



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE - UERN
PRÓ REITORIA DE PESQUISA E PÓS GRADUAÇÃO - PROPEG
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS - DLV/CAMPUS CENTRAL//UERN

**LETRAMENTO CRÍTICO MULTIMODAL E O TEXTO PUBLICITÁRIO: UMA
PROPOSTA DE DESCONSTRUÇÃO DO DISCURSO MACHISTA NAS
PROPAGANDAS DE PRODUTOS DE LIMPEZA**

MILENE RAFAELLE DE LIMA ALVES

MOSSORÓ/RN

2016

MILENE RAFAELLE DE LIMA ALVES

**LETRAMENTO CRÍTICO MULTIMODAL E O TEXTO PUBLICITÁRIO: UMA
PROPOSTA DE DESCONSTRUÇÃO DO DISCURSO MACHISTA NAS
PROPAGANDAS DE PRODUTOS DE LIMPEZA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras – PROFLETRAS, DO Departamento de Letras Vernáculas - DLV, da Faculdade de Letras e Artes - FALA, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Letras com habilitação em Língua Portuguesa.

Orientador(a): Prof. Dr. José Roberto Alves
Barbosa

MOSSORÓ/RN

2016

MILENE RAFAELLE DE LIMA ALVES

**LETRAMENTO CRÍTICO MULTIMODAL E O TEXTO PUBLICITÁRIO: UMA
PROPOSTA DE DESCONSTRUÇÃO DO DISCURSO MACHISTA NAS
PROPAGANDAS DE PRODUTOS DE LIMPEZA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras – PROFLETRAS, DO Departamento de Letras Vernáculas - DLV, da Faculdade de Letras e Artes - FALA, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, como pré-requisito para obtenção do título de mestre em Letras com habilitação em Língua Portuguesa.

Orientador(a): Prof. Dr. José Roberto Alves
Barbosa

Aprovada em ____/____/____.

Banca Examinadora

Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa - UERN
(Orientador)

Profa. Dra. Ady Canário de Souza Estevão – UFERSA
(Examinadora)

Profa. Dra. Lucia Helena Medeiros de Cunha Tavares - UERN
(Examinadora)

A minha filha Maíra,
um presente de Deus que ilumina meus
caminhos, motivação para tudo que há de
bom em minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo nascer de cada dia a nos presentear com a vida.

A minha filha Maíra, que mesmo tão pequenina dizia-me “coragem, mainha, você vai conseguir!”

A toda a minha família e, principalmente, aos meus pais, Nilton e Milcar, pelo apoio e compreensão das minhas ausências constantes.

Aos Perez, segunda família que Deus me deu, por toda ajuda e apoio.

Ao meu orientador e Professor José Roberto Alves Barbosa pelos ensinamentos, disponibilidade e contribuição sobremaneira significativa para a minha formação e consequente construção desse trabalho, agradeço ainda pelo docente que é, fonte inspiradora para muitos.

Minha gratidão à Diretora Erilene Marinho, aqui representando a escola em que trabalho, como também Nicênia Aguiar e Helena Lúcia, supervisoras, pelo incentivo e apoio a este trabalho.

Meus sinceros agradecimentos aos professores do PROFLETRAS, em especial a Lucimar Dantas e Chicon pelo olhar sensível para com seus discentes e pela relevância de suas contribuições ao compartilhar um pouco do mundo de conhecimento que possuem.

A Candice Cristiane, por sua disponibilidade e atenção sempre nos ajudando de alguma forma.

A todos os amigos que torceram pelo sucesso deste trabalho.

Aos meus alunos que abraçaram a minha ideia e contribuíram para que ela se concretizasse e aos demais que ficaram na torcida para que tudo desse certo.

Aos mestrandos e amigos, David e Juliana, gratidão imensa pelo apoio e amizade ao longo dessa árdua jornada, pelos grupos de estudos e ideias compartilhadas. Obrigada!

“ ... a maioria, senão todas as dimensões analíticas separáveis de discurso têm algumas implicações diretas ou indiretas para a construção da identidade. ”

Norman Fairclough.

RESUMO

No cotidiano das aulas de língua portuguesa, é comum utilizar gêneros como a propaganda como recurso para análise e interpretação de texto, devido a sua riqueza quanto aos recursos linguísticos e midiáticos, entretanto, nem sempre essa análise é feita com vistas a que o aluno tenha consciência crítica diante de questões sociais, como por exemplo, o discurso machista implícito em algumas propagandas de produtos de limpeza. Percebendo a importância que as práticas de letramento têm no que diz respeito à formação do leitor crítico e as multimodalidades que os textos oferecem, como também as possibilidades de se trabalhar a propaganda como ferramenta para a interpretação textual, objetivamos, através desse trabalho, desenvolver a prática do empoderamento crítico multimodal dos discentes de língua materna no nono ano do ensino fundamental maior. Nosso trabalho tem como principal fundamentação teórica os estudos de Fairclough (2001; 2003), Fairclough (2012) com a abordagem acerca da Análise do Discurso Crítica (ADC), Resende & Ramalho (2006 e 2011), Foucault (1998) contribuindo com a percepção do discurso enquanto prática social, as reflexões acerca da importância do letramento de Kleiman (2005) e Soares (1998), destacando também a multimodalidade dos textos de Rojo (2012), e letramento crítico (FREIRE, 2011, BARBOSA, 2011 e 2015), baseamo-nos também na Gramática do design visual (GDV) de Kress e van Leeuwen (2006) como ferramenta para o letramento multimodal crítico, bem como a contribuição de Ottoni e Lima (2014), Sandmann (2003) e Magalhães (1995 e 2011) refletindo sobre texto publicitário, Ottoni e Lima (2014) e Lima e Silva (2008) analisando os discursos acerca da discussão de gênero e identidade nas práticas de letramento. Acreditamos que diante das ideologias hegemônicas (THOMPSON, 1995) ainda neutralizadas na sociedade presente, cuja mesma vive a “modernidade tardia” (GIDDENS, 2002) onde os sujeitos são fortemente influenciados pelos impactos do mundo globalizado e muitas vezes manipulados pela mídia através das relações de poder e controle, uma atividade interventiva que permita aos discentes um acesso ao conhecimento com vistas à criticidade é suma importância. Sendo, portanto, o professor de língua materna um mediador para esse letramento multimodal crítico.

Palavras-chaves: Análise do Discurso Crítica. Letramento multimodal crítico. Propaganda. Discussão de gênero.

ABSTRACT

In everyday Portuguese language classes, it is common to use genres such as advertising as a resource for analysis and interpretation of text, due to its richness in linguistic and mediatic resources, however, this analysis is not always done in order for the student to have Critical awareness of social issues, such as the macho discourse implicit in some advertisements for cleaning products. Realizing the importance that literacy practices have for the formation of the critical reader and the multimodalities that the texts offer, as well as the possibilities of working the advertisement as a tool for textual interpretation, we aim, through this work, to develop the practice of multimodal critical empowerment of native language learners in the ninth grade of elementary school. Our work has as main theoretical foundation the studies of Fairclough (2001, 2003), Fairclough (2012) with an approach on Critical Discourse Analysis (CDA), Resende & Ramalho (2006 and 2011), Foucault (1998) contributing to the (1998), emphasizing also a multimodality of the texts of Rojo (2012), and critical literacy (Freire, 2011, BARBOSA, 2011 and 2015). We are also based on Kress and Leeuwen's Visual Design Grammar (VDG) (2006) as a tool for the critical multimodal text, as well as a contribution by Ottoni and Lima (2014), Sandmann (2003) and Magalhães (1995) E (2011) reflecting on public text, Ottoni and Lima (2014) and Lima and Silva (2008), analyzing discourses on gender and identity discourse in literacy practices. We believe that in face of the hegemonic ideologies (Thompson, 1995) still neutralized in the present society, which itself lives the "late modernity" (GIDDENS, 2002) where people are strongly influenced by the impacts of the globalized world and often manipulated by the media through relations of power and control, an intervention activity that allows students access to knowledge with a criticality view is of utmost importance. Therefore, the native language teacher is a mediator for this critical multimodal literacy.

Keywords: Critical Discourse Analysis. Critical Multimode Literacy. Advertising. Gender discussion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Articulação irreduzível entre os momentos da prática social.

Figura 2: Concepção do modelo tridimensional do discurso proposto por Fairclough.

Figura 3: Momentos da prática social.

Figura 4: A relação dialética e de internalização entre os tripés da proposta de Fairclough (2003), segundo Ottoni.

Figura 5: Propaganda postada em microblog - Projeto pessoal.

Figura 6: Propaganda postada em microblog – Hora do sono.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Média da faixa etária da turma

Gráfico 2 – Média da renda bruta mensal por pessoa

Gráfico 3 – Quantidade de pessoas do sexo masculino e feminino com os quais os discentes residem

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorias analíticas propostas no modelo tridimensional

Quadro 2 – O enquadre para a ADC de Chouliariaki & Fairclough.

Quadro 3 - O tripé da obra faircloughiana.

Quadro 4 - Resumo das relações entre contextos e Metafunções.

Quadro 5 - Enquadre da nossa pesquisa baseado em Fairclough e Chouliaraki.

LISTA DE SIGLAS

ADC – Análise do Discurso Crítica

ADTO – Análise do Discurso Textualmente Orientada

GDV – Gramática do Design Visual

LSF – Linguística Sistêmica Funcional

SUMÁRIO

1.0 INTRODUÇÃO	14
1.1 CONTEXTO DA SALA DE AULA.....	19
1.2 RELAÇÃO COM A PROBLEMÁTICA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA.....	20
2.0 LETRAMENTO MULTIMODAL CRÍTICO.....	22
3.0 ANÁLISE DO DISCURSO CRÍTICA.....	26
3.1 MODELO TRIDIMENSIONAL E CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	31
3.2 GÊNERO, DISCURSO E ESTILO.....	38
3.3 A ADC E A LINGUÍSTICA SISTÊMICO FUNCIONAL.....	40
4.0 GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL.....	42
4.1. METAFUNÇÃO REPRESENTACIONAL.....	44
4.2 METAFUNÇÃO INTERACIONAL.....	45
4.3 METAFUNÇÃO COMPOSICIONAL.....	46
5.0 O GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA.....	47
6.0 LETRAMENTO MULTIMODAL CRÍTICO: DESCONSTRUINDO O MACHISMO.....	52
7.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS.....	80
ANEXOS.....	84

1.0 INTRODUÇÃO

Vivemos em um tempo em que as atenções estão sempre voltadas para a tecnologia e a velocidade das informações veiculadas, o acesso à informação tornou-se mais viável, ainda que para muitos ele sequer tenha chegado, e a diversidade de gêneros textuais e/ou discursivos que circulam em nossa sociedade é cada vez maior. A capacidade de utilizar tal diversidade e/ou a proficiência para interpretar, produzir e relacionar esses gêneros nas aulas de língua materna é imprescindível para que o indivíduo participe ativamente do meio em que vive, tornando-se não só um leitor proficiente como também um leitor crítico, sendo a linguagem principal ponte, uma vez que, segundo Soares (1997):

O papel atribuído à linguagem numa e noutra ideologia explica-se por sua fundamental importância no contexto cultural: a linguagem é, ao mesmo tempo, o principal produto da cultura e é o principal instrumento para a sua transmissão.

Logo, faz-se dos textos, que concretizam os discursos, instrumento para vivências e material oportuno para suscitar a criticidade, uma vez que entendemos discurso como um momento de toda prática social, onde a linguagem não deve ser analisada em textos isolados, mas sim levando-se em consideração seu uso na sociedade. (FAIRCLOUGH, 2001).

No dia a dia de um professor de Língua Portuguesa, é comum nos depararmos com situações em que o aluno decodifica os textos e/ou os enunciados das tarefas, mas simplesmente parece não as compreender, ou as compreende, mas não o faz com a devida criticidade, sobretudo, quando as atividades têm por base textos nos quais predomina a subjetividade, como, por exemplo; poemas, músicas, propagandas, entre outros que trazem riqueza de sentido figurado e maior possibilidade de embutir consigo ideologias, as quais muitas vezes desempoderam nossos discentes. Cabe aqui uma breve explicação do conceito de ideologia na visão de Thompson (1995), para ele, ideologia é o significado do que através das formas simbólicas, como ações, imagens e textos, as quais estabelecem e sustentam as relações de dominação,

uma vez que o significado pode criar e /ou instituir tais relações e pode sustentá-las porque as reproduz através dos processos de produção dos textos.

Desta feita, quando falta ao discente a habilidade de percepção de dadas ideologias somada à pouca habilidade de interpretação por parte deste, o resultado pode ser refletido não apenas no ensino de língua portuguesa, como também tem prejudicado o rendimento dos alunos nas demais disciplinas, fazendo com que estes muitas vezes não consigam expressar suas opiniões, ou sequer formulá-las.

A não percepção ou falta de criticidade acerca de determinadas ideologias, as quais em grande maioria tendem a fazer destes sujeitos ‘dominados’, deixa-os excluídos enquanto cidadãos efetivos, e, conforme a autora Soares(1997), ocasiona uma prática equivocada, cujos textos são trabalhados com vistas à reflexão de conteúdo gramatical, ou de fatores da textualidade como a coesão e coerência por exemplo, ou ainda, sobre os recursos linguísticos neles encontrados, o que não nos leva à mudança social, uma vez que não propiciam aos discentes se empoderarem criticamente. Oliveira (2011) diz que:

O fracasso escolar, principalmente na área da leitura, revelado por várias avaliações institucionais, tem feito das práticas pedagógicas de ensino/aprendizagem da língua materna alvo de constante preocupação, motivando diversos estudos com objetivo comum: a inserção do aluno no mundo letrado.

É importante entender o que seria essa inserção no mundo letrado, visto que o termo letramento apresenta diferentes abordagens, as quais serão melhor explanadas posteriormente, nesse sentido se explicam as práticas de letramento, que visam não apenas a aquisição do processo de leitura e escrita, mas também as práticas sociais que resultam destas (SOARES, 1998). Centra-se neste ponto a necessidade de uma pesquisa de cunho intervencionista, movida pelo desejo de fazer das aulas de língua materna, especificamente envolvendo a interpretação textual, uma promoção do letramento crítico (e multimodal), onde os discentes participam de maneira colaborativa e são também eles os agentes da mudança social.

Logo, tomando como referência os PCN's, como um dos objetivos do ensino de língua portuguesa nas séries fundamentais é que o aluno seja capaz de ampliar o domínio ativo do discurso nas diversas situações comunicativas efetivando a sua participação cidadã (BRASIL,1998), a falta de compreensão ou de senso crítico por parte dos discentes, configura-se como um processo excludente no qual o ensino-aprendizagem da língua materna não cumpre sequer sua função básica.

Diante disso, nos deparamos com uma situação observada nas aulas de língua materna numa sala de 9º ano do ensino fundamental da rede pública na cidade de Mossoró- RN; a recorrência de práticas, concretizadas muitas vezes através de frases, de teor machista entre alunos e alunas, como também, o pouco senso crítico perante atividades que envolvessem textos com determinadas ideologias hegemônicas ¹veiculadas pela mídia, como, por exemplo, em algumas propagandas de produtos de limpeza.

Sabendo-se que em volta da mulher há um cenário que permite o reforço de estereótipos já naturalizados e que estes muitas vezes fazem a chamada segregação de gênero, pois, conforme Magalhães (2005 *in* Lima & Silva 2008), os discursos na sociedade podem controlar ou libertar.

Face a esse contexto, um questionamento, em especial, foi suscitado; como poderíamos desconstruir o machismo utilizando o letramento multimodal crítico? Essa indagação trouxe à tona a necessidade de um trabalho que servisse de intervenção no âmbito escolar. Outros questionamentos foram surgindo após decidirmos que gênero (propaganda em vídeo) utilizaríamos para essa prática: Quais aspectos composicionais, de estilo, conteúdo e discurso do gênero propaganda são observados pelos discentes? De que maneira as ideologias de gênero e identidade na propaganda de produtos de limpeza podem influenciar, criticamente ou não, os discentes? Como os discentes redesenhariam o gênero, sob a mesma temática, após o letramento crítico?

¹ Ideologias hegemônicas – Na concepção de Thompson (1995), uma ideologia é hegemônica porque serve de sustentação às relações de dominação. Permitindo que os indivíduos ou grupos dominantes sejam favorecidos em detrimento dos demais indivíduos.

Para respondermos a tais questionamentos, analisamos os textos multimodais do gênero propaganda em vídeo, de produtos de limpeza, almejando investigar suas características composicionais, de estilo, identitárias e discursivas. Através disso, promovemos a discussão sobre como esses aspectos podem ser influentes em uma sociedade de consumo e de que maneira poderíamos desconstruir as ideologias hegemônicas negativas com relação à figura feminina. Utilizamos a ADC – Análise do Discurso Crítica – (FAIRCLOUGH 2001, 2003) com vistas à mudança social, para investigarmos os aspectos visuais e suas configurações no gênero propaganda baseamo-nos na Gramática do Design Visual – GDV de Kress e Leeuwen (2006) e na sua relação com a Linguística Sistêmico Funcional de Halliday (1985).

O sujeito integrado não é aquele que participa efetivamente da sociedade, mas sim o que apenas se acomodou com a situação. É necessário, então, que o indivíduo além de se ajustar à realidade, seja capaz de recriá-la (Freire, 2011). No nosso caso, sentiu-se a necessidade de atrelar essa integração social às práticas de letramento multimodal crítico visando a desconstrução de ideologias como o machismo. Entendemos que o papel do professor (a) como mediador é de suma importância, com a incessante missão de suscitar nos alunos esse desejo de recriação.

Eis, portanto, o interesse, enquanto professora de língua materna em estudar/ encontrar, através de práticas de letramento multimodais, mecanismos que possibilitem aos discentes uma melhor prática de leitura crítica e interpretação, ampliando assim a participação destes na sociedade e formando um leitor proficiente crítico. Partindo da importância de se utilizar os gêneros discursivos como um dos objetos de ensino-aprendizagem, uma vez que, segundo Barbosa (2012); permitem capturar, para além dos aspectos estruturais presentes em um texto, também aspectos sócio históricos e culturais, cuja consciência é fundamental para favorecer os processos de compreensão e produção de textos, pensou-se, então, em um gênero que pudesse ser utilizado como ferramenta para leitura crítica com vistas ao empoderamento.

Entre a diversidade gêneros disponíveis, alguns nos chamaram atenção pela possibilidade de tornar a aula mais lúdica e dinâmica, pois, ao trabalhar atividades de leitura e interpretação com textos da esfera publicitária, é possível perceber que, muitas vezes, a compreensão não se dá devido à falta de

criticidade, por parte dos alunos, diante dos discursos impostos pela mídia, como, o discurso machista de determinadas propagandas de produtos de limpeza, no entanto, os textos são por eles demasiadamente apreciados, principalmente no que diz respeito aos aspectos visuais. Como a propaganda em vídeo é um gênero dinâmico e que é muito acessado pelos alunos, os quais estão sempre conectados em sites como o *Youtube*², que divulga anúncios de diversas marcas, surgiu, portanto, a ideia de usar o gênero propaganda em vídeo como ferramenta nas aulas de interpretação textual em língua materna objetivando o letramento crítico.

Nessa perspectiva, escolhemos a propaganda em vídeo como gênero a ser utilizado para incitar a leitura crítica e uma posterior produção textual que reflita a interpretação feita pelos alunos das séries finais do ensino fundamental maior, mais especificamente do 9º ano.

Nossa pesquisa é de caráter intervencionista, voltada para os discentes, possibilitada através do Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte, do tipo pesquisa-ação, como explica Tinoco (2008):

(...) implica entender a não neutralidade da pesquisa e das relações que se estabelecem entre seus participantes, bem como a necessidade de se lançar aos problemas que surgem em decorrência do desenvolvimento da pesquisa, um olhar reflexivo e uma visão crítica sobre a realidade tal qual ela se apresenta e como poderia ser alterada. Consequentemente, nesse processo, os participantes tendem a repensar posicionamentos, crenças e valores do senso comum e a desenvolver uma postura mais fortalecida frente às questões que lhes são impostas pela vida.

² YouTube é um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet. O termo vem do Inglês “*you*” que significa “você” e “*tube*” que significa “tubo” ou “canal”, mas é usado na gíria para designar “televisão”. Portanto, o significado do termo “youtube” poderia ser “você transmite” ou “canal feito por você”. A ideia é idêntica à da televisão, em que existem vários canais disponíveis. A diferença é que os canais são criados pelos próprios usuários, onde podem compartilhar vídeos sobre os mais variados temas. Fonte: www.significados.com.br

Dessa forma, objetivamos oferecer aos nossos discentes, através da pesquisa, muito mais que um registro, mas antes uma prática de letramento crítico. O referido trabalho está dividido, através desta dissertação, em sete capítulos, cuja ordem é a seguinte; no primeiro temos a Introdução, em seguida, o segundo capítulo que versará sobre o Letramento crítico multimodal, o terceiro abordará a Análise do Discurso Crítica – ADC (FAIRCLOUGH 2001, 2003), através das teorias faircloughianas, principal base teórica desse trabalho, o quarto abordará a Gramática do Design Visual – GDV de Kress e Leeuwen (2006), a qual nos servirá de embasamento para a análise das propagandas tendo em vista seu caráter multimodal, e sua relação com a Linguística Sistêmico Funcional, o quinto capítulo constitui uma explanação acerca do gênero discursivo escolhido para a análise, o penúltimo capítulo traz consigo os procedimentos metodológicos e análise dos dados e, por fim, nossas considerações finais são abordadas.

1.1 CONTEXTO DA SALA DE AULA

A sala de aula escolhida para nossa pesquisa é composta por 10 alunos cursando o 9º ano do Ensino Fundamental em uma escola de rede pública estadual no município de Mossoró-RN, cuja faixa etária apresenta a média de 16 anos (vide gráfico 1), quanto ao fator econômico, também por nós observado visto que analisamos as práticas dentro de um contexto social, os discentes estão inseridos, em maioria, em famílias de baixa renda, considerando a quantidade de pessoas que moram numa mesma casa.

A escolha da turma para a pesquisa se deu, sobretudo, por dois motivos; o primeiro, e talvez mais relevante, se deve ao fato de observarmos constantemente discursos ofensivos e de teor machista no ambiente da sala, o segundo foi devido à falta de criticidade perante as atividades que envolviam a interpretação textual de gêneros das esferas artística e publicitária, os quais, por vezes, trazem uma linguagem rica de subjetividade e, no que diz respeito à mídia, repletos de ideologias hegemônicas. Entendidas, segundo Thompson (1995), como aquelas que servem de sustentação às relações de dominação, favorecendo indivíduos e/ou grupos dominantes.

Dessa forma, pensamos em como usar o letramento crítico multimodal e o anúncio publicitário em vídeo de produtos de limpeza para desconstruir essas ideologias que diminuem e desempoderam, nesse caso, a figura feminina. Para o diagnóstico inicial, aplicamos uma espécie de teste de sondagem (vide anexo 1) contendo questionamentos que levassem os alunos a refletirem sobre as práticas discursivas e comportamentais entre eles, bem como abordavam informações acessórias sobre faixa etária, renda familiar, entre outros aspectos socioeconômicos com o intuito de fazer uma reflexão sobre o contexto social dos mesmos.

Os discentes se mostraram dispostos a responder o teste de sondagem, assim sendo o ponto inicial da nossa intervenção. Interessante observação feita pela pesquisadora foi o fato de que a maior parte dos alunos estudam juntos desde o 6º ano, o que conferiu maior interação entre eles no âmbito das atividades propostas, tendo em vista o grau de aproximação dos mesmos.

1.2 RELAÇÃO COM A PROBLEMÁTICA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA

É de interesse do analista crítico do discurso engajar-se em práticas que combatam o desempoderamento das minorias, ideologias que são naturalizadas na sociedade por uma série de questões sociais, econômicas e culturais, uma vez que:

Uma característica determinante da ADC é seu caráter emancipatório. Por meio da investigação das relações entre discurso e prática social, busca-se desnaturalizar crenças que servem de suporte a estruturas de dominação, a fim de favorecer a desarticulação de tais estruturas. (RAMALHO & RESENDE, 2004)

Mediante esse desafio, o de desnaturalizar determinadas crenças através do letramento crítico nas aulas de língua materna, compreendemos a necessidade de adotar projetos de letramento crítico, dando a oportunidade dos discentes conhecerem as múltiplas faces dos gêneros e da maneira como são veiculados a fim de que observem além da linguagem; a sua relevância social enquanto prática discursiva.

Uma vez que para se analisar as relações de poder, é necessário considerarmos os processos e as estruturas sociais que ocasionam a produção dos textos, e é por esse motivo que as acepções acerca de discurso e ideologia são importantes para quem escolhe a ADC como viés dessa jornada, assim como, a relevância dos modos acionais que naturalizam relações de desigualdade, entre elas, as relações de desigualdade de gênero (LIMA & SILVA, 2008).

Fairclough (2001) observa o fato de que quando uma mulher ocupa um cargo de destaque, seja no âmbito do setor público ou privado, são julgados por se comportarem como homem, perdendo características ditas femininas, ou por vezes é censurada porque não se masculinizou, fazendo referência à posição em destaque, a figura masculina. Essa ideologia, carregada de machismo, percebe a mulher como a figura de um ser incapacitado para realizar tarefas que envolve relação de poderosa hierarquia, ou pelo fato de pertencer ao sexo feminino (biologicamente falando) e, portanto, não poder exercer função própria de um homem, ou por perder a chamada “essência feminina” ao se colocar nessa função. (FAIRCLOUGH, 2001)

Acreditamos que esta pesquisa é relevante por oferecer aos discentes em sala de aula mais do que uma ferramenta textual para uma análise linguística, mas antes uma leitura que permita posicionamento engajado (BARBOSA, 2015).

Portanto, face à contemporânea realidade em que o professor de língua portuguesa tem papel de suma importância para mediar o conhecimento através dos gêneros discursivos, é imprescindível que as aulas de língua materna sejam enriquecidas com os projetos de letramento, uma vez que permitem ao aluno um maior contato com a função social dos textos lidos e ou produzidos. Ressaltamos aqui que esses projetos surgem do interesse de um professor (a) em desenvolver práticas de leitura e escrita em que haja situações reais com as quais os aprendizes assumam o papel de sujeitos criativos (FREIRE, 2011).

2.0 LETRAMENTO MULTIMODAL CRÍTICO

Para entendermos o conceito de letramento multimodal crítico, faz-se antes necessário compreender o uso do termo letramento, bastante polemizado devido às muitas interpretações, por vezes equivocadas, a ele atribuído, como também a concepção de letramento crítico.

A origem do termo letramento é do inglês *literacy*, surgido no Brasil na década de 80, significando literalmente estado ou condição que assume aquele que aprende a ler e escrever. Porém, implícita nessa significação está a ideia de que a escrita traz consigo consequências no âmbito social, cultural, político, econômico, cognitivo, linguístico, seja para o grupo social em que seja introduzida, seja para o indivíduo que aprende a usá-la (SOARES, 1998).

Nesse momento, o termo era ainda confundido com alfabetização e foi utilizado por Mary Kato no ano de 1986 pela primeira vez aqui no Brasil, a mesma explicava que a capacidade de um sujeito fazer uso da linguagem escrita para sua necessidade individual de crescer cognitivamente, atendendo às várias demandas de uma sociedade que prestigia a linguagem chamada norma-padrão, ou língua falada culta, é consequência do letramento, pois indiretamente é a escola que tem essa função de desenvolver no aluno o domínio da linguagem falada institucionalmente aceita. (SOARES, 1998).

Ainda que a pesquisadora tenha mencionado que essa capacidade é consequência do letramento, muitos entendiam letramento como alfabetização, capacidade, habilidade ou mesmo um método. Paulo Freire, considerado um dos maiores pensadores da educação do século XX, ao usar o termo alfabetização, trazia um conceito semelhante ao que podemos entender hoje como letramento, para ele, a alfabetização era uma prática sociocultural de uso da língua escrita que vai se transformando ao longo do tempo e que poderia vir a ser uma prática libertadora (KLEIMAN, 2005). Paulo Freire afirmava que o processo de alfabetização não se restringe à codificação/decodificação dos signos linguísticos, e, portanto:

Precisamos ir além dessa compreensão rígida da alfabetização e começar a encará-la como a relação entre os educandos e o

mundo, mediada pela prática transformadora desse mundo, que tem lugar precisamente no ambiente em que se movem os educandos (FREIRE, 1990).

Podemos afirmar, então, que Freire já utilizava a concepção de letramento, ainda que ela não tivesse a terminologia atual. Assim sendo, segundo a autora Magda Soares (1998):

Letramento é, pois, o resultado da ação de ensinar ou de aprender a ler e escrever: o estado ou a condição que adquire um grupo social ou um indivíduo como consequência de ter-se apropriado da escrita.

Embora muitos não tenham ainda entendido o seu uso, a professora Ângela Kleiman, hoje uma das autoridades nos estudos do letramento, reforça, sobre o surgimento do termo, que este sempre existiu nesse ambiente (dos estudos da linguagem), entretanto ganhou notoriedade a partir de outras áreas, outros estudiosos que almejavam obter respostas para as funções práticas da língua escrita e, por consequência, seu impacto na vida social. Logo, letramento é o conjunto de práticas de uso da escrita que abrange o processo de desenvolvimento dos sistemas de escrita nas sociedades, modificando-as, e é mais amplo que as práticas escolares de uso da escrita, no entanto, as inclui (KLEIMAN, 2005).

A concepção acerca de letramento crítico tem contribuições que vão ao encontro da teoria da crítica social de Paulo Freire, a qual tentaremos de forma sucinta explicar neste trecho. Em muitas de suas obras, Freire defendia um sistema de educação que enfatiza o aprendizado como uma ação de cultura e liberdade, sendo um processo interativo entre professor-aluno e aluno-professor, uma vez que ambos aprendem (VALOURA, 2006).

Nesse sentido, o estudo acerca de sua vasta obra encontra expressões que nos levam ao entendimento do que seria a teoria da crítica social e em consequência, o letramento crítico. Expressões como “Educação bancária”, explicada por Paulo Freire como aquela onde os aprendizes apenas recebem de “depósitos” de conhecimentos preestabelecidos, “Consciência”; quando o aprendiz avança no âmbito da consciência crítica, ou mesmo “Cultura do silêncio”, aquela na qual os indivíduos não têm como responder criticamente

ao conhecimento imposto a estes por uma cultura dominante (VALOURA, 2006). Esses conceitos mostram-nos a trilha percorrida pelos estudiosos para o que mais tarde seria reconhecido como Letramento Crítico. Associa-se, então, a teoria da crítica social à ideia de empoderamento do sujeito, ou seja, a capacidade de este, através da linguagem, posicionar-se criticamente mediante práticas sociais distintas e podendo ainda oportunizar mudanças. É também atribuída a Paulo Freire, a autoria de um sentido especial do termo “empoderamento”:

(...)do inglês *empowerment*, cujo significado original é conquista ou superação por parte do sujeito ativo do processo. Freire ampliou o sentido do termo, acrescentando que essa conquista não acontece de fora para dentro, mas é sim um movimento que acontece de maneira interna através da conquista. (VALOURA, 2006).

Dessa forma, no contexto dos estudos linguísticos, podemos inferir que o empoderamento, termo tão bem aplicado por Freire, é o resultado do letramento crítico, é produto final, mas nunca acabado, de uma prática social através do uso da linguagem. Cabe, aqui, ressaltarmos que Street (1994) falava sobre dois tipos de letramento, o primeiro chamado de “autônomo”; quando leitura e escrita são geralmente desvinculados das dimensões políticas, sociais e culturais, não se levando em conta a cultura local dos indivíduos e, portanto, levando a falsas concepções e não permitindo, inclusive, que o sujeito se reconhecesse ou se legitimasse através de seus costumes, uma vez que, o ensino toma como premissa “moldes” padronizados que em nada tem a ver com a cultura local desse indivíduo.

O segundo letramento explicado por Street é chamado de letramento ideológico; quando a escrita e a leitura são vinculadas às práticas sociais, tomando como ponto de partida para análise os valores e as representações perpassadas pelo texto escrito (STREET, 1984 in TINOCO, 2008).

Há de se entender que o termo “crítico” (letramento crítico) vem de uma relação entre linguagem e poder baseada na visão marxista da linguagem, sobretudo, a dimensão material desta, onde os grupos detentores de poder em uma sociedade objetivam produzir um suposto “senso comum”, sendo atribuída à linguagem, nas relações sociais, a função de concretizar o espaço de lutas

hegemônicas (BARBOSA, 2015).

Sendo assim, as lutas, ditas hegemônicas, correspondem às tentativas de desconstrução das ideologias que servem de sustentação às relações de dominação, Bakhtin (1988) ratifica que todo signo (palavra/ texto) é ideológico, pois está sujeito a critérios de avaliação (se é verdadeiro ou falso, correto ou incorreto, etc.), sendo fator determinante para o confronto de interesses sociais, ou seja, a luta de classes. Entendamos aqui o conceito de ideologia tomado na perspectiva de letramento crítico, fundamentada, *a priori*, nos estudos de Max e Engels (1995), entendendo que a linguagem é, sobretudo, um fenômeno social. Para eles,

(...) há entre a consciência e a linguagem uma relação dialética. O que significa que a linguagem não é a consciência (e vice-versa), uma não se reduz a outra. Porém, as duas se implicam mutuamente, não podem ser pensadas uma sem a outra. Daí que a linguagem, assim como a consciência, é de natureza essencialmente social... (COSTA, 2000).

Afirma Foucault (1996) que os discursos, os quais circulam na sociedade, são controlados e perpassados por formas de poder e de repressão, portanto, os discursos sofrem influências de regras sociais, institucionais e detentoras de saber que, por sua vez, garantindo aos discursos, por meio da linguagem, o poder de serem aceitos como verdadeiros. Faz-se assim, a necessidade daquilo que conhecemos por letramento crítico. Mota (2008) afirma que o letramento crítico visa ao engajamento do aluno em práticas críticas por meio da linguagem, por fim, chegamos ao entendimento final do que é letramento crítico através da concepção de Janks (2010), na qual o letramento crítico tem funcionalidade presente entre a linguagem, letramento e poder, preocupando-se com as abordagens para a linguagem as quais têm o poder levado a sério.

O letramento crítico encontra seu maior desafio na desconstrução dessas práticas, na tentativa de desnaturalizar concepções que desempoderam os grupos subordinados, para tanto, mais do que uma prática de letramento, é preciso, suscitar a criticidade dos discentes, ocasionando um engajamento crítico social, atentando também para os aspectos multimodais do texto

(BARBOSA, 2015).

Nesse ponto, cabe a explanação acerca do caráter multimodal dos textos. O texto multimodal é o texto em que seu significado se concretiza por diversos códigos semióticos, conforme a teoria da Multimodalidade dos autores Kress & van Leeuwen (2006). Reconhece-se, então, que o texto multimodal é aquele que apresenta muitas linguagens (modos ou semioses), seja linguagem verbal, imagética, arranjos de diagramação, que dão, em seu conjunto, significado aos textos e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção para que faça sentido (ROJO, 2012, p.19).

Quando levamos para as aulas de língua materna uma proposta de desconstrução das ideologias naturalizadas, que desempoderam nos nossos discentes, através de textos multimodais, como a propaganda, estamos, ao mesmo tempo, possibilitando o letramento visual, no qual os alunos identificam o porquê dos elementos imagéticos e de diagramação estarem ali, favorecendo o letramento crítico, o qual permite a identificação de ideologias e identidades a eles impostas, por fim, há também a possibilidade de esses sujeitos fazerem um redesenho da interpretação de tais textos, ou um (re) posicionamento acerca da sociedade que o cerca (BARBOSA, 2015). Diz-se desse produto final que é Letramento Crítico Multimodal.

3.0 ANÁLISE DO DISCURSO CRÍTICA

Para melhor entendermos a Análise de Discurso Crítica (ADC), façamos aqui um breve resumo de sua origem. A ADC é apontada como uma possível herdeira da abordagem teórica da Linguística Crítica (LC) de Roger Fowler e Gunther Kress, surgida no final dos anos 70, essa abordagem foi fortemente influenciada pela ciência social crítica, relacionada à Escola de Frankfurt e tendo recebido também contribuições de filósofos como Michael Foucault e Antônio Gramsci (OTTONI & LIMA, 2014).

A ADC nasceu, então, de uma tentativa de equilibrar os estudos da linguagem no que diz respeito às abordagens formalista e funcionalista desta. A abordagem formalista centra-se no julgamento da linguagem como um objeto autônomo, cujas funções externas na linguagem não interferem na sua

organização interna, já abordagem funcionalista afirma que a linguagem tem funções externas do sistema e essas funções são também responsáveis pela organização interna do sistema linguístico. Dessas abordagens, nasce a dicotomia Formalismo X Funcionalismo, bem como dois conceitos para o que é discurso (RESENDE & RAMALHO, 2006). Conforme as autoras Ramalho & Resende (2006), é no paradigma funcionalista, portanto, que emerge o conceito de discurso adotado pela ADC; como a linguagem em uso, em oposição ao paradigma formalista que vê o discurso como unidade acima da sentença.

O uso da expressão Análise do Discurso Crítica passou a ser difundido depois que o Linguista britânico Norman Fairclough, da Universidade de Lancaster, utilizou-a em um de seus artigos no ano de 1985. Sendo consolidada como disciplina anos mais tarde, após um simpósio na cidade de Amsterdã na Holanda (RESENDE & RAMALHO, 2006).

No Brasil, a primeira pesquisadora a se dedicar aos estudos da ADC foi a professora Izabel Magalhães, da Universidade de Brasília — desenvolvendo um trabalho que ressalta como principais contribuições de Fairclough para os estudos críticos da linguagem: “a criação de um método para o estudo do discurso e seu esforço extraordinário para explicar por que cientistas sociais e estudiosos da mídia precisam dos (as) linguistas” (Magalhães 1995 in Resende & Ramalho, 2006, p. 22)

Chegamos aqui ao conceito de discurso, na perspectiva da ADC, recebeu diversas contribuições, dentre elas a abordagem de Bakhtin (1997), que foi pioneiro na teoria semiótica de ideologia, como também da percepção de dialogismo da linguagem, com caráter de filosofia marxista da linguagem, Bakhtin empreendeu que a língua tem sua real substância nos processos de interação verbal, por isso criticava veemente a teoria do objetivismo abstrato de Ferdinand de Saussure (1981), para isso, afirmou que é no meio social que se organiza a atividade linguística. Portanto, foi também em Bakhtin que ADC encontrou pilares fundamentais (RESENDE & RAMALHO, 2006).

Outros estudiosos, como Foucault, também deram sua importante contribuição para que a ADC se configurasse dessa forma. O autor defende em suas teorias, (FOUCAULT, 1997), que instituições como escolas, hospitais e

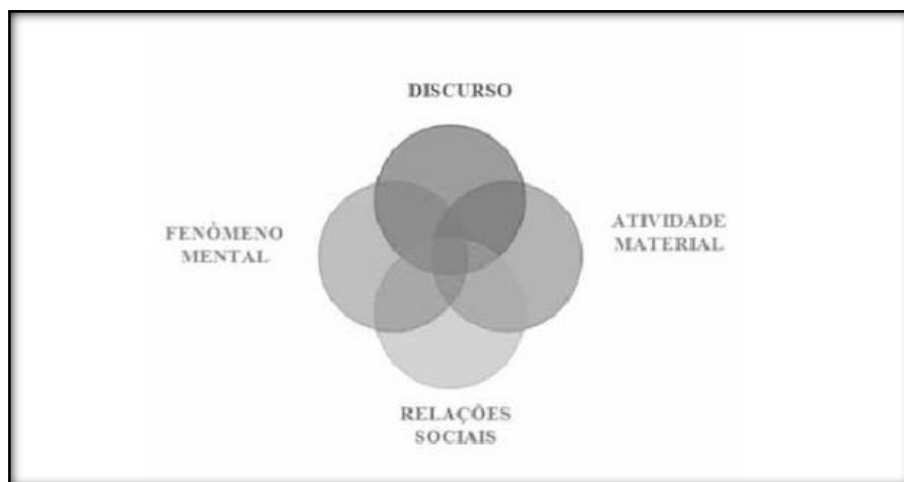
prisões utilizam estratégias discursivas, nas quais não é necessário o uso da força para se conseguir o “adestramento” dos indivíduos, que são por vezes ajustados às necessidades do poder de quem exerce tais estratégias. Dessa forma, Foucault (1997) faz a sugestão de que o poder, nas sociedades modernas, é praticado através das práticas discursivas institucionalizadas. O filósofo deixou, portanto, duas grandes contribuições para a ADC; a relação estabelecida entre discurso e poder e a defesa de que as mudanças das práticas discursivas já são em si um índice de mudança social.

Entendamos, então, que discurso, sob a ótica da ADC—Fairclough (2001) –, é um momento de toda prática social, onde a linguagem não deve ser analisada em textos isolados, mas sim levando-se em consideração seu uso na sociedade. Resende e Ramalho (2014), baseando-se nos estudos da ADC faircloughianas, explicam discurso da seguinte forma:

Uma forma de prática social, modo de ação sobre o mundo e a sociedade. O discurso, nessa concepção, é socialmente constitutivo – através do discurso se constituem estruturas sociais – e constituído socialmente – os discursos variam segundo os domínios sociais em que são gerados, de acordo com as ordens de discurso a que se filiam.

Já o conceito de prática social se estabelece entre as estruturas sociais mais fixas e as práticas individuais mais flexíveis. O discurso está, portanto, em todas as práticas sociais. Nelas, a linguagem se manifesta “como parte irredutível das maneiras como agimos e interagimos representamos e identificamos a nós mesmos, aos outros e a aspectos do mundo por meio da linguagem”. (Ramalho & Resende, 2014.)

Figura 1: Articulação irreduzível ente os momentos da prática social.



Fonte: (Ramalho & Resende, 2014)

É através da linguagem que escolhemos modos individuais de representação, ação, interação e identificação do mundo e de nós mesmos. Esses modos dizem respeito aos discursos, gêneros e estilo que escolhemos de acordo com as situações sociais em que estamos envolvidos. Fairclough (2003) fala a respeito de duas interpretações do termo “discurso” em ADC, em ambas, é visto como um substantivo, no entanto, ora como mais abstrato, ora como mais concreto. Na concepção mais abstrata tem seu significado “linguagem como momento irreduzível da linguagem”, em seu sentido mais concreto tem-se “modo particular de representar o mundo” relacionado a interesses objetivos. Configura-se, então, a ADC como:

Um conjunto de abordagens científicas interdisciplinares para estudos críticos da linguagem como prática social (...). Daí a centralidade do conceito de discurso, um conceito que é, ao mesmo tempo, ligado aos estudos da linguagem e a diversos avanços das ciências sociais. (RAMALHO & RESENDE 2011, p.12)

Devido a esse engajamento ligado à tradição da “ciência social crítica”, almejando fornecer suporte científico voltado para a crítica que se centra em problemas sociais relacionados ao poder como forma de controle, explica-se, então, o porquê de esse tipo de análise do discurso ser chamada de crítica

(ADC), pois, para ela não basta analisar os textos numa visão apenas semiótica, onde as características fixas da linguagem são o foco de estudo, nem como a centralização dos estudos nos agentes sociais, tomando eventos individualizados. A ADC fica, portanto, entre essas duas nuances, conceituando discurso de forma central onde tanto o sistema quanto seu uso contextualizado são indispensáveis (RAMALHO & RESENDE 2011).

Entendemos, através da ADC, que um discurso é analisado de forma crítica quando se revela o que não está consciente para as pessoas e suas práticas sociais e quando se consegue a denúncia de que estratégias são usadas para controlar a mente destas. Por esse motivo, dizemos que a ADC se envolve com problemas sociais considerando que as “expressões linguísticas são materializações da ideologia e que todo uso da linguagem é ideológico” (BAKHTIN, 2009).

A ADC também é vista com caráter interdisciplinar, pois oferece aporte teórico-metodológico que subsidia sua própria abordagem sociodiscursiva, como também oferece suporte para pesquisas sociais, desde que contemplem os aspectos relacionados ao discurso e “por meio do rompimento de fronteiras epistemológicas, operacionaliza e transforma tais teorias em favor da abordagem sóciodiscursiva (Resende & Ramalho, 2011, p.15). Fala-se ainda da heterogeneidade da ADC, justamente porque há uma vasta quantidade de abordagens que se identificam com a ADC (Resende & Ramalho, 2011).

O autor van Dijk (1997, p. 15-17) listou como características da ADC as seguintes:

- a) trabalha mais com problemas ou temas que com paradigmas, pois estuda questões sociais relevantes, uma vez que é parte histórica e sistemática de amplo aspecto de estudos críticos sobre a humanidade e sobre as ciências sociais;
- b) é planejamento, posicionamento ou postura explicitamente crítico para estudar texto e fala, trabalha inter e multidisciplinarmente e se fixa na relação entre discurso e sociedade;
- c) atenta para as múltiplas dimensões semióticas dos atos comunicativos;
- d) centra-se nas relações de poder, de dominação e de desigualdade, assim como em sua reprodução ou sua resistência;

- e) trabalha estruturas e estratégias de dominação e de resistência que ocorrem no discurso ou são legitimadas por ele; Análise do discurso crítica como aporte para um estudo do racismo no Brasil;
- f) estuda a ideologia e a forma como ela reproduz a resistência, a dominação e a desigualdade;
- g) busca descobrir, divulgar e revelar os implícitos das relações de dominação e das ideologias a elas subjacentes, assim como das estratégias de manipulação, de legitimação, de criação de consenso e de mecanismos que beneficiam os poderosos;
- h) opõem-se aos que ocupam o poder ou que fazem parte das elites, por isso se esforça por ser solidária com os grupos dominados.

Para van Dijk (1997), por ter essa abrangência tão ampla é que ADC é de difícil definição, ao mesmo tempo em que empresta suas teorias a diversos campos de estudos, aos quais o autor sugere chamar de Estudos Críticos do Discurso – ECD³.

3.1 O MODELO TRIDIMENSIONAL DA ADC e CATEGORIAS DE ANÁLISE.

Segundo as autoras Resende & Ramalho (2006), o modelo tridimensional faircloughiano baseia-se, principalmente, na Teoria Social do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001), sendo estas; a prática social, o texto e a prática discursiva. Sendo a *prática social* a dimensão do evento discursivo, como também o *texto*, e por fim, essas duas dimensões são intermediadas pela *prática discursiva* entendida aqui como os processos de produção, distribuição e consumo do texto. Tais processos estão relacionados a ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares, portanto, a prática discursiva varia entre os diferentes discursos, ou seja, de diferentes campos institucionais, tendo em vista os fatores sociais que estão envolvidos (FAIRCLOUGH 2001 in

³ Denominam-se de Estudos Críticos do Discurso aqueles que se debruçam sobre as maneiras por meio das quais os sujeitos usam os recursos semióticos para expressar ou confrontar os modos de representar, agir e ser, discursos, gêneros e estilos respectivamente, como também se debruçam sobre a formação de cada um destes, contribuindo significativamente para o empoderamento das minorias (van Dijk, 1997)

RESENDE & RAMALHO, 2006).

Figura 2: Concepção do modelo tridimensional do discurso proposto por Fairclough (2001).



Fonte – Fairclough (2001).

A proposta de dividir as dimensões do discurso nesse modelo tridimensional permitiu a Fairclough, mais tarde, aprimorar sua teoria e separar essas dimensões para que servissem a uma análise mais específica, surgindo assim as chamadas categorias analíticas, as quais servem de instrumento de

Variáveis de contexto, metafunções e categorias de análise

Variável de contexto	Metafunção		Categorias de análise
Campo (<i>field</i>)	Ideacional	Diz respeito à maneira como o ser humano expressa a sua experiência no mundo	Transitividade Nominalização
Tenor (<i>tenor</i>)	Interpessoal	Indica papéis sociais e as relações estabelecidas entre os participantes envolvidos no evento comunicativo	Modalidade/ modo Modulação Pessoa
Modo (<i>mode</i>)	Textual	Explicita o papel desempenhado pela linguagem no contexto comunicativo	Tema Informação Relações coesivas

análise de maneira mais particular. As categorias são agrupadas conforme as dimensões, na análise textual, ficam as categorias mais ligadas à materialidade; vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual, as análises das práticas discursivas; produção, distribuição, consumo, contexto, força ilocucionária, coerência e intertextualidade, e, por fim, as categorias da dimensão prática social; ideologia, sentidos, pressuposições, metáforas, hegemonia, orientações econômicas, políticas, culturais, ideológicas (RESENDE & RAMALHO, 2006). A seguir, explicaremos melhor cada uma dessas categorias ilustradas no quadro abaixo:

Quadro 1 – Categorias analíticas propostas no modelo tridimensional.

TEXTO	PRÁTICA DISCURSIVA	PRÁTICA SOCIAL
Vocabulário Gramática Coesão Estrutura textual	Produção Distribuição Consumo Contexto Força Coerência Intertextualidade	Ideologia Sentidos Pressuposições Metáforas Hegemonia Orientações econômicas, políticas, culturais, ideológicas.

Fonte: Resende & Ramalho, 2006.

Na categoria textual vocabulário, são observadas as palavras de maneira individual, estudam-se os neologismos, lexicalizações, relexicalizações de domínios de experiência⁴, superexpressão, relações entre palavras e sentidos, é nessa categoria que se observa o quanto as escolhas lexicais interferem em nossas práticas, por exemplo, quando um jornalista decide escrever “a manifestação tomou as ruas” no lugar de “a aglomeração tomou as ruas”, há uma clara diferença entre o uso de “manifestação” e aglomeração”, sendo a última atrelada à ideia de desordem. A categoria que cuida de analisar a gramática, faz o estudo das palavras combinadas em frases, nominalizações

⁴ Esses processos de lexicalização dizem respeito à significação das palavras no mundo. “O sentido da palavra entra na disputa dentro de embates mais amplos. No que tange à gramática, os elementos principais da oração (sintagmas) estão relacionados à transitividade. Os falantes/escritores fazem escolhas quanto ao modelo estrutural das orações.” (BARBOSA, 2015, p. 52)

e vozes verbais, uma vez que permitem revelar ou não os sujeitos das ações, seja pela sua relevância ou irrelevância, seja pelo impacto que se quer dar as ações ou a suavização destas (FAIRCLOUGH, 2001). Por exemplo, nos enunciados: “Mãe abandona bebê em praça pública” / “Bebê é encontrado em praça pública”. Certamente, a primeira opção, onde o sujeito é agente, causa maior comoção à sociedade.

Na categoria textual coesão, são analisadas as conexões feitas entre as frases, mecanismos referenciais, palavras relacionadas ao mesmo campo semântico e os conectivos escolhidos, que são fundamentais para a observação de certos posicionamentos ocultos, os quais a linguagem revela. Um exemplo disso é o fato de alguém utilizar uma conjunção adversativa (entretanto, porém, mas, contudo, todavia, etc.) após declarar-se “não preconceituoso”. A categoria que analisa a estrutura vai se ocupar da estrutura genérica, porém com um olhar atento a tomada de turnos, que é vez de cada um falar em uma conversa, revelando posição mais elevada que outrora pode se reverter, bem como o controle do tópico que revela acerca do poder sobre o assunto.

Sobre as categorias relacionadas à prática discursiva são consideradas, a produção, na qual o analista deve observar página, seção, tamanho do texto, se há presença de imagens, a categoria da distribuição analisa como o discurso foi exibido ao público, em que suporte ou meio de comunicação, já o consumo diz respeito a observação de forma coletiva (um cartaz publicitário) ou individual (um bilhete) (FAIRCLOUGH, 2003).

As categorias que analisam a prática social estão relacionadas à situação em que o discurso ocorre, às circunstâncias em que este é envolvido, desde aspectos institucionais, aos sujeitos envolvidos, tanto na produção quando na recepção dos textos, o local e o momento de consumo do texto, sempre voltados para a ideia de que o discurso é um momento das práticas sociais. Acerca dessa centralidade do discurso, Chouliaraki e Fairclough (1999) entendem que, apesar da comum abordagem na linguagem e na semiótica de centralização da gramática, tal abordagem é equivocada uma vez que na Análise do Discurso as práticas sociais devem ser analisadas em sua articulação. O Professor Oliveira (2013), afirma que

Para a Análise Crítica do Discurso, os textos têm relação intrínseca com a vida social; desse modo eles devem ser compreendidos em sua historicidade, que traz consigo também os aspectos culturais, dentre eles a identidade. Textos orais, escritos e multimodais, de ambientes formais ou de interações informais de diferentes esferas da vida social, principalmente os da mídia, são focos de interesse da ACD. No discurso estão envolvidos não só questões de natureza linguística, mas também aspectos sociais, culturais, ideológicos, históricos, entre outros. (OLIVEIRA, 2013, p.7)

Ressalta-se aqui que o conceito de práticas sociais tem sua origem na teoria do materialismo histórico-geográfico de Harvey (1996), cuja a ideia de discurso é vista como momento de práticas sociais, relações determinantes acerca de poder, práticas materiais, instituições/ rituais, crenças/valores, desejos os quais internalizam os outros “sem ser redutível a nenhum deles” (Harvey 1996 *in* Resende & Ramalho 2006), dessa forma, práticas sociais são “maneiras habituais, em tempos particulares e espaços particulares, pelas quais pessoas aplicam recursos -materiais ou simbólicos - para agirem juntas no mundo” (Chouliaraki e Fairclough, 1999, p. 21).

Para Chouliaraki e Fairclough (1999), era necessário fazer esse enquadre da ADC para que se alcancem alguns objetivos, sobretudo o da reflexão acerca da mudança social contemporânea – a chamada modernidade tardia, ou modernidade reflexiva⁵ (GIDDENS 1991, 2002) – os desdobramentos que levaram a essas mudanças, como também sobre a possibilidade de haver práticas emancipatórias dentro de instituições cristalizadas socialmente.

Desse enquadre da ADC, decorrem algumas etapas que constituem o modelo teórico-metodológico proposto por Chouliaraki e Fairclough (1999), o analista crítico do discurso tem de partir de uma problemática por ele observada, a qual centra-se, na maior parte das vezes, nas relações de poder, na desigual distribuição de recursos, sejam materiais ou simbólicos, na naturalização de discursos específicos que são tomados ou apreendidos como universais em

⁵ Giddens (2002) conceitua modernidade tardia ou pós modernidade aquela cujas transformações na identidade individual são relacionadas à globalização e seus efeitos, ou seja, as ligações sociais amplas interferem na vida pessoa, ligações que estão atreladas à globalização, consumo e reflexos dessa modernidade.

virtude do caráter crítico da disciplina (RESENDE & RAMALHO, 2006). Por conseguinte, deve o analista identificar quais obstáculos existem, quais os impedimentos para a resolução da problemática. Conforme Resende & Ramalho, 2006:

Há três tipos de análise que atuam juntos nesta etapa: (1) a *análise da conjuntura*, da configuração de práticas das quais o discurso em análise é parte, das práticas sociais associadas ao problema ou das quais ele decorre, (2) a *análise da prática particular*, com ênfase para os momentos da prática em foco no discurso, para as relações entre o discurso e os outros momentos, e (3) a *análise do discurso*, orientada para a *estrutura* (relação da instância discursiva analisada com *ordens de discurso* e sua recorrência a *gêneros*, *vozes* e *discursos* de ordens de discurso articuladas) e para a *interação* (análise linguística de recursos utilizados no texto e sua relação com a prática social). (RESENDE & RAMALHO, 2006, p.37)

O que se espera é que uma pesquisa em ADC siga esse passo a passo com vistas a filtrar mais do que uma análise do discurso por ele mesmo, mas sim, em toda sua conjuntura estrutural, textual e social. Após essa etapa, analisa-se a função do problema na prática, ou seja, faz-se a verificação da possibilidade de haver uma função particular para o problema em que está envolvido o discurso, desenvolvendo assim, a análise das práticas discursivas e sociais, depois chega o momento de procurar meios para que os obstáculos sejam ultrapassados, visando à mudança social, por isso, “toda pesquisa crítica deve ser reflexiva” (RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 38), ou seja, deve aprofundar-se mais do que numa análise, numa reflexão sobre esta (Chouliariaki & Fairclough, 1999).

Quadro 2 – O enquadre para a ADC de Chouliariaki & Fairclough (1999).

1 – Um problema (atividade, reflexividade)		
	a) Análise da conjuntura	
	b) Análise da prática particular	(i) práticas relevantes (ii) relações do discurso com outros

2 – Obstáculos para serem superados.		momentos da prática
	c) Análise do discurso	(i) Análise estrutural
		(ii) Análise interacional
3 – Função do problema na prática.		
4 – Possíveis maneiras de superar o problema.		
5 – Reflexão sobre a análise.		

Fonte: RESENDE & RAMALHO, 2006.

Dessa forma, o discurso é, então, percebido como um momento da prática social e juntamente com “outros momentos igualmente importantes”, que merecem análise cautelosa, sendo ao mesmo tempo o discurso um dos elementos da prática social, onde a partir desta surgem outros elementos sociais que influenciarão o discurso. Servindo o discurso de espelho às relações sociais, ideologias e hierarquias sociais, como também estar para construir a realidade e as identidades sociais (OLIVEIRA, 2013, p.7), a essa relação dialética conferem-se os processos de articulação e internalização, uma vez que o discurso constitui as práticas sociais ao mesmo tempo em que por elas é constituído (FAIRCLOUGH, 2008, p.84)

A saber que a constituição discursiva da sociedade não emana de um livre jogo de ideias nas cabeças das pessoas, mas de uma prática social firmemente enraizada em estruturas sociais materiais concretas, orientando-se para elas” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 93) A figura abaixo ilustra essa proposta acerca dos momentos da prática social.

Figura 3 – Momentos da prática social



Fonte: Resende e Ramalho, 2006.

3.2 GÊNERO, DISCURSO E ESTILO

Mais tarde, os estudos de Fairclough (2003) o levaram para uma nova ampliação das teorias da ADC trazendo a observação de três aspectos: gênero, discurso e estilo. Essa observação diz respeito também ao diálogo da ADC dialoga com a Linguística Sistêmica Funcional – LSF de Halliday (1985, 1994), conforme Ottoni (2014), esse diálogo está fundado no modelo teórico-metodológico da ADC, uma vez que para a ADC “na tentativa de compreender os problemas sociais”, a ADC não se limita a um único campo disciplinar, defendendo ser preciso buscar outras disciplinas que ajudem na compreensão de tais problemáticas (Ottoni, 2014, p.12).

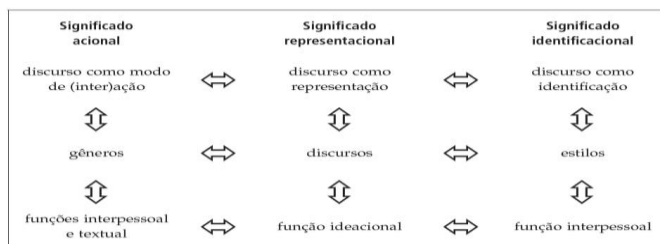
Cada um dos aspectos, ou “modos de interação entre discurso e prática social” (OTTONI, 2014, p. 14), observados por Fairclough (2003) corresponde a um tipo de significado. O aspecto gênero, que será amplamente abordado no quinto capítulo desta pesquisa, diz respeito aos modos de agir, sendo, portanto, atrelado ao significado acional (ação), discurso (representação) está para os modos de representar e seu significado correspondente é o representacional, já o aspecto estilo (idealização) diz respeito aos modos de ser e, portanto, tem seu significado correspondente ao fator identificacional (FAIRCLOUGH, 2003). Desse modo, o significado relacionado ao gênero tem como foco maior o texto como ponte intermediária em eventos sociais, é ele responsável pelas (inter) ações, associando-se também à função relacional dos textos. O significado representacional dará ênfase aos aspectos do mundo- físico, mental e social – nos textos, e, por fim, o significado identificacional, referindo-se à construção e a negociação de identidades no discurso (OTTONI, 2014, p.14). Barbosa (2011, p.52) afirma acerca desses aspectos que

Os gêneros constituem “o aspecto especificamente discursivo de maneiras de ação e interação no decorrer dos eventos sociais” (p. 65). Eles funcionam como mecanismo articulatório que controla o que pode ser dito a fim de regular o discurso. O discurso é a representação dos atores sociais nos textos através de posicionamentos ideológicos em relação a eles e suas atividades. O estilo identifica os atores sociais nos textos através dos

pressupostos, modalidades (objetivas e subjetivas), as metáforas (conceituais, orientacionais e ontológicas).

Dessa forma, é importante destacarmos que a separação desses elementos só faz sentido para efeito explicativo, uma vez que estes estão internalizados e não devem, portanto, subdividirem-se (BARBOSA, 2011). Essa correspondência pode ser ilustrada da seguinte forma:

Quadro 3 – O tripé da obra faircloughiana⁶.



Fonte: Ottoni (2014, p.14)

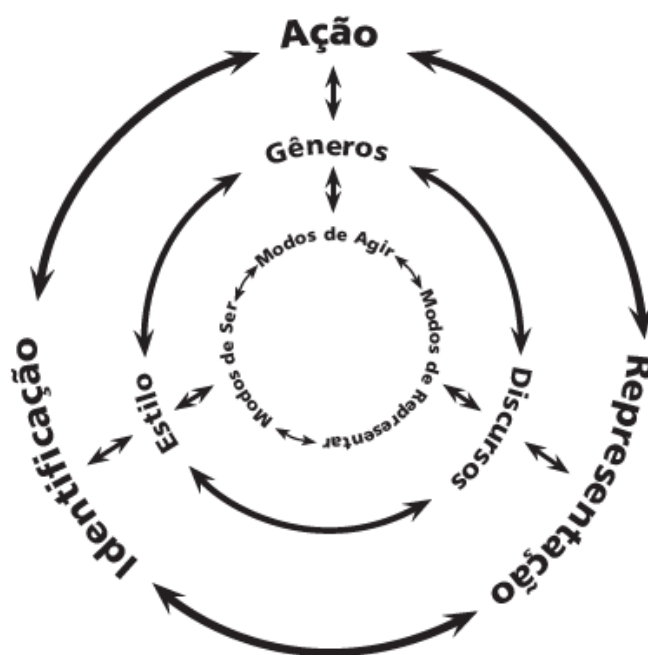
Para Barbosa (2011), a subdivisão desses elementos só ocorre quando o intuito é esclarecedor, já que não é de interesse da ADC ignorar um destes ou desassociá-los durante as análises, pois os discursos são concretizados através dos gêneros e estes consolidados por meio de estilos. Por conseguinte, há as representações discursivas de ações e identidades (BARBOSA, 2011. p.54). A fim de orientar as análises discursivas com uma visão crítica acerca desses elementos, Fairclough (2003) faz a sugestão de alguns questionamentos, traduzidos e adequados aqui pelo autor Barbosa (2011):

1) gênero – o texto está situado em que cadeia de gênero? Existe uma mesclagem de gêneros? Quais são as características dos gêneros apresentados?; 2) discurso – quais traços caracterizam o discurso (relações semânticas entre as palavras, colocações, metáforas, pressuposições, traços gramaticais); e 3) estilo – como os autores se envolvem em relação à verdade (modalidades epistêmicas), obrigações e necessidades (modalidades deônticas).

⁶ A autora Ottoni (2014) considera ser esse o tripé da obra de Fairclough (2003) e que os elementos que o compõem têm relação de internalização com os outros elementos, bem como os outros momentos das práticas sociais.

O pesquisador em ADC deve, portanto, analisar as questões que envolvem esses elementos levando em consideração a sua relação dialética de internalização. Para a autora Ottoni (2007), essa relação entre os tripés propostos por Fairclough (2003) pode ser ilustrada através do seguinte diagrama:⁷

Figura 4. A relação dialética e de internalização entre os tripés da proposta de Fairclough (2003), segundo Ottoni (2014, p.32).



3.3 A ADC E A LINGUÍSTICA SISTÊMICA FUNCIONAL

A Linguística Sistêmico Funcional – LSF – proposta por Halliday (1994) dialoga com a ADC porque ambas têm como princípio a convicção de que a língua constrói o contexto social e é por ele construída, sendo, portanto, a LSF

⁷ O Diagrama foi sugerido pela primeira vez por Ottoni (2007, p.33) em 2007, em sua tese de Doutorado em Linguística sob o título “Os gêneros do humor no ensino de Língua Portuguesa: uma abordagem discursiva crítica”, para ilustrar a relação dialética de internalização entre os momentos das práticas sociais, os aspectos observados a partir do texto e as funções que dele emanam.

promovida pela ADC e importantíssima para a análise do texto (LIMA & SILVA, 2008). Para a LSF, as redes de significados são fortemente influenciadas pelas condições de produção, pelo contexto em que o texto é produzido, pelos participantes da interação e pela maneira como organizam o texto para que este seja produto da comunicação, desses fatores de influência Halliday (1994) extrai as chamadas variáveis de contexto: o de situação – que analisa o ambiente imediato em que o texto funciona -, o de cultura- que envolve os fatores coletivos e a forma como o texto é interpretado na sua situação contextual.

Das variáveis de contexto de situação e de cultura é que surgem as metafunções correspondentes a cada uma dessas variáveis, são elas: ideacional, interpessoal, a qual é distinguida por Fairclough (2001, p.92) em duas subfunções; a relacional e a identitária, e por fim, a metafunção textual. A metafunção ideacional está diretamente ligada à situação comunicativa de maneira particular, a ação social em si, ligando-se dessa forma à categoria gramatical da transitividade, uma vez que através dela são observados as ações dos sujeitos, o que fazem, a quem, por exemplo (LIMA & SILVA, 2008, p. 104). As autoras Lima e Silva (2008) destacam acerca da metafunção ideacional:

Por meio dela, a análise é realizada, levando-se em conta o tipo de processo a que estão integrados os participantes, a meta e as circunstâncias. Trata-se da análise de quem faz o quê, a quem, e em quais circunstâncias.

Já a metafunção relacional diz respeito à natureza dos sujeitos envolvidos, quais seus papéis sociais, como expressam seus pensamentos e opiniões acerca do mundo, como interagem entre eles e com aquilo que está sendo dito. Nessa metafunção, são observadas as categorias gramaticais de modo e pessoas, uma vez que situam os sujeitos e suas posturas ao produzirem os enunciados (LIMA & SILVA, 2008, p.104), por exemplo; se um professor, ao entrar na sala, profere aos alunos “ Vocês façam a tarefa que eu solicitei. ”, o fato de usar o modo imperativo na primeira oração, assim como a primeira pessoa do singular na segunda, podem indicar respectivamente uma ordem e uma relação de hierarquia, alguém manda e outros executam. Diferentemente, se a frase fosse “ Vamos fazer a tarefa que combinamos? ”, apesar de

compreender os diferentes papéis sociais envolvidos – alunos e professor (a) – a primeira pessoa do plural aproxima-os, fazendo com que a “ordem” seja menos autoritária e os sujeitos mais envolvidos entre si nessa ação.

Fairclough (2001) subdividiu a metafunção interpessoal em duas subfunções, a relacional, que para ele está ligada à maneira através das quais as identidades são estabelecidas e a identitária que apresenta de que modo as relações entre os sujeitos envolvidos no discurso são acordadas, “negociadas” ou representadas (Fairclough, 2001, p. 92). Por conseguinte, a metafunção textual resume-se a analisar a relação entre as frases, o significado destas com a mensagem e sua organização interna, as categorias observadas em seu significado são a temática, as relações de coesão (HALLIDAY, 1994).

Quadro 4 - Resumo das relações entre contextos e Metafunções:

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras Lima & Silva (2008, p.105)
baseado nas teorias de Halliday (1984).

No capítulo seguinte, daremos continuidade ao nosso estudo fazendo um breve diálogo entre as teorias até aqui explanadas, ADC, LSF e a Gramática do Design Visual – GDV que servirá de suporte para analisarmos as imagens veiculadas na propaganda escolhida para a atividade didática de intervenção.

4.0 GRAMÁTICA DO DESIGNER VISUAL

Para melhor entendermos as categorias estudadas através da Gramática do Designer Visual (KRESS e van LEEWEN, 2006) – GDV – é necessário ampliarmos aqui a noção de multimodalidade dos textos. A multimodalidade diz respeito aos vários modos semióticos em que um discurso pode se materializar, sendo estes responsáveis por diversas implicações. Como explica Rojo (2012):

as imagens e os arranjo de diagramação impregnam e fazem significar os textos contemporâneos – quase tanto mais que os escritos ou a letra. E isso, não é de hoje (...) os textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de cada uma delas (multiletramentos) para fazer significar. (ROJO, 2012,p.19)

Para a autora Rojo, são necessárias então novas ferramentas para compreensão dessas multissemioses, sendo uma delas “a prática de análise crítica como receptor” (ROJO, 2012, p. 21). A GDV fornece, então, a ferramenta necessária para que essa análise seja feita a partir dos elementos imagéticos que compõem um texto. Conforme Barbosa (2011, p.53):

A proposta desses teóricos é descrever as imagens partindo do pressuposto de que os seus elementos internos são combinados entre si para comunicar um “todo coerente” para expressar significados distintos. A análise das estruturas visuais pode incluir pessoas, lugares ou objetos na forma de participantes representados e podem estar organizadas em diferentes níveis de complexidade.

Os autores da GDV acreditam que o letramento visual deve ser acessível ao público geral, uma vez que esse conhecimento é acessado apenas pela comunidade de estudiosos da área. Para eles, é necessário que esse letramento seja efetivado, pois numa sociedade que é cada vez mais permeada pela comunicação visual nas mais diversas redes de práticas sociais, ser letrado visualmente é também uma questão de cidadania, visto que não dispor desse conhecimento poderá deixar o indivíduo excluído socialmente. (Kress e van Leeuwen, 2006).

Para que a análise dessas semioses ocorra de forma eficaz, Kress e van Leeuwen(2006) dividem as categorias da GDV, baseadas na LSF de Halliday (1994), da seguinte forma; metafunção representacional (ideacional), Interativa (interpessoal) e composicionais (textual).

4.1 METAFUNÇÃO REPRESENTACIONAL

De acordo com os autores da GDV, Kress e van Leeuwen (2006) a metafunção representacional versa acerca da relação que se estabelece entre os participantes internos os quais compõem uma imagem, sendo dividida em duas estruturas, os processos narrativos, que envolvem uma ação, e os processos conceituais. Nos processos narrativos, os participantes apresentam movimentação de dinâmica, há a indicação de ação sendo realizada, a percepção dessa ação está ligada a um vetor, que determina para aonde a ação é direcionada. Nesses processos (de ação), os participantes podem ser chamados de Ator/Reator e Meta/ Fenômeno; Dizente e Anunciado; ou de Experienciador e Fenômeno. Barbosa (2011) afirma que

Os processos de ação geralmente incluem tanto um Ator quanto uma Meta, ligados por meio de um vetor – expresso comumente por uma linha diagonal de nível ocular, estabelecida pela direção do contato entre os seus participantes. (BARBOSA, 2011, p. 54)

Quando há essa interação, dizemos que a estrutura é transacional, pois a ação ocorre entre duas partes, podendo ainda os vetores serem bidirecionais, quando ator e meta trocam de papéis, já quando a ação envolve apenas uma das partes, ou seja, há apenas um participante, dizemos que a estrutura narrativa é não transacional. Se houver o direcionamento do olhar do participante em relação a alguém ou algo, dizemos que o processo é de reação, desse modo, ao invés de Ator será Reator e o alvo do seu olhar é compreendido como Fenômeno e não mais Meta. Se esse fenômeno (coisa ou pessoa para onde se olha) não é explicitado, dizemos que há então uma reação não transacional. Cabe salientar que Kress & van Leeuwen (2006) afirmam que os processos narrativos podem ser também classificados em verbais e mentais, onde verbais estão atrelados aos balões de falas e pensamentos e mentais dizem respeito às circunstâncias contextuais.

Os processos ditos conceituais, onde não há ação, já que os sujeitos são apresentados de maneira estática, simbolizam o estado permanente das coisas, ou a “essência” de seus participantes. São os processos conceituais subdivididos em:

1) atributivo— o participante é salientado por meio de seu posicionamento dentro da imagem, tamanho exagerado, iluminação, nível de detalhamento, foco, tonalidade e/ou intensidade da cor; 2) sugestivo – o significado simbólico resulta do próprio portador. (BARBOSA, 2011, p.55)

Podemos ainda observar os processos conceituais a partir de estruturas simbólicas (KRESS & van Leeuwen, 2006), as quais atrelam a identidade do participante visual por meio de atributos como as cores, o tamanho, os posicionamentos, a luz/sombra, sendo as estruturas simbólicas responsáveis por aquilo que o participante significa. “O participante que é significado é o portador, já o participante que representa o significado é o atributivo simbólico.” (SANTOS, 2011, p. 6). As estruturas conceituais analíticas por sua vez caracterizam-se pela relação entre o portador, o todo e suas partes.

4.2 METAFUNÇÃO INTERACIONAL

A metafunção interacional diz respeito a relação entre o leitor/observador da imagem e a imagem em si. Para Kress & van Leeuwen (2006) essa interação é fundamentada em alguns aspectos importantes para a sua percepção; o contato, a distância social, a perspectiva e a modalidade. Sendo o contato dividido em demanda; quando o participante olha direto nos olhos do leitor/observador, como se o seduzisse, ordenasse-o ou o agredisse, e oferta; quando não há o olhar direto do participante para o leitor/ observador. Sobre o aspecto da distância, podemos afirmar que o participante apresentado em plano fechado (*close-up*) os traços de sua personalidade são melhor analisados porque sua face está em ênfase, onde a cena é enquadrada mostrando da cabeça aos ombros do participante. Se o enquadramento é em plano aberto (*long-shot*), mostrando o corpo inteiro, o participante é mostrado de forma distanciada, já o plano médio (*medium shot*) devido ao fato de equilibrar a aproximação entre o observador e o participante, que aparece até a cintura ou joelho, demonstrando entre estes uma relação social. Sobre a perspectiva, também chamada de ponto de vista, há que se considerar os ângulos, frontal – atitude do participante em relação ao leitor, oblíquo – perfil do participante, noção

de desligamento, não pertencente a esse mundo, vertical (alto, baixo ou nível ocular) relacionam o poder e suas hierarquias representadas entre leitor/observador e participante (KRESS & van LEEUWEN, 2006 in BARBOSA, 2011, p. 56).

O aspecto modalidade ou valor é tido como naturalista ou sensorial, naturalista se concretiza através da proximidade com o natural a partir daquilo que observamos, ou seja, quanto mais próximo for do real, maior é a modalidade. Enquanto a modalidade sensorial parte da subjetividade, se distanciando do real e provocando diversas sensações e suscitando sentimentos do leitor/observador.

4.3 METAFUNÇÃO COMPOSICIONAL

Quando propuseram a GDV, os autores Kress & van Leeuwen (2006) pensaram na análise das imagens, em cada categoria, formando ao mesmo tempo um “todo coerente”, percebemos aqui que a metafunção composicional reúne as outras funções formando esse todo coerente, relacionando os elementos explicitados na imagem em três subdivisões: Valor de Informação, Saliência e Enquadramento/Estruturação. Sendo o primeiro correspondente à disposição dos elementos, sua localização; esquerda, direita, parte superior, parte inferior/centro da imagem. Geralmente o que está disposto na esquerda da imagem traz uma informação familiar, também chamada de dada, e à direita dispõe-se a informação nova, não familiar. Na parte superior, é disposto o elemento chamado de Ideal (surreal, prometido ou imaginário) e na parte inferior há o elemento Real (a informação real). O elemento disposto ao centro é tido como o núcleo da informação (principal) e as margens ficam a ele subordinadas.

No capítulo acerca da nossa prática interventiva exemplificaremos esses conceitos apresentando as imagens.

5.0 O GÊNERO PROPAGANDA

Antes de conversarmos um pouco mais acerca do gênero escolhido para a nossa pesquisa, versaremos sobre as noções de gênero a partir da visão da ADC, que tem sua origem também na perspectiva bakhtiniana, ao afirmar que a língua ocorre através de enunciados organizados a partir de um conteúdo temático, estilo e estrutura composicional, dessa forma os enunciados são específicos mas a situação comunicativa em que estes estão envolvidos é que apresenta o gênero discursivo, ou tipos relativamente estáveis de enunciados (BAKHTIN, 1992). É, então, por meio de um gênero que um texto se realiza e, dependendo da intenção e funcionalidade do gênero em questão, é através do texto nele inserido que um discurso é manifestado, e o que irá definir esse discurso é o domínio discursivo, ou seja, a esfera da atividade humana em que o texto será circulado. Dell’isola (2012) destaca:

As produções individuais de linguagem efetuam-se em, pelo menos, duas dimensões: a social, na qual o indivíduo entra em contato com as produções textuais de sua época, e a histórica, em que o indivíduo se serve de produções textuais disponíveis realizadas em períodos anteriores as quais ele pode recorrer para construir seu texto.

A autora reforça que a linguagem se realiza efetivamente quando se exploram as formas comunicativas que estão em uso, recorrendo sempre aos “construtos históricos, os gêneros de texto, ou do discurso” (DELL’ISOLA, 2012, p.9), a saber que a definição acerca da categoria gênero textual-discursiva, embora seja fundamental para a compreensão da linguagem em diversas instâncias, depende da abordagem teórica ou perspectiva de cada estudioso. Fairclough (1995) procura focalizar o modo como os textos e suas características são socialmente motivadas, sendo o discurso intermediado por gêneros específicos, estabelecendo relações sociais e identitárias, e perpassados por relações de poder que devem ser analisadas. Para Fairclough (2001) “um gênero —não implica somente um tipo particular de texto, mas também processos particulares de produção, distribuição e consumo de textos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 161)

Fairclough (2003) traz as nomenclaturas de pré-gêneros⁸ e gêneros situados. Os pré-gêneros são categorias abstratas que traspassam as práticas específicas, mas que podem ser alcançados por muitas destas, ou seja, os pré-gêneros vem da noção de texto numa categoria mais abrangente, por nós também conhecidos como tipologias textuais (MARCUSCHI, 2002, p.24):

[...] para a noção de tipo textual predomina a identificação de sequências linguísticas típicas como norteadoras, já para a noção de gênero textual predominam os critérios de ação prática, circulação sócio histórica, funcionalidade, conteúdo temático, estilo e composicionalidade [...]

Por essa perspectiva, os gêneros situados são então as categorias concretas usadas em redes de práticas sócias específicas, e a correlação entre estrutura e ação deve ser analisada, pois a interação entre essas escolhas num dado gênero podem implicar em diversos sentidos, analisar, por exemplo, porque determinado gênero situado apresenta mais narratividade ou argumentação (FAIRCLOUGH, 2003).

Para ADC, os gêneros são, portanto, um dos momentos de ordens do discurso, por isso são chamados de gêneros discursivos. Dessa forma, analisaremos o gênero propaganda em vídeo, escolhido para este trabalho em virtude do seu caráter multimodal e por veicular muitas vezes, no caso das propagandas de produtos de limpeza, ideologias que desempoderam minorias, mas que merecem uma análise crítica para que estas sejam percebidas. O gênero situado propaganda se aplica aos eventos textuais onde se encaixam os textos que apresentam unidade de sentido estruturada por signos linguísticos verbais e não-verbais, como ícones, imagens e símbolos, o texto desse gênero é uma forma de comunicação de massa que se dirige a um público anônimo, é também uma forma de comunicação com caráter informativo e persuasivo com finalidades ideológicas ou comerciais (SANDMANN, 2003).

Nesse contexto, publicidade é a forma de divulgar produtos ou serviços, por meio de anúncios com o objetivo de interesse comercial. A diferença entre publicidade e propaganda são os objetivos, respectivamente comerciais e

⁸ O termo pré-gênero foi utilizado por Swales (1990) e diz respeito a categorias mais abstratas, conhecidas anteriormente pelo nome de tipologias, ou ainda sequências textuais.

ideológicos, porém, ambas se assemelham na forma como produzem seus enunciados, conforme reforça a pesquisadora Juliano (2006, p. 16):

Em contrapartida, a propaganda se assemelha à publicidade ao criar, transformar ou confirmar certas opiniões, empregando meios e técnicas que lhes são comuns. Assim, é possível afirmar que a publicidade é uma decorrência da propaganda, tendo em vista que ambas exercem uma ação psicológica no público pela divulgação de mensagens.

O texto elaborado para uma propaganda apresenta uma linguagem rica em recursos linguísticos, pois explora a forma de como chegar a seu público alvo, se valendo das mais diversas funções da linguagem, já que os interesses envolvidos devem atingir o plano da situação comunicativa em perfeita harmonia com emissor do discurso. Devido à enorme responsabilidade de influenciar e persuadir pessoas a aceitarem uma ideia, ou adquirirem um produto ou serviço, o texto procura enfatizar os aspectos mais atraentes possíveis para se chegar ao receptor. A escolha dos elementos que constituem um texto desse gênero é minuciosa, pois se leva em conta também a marca do produto ou serviço, e ou a idealização exposta. E estes são fatores determinantes para a produção dos enunciados, as cores, as imagens, os recursos estilísticos, tudo é selecionado de forma detalhada e intencional. Koch (2000) afirma que

(...) o ato de persuadir procura atingir a vontade, o sentimento do (s) interlocutor (es), por meio de argumentos plausíveis ou verossímeis e tem caráter ideológico, subjetivo, temporal, dirigindo-se, pois, a um “auditório particular (KOCH, 2000, p. 20)

A função da mensagem da propaganda é inicialmente a de criar um mundo ideológico, que seja favorável e perfeito com uso do produto ou serviço adquirido, os enunciados são produzidos de modo que o receptor da mensagem se identifique como público-alvo, pois na verdade, o discurso não se dirige a alguém em particular, mas sim a uma determinada massa, objetivando que esses indivíduos se “encontrem” como pessoas necessitadas do uso de tal produto ou serviço, visto que a publicidade destes leva a ideologia de que os adquirindo, o receptor da mensagem terá um mundo completo e perfeito em benefício da aquisição dos mesmos.

O texto produzido para a propaganda tem como principal característica a persuasão, o poder de convencimento, pois, uma vez que consegue convencer, leva o consumidor do produto ou serviço propagado a adquiri-lo. Mas, para se chegar ao objetivo desejado, alguns fatores são levados em conta diante dessa perspectiva. Quando uma agência de publicidade é convidada por uma determinada empresa para fazer a divulgação de um produto ou serviço, é feita inicialmente uma pesquisa de mercado, a fim de saber quem são os possíveis consumidores do produto/serviço, pois, é necessário conhecer o público-alvo que deverá ser induzido a tal aquisição. Esse conhecimento vai desde o estilo de se vestir, gosto musical, idade, perfil físico, sociocultural, e econômico do possível cliente (ALVES, 2010).

Na constituição do texto publicitário, há uma rica mistura de elementos multimodais, havendo sempre a cautela nessa escolha. As imagens, cores, sons, efeitos, formas, são analisados conscientemente pelo produtor da propaganda, e inconscientemente pelo consumidor que vê no jogo de palavras e imagens ou sons uma espécie de simpatia que o faz acreditar que esse é o produto mais adequado a sua necessidade. Os especialistas em estratégias de textos para a publicidade e propaganda afirmam que:

[...] Predominam nos textos publicitários atuais, além da criatividade, a inovação, a originalidade, a busca de recursos retóricos, tanto no texto quanto na ilustração aperfeiçoada pela moderna tecnologia. [...]
(CAMOCARDI; FLORY, 2003, p.22)

No âmbito do comércio de produtos e serviços, a força da linguagem publicitária é fator decisivo para o sucesso do alcance do objeto em foco na mensagem. Nas propagandas são apresentados ao receptor da mensagem estereótipos que conduzem as pessoas fazendo com que se vejam como tais. É fato que a linguagem tem um poder enorme, usada na publicidade como ponte entre o produto ofertado e o consumidor desejado, aquele que será fiel à marca. Entre esses estereótipos nos chama a atenção para o modo como a mulher aparece no discurso publicitário de produtos de limpeza.

Através da perspectiva da relação entre linguagem e estrutura social, a professora Magalhães (1995) traz a discussão das relações de gênero no Brasil,

mostrando que há a indicação de uma tensão entre formas de coexistência em textos sobre mulheres: o discurso de controle e o discurso de liberação. Segundo a autora Magalhães, o discurso de controle, diz respeito ao (“adequado”) comportamento que se espera das mulheres, frequentemente vistas como sujeitos indefesos. Em contrapartida, o discurso de liberação que é ainda recente no âmbito brasileiro e associado também às questões do cotidiano urbano vinculadas na presente modernidade tardia. Esse discurso de liberação apresenta-se como espécie de reação contra o discurso de dominação do sexo masculino. Fairclough (1992, 2001, 2003) traz a compreensão do relacionamento entre linguagem e identidade, e, portanto, sobre identidade de gênero, reiterando que o discurso contribui diretamente para a mudança social e a desconstrução das relações de dominação.

6.0 LETRAMENTO CRÍTICO MULTIMODAL: DESCONSTRUINDO O MACHISMO

Faremos neste capítulo a descrição da metodologia utilizada para a pesquisa, as etapas que se seguiram durante a prática intervencionista, bem como a explanação das observações analisadas junto aos discentes durante a prática.

Esta pesquisa é do tipo pesquisa-ação (THIOLLENT,1998), na perspectiva de pesquisa social de base empírica a qual se realiza numa relação estreita com a ação ou resolução de uma situação problema onde os sujeitos envolvidos agem de modo participativo ou cooperativo. Dessa forma nos apropriamos do enquadre teórico metodológico da ADC como ponto de partida do nosso trabalho de intervenção.

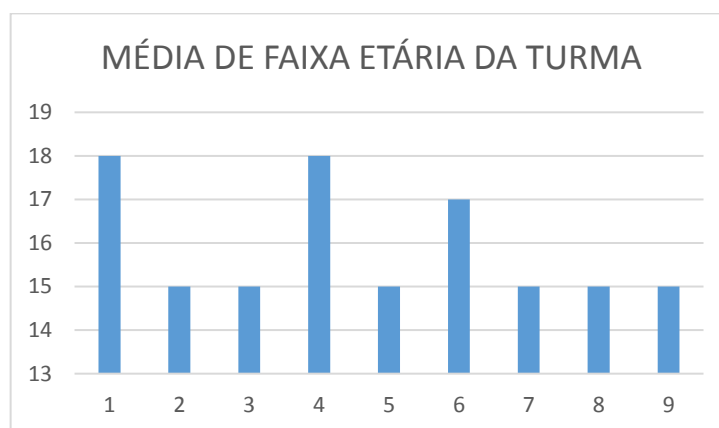
Quadro 5 - Enquadre da nossa pesquisa baseado em Fairclough e Chouliaraki.

1 – Um problema (atividade, reflexividade) Falta de criticidade diante de textos publicitários e práticas de teor machista.		
2 – Obstáculos para serem superados.	b) Análise da conjuntura	
		(i) práticas relevantes
	b) Análise da prática particular	(ii) relações do discurso com outros momentos da prática
	c) Análise do discurso	(i) Análise estrutural
		(ii) Análise interacional
3– Função do problema na prática. Propiciar a discussão de gênero a partir da propaganda estudada.		
4– Possíveis maneiras de superar o problema. Apresentar discursos diferentes desses já neutralizados pelas ideologias dominantes.		
5 – Reflexão sobre a análise. Mudança significativa de pensamento acerca do papel da mulher na sociedade.		

Para alcançar nossos objetivos, foi necessária a organização sistemática das etapas a serem cumpridas. Escolhemos a turma do 9º ano de uma escola da rede estadual do município de Mossoró- RN. A escola conta com a estrutura de cinco salas, quatro banheiros, um almoxarifado, uma biblioteca, um laboratório de informática, uma TV volante, uma sala de dança, uma sala da coordenação, secretaria, diretoria, cozinha e dispensa. Os nomes dos alunos foram preservados por questões éticas, aqui nos referiremos a estes como A1 (aluno1), A2 (aluno2), etc.

A turma contém o universo de 10 alunos com faixa etária média de 15 anos, conforme gráfico abaixo:

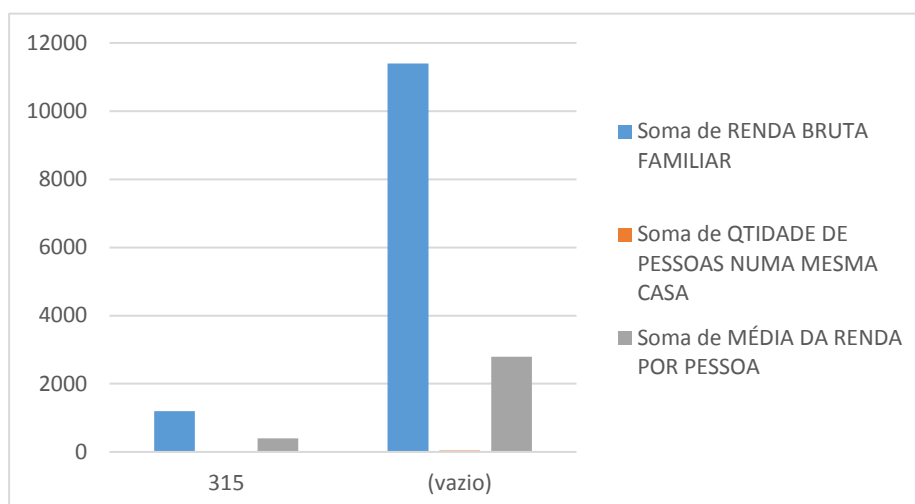
Gráfico 1 – Média da faixa etária da turma.



Dados extraídos a partir do Teste de sondagem feito em sala.

Com relação socioeconômico, constatamos que a média de renda por pessoa é de R\$ 315,00, levando em consideração a renda bruta total e o número de pessoas que dependem dessa renda. Vide gráfico:

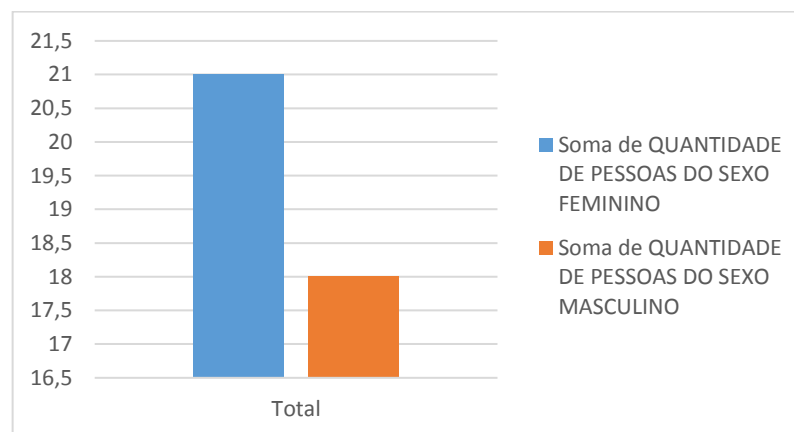
Gráfico 2 – Média da renda bruta por pessoa.



Dados extraídos a partir do Teste de sondagem feito em sala.

Interessou-nos também investigar a quantidade de pessoas do sexo masculino e feminino no ciclo de convivência direta dos discentes, uma vez que o preconceito de gênero pode derivar de uma série de questões. Observamos que a maioria está na predominância de pessoas do sexo feminino.

Gráfico 3 – Quantidade de pessoas do sexo masculino e feminino, com os quais os docentes residem.



Dados extraídos a partir do Teste de sondagem feito em sala.

Utilizamos para a atividade propagandas de produtos de limpeza da marca MR. MÚSCULOS, baseamo-nos, principalmente nos estudos de Fairclough (2001, 2003) com contribuição também de Ottoni e Lima (2014), Magalhães (2005) acerca do discurso no texto publicitário e da GDV de Kress & van Leeuwen (2006). Almejando incentivar a reflexão sobre a presença do discurso machista ao reduzir o papel social da mulher às tarefas do lar, a

pesquisa foi efetivada a partir da leitura e análise das propagandas, discussão da temática, análise do gênero estudado e uma posterior produção em vídeo, cujo processo total deverá ter a duração média de 10 horas\aulas.

Nossa pesquisa-ação foi organizada em etapas propostas segunda as sequências didáticas de Scheneuly e Dolz (2004). As atividades que envolvem o nosso trabalho têm por intuito maior a prática do letramento crítico, e não um produto acabado ou de valor quantitativo. Para tanto, discutimos discursos opostos aos da propaganda em análise, permitindo que se comparassem as ideologias e que os discentes tivessem a oportunidade de posicionar-se criticamente diante das mesmas.

6.1 ETAPAS DA INTERVENÇÃO

1ª – Etapa

Tempo previsto de duração: 2h/ aulas

No dia 03 de maio de 2016, iniciamos a parte prática de nossa intervenção, foi feito o discurso de apresentação do trabalho aos discentes da turma de 9º ano, escolhida para essa pesquisa. Feito isso, mostramos uma propaganda de produtos de limpeza. Em seguida, foi pedido aos alunos que respondessem a um teste de sondagem contendo 16 questões, as cinco primeiras contendo questionamentos sobre idade, as pessoas com as quais residem, renda da família, quatro questões indagando acerca da visão da mulher como sujeito na sociedade atual e as demais acerca da propaganda em vídeo exibida nesse primeiro momento. (Vide anexo 1 – Teste de Sondagem)

A propaganda exibida aos alunos foi extraída do youtube e consta no endereço eletrônico: <https://www.youtube.com/watch?v=4DyKJBWL7YU>

Cena 1 -



Cena 2 –



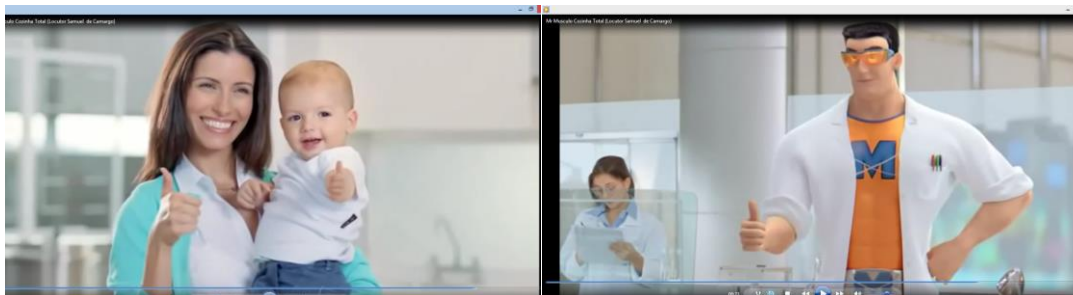
Cena 3 –



Cena 4 –



Cena 5 –



Cena 6 –



Texto de Narração da propaganda:

“Era uma vez um menino que desejava que sua mãe tivesse mais tempo para brincar com ele. Assim, ele dedicou sua vida para encontrar soluções de limpeza melhores para as mães, foi assim que Mr. Músculo nasceu! Agora ele apresenta: Mr. Músculo cozinha total! Com gatilho de dupla ação. Sua exclusiva tecnologia 5 em 1 combina força e inteligência para eliminar a sujeira difícil e a gordura da cozinha. Essa é a ciência da limpeza difícil!”

No momento em que estavam respondendo ao teste, foi interessante a observação feita por parte de duas alunas, o que nos chamou atenção nesse primeiro momento, as mesmas haviam participado de um grupo de estudos do Centro Feminista Nísia Floresta – Mossoró/RN, e, portanto, indagaram se a pesquisa apresentada tinha relação com os temas das palestras realizadas pelas Centro Feminista supracitado.

Ao analisarmos as respostas dadas pelos alunos, notamos que 7 dos 9 alunos que responderam ao teste, afirmaram que a função da mulher é cuidar da casa e dos filhos, isso confirma o comportamento analisado por Magalhães (1995) ao afirmar que as ideologias embutidas na sociedade através de determinadas práticas sociais exigem da mulher um comportamento (“adequado”) que se restringe a cuidar da família e do lar. Apenas dois alunos afirmaram que a função da mulher é “ser o que ela quiser”, ou “estudar, trabalhar, ou fazer o que quiser”. Embora tenha essa visão como uma espécie de conformismo acerca do assunto, quando perguntados como é ser mulher na sociedade atual, todos responderam que “é muito difícil” ou que a mulher

enfrenta muitos obstáculos ou sofre preconceito. Reforça, acerca da historicidade da discussão de gênero, a professora Magalhães:

No Brasil, existem pelo menos dois discursos históricos de gênero: um discurso tradicional e um discurso emancipatório (Magalhães, 2008). O discurso tradicional é derivado da aliança entre o Estado e a Igreja Católica, caracterizando-se pelo controle exercido pelos homens sobre as mulheres. Esse é o discurso de controle. A dominação dos homens deve-se parcialmente à forma como os significados no discurso falado, escrito e visual são mobilizados para mantê-los em funções públicas de prestígio, cabendo às mulheres funções socialmente desprestigiadas e mesmo estigmatizadas. (Magalhães, 2009, p. 719).

Ainda sobre o teste de sondagem, questionamos se os discentes sabiam para que serve uma propaganda, o que ela precisa conter. As respostas variaram bastante, entretanto chegam a uma concordância de que ela “serve para oferecer um produto”, ao serem questionados sobre o que mais havia chamado a atenção destes na propaganda exibida, a resposta mais repetida foi a de que “não há homens”, acredito que o intuito deles seria dizer que não há homens executando as mesmas ações que as mulheres. Diante das respostas do teste de sondagem, verificamos que a problemática por nós levantada se confirmava e demos prosseguimento ao trabalho.

2ª – Etapa:

Tempo previsto para execução – 4h/aulas divididas em dois dias diferentes.

I parte – Dia – 17/05/16

A segunda etapa consistiu em apresentar aos alunos um texto que contivesse uma outra perspectiva sobre a mulher, trazendo uma reflexão sobre as ideologias de opressão. Fomos ao laboratório de informática, que foi previamente checado quanto à disponibilidade e sinal de internet disponível. No laboratório, forneci o endereço do site para a leitura do texto “ Reflexões sobre a naturalização do machismo” e pedi que fizessem a leitura do mesmo quantas

vezes fossem necessárias para o entendimento do mesmo. Eis o texto extraído do site:

Reflexão sobre a naturalização do machismo**0 COMENTÁRIO EM 9 - SETEMBRO - 2013**

Apesar das diversas conquistas do movimento feminista nos últimos tempos, ainda hoje podemos observar um padrão de opressão que coloca o homem como único sujeito e figura central no exercício do poder. Fonte da imagem:

<http://ensaiosdegenero.wordpress.com/2012/01/21/questionando-alguns-pontos-do-feminismo-de-monique-wittig/>

No decorrer dos séculos, grandes avanços foram alcançados no que se refere ao reconhecimento dos direitos da mulher. As mulheres conseguiram certa emancipação e liberdade que permitiram a elas o que antes era impensável, começando pelo seu direito a voto, seu espaço no mercado de trabalho e nas universidades, sua capacidade civil e política, até sua liberdade de dispor sobre o próprio corpo.

No entanto, apesar das diversas conquistas do movimento feminista nos últimos tempos, ainda hoje podemos observar um padrão de opressão que coloca o homem como único sujeito e figura central no exercício do poder. Diferentemente de outras formas de preconceito, a situação da mulher não atinge raça, etnia, classe social ou econômica. O preconceito contra mulher atinge a todas, de forma mais ou menos intensa, o que revela a existência deste padrão de controle e dominação patriarcal nas estruturas sociais, políticas e econômicas de diferentes contextos. Ainda vivemos em sociedades machistas e sexistas em que a violência de gênero não ocorre apenas de maneira explícita, sob forma de violências físicas. Uma das grandes dificuldades atuais é, justamente, reconhecer a violência que se oculta nestas estruturas.

O preconceito contra a mulher está tão disseminado nas mais diversas instituições que, muitas vezes, não se percebe sua presença. Nós, mulheres, vivenciamos vários tipos de assédio diariamente. As “cantadas” na rua, no ambiente de trabalho, nos ambientes acadêmicos. As frases revestidas de caráter pejorativo que afirmam a incapacidade da mulher para certas funções, como dirigir bem um carro ou trocar uma lâmpada. A ideia tão disseminada de que a mulher deve ser pura, que mulheres muito “rodadas” só servem para diversão. Poderíamos citar outras diversas máximas que escutamos no nosso dia-a-dia e que são reproduzidas não só pelos homens, mas também pelas próprias mulheres.



O grande problema da naturalização do machismo é esse: como enfrentá-lo se, muitas vezes, ele transita invisível nos meios sociais e políticos? Fonte da imagem: <http://ensaiosdegenero.wordpress.com/2012/04/14/impasse-do-debate-igualdade-versus-diferenca-nas-discussoes-feministas/>

Tratada com naturalidade – como se algumas mulheres merecessem este tratamento indigno, como se alguns assédios e insultos fossem, na realidade, elogios – esta violência silenciosa demonstra o quanto o machismo e o patriarcalismo está presente nas relações de poder e o quanto ele é reproduzido pela sociedade. E o grande problema da naturalização do machismo é esse: como enfrentá-lo se, muitas vezes, ele transita invisível nos meios sociais e políticos?

Certamente, o primeiro passo a se tomar é desvelar esta forma de preconceito e dominação. Ao se marginalizar e inferiorizar a mulher, acabamos as excluindo de espaços sociais e políticos. Assim, desnudar esta forma de dominação implícita configura, em certa medida, um meio para sua emancipação.

(por Rafaela Leão Barreto Viana, graduanda em Direito na UNISINOS, bolsista PIBIC/CNPq e integrante do Núcleo de Direitos Humanos)

Fonte: <http://unisinos.br/blogs/ndh/2013/09/09/reflexao-sobre-a-naturalizacao-do-machismo/>

Após uns 40 minutos, todos já haviam lido e começamos a trocar ideia sobre o assunto. Comecei perguntando o que eles haviam entendido e se percebiam práticas machistas em algum ambiente da convivência deles, a princípio, alguns se mostraram tímidos ou relutantes a falar sobre o assunto, ficou claro na observação desse momento que as meninas falavam mais abertamente sobre isso e conseguiam, inclusive, identificar algumas posturas discriminatórias ou de dominação. Uma delas chegou a mencionar “eu acho que o homem pensa que é dono da mulher, porque muitos não levantam nem para ir colocar sua comida, e ainda destrata a mulher quando demora”, houve um momento de tensão, quando um dos garotos bateu palma dizendo “tá certo, lá em casa, pai é desse jeito, quem manda na casa é os homem”. Fomos abrindo a opinião para outros colegas a tentativa de entender melhor o ponto de vista por eles expresso. Concluída as discussões eu os perguntei se haviam gostado do que é dito no texto e pedimos para que procurasse observar ou reconhecer alguma prática machista no ambiente em que vivem, casa, escola, família e que tentassem lembrar para compartilhar conosco no dia seguinte.

II parte – dia 18/05/2016

Chegado o dia seguinte, arrumamos a sala em círculo e retomamos a nossa conversa do dia seguinte, iniciamos retomando os conceitos apreendidos por eles através do texto lido e indagando se haviam lembrando de alguma prática de caráter machista. Dos 9 alunos participantes da pesquisa, apenas 6 quiseram contribuir ativamente com as observações, os outros 3 permaneceram como ouvintes durante a atividade e disseram apenas não querer opinar.

Os 6 participantes trouxeram observações semelhantes; o primeiro a falar percebeu que em sua casa as tarefas da limpeza se restringem à mãe e que o “dever do pai” era trabalhar para sustentar a casa, mas reforçou que achava errado. Quando perguntado se estaria disposto a também cooperar com as tarefas, teve cautela mas respondeu que ajudaria. O segundo aluno fez diversas observações, desde reportagens assistidas na tv sobre a diferença salarial entre homens e mulheres que ocupam o mesmo cargo até aos comentários “maldosos e de dar nojo” quando uma mulher passa pela rua usando roupas curtas. Novamente, as opiniões se divergiram demasiadamente, tanto por parte de garotos como de garotas, uns diziam não haver problema

porque “a roupa não diz quem a pessoa é” enquanto outros diziam que isso acontece “porque a pessoa não se respeita”. Ao final, explicamos que faríamos uma pausa na pesquisa, visto que nos encaminhávamos para o período de prova e era necessário também concluir as tarefas e avaliações pertinentes ao final do bimestre, mas deixamos como tarefa para casa a questão: É difícil ser mulher na sociedade em que vivemos? Ficou acertado que após o período de férias, voltaríamos a conversar sobre o assunto. Um fato bem interessante a ser observado foi o de que os alunos não queriam deixar de discutir o assunto, e isso, ao nosso ver, já foi um significativo processo.

3º Etapa

Tempo previsto: 2h/aulas

Antes de iniciarmos o relato dessa etapa, é importante destacar que durante o mês de junho os alunos estiveram de recesso escolar e a pesquisadora em questão ficou de licença de suas atividades docentes na referida escola, dando continuidade à pesquisa sempre com visitas previamente agendadas. No dia 20 de julho de 2016 foi feita uma visita para lembrar os alunos da nossa pesquisa e da tarefa de casa pedida na etapa anterior, ficamos acordados de prosseguir com as etapas no dia 01 de agosto de 2016 e assim se deu. Quando perguntados sobre a questão-tarefa passada para reflexão “ É difícil ser mulher na sociedade em que vivemos? “, os discentes confessaram ter esquecido de fazê-la, desta forma, refizemos no nosso planejamento e deixamos para o final da quarta etapa.

A terceira etapa consistia numa explanação sobre o gênero propaganda, desde sua definição, sua composição, aspectos linguísticos, intencionalidade comunicativa, suporte, etc. Uma aula acerca do gênero propaganda. Aproveitamos a oportunidade para mostrar duas imagens de propagandas de produtos de limpeza e foi perguntando se era perceptível através das imagens alguma prática que estivesse vinculada a machismo, mesmo que implicitamente. Seguem as imagens utilizadas para amostragem:

Figura 4 – Propaganda postada em microblog da marca – “Projeto pessoal”



Figura 5 – Propaganda postada em microblog da marca – “Hora do descanso”



Após a amostragem das imagens, questionamos se havia algum problema em relação a elas, os discentes gesticularam com a cabeça negando a presença de um “problema” ou incômodo em relação as mesmas, porém uma aluna levantou a mão e pediu a vez da fala, ao que foi concedida disse: “ Professora, não sei se o produto quis mostrar, mas acho que tem um problema

sim, nessa segunda imagem. A mulher só pode dormir se limpar a casa é?” Dito isto, os outros concordaram com o fato de que a propaganda expressa que somente com o uso do produto, ou após a limpeza da casa é que a mulher terá o direito de descansar, caso contrário, dormirá sobre os produtos ou objetos concorrentes da marca. Depois disso, perguntamos se também a mulher não poderia pensar em seus sonhos e projetos pessoais, ou se a única prioridade dela era limpar a casa, ao que reagiram que poderia sim e que, portanto, também a primeira imagem continha “algo estranho, porque depois que limpar a casa é que a mulher pode sonhar”. Cumprida esta etapa, a de abordar o gênero propaganda e exemplificá-lo suscitando discussões acerca da nossa temática, prosseguimos com o agendamento da próxima visita e consequente etapa. A visita seguinte havia sido agendada para o dia 09 de agosto, mas devido a um imprevisto só pode ser realizada no dia 16 do mesmo.

4ª ETAPA – Apresentando as teorias

Tempo previsto: 2h/aulas

Esta etapa foi significativa e talvez a que mais apresentou novidades, era perceptível a curiosidade dos mesmos ao conhecer através da propaganda em análise um pouco dos conceitos da ADC e GDV. Novamente visualizamos o vídeo, porém dessa vez apresentando os significados das muitas semioses que o constituem. Pedimos que observassem bem as cenas e em seguida começamos a explanação. Seguindo os preceitos de Fairclough (2001, 2003) destacamos o gênero em questão.

A parte verbal (narrada pelo locutor) traz consigo marcas linguísticas e intertextualidade com a forma de narrar dos contos de fadas, marcas como “Era uma vez”, apresentando em seguida um conflito a ser resolvido que é a questão da falta de tempo da mãe para brincar com seu filho. Percebemos que o pré-gênero é a narração e gênero situado é propaganda, mas contendo a hibridização com o gênero conto. Seguindo as categorias propostas por Fairclough, temos:

Gênero:	Discurso:	Estilo:
Propaganda de produtos de limpeza.	Consumista: induz o consumidor a adquirir o novo produto e machista visto que o papel da mulher é restrito a ser dona de casa.	O leitor/ observador, sobretudo o público feminino, pode se identificar devido a demanda de tarefas que muitas vezes acumulam pois o produto promete “resolver” esse problema.

“Era uma vez um menino que desejava que sua mãe tivesse mais tempo para brincar com ele. Assim, ele dedicou sua vida para encontrar soluções de limpeza melhores para as mães, foi assim que Mr. Músculo nasceu! Agora ele apresenta: Mr. Músculo cozinha total! Com gatilho de dupla ação. Sua exclusiva tecnologia 5 em 1 combina força e inteligência para eliminar a sujeira difícil e a gordura da cozinha. Essa é a ciência da limpeza difícil!

Observamos também que as ações exercidas são quase todas atribuídas ao menino, futuro adulto que resolve o problema da falta de tempo da mãe, em quase todo o enunciado, as ações verbais são deles “um menino que desejava”, “ele dedicou sua vida”, “Mr. Músculo nasceu! ”. Percebemos também que a caracterização da força e a inteligência é atrelada a figura masculina que aparece com salvador que tira o fardo das mães passarem horas limpando e não terem tempo para os seus filhos. Também aqui destacamos a estereotipação da mulher como “do lar”, aquela que cuida dos filhos e da casa, papel reducionista que não mostra uma mulher empoderada. Em seguida, analisamos as imagens em sequência de cenas.

Metafunção Representacional -

Cena 1 – Primeira imagem – Estrutura narrativa reacional não transacional – Há ação por parte do sujeito, mas este não interage com ninguém.



Imagem 2 - Estrutura representacional narrativa reacional transacional – O olhar do garoto é direcionada para sua mãe que está em seus afazeres.



Metafunção Interacional –

Cena 2 – Contato de oferta – O participante não olha diretamente para o telespectador/ observador.



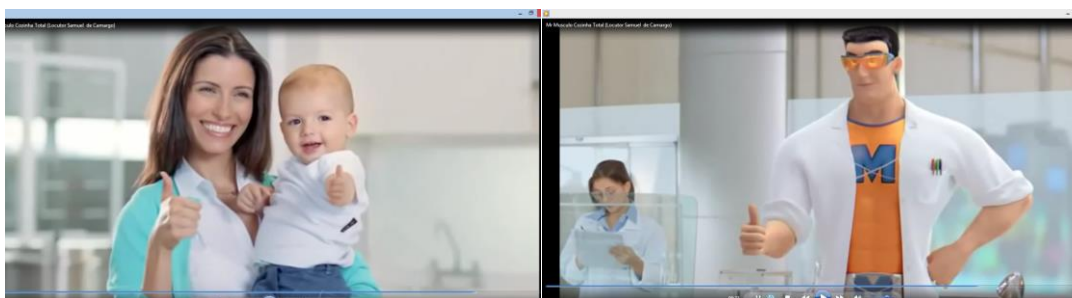
Cena 3 – Plano médio. Os participantes são mostrados até a altura da cintura ou pernas.



Cena 4 – Naturalista – a cena retrata o que ocorre na nossa realidade concreta.



Cena 5 – Metafunção Composicional - Informação central – Os sujeitos aparecem no centro do plano para ressaltar a importância destes na cena.

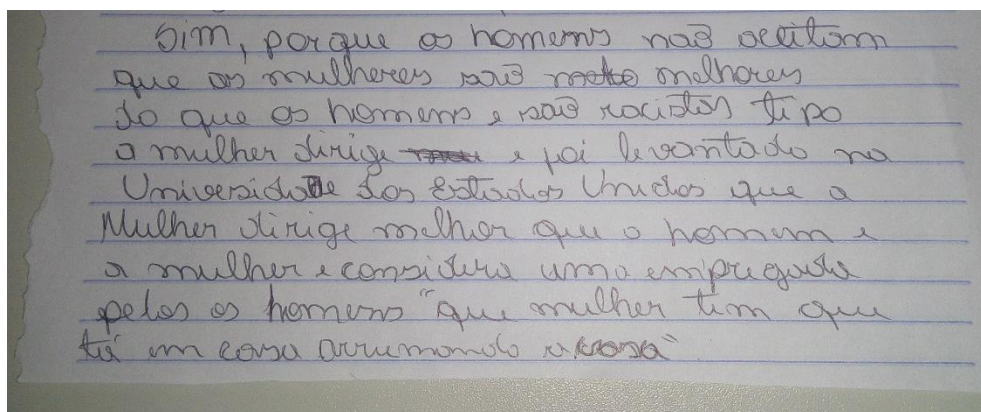


Cena 6 –
Metafunção Composicional – O novo produto é apresentado como solução para dona de casa.



Finalizada a explanação acerca das terorias exemplificadas, perguntamos aos discentes o que haviam achado, a maioria não se manifestou, parecia muito mais contemplar as imagens e seus muitos significados. Apenas dois alunos fizeram comentários, “ que era muito interessante” e “nunca tinha parado para pensar nisso”. Encerrando essa etapa, retomei a tarefa anteriormente cancelada devido ao esquecimento dos discentes, pedi que escrevessem um parágrafo ou mais respondendo ao questionamento “É difícil ser mulher na sociedade em que vivemos? “. Dos 9 participantes, apenas 7 se dispuseram a responder. Segue abaixo os textos dos mesmos:

Texto 1 –



Percebe-se nesse texto que também uma discriminação dessa vez em relação ao homem, visto que fala da superioridade da mulher em relação a este.

Texto 2 –

É muito difícil ser mulher na sociedade hoje em dia, mesmo no século XXI os homens ainda usam a expressão do "Sera feliz" quando se referem a mulher, as mulheres têm a mesma capacidade de inteligência de homem mais recebem menos que o homem em uma empresa por exemplo em que um homem e uma mulher trabalham no mesmo cargo o homem ainda recebe bem mais que a mulher, puro machismo! As mulheres também são assediadas na rua por exemplo quando passam com o short curto elas ficam nome de gente de gostoso, mas se usam uma roupa conservadora ficam nome de quem não quer ser vista...

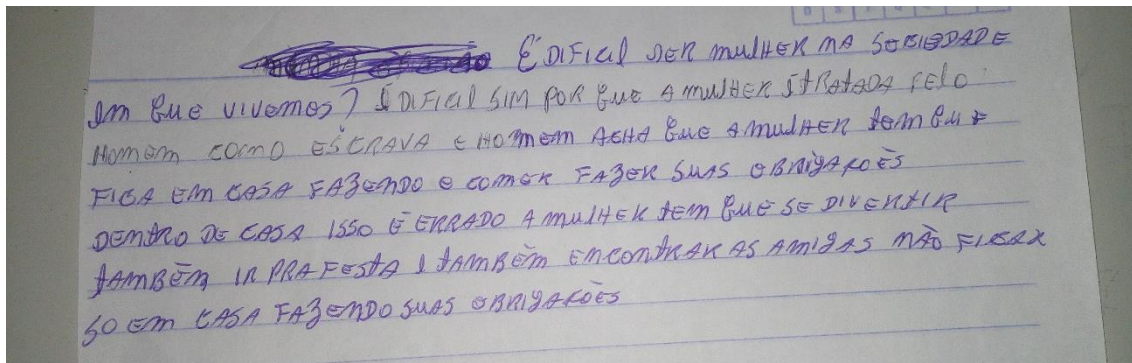
O texto traz um posicionamento crítico e engajado acerca das discussões de gênero, observando inclusive a violência contra a mulher, a diferença salarial e o preconceito com o estilo e vestimenta das mulheres.

Texto 3 –

Sim, porque existe muito machismo da parte da homem na sociedade de hoje em dia, porque no pensamento certo lugar de mulher é na cozinha, cuidando da casa e dos filhos. É também porque a mulher sofre muito assédio por conta da roupa. Muitas vezes chega a ser abusado e fica com quem chega a assédio até mesmo pois homens machistas abusam com a mulher quando ela veste a roupa curta, por conta da roupa. Então na minha opinião é difícil ser mulher na sociedade de hoje!

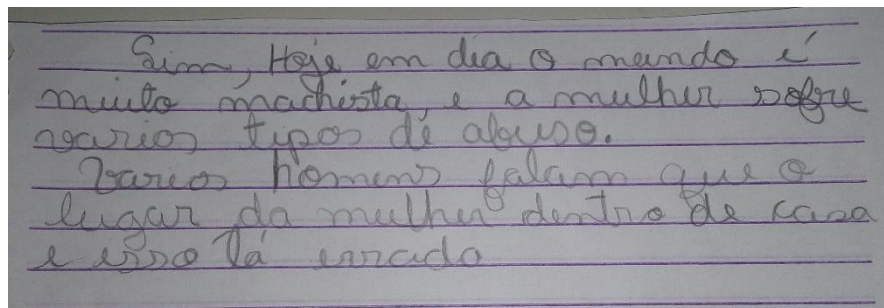
Também o texto 3 traz posicionamento crítico reconhecendo as práticas do machismo com relação aos assédios sofridos pelas mulheres, estupro, como também discriminação acerca do uso da roupa.

Texto 4 –



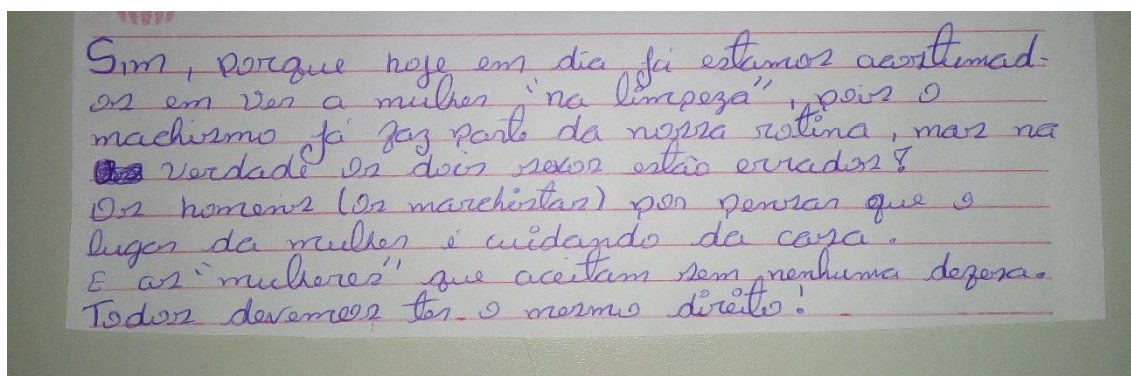
No texto 4, observamos que o discente se coloca contra o machismo que vê a mulher como uma escrava do lar, mas ao final ele afirma que ela não pode apenas ficar em casa fazendo as suas “obrigações”, ou seja, são delas estas responsabilidades.

Texto 5 –



Também o discente autor do texto 5 afirma ser difícil ser mulher na sociedade atual e acrescenta que ela sofre vários abusos.

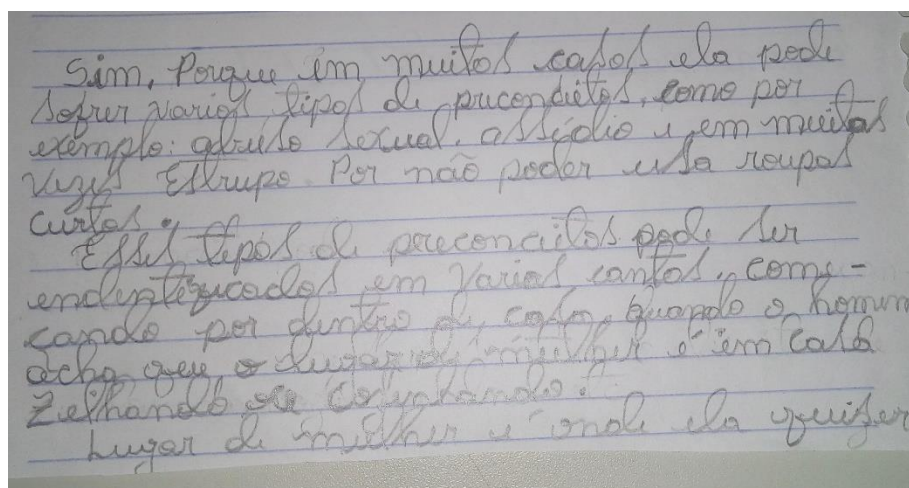
Texto 6 –



Sim, porque hoje em dia já estamos acostumados em ver a mulher "na limpeza", pois o machismo já faz parte da nossa rotina, mas na verdade os dois sexos estão errados! Os homens (os machistas) por pensar que o lugar da mulher é cuidando da casa. E as "mulheres" que aceitam sem nenhuma defesa. Todos deveriam ter o mesmo direito!

A autora do texto 6 traz uma discussão interessante através do seu ponto de vista, observando que os dois (homens e mulheres) estão errados, eles por tratarem a mulher como uma escrava e elas porque "aceitam sem nenhuma defesa".

Texto 7 -



Sim, porque em muitos casos ela pode sofrer vários tipos de preconceitos, como por exemplo: abuso sexual, assédio e em muitos casos Estupro. Por não poder usar roupas curtas. Esse tipo de preconceitos pode ser enmascarados em várias coisas, como quando por dentro de casa quando o homem acha que a mulher é prostituta e em casa zelando de tudo.

Também o autor do texto 7 compartilha da ideia de que é difícil ser mulher na sociedade atual, tendo em vista as opressões e preconceito por elas sofridas.

A partir da observação dos escritos dos alunos, percebemos que com relação a 1ª etapa do trabalho, já houve significativa mudança das posturas antes disseminadas em sala de aula.

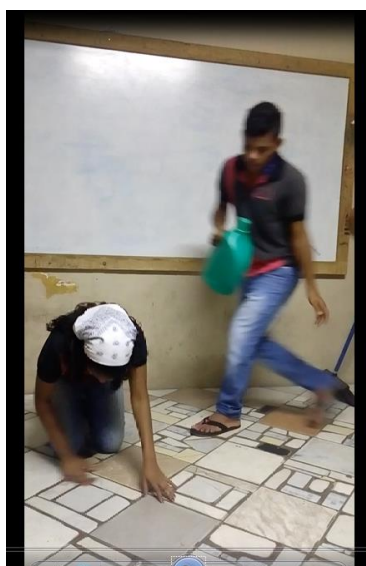
5ª Etapa –

Tempo previsto 2h/aulas.

No último momento de nossa atividade de intervenção, questionamos os alunos sobre como fariam uma propaganda de produtos de limpeza caso eles

fossem os autores. Em seguida, lançamos a proposta de produção de um vídeo com essa ideia. Os discentes em primeiro momento relutaram, mas depois concordaram em realizá-lo. Apesar do pouco recurso tecnológico e aparatos como vestimentas ou utensílios, os alunos gravaram o vídeo e contribuíram para o final da pesquisa. Abaixo, fizemos recortes das poucas cenas e legenda do que é dito em cada uma delas.

Cena 1 – (A mulher aparece limpando o chão quando se aproxima o rapaz dizendo: “Seus problemas se acabaram, chegou o superdesinfetante!”)



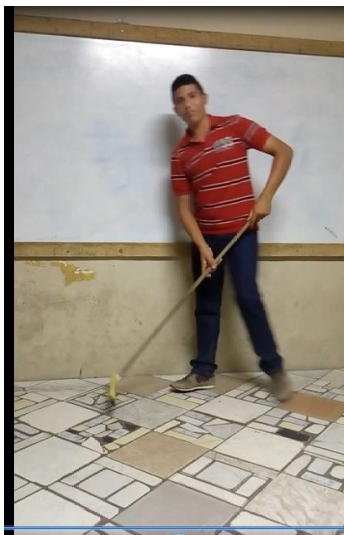
Cena 2 – (Na cena seguinte, a moça pega o produto, mas olha para câmera e pergunta “E quem disse que a limpeza da casa é um problema só meu? ”, em seguida ela sai.)



Cena 3 – (Ao ficar sozinho, o rapaz pega os utensílios e dá continuidade à limpeza, dizendo: “A mulher não é escrava do homem e nem do lar.” Dito isso, aparecem outros participantes, cada um deles proferindo uma frase.)



“O lugar da mulher é onde ela quiser. “



“A mulher tem que se divertir. “



“E a mulher tem que cuidar dos seus projetos pessoais. “

Cena 5 – No final, os demais entraram e pronunciaram a frase “O lugar da mulher é onde ela quiser. ”



7.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como Freire (1997), acreditamos que o letramento é instrumento da mudança social, uma vez que as práticas de relação de controle e poder em nossa sociedade ainda se encontram neutralizadas. Trazer para as aulas de língua materna uma proposta de intervenção que atrelasse a prática da interpretação do texto em suas muitas modalidades com a discussão de uma temática tão atual e polêmica, foi sem dúvida um grande desafio, uma vez que, conforme Lima & Silva (2008, p. 108):

A identidade de gênero social é, portanto, articulada e rearticulada conjuntamente com cada evento discursivo. Desse modo, podemos afirmar que homens e mulheres são construídos e constituídos por meio da linguagem, que é aqui identificada como prática social.

Os autores lidos ao longo de toda pesquisa nos nortearam e embasaram a inspiração para que esse trabalho se concretizasse, e acreditamos que nossos objetivos, ao menos em partes foram alcançados, sobretudo o de desconstruir o machismo utilizando o letramento crítico multimodal a partir da propaganda de produtos de limpeza. Objetivamos também compreender como as categorias de gênero, estilo e discurso implicam nas ideologias representadas através do gênero estudado. Para nós, o contínuo diálogo entre a Linguística e as Ciências sociais é cada vez mais necessário, visto que estamos inseridos num contexto sócio histórico em que uma pequena parcela da sociedade lucra demasiadamente com uma economia onde conhecimento e informação valem muito, sendo esta, portanto, baseada na linguagem. Não há como separar a linguagem das implicações que decorrem na sociedade. As autoras Resende & Ramalho (2006, p. 147) reforçam que

E possível notar que, a despeito de a ADC ser uma disciplina relativamente nova, já conta com uma história de desdobramentos à qual subjaz a intenção de superar possíveis limitações linguísticas que permeiam trabalhos com textos. (...) As implicações desse movimento descentralizador nas análises empíricas são importantes, especialmente no que concerne ao foco na dialética e ao caráter emancipatório da prática teórica em ADC.

É esse caráter emancipatório que tentamos construir ao longo de nossa pesquisa, e acreditamos que fomos felizes em boa parte dos resultados, pois, conforme explanamos, os últimos depoimentos por escrito demonstram atitudes já bem engajadas em relação à figura da mulher ser vista apenas como aquela que cuida do lar e de casa, é notória a mudança de posicionamento por parte de alguns que já conseguiram entender que a mídia de uma maneira geral acaba propagando ideologias de controle e opressão em relação à figura feminina.

Nossa intenção não foi a de afirmar que a mídia por si só constrói essas ideologias, mas que a conjuntura social permite que estas sejam disseminadas, visto que já se encontram neutralizadas em nossa sociedade, Lima & Silva (2008) ressaltam ainda que

Não podemos afirmar que, no mundo onde ocorrem mudanças com velocidade vertiginosa, a construção da identidade e a sua transformação por meio do discurso fique a cargo dos discursos veiculados no texto de propagandas. Porém, é ele um poderoso caminho para a efetivação desse processo, pois as identidades são construídas a partir das relações que estão em jogo nas práticas discursivas.

A partir dessas reflexões compreendemos em nossa análise que os discursos dos discentes ainda oscilam entre o discurso de liberação e de controle e que muito ainda pode ser feito. Não pretendemos através dessa pesquisa trazer a ideia de completude ou de um produto acabado, até porque na educação nada é produto acabado ou totalmente pronto. Que sejam lançados novos olhares e perspectivas e que venham a acrescentar maior possibilidade de mudança social no contexto em que estão inseridos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, D. B. L. Perspectivas em análise visual: do fotojornalismo ao blog. João Pessoa, Ed. da UFPB, 2008.
- BAKHTIN, M.M. **Estética da criação verbal**. Trad. : M.E. G. Gomes Pereira. São Paulo: Martins Fontes [1979], 1992.
- BAKHTIN, M. /VOLOCHINOV, V.N. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: 1986.
- BARBOSA, J. P. **Gêneros do discurso na escola: rediscutindo princípios e práticas**. I ed. São Paulo, FTD, 2012.
- BARBOSA, J. R. A. **Discurso e Ideologia**: análise crítica de textos didáticos para o ensino de inglês. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, 12(2), 2011.
- BARBOSA, J. R. A. **Por uma prática de letramento crítico**. Mossoró: Edições UERN, artigo no prelo, 2015.
- BRASIL, Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa/**
- CAMOCARDI, E.M, FLORY, S.F.V. **Estratégias de persuasão em textos jornalísticos, literários e publicitários**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.
- CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking critical discourse analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.
- COSTA, N. B. da. **Contribuições do Marxismo para uma Teoria Crítica da Linguagem**. Vol.16 n.1 São Paulo- SP, 2000.
- DELL'ISOLA, R. L. P. **Gêneros textuais [recurso eletrônico] : o que há por trás do espelho?** Organizadora– Belo Horizonte. FALE/UFMG, 2012.
- DIJK, T. A. V. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 281p. 2008.
- DOLZ, J.; SCHNEUWLY, B. **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas: Mercado das Letras. 2004.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Trad. de Izabel Magalhães. Brasília: Editora UNB, 2001,
- _____. **Analyzing discourse**: textual analysis for social research. London: Routledge, 2003.

- _____. **Critical discourse analysis**. In *Marges Linguistiques* 9, pp. 76-94, 2005.
- _____. **Critical Discourse Analysis**. London: Longman, 1995.
- _____. **Discourse and Social Change**. Cambridge: Polity Press, 1992.
- _____. **Discurso e mudança social**. Trad. de Izabel Magalhães. Brasília: Editora UNB, 2001.
- _____. **Language and Power**. London: Longman, 1989.
- FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2005.
- _____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Ed Loyola, 2010.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
- GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar Ed, 2002.
- GRAMSCI, A. **A Gramsci Reader: selected writings 1916-1935**. FORGACS, D. (org.) London: Lawrence and Wishart, 1988.
- HALLIDAY, M. A. K. **Introduction to functional grammar**. London: Edward Arnold, 1985.
- HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. **Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective**. Oxford: Oxford University Press, 1989.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. Trad. Izidoro Bliskstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1995.
- JANKS, H. **Literacy and power**. London: Routledge, 2010.
- JULIANO, Ana Cláudia Moraes. **Figuras de Linguagem no Discurso Publicitário: Análise de Anúncios em Revistas**. 2005. 132f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, Marília/SP.
- KATO, M. **No mundo da escrita: uma perspectiva psicolinguística**. São Paulo: Ática, 1986.
- KLEIMAN, Â. B. **Precisar ensinar o letramento – Não basta ensinar a ler e a escrever**. São Paulo - SP, 2005. Unicamp.
- KOCH, I. G. V. **Desvendando os segredos de texto**. São Paulo: Cortez Editora, 168 pp, 2002.

KRESS, G.; LEEWEN, V. T. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 2006.

KRESS, G.; VAN LEEWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 2006.

LIMA, M.C.de L., SILVA, M.R. da. **Propaganda, Discurso e Identidade de Gênero**. Cadernos de Linguagem e Sociedade, 9(1), 2008.

MAGALHÃES, Célia. **Reflexões sobre a análise crítica do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MAGALHÃES, I. **Análise do discurso publicitário**. Revista da ABRALIN. v. 4 n. 1 e 2, p. 231-260, 2005.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARX, Karl. ENGELS, Friedrich. **A ideologia Alemã**. Vol. I Portugal : Editorial Presença; Brasil : Martins Fontes, 1995.

MOTTA, A. P. F. **O letramento crítico no ensino/aprendizagem de língua inglesa sob a perspectiva docente**. Londrina, 2008. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/379-4.pdf>>.

Acesso em: 12 dez. 2015.

OLIVEIRA, D. M. **Análise crítica do discurso e letramento crítico**. Revista Fórum Identidades, v. 9, p. 73-84, 2011.

_____. **Representação Social Da Mulher No Discurso Publicitário: Uma Perspectiva Da Análise Crítica Do Discurso**. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xvi_cnlf/tomo_1/101.pdf acessado em 05 de setembro de 2016.

OLIVEIRA, L. A.; CARVALHO, M. A. B. **Fairclough**. In: **Estudos do discurso: perspectivas teóricas/ organização Luciano Amaral Oliveira**. -1ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

OTTONI, M. A. R, LIMA; M. C. de. **Discursos Identidades e Letramentos – Abordagens da Análise do Discurso Crítica**. 2014. São Paulo. Ed. Cortez.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. **Análise do discurso (para) a crítica: O texto com o material de pesquisa**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

_____. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. **Análise de discurso crítico e realismo crítico: implicações**

interdisciplinares. Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

_____. **Análise de discurso crítica.** São Paulo: Contexto, 2006.

ROJO, R.; MOURA, E. **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola editorial, 2012

ROMAGNOLO, J. A. **Uma análise linguística de algumas peças publicitárias: Os efeitos de ambiguidade e de humor.** Dissertação,(Mestrado) Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo 2006.

SANDMANN, A. **A linguagem da propaganda.** São Paulo: Contexto, 2003.

SCHNEUWLY, B.; DOLZ, J. **Gêneros orais e escritos na escola.** Trad. Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. São Paulo: Mercado de letras, 2004. Secretaria de Educação Fundamental. . Brasília. MEC/SEF, 1998.106 p.

SOARES, M. B. **Letramento e alfabetização:** as muitas facetas. Revista Brasileira de Educação, 2004.

_____. O que é letramento e alfabetização. In _____. Letramento: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998

STREET, B. V. **Literacy and Power?** Open Letter. vol.6, 1996.

_____. **Literacy in Theory and Practice.** Cambridge, Cambridge University Press, 1984.

SWALES, J. **Genre analysis:** English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação.** 4. ed. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1998.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna.** Petrópolis: Vozes, 1985.

TINOCO, G. M. de A. M. **Projetos de letramento: ação e formação de professores de língua materna.** São Paulo - SP,[s.n.] 2008.

VALOURA, L. D. **Paulo Freire, o educador brasileiro autor do termo empoderamento, em seu sentido transformado.** São Paulo, 2006.

ANEXOS



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN
 Faculdade de Letras e Artes – FALA
 Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS
 Mestranda: Milene Rafaelle de Lima Alves
 Orientador: Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A1

- 1 – Qual é a sua idade?
22
- 2 – Com quem você mora?
Pai e mãe
- 3 – Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?
3 mulheres
- 4 – Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?
12 homens
- 5 – Qual é a renda bruta de sua família?
R\$ 1.200,00
- 6 – Para você, qual é a função de uma mulher?
Trabalhar e cuidar
- 7 – Como é ser mulher na sociedade atual?
Muito difícil
- 8 – Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?
Ser feita de forma correta e não errada
- 9 – Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?
Sim, vi uma propaganda de detergente
- 10 – O que mais lhe chamou a atenção?
Muita coisa, mas não lembro mais
- 11 – Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?
Nome do produto
- 12 – Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?
Não
- 13 – Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?
A mãe que tinha uma boa relação com o filho
- 14 – Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?
Nome do produto, da marca
- 15 – Com relação às imagens, o que foi mais forte?
A mãe que estava triste
- 16 – Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por quê?
É por que ele quis apagar a mãe



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN
 Faculdade de Letras e Artes - FALA
 Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS
 Mestranda Milene Rafaelle de Lima Alves
 Orientador: Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A2

1 - Qual é a sua idade?

15 Anos

2 - Com quem você mora?

Com minha mãe e os meus dois irmãos

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

Eu e minha mãe, duas.

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

meus dois irmãos, 2 Meninos.

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

700 Reais.

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

Ela tem uma função como outra qualquer, ela pode estudar e ser o que quiser.

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

mesmo com a sociedade atualizando as mulheres, vindo se bem bullying por seu sexo.

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Sim, ela serve para divulgar um produto e influenciar o comprador desse produto. Ela precisa chamar a atenção do público para influenciar a compra.

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim.

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

Como eles mostram que o produto funciona com "a prova" que a mulher tem ali, ela pode tirar manchas.

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

como uma dona de casa com fúria procurando um bom produto de limpeza fácil de usar.

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

não, porque geralmente quem sempre lava os roupas é as mulheres.

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

A dedicação do menino para tirar sujeiras de um modo mais fácil, para as mães terem mais tempo para fazerem mais coisas.

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

"niter muscula limpeza total", porque o produto tira as sujeiras que eram difíceis de tirar e o produto tira a sujeira rapidamente.

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

A imagem no final do vídeo em que a mãe aparece com o bebê sorrindo.

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por quê?

não, porque tudo o que o vídeo mostrou foi só mais uma Propaganda Para a facilidade de Venda do Produto.



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN
Faculdade de Letras e Artes - FALA
Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS
Mestranda: Milene Rafaelle de Lima Alves
Orientador: Prof.^o Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A9

1 - Qual é a sua idade?

19 anos

2 - Com quem você mora?

Mãe, irmãos, avós e tio

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

cinco

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

três

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

Um dois mil

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

Cuidar da família e de sua casa

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

É difícil, porque tem que cumprir várias coisas no dia a dia

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Serve para divulgar e dar atenção às coisas que chamam atenção

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

Porque em toda propaganda de limpeza se aparece mulher trabalhando

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

Trabalhando

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

Não, porque na sociedade de hoje em dia é fazer o que se gosta na propaganda ficou para mim

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

O filho querendo a atenção da mãe

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

Essa é a lição da limpeza difícil

Porque diz que ajuda a mulher que trabalha com limpeza difícil

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

A mãe com a criança sorrindo

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por que?

Sim, porque facilitou a vida da mãe dele



Questionário - Teste de sondagem -

A4

1 - Qual é a sua idade?

18

2 - Com quem você mora?

Pai, 2 irmãos, 1 mulher (esposa do pai)

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

4 Quatro

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

1 Uma

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

900

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

Trabalhar muito para manter seus filhos

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

Difícil, ela sofre muito, abusos

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Diferenciar o produto

Conteúdo para mostrar que o produto é bom para toda

família.

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim...

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

Porque em toda propaganda de limpeza sempre tem o seu feminino.

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

Como a mulher, fosse sempre pra trabalhar de limpeza

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

Não, porque geralmente homens não fazem esse tipo de coisa

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

Porque ele mostrou mais tempo pra ele para que a mãe possa ter mais tempo pra ele

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

Essa é a ciência da limpeza difícil

Porque ele quer mais tempo pra sua mãe por isso ele ele seu tempo pra ela

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

Que a mãe sempre aparece limpando

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por quê?

Não, porque sim, porque ele encontrou uma solução para que sua mãe possa ter mais tempo pra ele



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN
Faculdade de Letras e Artes – FALA
Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS
Mestranda Milene Rafaelle de Lima Alves
Orientador: Prof^o. Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A5

1 - Qual é a sua idade?

15

2 - Com quem você mora?

Pai e mãe

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

1 Pessoa

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

3 Pessoa

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

2.000

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

Cuidar da casa

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

Muito difícil

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Sim, Para vender mais

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim, Porque o produto é bom

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

Porque o produto é bom

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

Comada

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

Sim, Porque é tudo a mesma coisa

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

A maneira do Produto na hora que Passou na Parede

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

não

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

A imagem dele segurando o Produto

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por que?

Foi justo porque ele fez o bem a mãe dele



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN
Faculdade de Letras e Artes - FALA
Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS
Mestranda Milene Rafaelle de Lima Alves
Orientador: Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

AL

- 1 - Qual é a sua idade?
21
- 2 - Com quem você mora?
com meus pais
- 3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?
so uma que é minha mãe
- 4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?
7 pessoas
- 5 - Qual é a renda bruta de sua família?
450 REAIS
- 6 - Para você, qual é a função de uma mulher?
PARA CUIDAR DOS FILHOS E DE CASA
- 7 - Como é ser mulher na sociedade atual?
É muito difícil porque elas são muito criticadas
- 8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?
SERVE PARA ORIENTAR AS PESSOAS PARA SABER O QUE ELAS
ESTÃO COMPRANDO
- 9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?
sim
- 10 - O que mais lhe chamou a atenção?
SERVE PARA TIRAR MANCHAS RAPIDAMENTE
- 11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?
COMO UMA DONA DE CASA
- 12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?
NÃO TERIA SENTIDO POR QUE ESSA PROPAGANDA É EM MAS QUEREM MULHERES POR QUE
- 13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?
É QUE ME CHAMOU MAIS ATENÇÃO FOI NA HORA QUE O MEMBRO ERAM UM PRODUTO PARA A
AVIÇA DA MÃE
- 14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?
ESSA FRASE ME CHAMOU ATENÇÃO PORQUE É TOTAL ME CHAMOU ATENÇÃO
- 15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?
A IMAGEM MAIS FORTE FOI A MÃE DO MEMBRO SOFRENDO PORQUE A LIMPA A LIMPA
- 16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por quê?
É JUSTO POR QUE FACILITAR AS MÃES A TRABALHAR MELHOR



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN
Faculdade de Letras e Artes – FALA
Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS
Mestranda Milene Rafaelle de Lima Alves
Orientador: Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A7

1 - Qual é a sua idade?

35

2 - Com quem você mora?

Mãe, irmã

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

3

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

0

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

R\$ 2.500,00

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

Para ~~trabalhar~~ de conta da casa

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

Muito difícil, sofre muito sucamento por roupa etc...

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Sim, Para anunciar um produto

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

A Rapidez em ~~limpar~~ limpa

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

Como a dona de casa

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

Não, porque na sociedade atual o lugar do homem é no trabalho

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

Foi a parte que a Mãe não teve tempo pra ele

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

"Limpeza melhor para as Mães" Porque essa função não é só para mães

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

O Bubi sorrindo com a mãe

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por que?

Não. Porque a limpeza não é só pra mãe



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN
 Faculdade de Letras e Artes – FALA
 Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS
 Mestranda Milene Rafaelle de Lima Alves
 Orientador: Prof.^o Dr. José Roberto Alves Barbosa

Questionário - Teste de sondagem -

A8

1 - Qual é a sua idade?

15

2 - Com quem você mora?

com meus pais e 2 dois irmãos

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

3

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

2

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

2.000.00

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

cuidar da família e a casa

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

Ela não muito aceita na sociedade

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

Sim, propaganda serve para que as coisas consumam mais

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

~~é que ela limpa~~ Sim

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

é que o produto limpa

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

sempre sorrindo

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

não, porque o homem não limpa a casa

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

é que as mães de crianças não tinham tempo para brincar

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

Esta é a ciência da limpeza difícil, porque a mulher tem muito trabalho limpando e ficou mais feliz

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

a mãe trabalhando

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por quê?

sim, porque valorizou o trabalho da mulher



Questionário - Teste de sondagem -

AB

1 - Qual é a sua idade?

15 anos

2 - Com quem você mora?

Minha mãe e o meu irmão

3 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo feminino?

2 pessoas

4 - Quantas pessoas em sua casa são do sexo masculino?

1 pessoa

5 - Qual é a renda bruta de sua família?

850

6 - Para você, qual é a função de uma mulher?

A função da mulher é fazer o que ela deseja.

7 - Como é ser mulher na sociedade atual?

ser mulher é estar na cozinha limpando e cozinhando.

8 - Você sabe para que serve uma propaganda? O que ela precisa ter?

para anunciar um novo produto, aparelho etc.
uma imagem de como aquilo ou peça é que serve o produto

9 - Já assistiu a propagandas de produtos de limpeza?

Sim

10 - O que mais lhe chamou a atenção?

A falta de homens em comerciais de limpeza.

11 - Como a mulher aparece nesse tipo de propaganda?

limpando geralmente pratos e pisos.

12 - Se a propaganda fosse feita com homens, teria mesmo sentido? Por quê?

não, porque a sociedade já se acostumou com o mulheres na

13 - Sobre o vídeo assistido, o que mais foi importante para você?

a preocupação do filho por sua mãe

14 - Alguma palavra, expressão ou frase lhe chamou atenção? Por quê?

O desespero do filho para ajudar sua mãe.

15 - Com relação às imagens, o que foi mais forte?

O espanto do seu filho.

16 - Na sua opinião, o ponto de vista exibido no vídeo é justo? Por que?

não, porque não somos obrigados a limpar casa
a sociedade já está acostumada com esse
tipo de mecanismo. Mas, devemos ter os mesmos
direitos.