



Interdisciplinary

LINKSCIENCEPLACE

DOI: 10.17115

ISSN: 2358-8411

Scientific Journal



Interdisciplinary Scientific Journal. ISSN: 2358-8411

Nº 4, volume 4, article nº 5, October/December 2017

D.O.I: <http://dx.doi.org/10.17115/2358-8411/v4n4a5>

Accepted: 12/05/2017 Published: 30/12/2017

A NECESSIDADE DA AMPLIAÇÃO DO ALFABETISMO CRÍTICO POR MEIO DO DESENVOLVIMENTO DA CAPACIDADE LEITORA

Kenner Roger Cazotto Terra¹

Doutor em Ciências da Religião (UMESP)

Eliana Crispim França Luquetti²

Doutora em Linguística (UFRJ)

Sonia Maria da Fonseca Souza³

Doutoranda em Cognição e Linguagem (UENF)

Clodoaldo Sanches Fófano⁴

Mestrando em Ciências das Religiões (Faculdade Unida de Vitória)

Resumo: Este estudo tem por objetivo apresentar um possível diálogo entre os estudos da Linguagem da Arte e da Análise do Discurso de Linha Francesa (ADF). Discuti a necessidade de uma educação que amplie o alfabetismo crítico em relação à mídia e dê importância ao desenvolvimento de competências que auxiliarão o progresso de habilidades cognitivas nos educandos. Dentre essas capacidades que necessitam ser ampliadas no educando, cabe destacar a prática da leitura que produz um sujeito/leitor que é parte ativa na construção discursiva. Assim, o texto não é uma estrutura terminada, o sentido do texto se completa no seu leitor e a leitura é uma ação participativa, ativa, interativa. Dessa maneira, o educando terá a capacidade de reagir criticamente contra as seduções dos textos publicitários, não se comportando mais como sujeito passivo, tornando-se um cidadão autônomo, liberto, completo, pronto para exercer a cidadania como instrumento transformador do meio em que faz parte.

Palavras-chave: Educação. Alfabetismo crítico. Construção discursiva. Cidadão autônomo.

¹ Doutor em Ciências da Religião (UMESP), professor do programa de mestrado profissional em Ciências das Religiões da Faculdade Unida de Vitória. Membro do grupo Oracula de Pesquisa e SBL. E-mail: kenner@faculdadeunida.com.br

² Doutora em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora Orientadora Doutorado em Cognição e Linguagem - UENF. E-mail: elinaff@gmail.com

³ Doutoranda em Cognição e Linguagem, pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. E-mail: sonifon1@hotmail.com.

⁴ Mestrando em Ciências das Religiões, pela Faculdade Unida de Vitória. E-mail: clodoaldosanches@yahoo.com.br

Abstract: This study aims to present a possible dialogue between the studies of the Language of Art and Analysis of French Speech Discourse (AFSD). It has discussed the need for an education that enhances critical literacy in relation to the media and gives importance to the development of skills that will assist the progress of cognitive skills in learners. Among those skills that need to be expanded in the learner, it is worth mentioning the practice of reading that produces a subject /reader who is an active part in the discursive construction. Thus, the text is not a finished structure, the meaning of the text is complete in its reader and reading is a participatory, active, interactive action. In this way, the learner will have the capacity to react critically against the seductions of advertising texts, not behaving as a passive person, becoming an autonomous citizen, free, complete, and ready to exercise citizenship as an instrument transforming the environment in which he does part.

Keywords: Education. Critical literacy. Discursive construction. Autonomous citizen.

Introdução

Ao partir do pressuposto que educar é proporcionar a melhoria das qualidades em cada indivíduo, é relevante observar como Peixoto (2008, p.36) corrobora com esse pensamento ao destacar que “educar é um ato criador, é dar vida”. Assim, por meio desse ato de criar, o ser humano pode construir uma concepção de si mesmo e do mundo em que o rodeia.

Esse novo modelo educacional deve criar, ampliar no educando a capacidade de superar as dificuldades que se manifestam no dia a dia de uma sociedade pós-moderna. A fim de superar tais problemas, cabe a escola o desenvolvimento da capacidade leitora de seus educandos, de forma que eles tenham condições de lutar contra os ardis da mídia e não serem vítimas da publicidade. Para tanto, o leitor desses textos necessita ser ativo, um sujeito participante na construção discursiva. Um homem novo, liberto dessa opressão provocada pela publicidade, até porque ler como atividade de produção de sentido não é uma tarefa fácil.

A mídia associa aos produtos que são anunciados uma imagem positiva, criando no indivíduo a necessidade de consumi-los. Dessa maneira, procura aproximá-los do consumidor, tornando-os banal e ao mesmo tempo necessários ao consumo. Antigamente não era assim. Os anúncios publicitários tinham a intenção de apenas anunciar um produto, informar, mas com a dominação permanente da sociedade de consumo, a publicidade não é a mesma.

A publicidade, utilizando de maneira simples as palavras, pode transformar um relógio em joia, um carro em símbolo de prestígio e um pântano em paraíso, adverte

Bolinger citado por Carvalho (2014). Assim sendo, as palavras possuem um poder de criar e destruir, afirmar e negar. E a publicidade se vale de tais meios ao seu favor.

Por isso, a importância de se criar um leitor participativo no processo de construção discursiva. Dentro dessa concepção, o texto se torna o lugar de intercâmbio de sujeitos sociais. Uma consideração importante de Koch (2008, p. 26) é que o texto não é uma estrutura terminada. Sendo assim, o diálogo do leitor com o texto também contribui para a construção textual. Nesse sentido, isso se torna uma realidade ao levar em consideração que o sentido do texto se completa no seu leitor. Logo a leitura é uma ação participativa, ativa, interativa.

Assim, é no ato da leitura que o texto vai criando formato e sua significação vai sendo construída pelo leitor através de uma relação interacional entre leitor e texto lido de maneira efetiva, sem que essa atividade seja mecânica e passiva. É daí, então, que nasce um leitor capaz de discernir as artimanhas da mídia, sem se tornar presa fácil das mensagens veiculadas por ela.

Esse hoje é grande desafio das escolas, oferecerem aos educandos uma proposta pedagógica que desenvolva competências que lhes possibilitem a ler os diversos tipos de linguagem, um indivíduo multiletrado. Para isso, é preciso o desenvolvimento de um trabalho que ultrapasse o código linguístico, privilegiando o contato real do estudante com uma variedade de textos midiáticos produzidos que circulem socialmente e que são importantes para o exercício da cidadania.

2 Uma nova proposta de educação para uma sociedade dominada pelo consumismo

Os dias atuais exigem uma educação que construa ou reconstrua o ser em sua completude, desfazendo a fragmentação que permeia a humanidade. Essa educação deve situar os educandos frente aos desafios, incertezas e inseguranças deste tempo, de forma que eles se sintam incluso como sujeito. Nesse sentido, faz-se necessário uma educação que amplie o alfabetismo crítico.

Para Paulo Freire (2013, p. 28) “O educar democrático não deve negar-se o dever de, na sua prática docente, reforçar a capacidade crítica do educando, sua curiosidade, sua insubmissão.”

O conceito de alfabetismo utilizado aqui é aquele que está vinculado com um discurso de emancipação, possibilidades, esperança e luta, de acordo com a concepção de

Giroux citado por Kellner (1995). Um alfabetismo que permite o educando sobreviver em meio a uma enxurrada de imagens, mensagens que a mídia despeja sobre a nossa cultura.

E a concepção de educação que vai de encontro com tal conceito de alfabetismo, é o ponto de vista Freiriano, no qual pode-se também dizer que a mídia representa o opressor, enquanto que o educando é o ser oprimido. De acordo com o referido autor, conclui-se que ampliar o alfabetismo crítico seria libertar esse educando oprimido.

Ressalta Paulo Freire (2001, p. 35) que:

A libertação, por isso, é um parto. E um parto doloroso. O homem que nasce deste parto é um homem novo que só é viável na e pela superação da contradição opressores-oprimidos, mas homem libertando-se. Esta superação não pode se dar em termos puramente idealistas. Se faz indispensável aos oprimidos, para a luta por sua libertação, que a realidade concreta de opressão já não seja para eles uma espécie de “mundo fechado” [...] do qual não se pudesse sair, mas uma situação que apenas os limita e que eles podem transformar [...].

Com frequência, qualquer pessoa, ao acordar de manhã tem possibilidades de pegar o jornal, enquanto toma café, e lá encontrar inúmeras propagandas. Em seguida vai à caixa de correios e descobre que recebeu vários folhetos, também de propagandas. Depois, ao sair na rua com certeza encontrará pessoas distribuindo mais folhetos e folders. Ao olhar ao seu redor encontrará *outdoors* e faixas anunciando diversos produtos. Diante de tais fatos, fica evidente que a humanidade convive no dia a dia com uma gama de mensagens publicitárias.

É sobretudo importante assinalar, que a mídia é o conjunto de meios de comunicação (internet, rádio, televisão, jornais, revistas, etc.). Essa, por sua vez utilizada de todas as maneiras para tornar público à propaganda de determinado produto. Para tanto, a linguagem midiática não procura dar prioridade as competências funcionais dos produtos, bens e serviços anunciados e sim enfatizar as supostas propriedades simbólicas, mágicas, verdadeiras fantasias ilusionistas. Sem deixar, é claro, de referir a serventia e a qualidade dos produtos anunciados.

As mensagens midiáticas buscam especialmente construir atmosferas sedutoras para a apresentação de seus produtos, de modo a prevalecer sobre a face material das coisas, correspondendo a uma espécie de tratamento fantasioso dos produtos a serem

adquiridos, de maneira que o consumidor, antes mesmo de comprar o produto, primeiro o faça de maneira simbólica, aceitando-o como um auxílio mágico.

A comprovação da competência da mídia, em atuar como potência sublimadora faz crer que ela entende tanto dos sonhos humanos, quanto a psicanálise. A mídia é ban-ban-ban na arte de influir nas pessoas a sensação de plenitude – o acesso ao fácil, ao sublime e a um paraíso-aqui-agora, sem essa de que para chegar até lá é necessária uma vida de boas ações e virtudes. Portanto, a mídia funciona como uma fábrica de fantasias.

Diante disso, afirma Kellner (1995, p. 107):

O objetivo será desenvolver um alfabetismo crítico em relação à mídia, um alfabetismo que contribua para tornar os indivíduos mais autônomos e capazes de se emancipar de formas contemporâneas de dominação, tornando-se cidadãos/ãs mais ativos/as, competentes e motivados/as para se envolverem em processos de transformação social.

As artimanhas de sedução da mídia a cada dia têm-se proliferado. É notório que se vive hoje em uma cultura saturada de imagens, que infelizmente é acompanhada por um declínio na taxa de alfabetismo, uma perda na análise crítica. Sendo assim, o indivíduo recebe uma gama de mensagens de forma passiva, sem ter condições de reagir criticamente.

Para combater esse mal, as escolas têm que proporcionar aos educandos uma pedagogia que crie competências que lhes permitam a ler textos com diferentes linguagens, desenvolvendo assim uma consciência crítica, ensinando-lhes “apreciar, decodificar, interpretar em especial as imagens, analisando tanto a forma como elas são construídas e operam em nossas vidas, quanto o conteúdo que elas comunicam em situações concretas” – conforme evidencia Kellner (1995, p. 109).

Essa pedagogia tem que articular todos os sentidos por meio de linguagens expressivas, unificando todas as funções psíquicas: pensamento, sensação e intuição, como sustenta Peixoto (2008, p. 47). A superação determina a inclusão crítica dos oprimidos na realidade opressora, de maneira que os oprimidos busquem estratégias necessárias à libertação.

Assim, cabe a escola a função de despertar entre as habilidades cognitivas a criatividade nos educandos, pois por meio dessa habilidade os educandos terão condições

de dar sentido as mensagens recebidas e, então, poderão reagir criticamente, como leitores ativos.

Mister se faz destacar que a criatividade possibilitará aos educandos a superação da manipulação da linguagem, do uso intensivo e excessivo de verbos no imperativo e de adjetivos, do eufemismo e da sedução das imagens nas mensagens midiáticas.

Paulo Freire (2013, p. 33), salienta que:

A curiosidade como inquietação indagadora, como inclinação ao desenvolvimento de algo, como pergunta verbalizada ou não, como procura de esclarecimento, como sinal de atenção que sugere alerta, faz parte da integração do fenômeno vital. Não haveria criatividade sem a curiosidade que nos move e que nos põe pacientemente impacientes diante do mundo que não fizemos, acrescentando a ele algo que faremos.

De acordo com Japiassu (2001, p. 44) apoiando-se em Vygotsky “[...] é exatamente a atividade criadora das mulheres e dos homens que faz as espécies humana projetar-se no futuro, transformando a realidade e modificando o presente”. Portanto, a criatividade proporciona desenvolvimento cultural de forma que os educandos serão transformadores, dando forma a uma outra realidade, na qual o indivíduo não se comportará mais como sujeito passivo, mudando assim o comportamento humano.

Assinala, ainda, Fayga (1996, p. 10) que “o homem cria não apenas porque quer, ou porque gosta, e sim porque precisa; ele só pode crescer, enquanto ser humano, coerente, ordenado, dando forma, criando.” Sendo assim, a atividade criadora torna-se uma necessidade que deve ser despertada nas escolas, quebrando o estigma de que apenas um grupo seletivo é competente para desenvolver essa habilidade. A sensibilidade criadora “é patrimônio de todos os seres humanos” – explicita Fayga (1996, p. 12).

Em contrapartida, vale ressaltar que a importância desse trabalho está longe de ser reconhecida, pois esse traz prejuízos para o mercado capitalista. Como retrato dessa realidade, verifica-se que se investe mais em publicidade do que em educação. Logo, percebe-se que a aplicação dessa pedagogia crítica não produz vantagens para o sistema econômico vigente.

Independente disso os textos publicitários devem ser levados para a sala de aula, substituindo a prática pedagógica centrada e cristalizada nos livros impressos, em especial

nos clássicos da literatura. Ler, estudar os textos publicitários proporciona ao educando capacidade para lidar com variedade de mensagens que fazem parte do seu cotidiano, tornando o ensino-aprendizagem mais significativo e prevenindo-o contra a mídia.

Dessa maneira, os educandos perceberão que a publicidade não é apenas um texto informativo, e sim um texto persuasivo, em que suas imagens não vendem apenas um produto, mas também ditam uma visão de mundo, um estilo de vida a ser seguido. Carvalho (2014) adverte que as palavras são escolhidas em função da força persuasiva que possui, clara ou dissimulada, com o poder de integrar o receptor à sociedade de consumo. É algo parecido com a crença em Papai Noel: mesmo que não acreditem no mito, todos o aceitam como símbolo de amor e proteção.

Oportuno se faz destacar que garantir um alfabetismo crítico é fornecer aos indivíduos uma educação que possibilite a construção de competências emancipatórias para resistirem à manipulação produzida pelo capitalismo consumista. Além disso, proporciona também habilidades para ler as tendências atuais e observar as mudanças na sociedade.

Para corroborar com esse raciocínio, Kellner (1995, p. 126) declara que:

Adquirir um alfabetismo crítico no domínio da aprendizagem da leitura crítica da cultura popular e da mídia envolve habilidades de construção e de desconstrução, de compreender como os textos culturais funcionam, como eles significam e produzem significados, como eles significam e moldam seus/suas leitores.

Agindo assim, a escola experimentará o fortalecimento da capacidade leitora do educando, que aprenderá a avaliar aspectos de sua cultura que normalmente são citados como naturais, resistindo assim à imposição de certas mensagens que se manifestam em textos midiáticos, tonando-se homens insubordinados a qualquer opressão.

3 A leitura como atividade de construção de sentido numa relação interacionista entre autor-texto-leitor

Compreender plenamente o que se lê não é uma tarefa fácil, nem depende de heranças genéticas, muito menos de uma ação isolada praticada pelos pais ou até mesmo pela escola. O entendimento de um texto exige habilidade, interação, muito trabalho, e não simplesmente uma extração de informações objetivas.

Marcuschi (2008, p. 230) afirma que:

Na realidade, sempre que ouvimos alguém ou lemos um texto, entendemos algo, mas nem sempre essa compreensão é bem-sucedida. Compreender nem sempre é uma ação linguística ou cognitiva. É muito mais uma forma de inserção no mundo e um modo de agir sobre o mundo em relação com o outro dentro de uma cultura e uma sociedade.

Dentro dessa concepção de leitura, o leitor é elemento fundamental na construção discursiva, porque é por meio dele que se constrói os efeitos de sentido entre interlocutores. É a partir dele que surge o discurso, sem ter domínio sobre o que diz, é determinado sem se dar conta, a dizer o que seu lugar de formação social impõe que seja dito.

Segundo Paulo Freire (2013, p. 29):

Não se lê criticamente, como se fazê-lo fosse a mesma coisa que comprar mercadoria por atacado. Ler vinte livros, trinta livros. A leitura verdadeira me compromete de imediato com o texto que a mim se dá e que me dou e de cuja compreensão fundamental me vou tornando também sujeito.

A apreensão do texto é condicionada a atitude e reação do texto. Assim, pode-se considerar que um texto foi esteticamente aceito desde o momento em que ele produziu efeito em seu leitor. Nesse sentido, o importante agora não é apenas a significação do texto, mas também os efeitos produzidos pelo texto. A noção de efeito supõe, entre outras coisas, a relação de interlocução na construção de sentidos.

Todo texto só produz sentido quando é lido, pois a leitura vista em sua acepção mais ampla, pode ser entendida como atribuição de sentidos. Por isso se pode dizer que o cerne da produção de sentidos está na relação entre o dito e o compreendido.

Oportuno se torna destacar que na leitura acontece um processo de elaboração do texto, que se realiza por meio do uso de algumas faculdades humanas. O texto é um potencial de efeitos que se atualiza no processo de leitura. Por meio dele acontecem intervenções no mundo, nas estruturas sociais dominantes etc. No entanto, isso é possível porque o texto mexe com a conduta do leitor, provoca impacto.

De acordo com Orlandi (2008, p. 9):

[...] a leitura é o momento crítico da produção da unidade textual, da sua realidade significante. É nesse momento que os interlocutores se identificam como interlocutores e, ao fazê-lo, desencadeiam o processo de significação do texto. Leitura e sentido, ou melhor, sujeito e sentido se constituem simultaneamente, num mesmo processo.

Um texto no ato da leitura passa por uma reflexão por parte do leitor a fim de construir a significação devida. Na atividade de leitores ativos, serão estabelecidas relações de conhecimentos anteriores adquiridos com novos conhecimentos presentes no texto, realizando assim, inferências, formulações, comparações, perguntas pertinentes ao conteúdo do texto.

O texto não formula significação sozinho, portanto, somente por intermédio da leitura é que o texto se torna efetivo. Isso vale igualmente para aqueles que se tornaram tão históricos que sua significação não tem mais efeito imediato, ou para aqueles que fazem parte de um mundo que não existe mais, mas que pela leitura, ele pode ser visualizado, embora pareça estranho, também pode ser compreendido.

Na leitura de um texto se realiza a interação entre a estrutura de uma obra e seu receptor, por isso, a análise de um texto não pode dedicar-se apenas à configuração do texto, porém na mesma medida aos atos de sua apreensão. É a partir dessa interação que as indeterminações dos textos, que não devem ser vistas como defeito, mas como condições elementares de comunicação, vão possibilitar que o leitor participe da produção da intenção textual.

A leitura como processo complexo exige do leitor uma competência cognitiva para estruturação do texto, que no fluxo temporal da leitura produz uma sequência de reações, na qual a significação do texto é gerada. Do mesmo modo, conclui-se que sem a introdução do leitor, uma teoria do texto já não é mais possível. Assim, isso equivale dizer que o leitor se converte na “referência de sistema” do texto, cujo sentido só se constrói pelo processo de leitura, ou seja, pela sua atuação como sujeito ativo nesse processo.

Orlandi (2008, p. 11), pronunciado a esse respeito, acrescenta:

Isso mostra como a leitura pode ser um processo bastante complexo e que envolve muito mais do que habilidades que se resolvem no

imediatismo da ação de ler. Saber ler é saber o que o texto diz e o que ele não diz, mas o constitui significativamente.

Igualmente, os textos só adquirem sua realidade quando são lidos. De acordo com Iser (1996, p. 73): “[...] isso significa que as condições de atuação do texto se inscrevem na própria construção do texto, que permite construir o sentido do texto na consciência receptiva do leitor”.

O texto por si só não carrega significados, ele deixa pistas para a construção de significados pelo leitor a partir do seu próprio conhecimento. Essa capacidade do leitor de abstração de informações pela leitura tem sido considerada uma das habilidades mais importantes dentro do processo de leitura. Esse leitor é denominado leitor proficiente. Assim, o sentido de um texto também está determinado pelo seu leitor.

Para um leitor proficiente, o conhecimento de mundo é indispensável quando utilizado junto com outras fontes de informação textuais, de nível fonológico, morfológico, sintático, semântico, pragmático e discursivo. Em especial quando se trata de leituras de textos publicitários.

Alega Kleiman (2001, p. 110):

O conhecimento linguístico faz parte constitutiva da competência discursiva; queremos, contudo, marcar o fato de que a capacidade de usar a estrutura linguística é uma estratégia que depende de conhecimento tão enraizado que, na área de leitura, é considerado um processo inconsciente do leitor, [...].

No universo discursivo, a união desses elementos linguísticos vai favorecer a construção de sentidos em um nível extraordinária. Logo, pode-se afirmar que o ato de ler demanda diversas atividades linguísticas e cognitivas. Assim, esse nível de leitura não vai ser apenas decodificação de palavras.

Evidencia Orlandi (2008, p. 38):

[...] o leitor não apreende meramente um sentido que está lá; o leitor atribui sentido ao texto. Ou seja, considera-se que a leitura é produzida e se procura determinar o processo e as condições de

sua produção. Daí se pode dizer que a leitura é o momento crítico da constituição do texto, o momento privilegiado do processo de interação verbal, uma vez que é nele que se desencadeia o processo de significação.

Sendo assim, como já foi dito anteriormente, a leitura vai ser uma atividade participativa, interativa, meio de comunicação, na qual o leitor não é apenas receptor passivo, mas um participante ativo na construção discursiva. Um sujeito que não se domesticou ao texto, que leu horas a fio produzindo variadas ponderações, sem que a prática leitora se tornasse uma atividade mecânica, mais sim, um ato de reflexão do mundo que o cerca.

Para ampliar essa reflexão, deve-se considerar ainda que a construção de sentido de um texto estará relacionada ao nível de conhecimento armazenado pelo leitor. Salienta Koch & Elias (2008, p. 21): “A leitura e a produção de sentido são atividades orientadas por nossa bagagem sociocognitiva; conhecimentos da língua e das coisas do mundo (lugares sociais, crenças, valores, vivências).” Por isso, então, dizer que “a compreensão de um texto também é um exercício de convivência sociocultural” – afirma Marcuschi (2008, p. 231)

Portanto, o nível de conhecimento vai diferenciar de um leitor do outro, proporcionando várias leituras de um único texto e conseqüentemente uma pluralidade de construção de sentido que acontece somente pela relação entre texto e leitor, mas é preciso incluir nessa prática a presença do autor desse texto. Assim se construirá uma relação de interação entre autor-texto-leitor, de maneira que o trabalho de produção de sentido passa a ser visto como uma ação desenvolvida em conjunto, pois compreender um texto é uma atividade colaborativa.

De acordo com Orlandi (2008, p. 9):

Há um leitor virtual inscrito no texto. Um leitor que é constituído no próprio ato da escrita. Em termos do que denominamos “formações imaginárias” em análise de discurso, trata-se aqui do leitor imaginário, aquele que o autor imagina (destina) para seu texto e para quem ele se dirige.

Encontra-se em Fernanda & Anna (2001, p. 255): “[...] a produção textual é uma construção interacional, ou seja, os interlocutores estão obrigatoriamente, e de diversas maneiras, envolvidos no processo de construção e compreensão de um texto”. Para tanto, o

sentido do texto não se aloja em cada um dos interlocutores separadamente, mas está no espaço discursivo criado pelos interlocutores.

Segundo Iser (1996, p. 49)

Enquanto se fala da intenção do autor, da significação contemporânea, psicanalítica, histórica etc. dos textos ou de sua construção formal, os críticos raramente se lembram de que tudo isso só teria sentido se os textos fossem lidos.

Nesse percurso, observa-se que a leitura é uma atividade que exige grande participação do leitor. Se o autor construiu um texto deixando lacunas ou mensagens implícitas, caberá ao leitor completar as lacunas ou perceber essas mensagens subtendidas. Como exemplo desse fato vale destacar os “não-ditos” que estão presentes nas mensagens publicitárias, porém que se manifestam na construção de sentido do texto como um enunciado dito.

A maneira a qual o autor constrói o texto pressupõe a participação do leitor na construção de sentido. É claro que para chegar a essa construção, o leitor também precisa levar em consideração as pistas e sinalizações que o próprio texto vai oferecer. Igualmente, essa construção envolve vários exercícios cognitivos, não é uma atividade instantânea como se imagina.

Do mesmo modo, já que o discurso se completa no leitor, a escola precisa por meio de a leitura fazer desse sujeito um educando liberto, capaz de perceber as estratégias da propaganda dentro da sociedade de consumo.

4 Considerações Finais

Em pleno século XXI, em meio a grandes avanços tecnológicos e científicos, a leitura tem sido uma atividade pouco valorizada. Diante desse agravante, faz-se necessário voltar na história e relembrar da segunda metade do século XIX, na qual somente 20% das pessoas eram leitores, porém a leitura era uma atividade compartilhada. Em muitas casas, principalmente nas da alta burguesia da época, as pessoas se reuniam para ouvir alguém ler um folhetim, mais tarde um jornal, outras vezes participar de saraus.

Esse prazer pela leitura necessita ser resgatado nas gerações atuais. Diante do estudo realizado, observou-se que existe a necessidade das escolas criarem um modelo educacional que possibilite a formação de leitores proficientes, educandos participativos na construção de sentido de um texto, em especial quando esse veicula mensagens midiáticas. Isso porque a publicidade se tornou o berço da tecnologia moderna, criando um mundo perfeito e ideal, onde tudo são flores.

Um texto não é uma estrutura terminada, por conseguinte, o diálogo do leitor com o texto também contribui para a construção textual. Nesse sentido, isso se torna uma realidade ao levar em consideração que o sentido do texto se completa no seu leitor. Portanto a leitura é uma ação participativa, ativa, interativa, fruto de uma ação complexa que envolve autor-texto-leitor, em um processo de interlocução. Dessa maneira, o leitor é quem vai buscar significação.

É através da compreensão de leitura como atividade interativa, ativa que surge a necessidade das escolas trabalharem a fim de formar educandos que sejam leitores críticos, libertos do poder opressor da mídia, que na grande maioria das vezes vende muito mais uma ilusão do que um produto para os consumidores, corrompendo assim os valores culturais.

Assim sendo, a linguagem publicitária também é discurso que desenvolve a função de manipular símbolos para fazer a mediação entre objetos e pessoas. Tais objetos passam a ser símbolos de alcançar a felicidade, proporcionando bem-estar e êxito de forma efêmera, porque depois de comprar o consumidor sente a frustração de permanecer insatisfeito, com um vazio novamente.

Para chegar a essas verificações se construiu este artigo, que por certo servirá de enriquecimento de estudos variados na esfera educacional. Em especial quando se pretende emancipar o homem, fazendo dele um ser autônomo, liberto, completo, pronto para exercer a cidadania como instrumento transformador do meio em que faz parte.

Referências

CARVALHO, Nelly de. **Linguagem da publicidade**. Recife: Editora UFPE, 2014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

_____. **A pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 46. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura**. São Paulo: Editora 34, 1996.

- JAPIASSU, Ricardo Ottoni Vaz. Criatividade, Criação e Apreciação Artísticas: A atividade Criadora segundo Vygotsky. In: **Criatividade, Psicologia, Educação e conhecimento do novo**. São Paulo: Moderna, 2001.
- KOCH, Ingedore Villaça. **O texto e a construção de sentido**. São Paulo: Contexto, 2008.
- KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos de um texto**. 2. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.
- KLEIMAN, Angela. **Leitura: ensino e pesquisa**. 2. ed., 1ª reimpressão. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.
- KELLNER, Douglas. Lendo Imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. Leitura e compreensão como trabalho social e não atividade individual. In: **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editora, 2008. p. 229 a 233.
- MUSSALIN, Fernanda. & BENTES, Anna. C. Linguística Textual. In: **Introdução à linguística: domínio e fronteiras**. v. 2. São Paulo: Cortez, 2001. p. 245-287.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e Leitura**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- PEIXOTO, Maria Cristina dos Santos. 2ª Cena: definindo cores na paleta: educação, arte, vivência/experiência. In: **Cenário de Educação através da arte: bordando linguagens criativas na formação de educadores(as)**. Niterói: Intertexto, 2008.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1996.