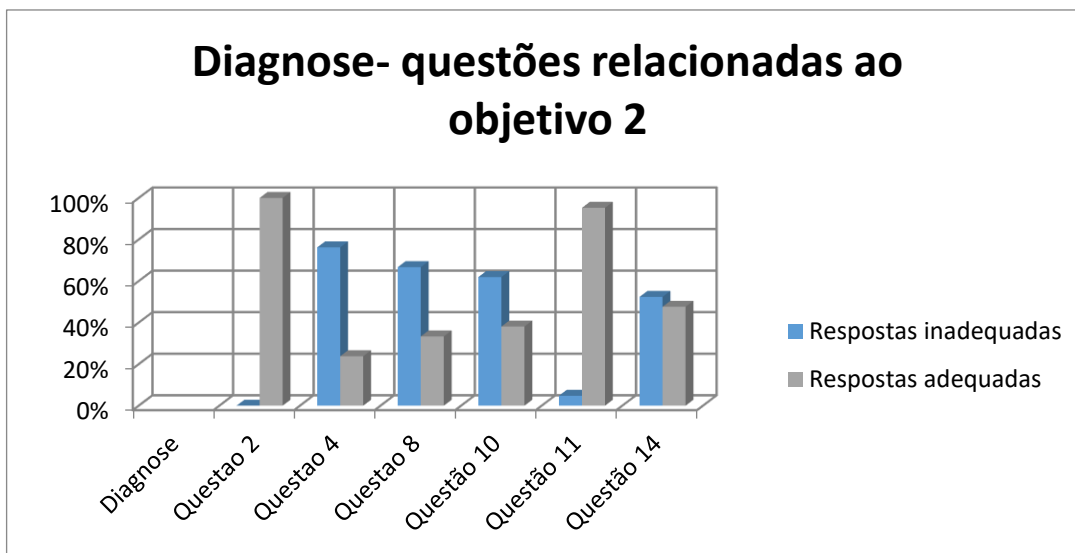


Gráfico 9 – Desempenho dos alunos na diagnose em relação ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes)

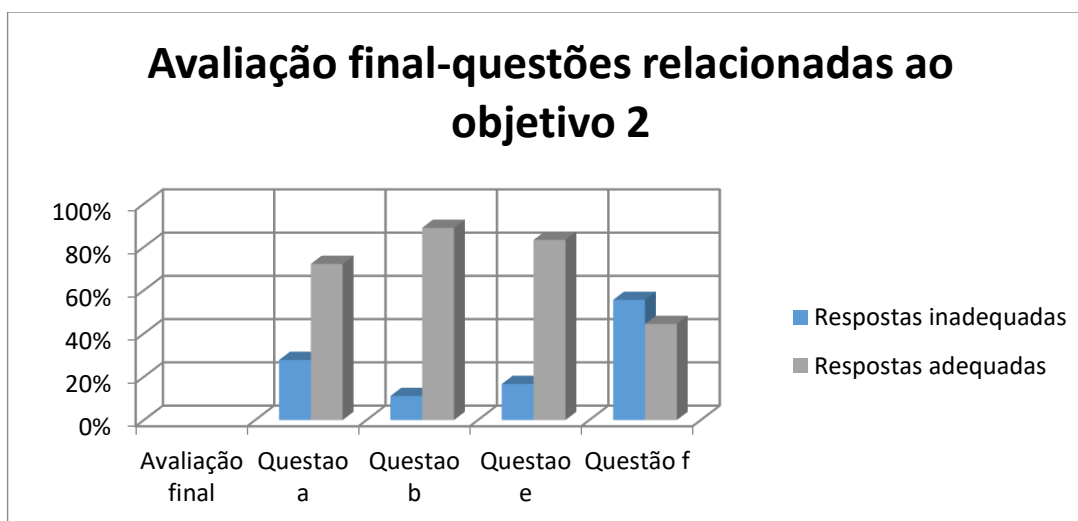


Gráfico 10 – Desempenho dos alunos na avaliação final em relação ao objetivo 2 (Ativar a atenção diante de informações relevantes)

Os gráficos acima mostram que houve um avanço da turma na avaliação final em comparação com a diagnose, observando-se as questões relacionadas ao objetivo 2 (ativar a atenção diante de informações relevantes). Na diagnose inicial foram selecionadas 6 questões

com o objetivo 2 e apenas em duas questões houve um número de alunos significativo que conseguiu responder adequadamente.

Como, por exemplo, na questão 4 da diagnose, os alunos chegaram a somente 24% de respostas adequadas. Esse enunciado pedia que os alunos indicassem qual obra famosa a propaganda faz referência. Em torno de 76% da turma não soube apontar o filme parodiado pelo Hortifruti.

Já a questão 8 solicitava aos discentes que apontassem quem seria o público alvo da propaganda da Tam. A turma atingiu 33% de acertos, relatando que o público seria de filhos independentemente da idade, por ser uma campanha do dia das mães. Esse é número respostas adequadas abaixo do esperado, já que boa parte da turma 67% respondeu de forma inadequada.

Outrossim a questão 10 também obteve 62% de respostas inadequadas, nesse exercício os alunos precisavam fazer uma ligação entre a imagem e o produto anunciado. Somente 38% responderam adequadamente e chegaram à conclusão de que a imagem vendia uma viagem para a praia.

A última questão da diagnose relacionada com o objetivo 2 é a número 14. Nesta questão era trabalhado de novo o item público alvo, mas agora do anúncio da Nestlé. A turma chegou a 48% de respostas adequadas, assim os alunos indicaram que os pais era o grupo que a empresa gostaria de atingir. Os 52% restantes não compreenderam e apontaram os filhos como público alvo.

A seguir serão feitas as considerações sobre o resultado do objetivo 2 na avaliação final. Neste exame que concluiu todas as atividades foram propostas 4 questões relacionadas ao objetivo 2. Primeiro na questão (a) os alunos deveriam indicar o que mais chamava atenção na propaganda da marca Close up. O total de 72% respondeu de forma adequada e ressaltou a frase como item mais marcante.

Posteriormente, na letra (b), os discentes precisavam determinar apenas uma palavra que seria a mais importante do anúncio. A palavra mais significativa era “**amarelar**” e 89% da turma conseguiu chegar a essa resposta. Um número de respostas adequadas bem expressivo e que demonstra que a aplicação das atividades foi válida e que a construção de enunciados metacognitivos realmente orientam o olhar do aluno.

Em seguida temos a letra (e), na qual o aluno deveria percorrer algumas palavras destacadas para inferir o tema principal da propaganda. Assim, cerca de 83% dos alunos respondeu adequadamente e concluiu que o tema era preservação das florestas. Já a letra (f) pedia que os discentes apontassem apenas uma palavra como mais significativa na propaganda

da ONG S.O.S Mata Atlântica. Cerca de 44% compreendeu a questão e indicou a palavra “**verde**”. Os outros 56% dos alunos colocaram outras palavras que não eram tão importantes para a compreensão do texto.

Finalmente, ao concluir a análise dos gráficos das atividades iniciais e finais pode-se afirmar que os alunos alcançaram bons resultados. Isso significa dizer que a turma pôde desenvolver sua capacidade de compreensão através da autorregulação da aprendizagem proposta pela metacognição. As diversas atividades propostas para a turma mostraram aos alunos que estes necessitam de ampliar sua atenção para determinados dados do texto. E assim, através do reconhecimento de informações essenciais no texto, melhorar significativamente sua compreensão leitora.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do apresentado, em detalhes, nesta dissertação, chega-se à conclusão de que o trabalho com enunciados elaborados metacognitivamente, de modo a levar o aluno a, conscientemente, encontrar caminhos para a solução dos problemas, surte efeitos positivos no trabalho com interpretação textual. A questão da pesquisa apresentada centrava-se em como o professor poderia tornar seus alunos fluentes na compreensão do gênero propaganda usando estratégias metacognitivas. Essa questão foi respondida, na medida em que se verifica que houve, através da continuidade de produção de exercícios com comandos que levaram os alunos a um olhar atento a elementos importantes nos textos.

Isto se comprova a partir dos resultados alcançados pela pesquisa: ao se iniciar a pesquisa através de um teste-diagnose, obtendo-se 86% de respostas inadequadas em relação ao objetivo 1; comparando a diagnose com a avaliação final, esse número reduz consideravelmente em algumas questões para apenas 6%. O mesmo pode ser observado em relação ao objetivo 2: na primeira atividade foram apresentadas 76% de respostas inadequadas e, ao final, chegou-se a 11% apenas.

É possível afirmar que esse resultado tenha sido consequência de várias atividades elaboradas e aplicadas, com diferentes propostas de propagandas e comandos construídos metacognitivamente de modo a trabalhar, sobretudo, a ativação da atenção do aluno.

E esse tipo de comando, elaborado com várias perguntas com a intenção de guiar o pensamento do aluno para alcançar a resposta adequada, que se mostrou um obstáculo no início da pesquisa, foi dominado pelos alunos ao final. Escolheu-se trabalhar nessa pesquisa, somente, com o gênero propaganda, mas acredita-se que esses enunciados podem e devem ser usados para trabalhar a compreensão leitora com qualquer gênero textual.

Tratando especificamente do progresso dos alunos envolvidos na pesquisa, de início, como já apresentado, apresentavam grande dificuldade, sobretudo em dois aspectos: identificar o sentido conotativo de palavras e fazer a relação do texto com a imagem. Depois da intervenção pedagógica, a maioria da turma conseguiu identificar o duplo sentido das palavras-chave para o entendimento do texto.

Além disso, conseguem ativar sua atenção para os principais elementos da imagem e estabelecer ligação com o texto verbal. No decorrer dos exercícios, foi possível perceber o



envolvimento dos alunos na proposta, demonstrando interesse em participar da pesquisa, o que permitiu avançarem em relação a sua aprendizagem.

O trabalho com a oralidade durante toda a mediação das atividades teve um papel fundamental no ensino das estratégias metacognitivas. Após a condução oral dos enunciados pela professora, obtivemos melhores resultados com a turma na compreensão das propagandas. A partir disso, houve uma mudança na perspectiva da professora-pesquisadora sobre o processo ensino aprendizagem da leitura, pois agora compreende-se que a oralidade possui um papel essencial para a compreensão dos textos.

Foi nítido perceber o desenvolvimento da turma durante a aplicação das 17 atividades elaboradas para essa intervenção e, não somente, na avaliação final. Com já foi citado anteriormente, não é possível se chegar a 100% do resultado esperado. Todavia, houve um avanço significativo da turma em relação aos dois objetivos propostos para esta pesquisa que são estes: reconhecer informações importantes no texto e ativar a atenção diante de informações relevantes.

Os momentos iniciais da pesquisa foram difíceis e complexos pois, como já mencionado, os alunos não estavam acostumados com aquele tipo de comandos com várias perguntas. Foi preciso acostumar os discentes com questões assim, fazendo-os enumerar e ler uma questão de cada vez. Não só os alunos não estavam familiarizados com esse tipo de questões, como também a pesquisadora.

A formação da professora-pesquisadora, na graduação em Letras, não abarcou, em nenhum momento, uma disciplina que ensinasse a elaborar questões capazes de fazer o aluno refletir sobre sua própria aprendizagem. Com isso, acabamos por repetir o ensino de leitura tradicional, com respostas “caçadas” nos textos, o que possibilita a cópia de fragmentos inteiros do próprio texto.

Isso faz com que os alunos pouco usem sua capacidade cognitiva, não explorem seu conhecimento prévio ou façam relações e comparações com o conteúdo do texto e sua vivência. Assim, acredita-se ser de suma importância que o professor ajude o aluno a regular sua aprendizagem, buscar caminhos diferentes na leitura, como retornar ao texto, destacar palavras ou trechos que ajudem na sua compreensão.

Os objetivos traçados para a presente pesquisa foram alcançados, tendo em vista que, fazendo uma comparação com as atividades iniciais e as finais, os alunos melhoraram significativamente seu desempenho. Os objetivos elencados foram: apresentar estratégias de reconhecimento de informações importantes no texto e de ativação de atenção diante de dados

relevantes do texto. Esses objetivos foram desenvolvidos em todas as atividades, o que colaborou para que os alunos desenvolvessem todo seu potencial na compreensão das propagandas.

A metacognição colabora não só para o progresso na leitura, como também para produção textual, porém os trabalhos na área de leitura ainda são pouco difundidos. Infelizmente, muitos professores se apoiam, exclusivamente, em materiais didáticos prontos, como apostilas e livros didáticos, em que não é possível encontrar enunciados que levem o aluno a autorregular sua aprendizagem e acaba se resumindo a um ensino de leitura e compreensão textual mecânico e ineficaz.

Sendo assim, os enunciados de atividades de interpretação podem tanto ajudar o aluno como atrapalhar, quando estão confusos. Por isso, o professor deve estar atento ao produzir essas questões e também ao trabalhar com o livro didático.

Propõe-se, então, um distanciamento do ensino tradicional e automático, buscar na metacognição novas formas de intermediar a aprendizagem de leitura. As atividades propostas nesta pesquisa demonstram isso: que se podem usar textos motivadores com a palavra destaque do texto, diferentes frases com a mesma palavra, porém com significados diversos e enunciados que proporcionassem ao aluno observar com atenção o que era importante para sua compreensão, como imagens, expressões ou palavras do texto.

O PROFLETRAS proporciona uma nova visão do ensino de Língua Portuguesa. O programa que se volta para professores da rede pública trouxe a possibilidade de se conhecer teorias que não se conhecia, como a metacognição. E mais, permitiu que não se ficasse, somente, na teoria, mas ofereceu a possibilidade de aplicar na prática os conhecimentos do curso.

O ensino de leitura e compreensão, usando a metacognição como suporte, precisa ser difundido, porque é uma alternativa para o ensino tradicional e mecânico. Hoje, o modelo tradicional não vem alcançando bons índices em provas de avaliação, como o PISA, por exemplo, que avalia o índice de leitura dos alunos do ensino fundamental. Contudo, esta pesquisa não visa somente melhorar resultados em avaliações nacionais ou internacionais. Por isso, não se seguiu o modelo de avaliações do PISA, pois o propósito era transformar os alunos em cidadãos.

Assim, aponta-se que o objetivo principal deste trabalho é ajudar a aperfeiçoar o ensino de Língua Portuguesa, para que os alunos possam realmente exercer seu papel de cidadãos,

sendo capazes de entender o mundo a sua volta, não apenas com simples decodificadores de mensagens, mas como leitores do mundo, capazes de produzir sentido no que leem.

Por fim, acredita-se que esta pesquisa pode ajudar outros professores que sofrem com as mesmas inquietações da professora-pesquisadora. Quais são as alternativas para melhorar o ensino de leitura? Que recursos posso usar nas atividades para desenvolver a leitura? Qual material de qualidade posso pesquisar? Como elaborar questões que levem o aluno a refletir sobre o que lê? Considera-se que esta pesquisa pode ser inspiração para os professores que não tiveram a oportunidade de ter contato com a teoria usada como suporte para as propostas apresentadas, pois partem de problemas reais encontrados em sala de aula, associando teoria e prática.

Segundo os PCN (Brasil, 1998, p. 69-70, ano 1998, pág.69) leitores proficientes precisam fazer um “um trabalho ativo de compreensão e interpretação de texto, a partir de seus objetivos, de seu conhecimento sobre o assunto, sobre o autor, de tudo que sabe sobre a linguagem”. Foi motivada por essa orientação que buscou elaborar uma proposta de intervenção pedagógica que, agora, é apresentada a avaliação de outros leitores. Considera-se que nem todas as questões que afligem os professores de ensino básico das escolas brasileiras podem ser respondidas em uma única pesquisa. Porém, esse pode ser um caminho ou alternativa para os que pretendem formar bons leitores.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEILLEROT, J. **A pesquisa: esboço de uma análise.** In: ANDRÉ, A. (Org.). O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores. Campinas: Papirus, p. 71-90, 2001.

BERTOLOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa.** São Paulo: Futura, 2002.

BORUCHOVITCH, E. **Algumas estratégias de compreensão da leitura de aluno de ensino fundamental.** Psicologia Escolar e Educacional, 5(1), 19-26, 2001.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular: Educação Infantil e Ensino Fundamental.** Brasília: MEC/Secretaria de Educação Básica, 2017.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais de Língua Portuguesa: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: introdução aos parâmetros curriculares nacionais.** Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BROWN, Ann, L. **Knowing when, where, and how to remember: A problem of metacognition.** Em R. Glaser (Org.), *Advances in instructional psychology* (Vol. 1). Hillsdale, N.J.: Erlbaum, p. 77-165, 1978.

\_\_\_\_\_. **Transforming schools into communities of thinking and learning about serious matters.** *American Psychologist*, 52(4), 399-413, 1978

\_\_\_\_\_. **Metacognitive development and reading.** In: SPIRO, Rand J., BRUCE, Bertram C., BREWER, Williams F., orgs. *Theoretical issues in Reading comprehension.* Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, p. 456, 1980.

CARVALHO, M. R.; JOLY, M. C. R. A. **Avaliando as estratégias metacognitivas de leitura no ensino fundamental.** In: ALMEIDA, L. S.; MACHADO, C.; GONÇALVES, M.;

NORONHA, A.P.P. (Orgs.). *Avaliação Psicológica: Formas e Contextos*. Braga: Psiquilíbrios, v. 1, p.1-11. 2008.

CROMLEY, J. **Metacognition, Cognitive Strategy Instruction, and Reading in Adult Literacy**. Review of Adult Learning and Literacy, 2005. Disponível em: <[http://www.ncsall.net/fileadmin/resources/ann\\_rev/rall\\_v5\\_ch7\\_supp.pdf](http://www.ncsall.net/fileadmin/resources/ann_rev/rall_v5_ch7_supp.pdf)>. Acesso em: 10 set. 2017.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michele; SCHNEUWLY, Bernard. **Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento**. In: DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard e colaboradores. **Gêneros orais e escritos na escola**. Trad. E Org. de Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004.

ENGEL, Guido Irineu. **Pesquisa-ação**. Curitiba: UFPR. N. 16, p. 181-191, 2000.

FLAVELL, J. H. & WELLMAN, H. M. Metamemory. Em R. V. Kail & J. W. Hagen (Orgs.), *Perspectives on the development of memory and cognition* (pp. 3- 33). Hillsdale, N.J.: Erlbaum, 1977.

FLAVELL, J. Metacognition and cognitive monitoring. *American Psychologist*, 34, 906-911, 1979.

\_\_\_\_\_ **Speculations about the nature and development of metacognition**. In F. Weinert & R. Kluwe (Ed.), *Metacognition, motivation, and understanding* (p. 21-29). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1987

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Um Projeto De Pesquisa**. 4ª ed. – São Paulo: Editora Atlas, 2002.

HODGES, L. V. S. D.; NOBRE, A. P. M. C. **O uso de estratégias metacognitivas como suporte à compreensão textual**. *Revista Eletrônica de Educação (São Carlos)*, v. 6, p. 476-490, 2012.

JOU GI, SPERB TM. **A metacognição como estratégia reguladora da aprendizagem**. *Psicol. Reflex. Crit*; 19 (2): 177-185, 2006

KATO, M. **O aprendizado da leitura**. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, p. 121, 2007.

KOCH, Ingedore V. e ELIAS, Vanda M. **Desvendando os segredos do texto**. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 2003.

\_\_\_\_\_ **Ler e Compreender os Sentidos do Texto**. São Paulo: Contexto, 2017.

LEFFA, J. Vilson. Ensaio. **Aspectos da Leitura. Uma perspectiva Psicolinguística**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto. 1.ed. 1996.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção de texto, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

\_\_\_\_\_ Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.). **Gêneros textuais e ensino**. 4. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

PALOMANES, Roza. **O PROCESSAMENTO METACOGNITIVO NO ATO DE LEITURA: REPENSANDO O ENSINO**. Caderno de Letras da UFF, v. 26, p. 313-330, 2016.

PAULA, F. V. DE; LEME, M. I. DA S. **A importância do desenvolvimento da metacognição para a superação de dificuldades da leitura**. In: MALUF, M. R. (Org.), *Metalinguagem e Aquisição da Escrita Contribuições da Pesquisa para a Prática da Alfabetização*. São Paulo: Casa do Psicólogo, p. 91-118, 2003.

RIBEIRO, Julio et al. **Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. 3.ed. São Paulo, Atlas, 1989.

SANT'ANNA, Armando. **PROPAGANDA: Teoria, Técnica, Prática**. São Paulo: Pioreira, 1998.

SOLÉ, I. **Ler, leitura, compreensão: "sempre falamos a mesma coisa?"** In: TEBEROSKY, A. et al. *Compreensão de leitura, a língua como procedimento*. Porto Alegre: Artmed, p.17-34, 2003.

SPINILLO, A. G.; MAHON, E. **Compreensão de texto em crianças: comparações entre diferentes classes de inferência a partir de uma metodologia on-line.** Psicologia: Reflexão e Crítica, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 463-471, 2007.

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica.** São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005.

## APÊNDICES

Colégio Municipal Padre Anchieta

Profª Isabela

Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

### Atividade Diagnóstica



1)Essa propaganda vende uma ideia ou um produto?

2)Por que as palavras Kiwi Bill estão destacadas?

3)Quais os dois significados possíveis da expressão “pagar caro”?

4)Essa propaganda faz referência a alguma obra já conhecida? Qual?

5)Quem é o anunciante?

6)Qual é seu objetivo?



7)Qual a função desse texto?

8)Quem é o público-alvo dessa campanha publicitária?

9)Qual o objetivo do anunciante?

10)Qual a relação da imagem com o produto anunciado?

11)Por que aparece a ideia de que mãe não tira férias?



12) Essa propaganda apresenta uma palavra que possui dois sentidos diferentes. Qual palavra é essa?

13)Quais os significados que ela pode oferecer?



Atividade – 1



**Com a TAM você alcança as estrelas**

1- Observe bem a propaganda. Diga o que mais chama a sua atenção.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2- Agora observe, na propaganda, o texto escrito e destaque APENAS uma palavra que, na sua opinião, é a mais importante. Por que você acha isso?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3- Volte ao texto e observe a palavra ESTRELAS. Quais são os possíveis sentidos que a palavra pode apresentar na propaganda? E qual deles está sendo usado para compor o sentido global do texto? Que elemento presente na propaganda te leva a pensar assim?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



4- Olhe atentamente a propaganda acima. O que você destacaria como mais importante? A imagem ou o texto escrito?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5- Analise o texto verbal e aponte SOMENTE uma palavra que, em sua opinião se sobressai mais? Por que você considera isso?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6- Retorne ao texto e analise a palavra COROA. Que significados essa palavra pode ter no anúncio publicitário? Qual sentido é mais adequado para a proposta da propaganda? Que informação contida no texto te ajudou a raciocinar dessa forma?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Atividade – 2

1- A propaganda é um gênero composto geralmente por palavras e imagens que busca influenciar as pessoas a consumirem determinado produto ou adotarem uma ideia. Observe a palavra CRAQUE, na propaganda a seguir. Qual o sentido dessa palavra? Por que você chegou a essa conclusão? Mas a propaganda tem como tema futebol? Então, que ideia a propaganda vende?

---

---

---

---



2- Analise com atenção a propaganda. Este anúncio publicitário faz uma referência ao fracasso da seleção brasileira de futebol. Como sabemos disso? Pelo uso dos nomes DUNGA e CRAQUE. Volte ao texto e marque APENAS a palavra craque. Essa palavra pode ter outros sentidos? Quais?

---

---

---

3- Examine com cuidado o anúncio publicitário, reflita e selecione UMA palavra que é mais significativa no texto escrito. Por que essa palavra é importante?

---

---

---

4- Percorra o texto, observando, apenas, as palavras destacadas FAÇA, DUNGA, CRAQUE. A propaganda trata de seleção brasileira? Então, que palavra está sendo usada para referir a outra temática?

---

---

---

5- Observe com atenção a propaganda. O que mais te atrai nesse outdoor ?

---

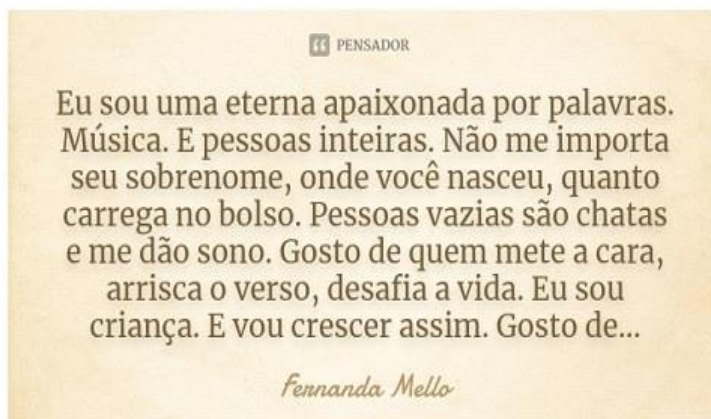
---

---

**Atividade - 3**

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra BOLSO apresenta em cada texto.

## Texto 1



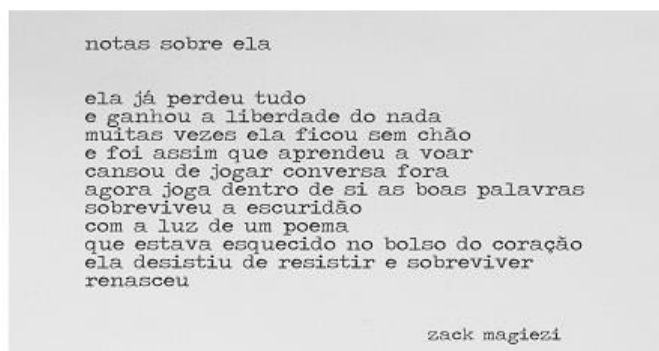
## Texto 2

**CONSUMO É A PALAVRA DE ORDEM**

Adriana Guarda, *Diário de Pernambuco*

Uma geração com dinheiro contado no bolso, mas com potencial crescente de consumo e grande influência nas compras de família. O público adolescente está na mira das empresas que tentam entender o comportamento desses jovens e nortear suas ações de *marketing*. Tamanho interesse se justifica pelo fato de quase um terço dos adolescentes com idade entre 12 e 17 anos já possuir cartão de crédito. Isso é uma das constatações do estudo realizado pelo Ibope Mídia.

## Texto 3



- 2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra BOLSO pode indicar? \_\_\_\_\_

#### Atividade - 4

Observe a propaganda e responda:



a) Que produto está sendo anunciado?

\_\_\_\_\_

b) A palavra compact mostra algo que aconteceu ao produto original. O que seria algo compacto?

\_\_\_\_\_

c) Com essa mudança, você acha que o preço do desodorante diminuiu ou aumentou?

\_\_\_\_\_

d) O que pode ter acontecido, então, com relação ao preço do desodorante ?

\_\_\_\_\_

e) Observe a palavra BOLSO. A expressão *caber no bolso* pode significar o que?

\_\_\_\_\_

**Atividade - 5**

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra **ONDA** apresenta em cada texto.

## Texto 1

**MAR AGITADO NO LITORAL DO RJ**

Um ciclone extratropical que passou pelo oceano ao largo da costa da Região Sul provocou vento forte e promoveu o aumento da ondulação. E estas ondas maiores atingem o litoral do estado durante o dia, inclusive a orla carioca. A expectativa é que até o final do dia, as ondas possam atingir cerca de 2 metros de altura, deixando o mar bastante agitado. Na terça (15) o mar começa a baixar, porém ainda fica agitado pela manhã, com ondas em torno de 1,5 metro. A partir de quarta a agitação enfraquece.

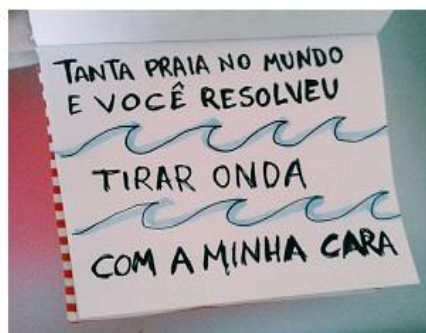
<https://www.terra.com.br/noticias/climatempo/umidade-alta-e-mar-agitado-no-rj,2c5320d0e65e2db65b204e283bec3274y6jb8mnh.html>

## Texto 2

**Definição de Rádio Frequência**

- As ondas de rádio são conhecidas por ondas de radiofrequências ou, simplesmente, radiofrequência. Essas ondas são campos eletromagnéticos utilizados nas comunicações sem fio. Como essas ondas levam energia de um ponto ao outro, isso permite a comunicação sem a necessidade de fios, como nas transmissões de televisão, rádio e celulares.
- Radiofrequência são sinais que se propagam por um condutor cabeado, normalmente cobre, e são irradiados no ar através de uma antena. Uma antena converte um sinal do meio cabeado em um sinal wireless (sem fio) e vice-versa. Os sinais irradiados no ar livre, em forma de ondas eletromagnéticas, propagam-se em linha reta e em todas as direções.

## Texto 3



- 2- Agora, após ler os três textos acima, diga quais são os sentidos possíveis que a palavra **ONDA** pode indicar?

### Atividade - 6

1- Observe, com atenção a propaganda da Ruffles



1) Observe atentamente a imagem que compõe a propaganda. O que parece estar acontecendo com o saco de batata?

---

---

---

2) A imagem dialoga com o texto escrito que usa a palavra ONDA, só que em outro sentido. O que você entende com RUFFLES, A BATATA DA ONDA?

---

---

---

**Atividade 7**

1-Observe com atenção as propagandas abaixo:



1) Qual palavra é usada com duplo sentido em todas as capas?

---

2)A propaganda representa uma capa de revista famosa. Qual? E como são as matérias feitas por esta revista?

---

3)Sabendo isso, que elemento é colocado em destaque? Por que você acha que a revista tem esse nome?

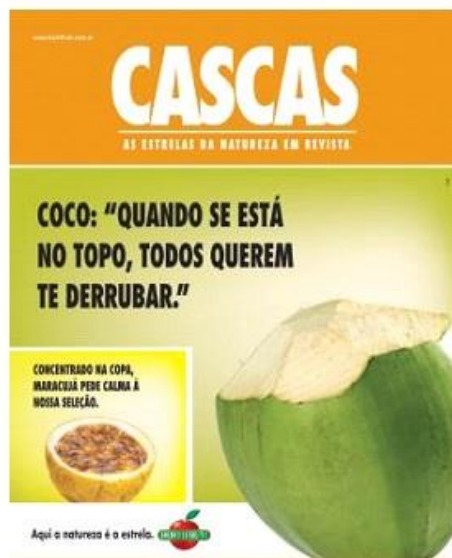
---

4)Qual é o objetivo da propaganda?

---

**Atividade - 8**

1) Observe com atenção as propagandas abaixo:



a) Nas propagandas do Hortifruti as frutas e verduras tomaram-se tão famosas, que por causa do sucesso, foram parar na capa de uma revista de celebridades "Casca". Sabendo disso, diga com qual revista semanal que trata da vida de personalidades a propaganda faz paródia?

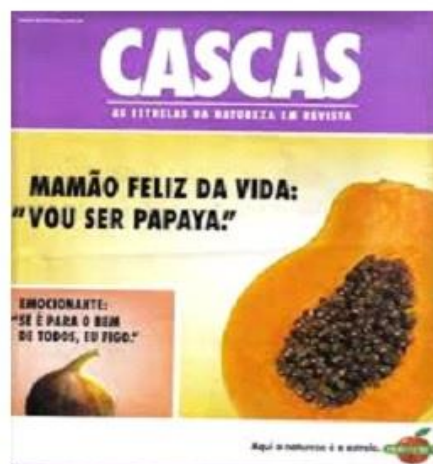
---



- a) Agora, observe os discursos de cada legume ou fruta na capa da revista Cascas. O depoimento “ O sucesso não me fez perder a cabeça” é típico de pessoas famosas? O que essa frase quer dizer? Faz alguma referência às características do alho?



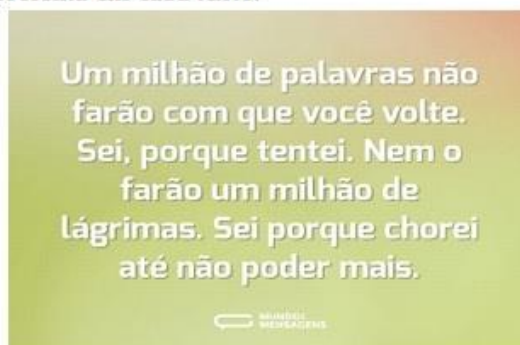
- b) A fala do aipim é “Sou casca grossa, mas todo mundo gosta de mim”. Essa frase faz referência com as características do legume? O discurso do legume reforça que tipo de comportamento de algumas estrelas/ celebridades da vida real?



- c) Observe a propaganda acima. O depoimento do mamão é “ vou ser **papaya**”. A palavra em destaque apresenta duplo sentido. Quais são os possíveis sentidos que ela apresenta na propaganda? A imagem do mamão cortado ao meio lembra que figura? \_\_\_\_\_
- d) A outra “estrela” da capa da revista Cascas é uma fruta. Seu depoimento faz referência a um fato histórico no Brasil. Observe atentamente a palavra **FIGO**. No discurso real ela pode ser trocada por qual palavra? \_\_\_\_\_

**Atividade - 9**

- 1- Leia com atenção os seguintes textos. Depois observe os sentidos que a palavra **MILHÃO** apresenta em cada texto.



Muito provavelmente você deve estar achando que eu sou louco ao falar que 1 milhão de reais é pouco para alguém se considerar rico. Não sei quanto você ganha, mas menos de 1% da população brasileira é milionária. Então tenho mais de 99% de chance de estar falando com um não milionário. <https://dicasfinanceirasweb.com/1-milhao-de-reais-e-pouco/>

"Show do milhão Não, não estou falando de um milhão de golpes reais, mas do cereal mais consumido no mundo: o milho

"Nem todo milho é pipoca. Cultivado há cerca de 4 mil anos, o vegetal (da família das gramíneas, assim como trigo e o arroz) surgiu 7 mil anos antes de Cristo na região onde hoje se encontram México e Guatemala. Milho "significa "sustento da vida" e não tem esse nome à toa. Durante séculos, ele foi a base da subsistência de povos pré-colombianos como maias, astecas, incas e olmecas." , <https://www.dianodosudoeste.com.br/noticia/show-do-milhao>

- 2-Agora, analise minuciosamente a propaganda abaixo. Quais são os sentidos possíveis que a palavra milhão apresenta na propaganda a seguir? \_\_\_\_\_

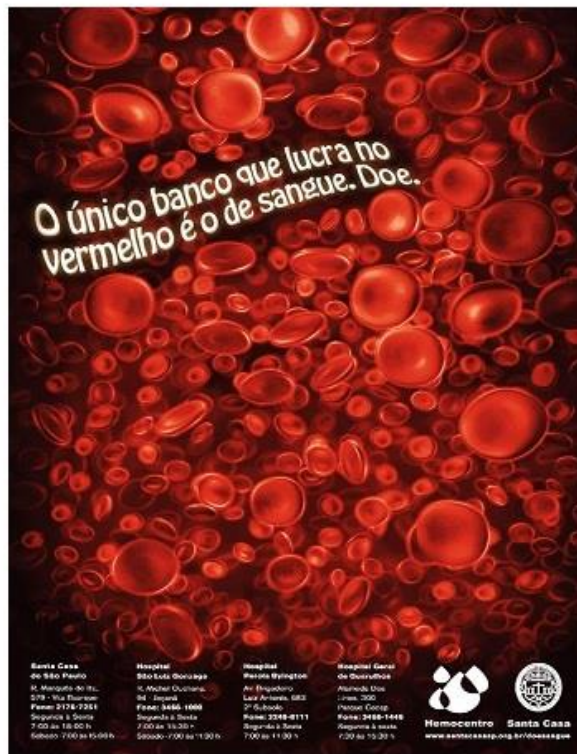


### Atividade - 10

1- Observe as frases a seguir com a palavra **banco** .

- a- Meu pai guardou sua aposentadoria em um **banco**.
- b- O carpinteiro consertou o **banco** e colocou para vender no bazar.
- c- O jogador do Vasco ficou no **banco** durante a final do campeonato.
- d- O médico recorreu ao **banco** do hospital para fazer uma cirurgia.
- e- Durante o verão formou-se um grande **banco** de areia na praia.

2- Agora observe com atenção a propaganda abaixo:



3- Qual o sentido da palavra BANCO no texto da propaganda acima. Como você chegou a essa conclusão? Qual frase do exercício 1 possui o mesmo sentido da palavra banco apresentada na propaganda?

### Atividade - 11

Leia com atenção os textos abaixo:

RIO - A cidade do Rio se colorirá de verde e rosa neste fim de semana para comemorar os 90 anos da Estação Primeira de Mangueira. Vários pontos turísticos serão iluminados com as cores da escola, e as celebrações de aniversário desse símbolo cultural carioca terão ainda solenidade religiosa, apresentação na Praça Mauá e, claro, festa na quadra, conhecida como o Palácio do Samba. O dia que marca as nove décadas de fundação da agremiação é só neste sábado. Mas já nesta sexta-feira haverá uma missa, às 19h, aos pés do Cristo Redentor, que estará com as cores tradicionais da Velha Mangueira. Diretores, velha guarda, baianas e vários outros segmentos da escola estarão presentes.

<https://oglobo.globo.com/rio/rio-sera-iluminado-de-verde-rosa-para-os-90-anos-da-mangueira-22633833#ixzz5JNC9Kf6o>

A árvore do mês de março é a mangueira, espécie nativa do sul e sudeste asiático, que se adaptou bem ao Brasil e se tornou parte da alimentação e da cultura nacional. Sua fruta, a manga, fornece diversos nutrientes importantes para a saúde e pode ser encontrada sob a forma de mais de mil variedades. Acredita-se que esta é a fruta fresca mais consumida em todo o mundo. A mangueira (*Mangifera indica*), embora cultivada há mais de quatro mil anos em suas regiões de origem, como a Índia e Bangladesh, demorou a conquistar novas terras. O motivo é que o único meio conhecido de propagação da espécie era sua semente, que tem vida curta.

<http://www2.camara.leg.br/a-camara/programas-institucionais/inclusao-social-e-equidade/ecocamara/o-ecocamara/noticias/arvore-do-mes-2013-mangueira>

- 1- Agora observe as frases com a palavra mangueira e relacione uma delas à propaganda que segue. Qual significado a palavra MANGUEIRA apresenta na propaganda abaixo?
  - a- Meu avô tem uma *mangueira* em seu pomar.
  - b- Comprei uma *mangueira* e consegui regar todas as plantas.
  - c- Assisti ao desfile da *mangueira* e me emocionei.



**Atividade – 12**

1) Observe com atenção a propaganda abaixo:



a) Diga o que mais chama sua ATENÇÃO nas propagandas acima.

\_\_\_\_\_

b) Por que a propaganda traz a seguinte frase: “ **A natureza não pode se adaptar a tudo**”?

\_\_\_\_\_

c) A propaganda vende uma ideia ou um produto? Qual?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Atividade – 13

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda abaixo:



1) Observe com **ATENÇÃO** as imagens. Explique o que você vê em cada uma delas.

---

2) A propaganda faz referência aos jogos olímpicos realizados no Brasil. Qual a relação entre as propagandas do Hortifruti e o slogan das olimpíadas?

---

3) Explique a frase “ Hortifruti patrocinador oficial da vida **saudável**”. O que seria ter uma vida saudável segundo a propaganda?

---

## Atividade – 14

Observe com **ATENÇÃO** as propagandas abaixo:



- 1) A empresa Hortifruti já fez paródias com filmes, heróis, bordões populares, entre outros. As propagandas acima fazem parte da campanha “Entre no ritmo do Hortifruti?”. Elas fazem paródia das frutas com o quê?
- 

- 2) Agora observe novamente com **ATENÇÃO** as imagens. Você consegue identificar a trilha original? Quais são?
- 
-

**Atividade – 15**

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda abaixo:



- 1) O diálogo acima parece ser uma conversa entre que tipo de pessoas? O que significa ser cabeça dura?
- 2) Agora, observe os personagens. O diálogo acontece entre o coco verde e o coco maduro. A frase que o coco verde pronuncia “Deixa de ser cabeça dura” está sendo usada em duplo sentido? Explique.

---



---



---

- 3) Agora olhe atentamente as seguintes propagandas:



- a) Observe a frase “Já não te falei pra não deixar roupa no chão”. As frutas estão representando o papel de quem ao travar esse diálogo? \_\_\_\_\_





b) Olhe com atenção a frase “ Este é meu **papaia!** Veio dar uma mão”. A palavra destacada tem dois sentidos diferentes? Quais são os significados possíveis?

---



- a) Observe a propaganda acima com **ATENÇÃO**. A imagem e o discurso fazem referência a alguma obra conhecida? Qual? \_\_\_\_\_
- b) Agora observe a palavra **CACHOS**. Essa palavra pode ter dois significados? Quais? \_\_\_\_\_
- 



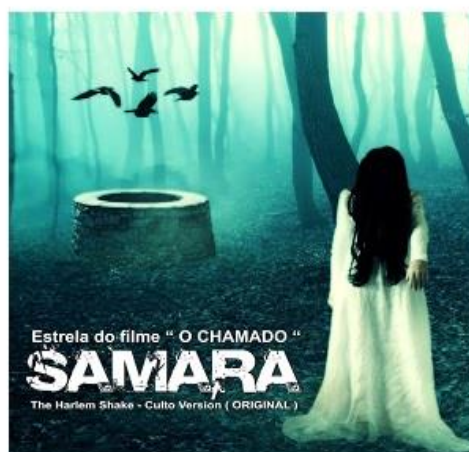
- c) Observe com **ATENÇÃO** o diálogo acima. Agora observe a expressão “tô frita”. Essa expressão tem dois significados? Quais os possíveis sentidos?
- 
- d) Qual outra expressão poderia ser usada no lugar de “tô frita” no contexto da frase acima?
-

## Atividade – 16

Observe com atenção a propaganda a seguir:



Cartaz do filme



- a) Observe **atentamente** a propaganda da Telefonica. Ela faz uma intertextualidade com um filme de terror famoso. Agora leia com atenção a frase “ **Você vai receber ligações de quem você menos espera**”. Explique a frase de acordo com o \_\_\_\_\_ contexto \_\_\_\_\_ da imagem. \_\_\_\_\_
- b) Qual elemento da imagem faz referência a empresa que realiza a propaganda? \_\_\_\_\_
- c) Qual vantagem a Telefonica oferece ao público na propaganda? \_\_\_\_\_

Atividade – 17

Observe com **ATENÇÃO** a propaganda:



- a) A propaganda acima é da FedEx, uma empresa americana de remessa expressa de correspondência, documentos e objetos, oferecendo ainda vários serviços de logística. A FedEx é a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial. Agora olhe com **ATENÇÃO** a imagem. O que aparece ao fundo?

---

---

---

- b) Que ideia essa imagem quer trazer ao público?

---

---

---

---

## Avaliação final

- 1) Observe com atenção a propagandas abaixo:

## PROPAGANDA 1



- a) Analise a propaganda e diga o que mais chamou sua atenção.

\_\_\_\_\_

- b) Destaque apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais importante da propaganda. Por que você acredita que essa palavra é a mais importante?

\_\_\_\_\_

- c) Retorne ao texto da propaganda e observe com atenção somente a palavra AMARELAR. Essa palavra pode ter dois sentidos? Quais são os significados possíveis surgem no anúncio? Qual desses dois sentidos é usado para constituir o sentido geral da propaganda? Qual componente da propaganda te leva a pensar dessa forma?

\_\_\_\_\_

## PROPAGANDA 2

- d) A propaganda é um gênero que reúne tanto mensagens verbais (frases, palavras, expressões) e imagens com o objetivo de divulgar produtos, ideias e serviços. Busca influenciar o opinião do leitor e convencê-lo a consumir. Agora olhe atentamente para a palavra GAROTO. Quais os sentidos possíveis da palavra? De acordo com a imagem e texto escrito, qual é o sentido de GAROTO está sendo usado na propaganda?



NO DIA DOS  
NAMORADOS,  
NÃO FIQUE  
SEM SEU  
GAROTO.

\_\_\_\_\_

### PROPAGANDA 3

- a) Percorra o texto observando apenas as palavras em destaque: **espaço**, **ajude**, **verde**, **SOS**, **mata Atlântica**. Agora responda qual é o assunto de que trata esse anúncio publicitário?



- b) Analise minuciosamente a propaganda acima, reflita e selecione apenas UMA palavra que na sua opinião é a mais significativa para o texto escrito. Por que você considera isso?

- c) Volte ao texto escrito e observe apenas a palavra VERDE. Quais os sentidos ela pode ter na propaganda? Qual desses significados você acha mais adequado para a proposta do anúncio? Por que?

### PROPAGANDA 4



- d) A propaganda acima é marca Havaianas. Agora fique atento ao texto escrito e a imagem apresentada na propaganda. De acordo com o contexto da imagem e o texto verbal o que significa a expressão “Vê se cresce”? Essa expressão pode ter outro sentido? Qual
- e) Observe as frases a seguir com a palavra GATO e marque apenas UMA frase que tenha o mesmo sentido da propaganda:

### PROPAGANDA 5

- ( ) Meu vizinho fez uma **gato** na luz.  
( ) O ator da série é um **gato**.  
( ) O **gato** da minha vó se escondeu debaixo da mesa.  
( ) O ladrão da loja fugiu como um **gato**.

- f) Agora diga o significado de gato na propaganda.





**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS (PROFLETRAS)**

**CARTA DE ANUÊNCIA – ESCOLA PÚBLICA**

Pela presente, o **Colégio Municipal Padre Anchieta, sediada à Avenida Cristiano dos Reis Meireles Filho, 905 - Vista Alegre, Barra Mansa - RJ, CEP 27320-001, telefone : (24) 3322 4412** representado por sua diretora Maria Aparecida Xavier da Silva, declara que tem plena e total consciência e concordância com a realização da pesquisa “Compreensão leitora: o uso de estratégias metacognitivas de leitura do gênero propaganda no ensino fundamental ”, realizada pela pesquisadora **Isabela Borges de Souza** para a obtenção do Título de seu Mestrado pela UFRRJ, sob orientação da Prof. **Dr. Roza Maria Palomanes Ribeiro**, durante o ano letivo de 2018 .

Barra Mansa, 29 de junho de 2018.

---

Maria Aparecida Xavier da Silva  
Diretora Geral

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE

Caro Responsável,

Sou professora de Língua Portuguesa do Colégio Municipal Padre Anchieta e, atualmente, estou realizando curso de pós-graduação em nível de Mestrado do Programa PROFLETRAS na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

Gostaria que seu filho (a) participasse voluntariamente da minha pesquisa intitulada "**Compreensão leitora: o uso de estratégias metacognitivas de leitura do gênero propaganda no ensino fundamental**", que se refere a um projeto de Mestrado Profissional em Letras vinculado ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

O objetivo geral deste estudo é propor estratégias metacognitivas que auxiliem o aluno na regulação e monitoração da leitura do gênero propaganda. Dessa forma, serão desenvolvidas as habilidades do tipo reconhecimento de informações importantes no texto e atividades de ativação da atenção diante das informações mais relevantes veiculadas pelo texto. Estas habilidades de leitura poderão ser utilizadas também na leitura de outros gêneros. Os resultados contribuirão para melhor conhecermos a situação do trabalho pedagógico realizado com a língua materna na rede pública de ensino.

Sua forma de participação consiste em permitir que a produção escrita e oral de seu (sua) filho (a) e demais dados coletados por meio de questionário, fotos e anotações de campo sejam objeto de investigação e publicação na dissertação produzida. **É preciso ressaltar que, mesmo que minimamente, a participação de seu (sua) filho(a) pode lhe trazer alguns riscos, como constrangimento causado pela exposição de seus dados e inibição em participar das atividades pedagógicas.**

Seu nome e de seu (sua) filho (a) não serão utilizados em qualquer fase da pesquisa, assim como na etapa da divulgação dos resultados, o que lhe garantirá o seu anonimato.

Não lhe será cobrado nenhum valor monetário; não haverá gastos nem riscos na sua participação neste estudo; como também não estão previstos ressarcimentos ou indenizações.

Gostaria de deixar claro que sua participação é voluntária e que poderá recusar-se a participar ou retirar o seu consentimento, ou ainda descontinuar sua participação se assim o preferir, sem penalização alguma ou sem prejuízo ao seu cuidado.

No entanto, a pesquisa poderá trazer benefícios para o processo de ensino e aprendizagem, já que incidirá sobre o letramento do aluno por meio do trabalho sistemático com diferentes normas linguísticas devidamente contextualizadas, de maneira a favorecer o aprimoramento da sua escrita e um melhor desempenho comunicativo.

Desde já, agradecemos sua atenção e participação e colocamo-nos à disposição para melhores informações.

Você ficará com uma cópia deste Termo e, em caso de dúvida(s) e outros esclarecimentos sobre esta pesquisa, poderá entrar em contato com a pesquisadora Isabela Borges de Souza através do e-mail [isabela.bsouza1989@gmail.com](mailto:isabela.bsouza1989@gmail.com) ou pelo WhatsApp (24)999843171

Confirmando que Isabela Borges de Souza me explicou os objetivos desta pesquisa, bem como a forma de participação de meu filho. As alternativas para minha participação também foram discutidas. Eu li e compreendi este Termo de Consentimento, portanto autorizo a realização da pesquisa com o menor no Colégio Municipal Padre Anchieta.

Nome do responsável \_\_\_\_\_

Assinatura do responsável \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Assinatura da pesquisadora \_\_\_\_\_