

INTERSECÇÕES ENTRE A TEORIA DO IMAGINÁRIO E OS TEXTOS PUBLICITÁRIOS ENQUANTO PROMOTORES DO LETRAMENTO CRÍTICO: O ESTADO DA ARTE

Camylla de Barros Costa¹
Geam Karlo Gomes²

Resumo: Este estudo mapeou a produção científica (2018-2023) sobre a intersecção entre Letramento Crítico (LC), ensino de Língua Portuguesa (LP) e a Teoria do Imaginário, com foco em gêneros publicitários. Utilizando uma revisão integrativa qualitativa em bases de dados como CAPES, SciELO e Google Acadêmico, a pesquisa buscou verificar a correlação e as contribuições desses elementos. Os resultados revelaram um número reduzido de estudos que explicitamente dialogam entre LP e a Teoria do Imaginário, onde esta é abordada superficialmente, sem aprofundamento teórico. Embora o potencial dos textos publicitários para o LC seja amplamente reconhecido, as contribuições dos estudos do Imaginário permanecem subaproveitadas. Conclui-se que a Teoria do Imaginário é essencial para uma análise mais profunda das ideologias e representações simbólicas na publicidade, demandando maior exploração na pesquisa e formação de professores.

Palavras-chave: Teoria do Imaginário; Textos publicitários; Letramento crítico; Ensino de Língua Portuguesa; Revisão integrativa.

¹ Universidade de Pernambuco. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6087-5552>. E-mail: camylacosta_@hotmail.com.

² Universidade de Pernambuco. Universidade Estadual da Paraíba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9569-1497>. E-mail: geam.k@upe.br.

Intersections between imaginary theory and advertising texts as promoters of critical literacy: the state of the art

Abstract: This study mapped the scientific production (2018-2023) on the intersection between Critical Literacy (CL), Portuguese Language Teaching (PL) and the Theory of the Imaginary, with a focus on advertising genres. Using a qualitative integrative review in databases such as CAPES, SciELO and Google Scholar, the research sought to verify the correlation and contributions of these elements. The results revealed a small number of studies that explicitly dialogue between PL and the Theory of the Imaginary, where the latter is approached superficially, without theoretical depth. Although the potential of advertising texts for CL is widely recognized, the contributions of studies of the Imaginary remain underutilized. It is concluded that the Theory of the Imaginary is essential for a deeper analysis of ideologies and symbolic representations in advertising, demanding greater exploration in research and teacher training.

Keywords: Imaginary Theory; Advertising texts; Critical literacy; Teaching Portuguese Language; Integrative review.

INTRODUÇÃO

O cenário hipermoderno tem impulsionado novas configurações textuais na comunicação social, e a crescente globalização exige, dos estudantes, o desenvolvimento de práticas discursivas de construção de sentidos, ou seja, o Letramento Crítico (LC). Documentos e diretrizes da educação brasileira, como a Base Nacional Comum Curricular (BNCC, 2018), prescrevem a necessidade de práticas pedagógicas que dialoguem com a literatura educacional contemporânea e favoreçam a aquisição dessa competência.

Contudo, a promoção do LC enfrenta desafios, especialmente na leitura crítica de um vasto arsenal de novos textos em diferentes formatos e mídias disponíveis na internet. As peças publicitárias, por exemplo, são sedutoras, carregadas de identidades culturais e ideologias. Sua interpretação,

portanto, transcende a perspectiva meramente racional, adentrando o campo do imaginário, que se manifesta na influência significativa do imaginário coletivo nos conteúdos on-line. A interpretação crítica desses materiais demanda não apenas habilidades de análise textual, mas também uma compreensão sensível das representações simbólicas e imaginativas.

Nesse contexto, a Teoria Geral do Imaginário emerge como um caminho propício para o estudo do simbólico que rege as dinâmicas das relações sociais. De acordo com Danielle Pitta (2005, p. 15), o imaginário é “uma das essências do espírito humano, um conhecimento sensível, mas que influencia nosso dia a dia [...] a raiz de tudo aquilo que, para o homem, existe”. Gilbert Durand (2012) é reconhecido como o grande responsável por realizar o entrecruzamento entre matrizes arquetípicas e as dinâmicas socioculturais em sua proposta antropológica.

Leal, Santos e Karlo-Gomes (2024, p. 12-13) complementam que o imaginário, para Gilbert Durand, é um “elemento vivo, orgânico, marcado pelas experiências cotidianas. [...] a forma pulsante, viva e libertadora de conectar as diversas dimensões que fazem os seres humanos serem quem são: sujeitos racionais, com sentimentos, pulsões e sonhos.” Segundo esses autores, o imaginário, concebido como um ambiente real e pulsante, estruturado pela imaginação humana e por processos biopsicossociais, revela que a capacidade de criar histórias e ficções tem sido crucial para proporcionar equilíbrio biopsicossocial à espécie humana. Sob essa ótica, a produção de símbolos é uma estratégia de sobrevivência, enfrentando a angústia do tempo e da morte e desempenhando um papel vital.

Assim, uma proposta que perpassasse a leitura crítica de textos na escola requer um olhar atento aos significados da

produção simbólica. Mas em que medida o imaginário e o simbólico tem feito parte do contexto educativo na interpretação de textos? Tal indagação motivou este estudo e nos levou a uma pesquisa mais aprofundada, buscando constituir um mapeamento em torno da produção científica já publicada e relacionada ao fomento do LC em aulas de Língua Portuguesa, doravante LP, através do desvelamento do Imaginário que circunda os gêneros textuais da esfera publicitária, é que se delineou este texto, o qual denominamos de “estado da arte”.

Dessa forma, o objetivo deste mapeamento foi analisar as conexões entre o Letramento Crítico voltado para textos publicitários e a recorrência da Teoria do Imaginário.

O CAMINHO PERCORRIDO

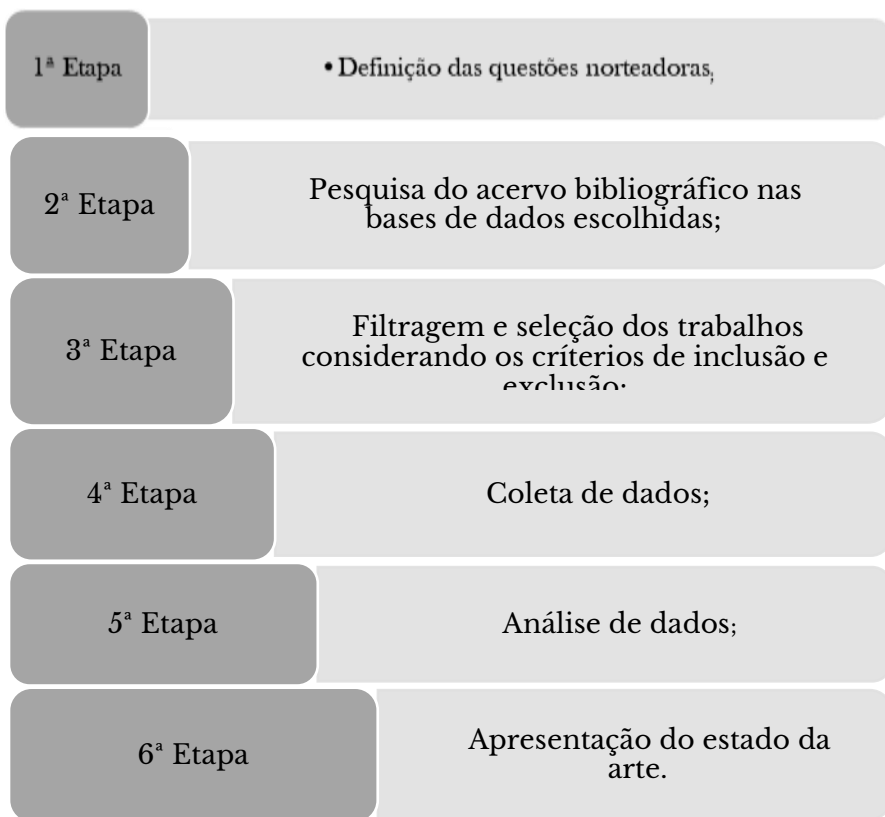
Este estudo empregou procedimentos fundamentados na revisão integrativa da literatura, uma metodologia de revisão bibliográfica que permite mapear informações, fontes e conexões de forma abrangente acerca dos objetos de estudo.

Conforme Souza, Silva e Carvalho (2010), a revisão integrativa sintetiza conhecimentos e incorpora resultados de estudos relevantes à prática. Desse modo, a partir das sínteses existentes, é possível identificar o conhecimento já produzido e publicado, bem como os hiatos que apontam carências e urgências para estudos e aplicabilidades futuras. Essa abordagem viabiliza a sistematização do conhecimento científico, aproximando o pesquisador de sua problemática e traçando um panorama da produção científica sobre o tema para conhecer sua evolução e identificar novas oportunidades de pesquisa (Botelho et al., 2011).

A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa, que, segundo Lakatos e Marconi (2002),

fundamenta-se na análise da presença ou ausência de certas qualidades ou características dos fenômenos estudados.

Para a organização e execução deste trabalho, foram seguidas as seguintes etapas:



Fonte: Autores.

As questões norteadoras delineadas foram: a) Há produção científica que correlaciona o ensino de Língua Portuguesa, especificamente o desenvolvimento do Letramento Crítico em textos publicitários, à Teoria do Imaginário? e de forma complementar b) Quais as

contribuições dos gêneros da esfera publicitária para a promoção do Letramento Crítico em aulas de Língua Portuguesa?

Com o intento de responder aos questionamentos, foram realizadas buscas em importantes bases de dados científicos: Portal de Periódicos da CAPES, SciELO, Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e Google Acadêmico. A seleção dessas bases justifica-se pelo acesso à produção científica atualizada e de qualidade em diversas áreas do conhecimento.

Para a concretização da revisão da literatura, foi crucial definir norteadores de buscas claros, visando a viabilidade e a validação científica. Assim, as buscas foram realizadas em duas etapas com combinações específicas de palavras-chave. A primeira busca se deu a partir das seguintes palavras-chave: "Língua Portuguesa" AND "Imaginário" AND "Letramento crítico"; para a segunda busca foi usada a seguinte combinação: "Língua Portuguesa" AND "Texto publicitário" AND "Letramento crítico"

O uso de aspas foi necessário para as palavras-chave compostas, e o operador booleano "AND" foi empregado para garantir que os materiais encontrados estivessem alinhados de forma inclusiva aos termos pesquisados e ao objetivo do estudo.

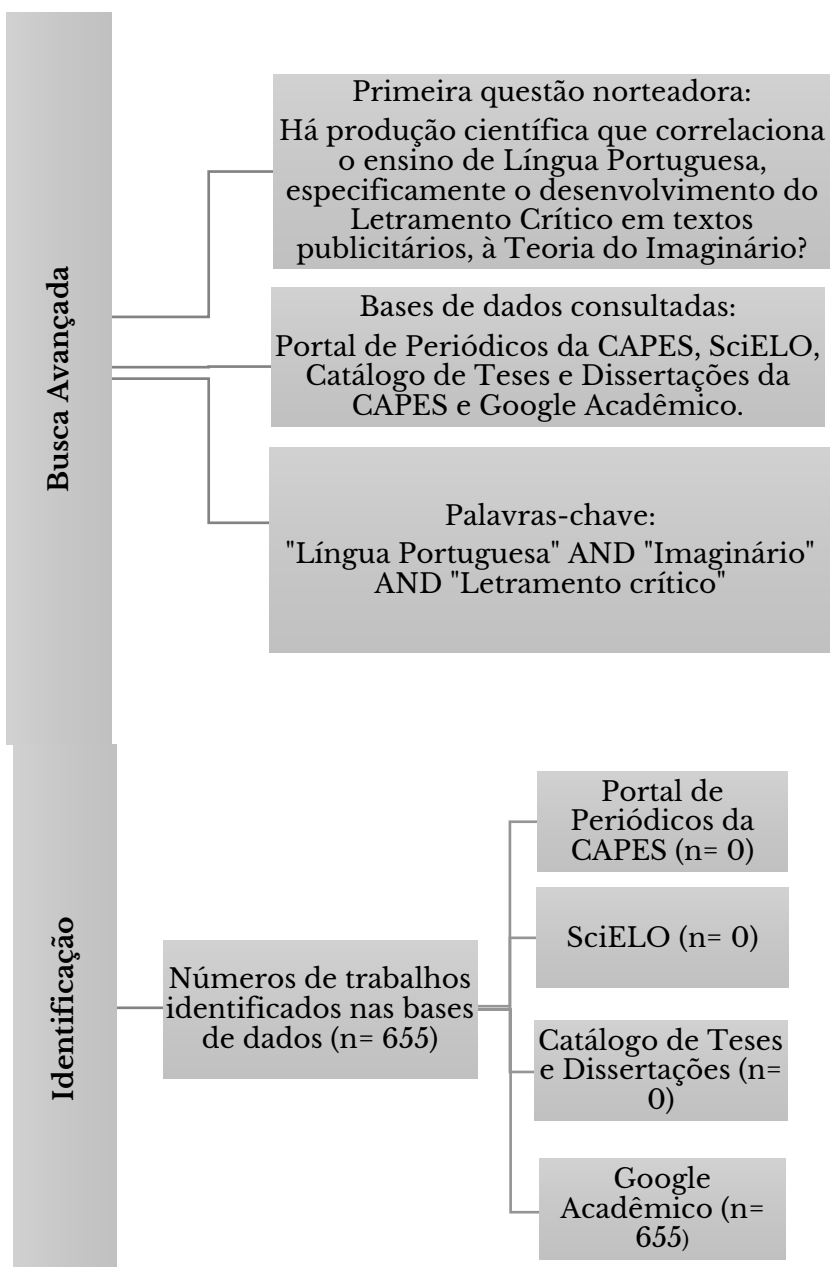
Para filtragem dos trabalhos, foram adotados alguns critérios de inclusão: a) recorte temporal dos últimos cinco anos (2018 a 2023); b) texto integral disponível em formato eletrônico, gratuito e redigido em português; c) presença dos termos de busca e d) ser compatível ou ter aproximação com o objetivo da pesquisa. Após a aplicação desses critérios, foram excluídos os trabalhos que: a) abordavam outros idiomas ou áreas; b) eram voltados para o Ensino Médio ou Ensino

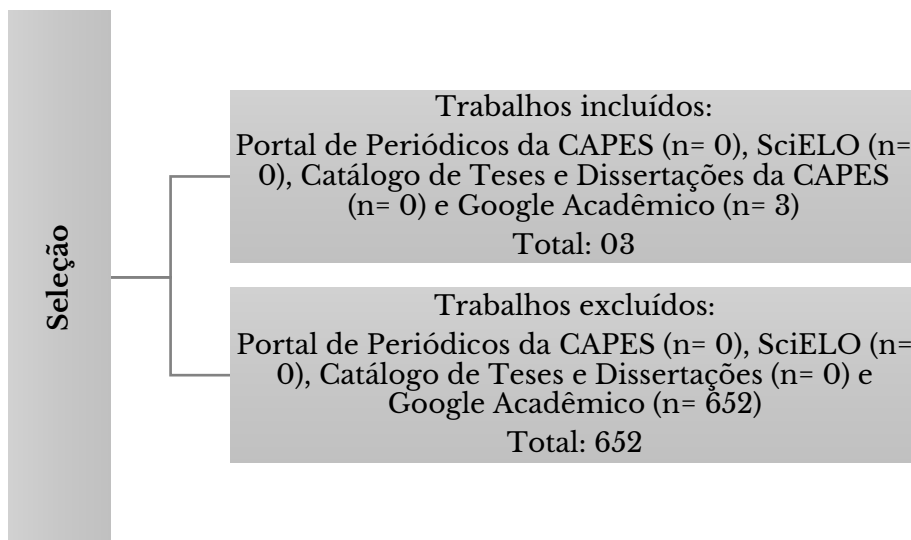
Superior e, por fim, c) não condiziam com a temática do presente estudo.

Os dados coletados foram organizados e analisados à luz da análise de conteúdo (Bardin, 1977), uma técnica sistemática e descritiva. Dados essenciais das pesquisas selecionadas foram utilizados para a realização da análise integrativa qualitativa e serão apresentados em seção posterior.

Como é sabido, a revisão bibliográfica desta pesquisa ocorreu em duas etapas. Inicialmente foi utilizada a combinação "Língua Portuguesa" AND "Imaginário" AND "Letramento crítico" para efetivação das buscas avançadas nos repositórios escolhidos. E com o intento de fazer com o que o leitor entenda e chegue até o âmago deste estado da arte, construímos dois fluxogramas explicativos. O fluxograma abaixo (Fluxograma 1 – Seleção das pesquisas nas bases de dados (primeira busca)) apresenta detalhadamente o caminho percorrido (busca avançada, identificação e seleção do material) para a concretização da primeira busca:

**Fluxograma 1 – Seleção das pesquisas nas bases de dados
(combinação "Língua Portuguesa" AND "Imaginário" AND
"Letramento crítico")**





Fonte: Autores.

O levantamento inicial, referente à primeira busca por produções científicas, totalizou 655 pesquisas. É notável que, desse montante, nenhuma produção foi identificada nas plataformas Portal de Periódicos da CAPES, SciELO ou no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, mesmo com a aplicação precisa das palavras-chave especificadas ("Língua Portuguesa" AND "Imaginário" AND "Letramento crítico"). Todos os 655 trabalhos foram exclusivamente localizados na plataforma Google Acadêmico, indicando uma concentração da literatura relevante nessa base de dados para a combinação de termos utilizada.

No primeiro momento, esse quantitativo de produções científicas foi submetido a um rigoroso processo de filtragem, utilizando os critérios de inclusão pré-definidos para este estudo. Após o refinamento temporal (2018 a 2023), restaram 445 trabalhos. Em seguida, aplicou-se o segundo critério (textos redigidos em português), reduzindo o número para 439. Por fim, após a leitura dos resumos, foram aplicados os

critérios de inclusão relacionados aos objetos de pesquisa, ou seja, trabalhos que estabeleciam um diálogo entre o ensino de LP (com foco no LC) e a Teoria do Imaginário, e que eram voltados aos Anos Finais do Ensino Fundamental. Após a aplicação de todos os critérios de inclusão e exclusão, percebeu-se que apenas três textos se aproximavam da proposta, compondo, assim, parte desta revisão integrativa. A maioria dos trabalhos foi excluída por discutir outras teorias metodológicas, por serem repetidos ou por tratar o Imaginário de forma irreal.

A segunda etapa da revisão bibliográfica foi delineada com o objetivo de expandir o escopo das buscas e explorar outra faceta da investigação, utilizando para isso a combinação de palavras-chave "Língua Portuguesa" AND "Texto publicitário" AND "Letramento crítico". O percurso detalhado dessa segunda busca, incluindo o quantitativo de resultados em cada fase da filtragem, é explicitado no fluxograma a seguir.

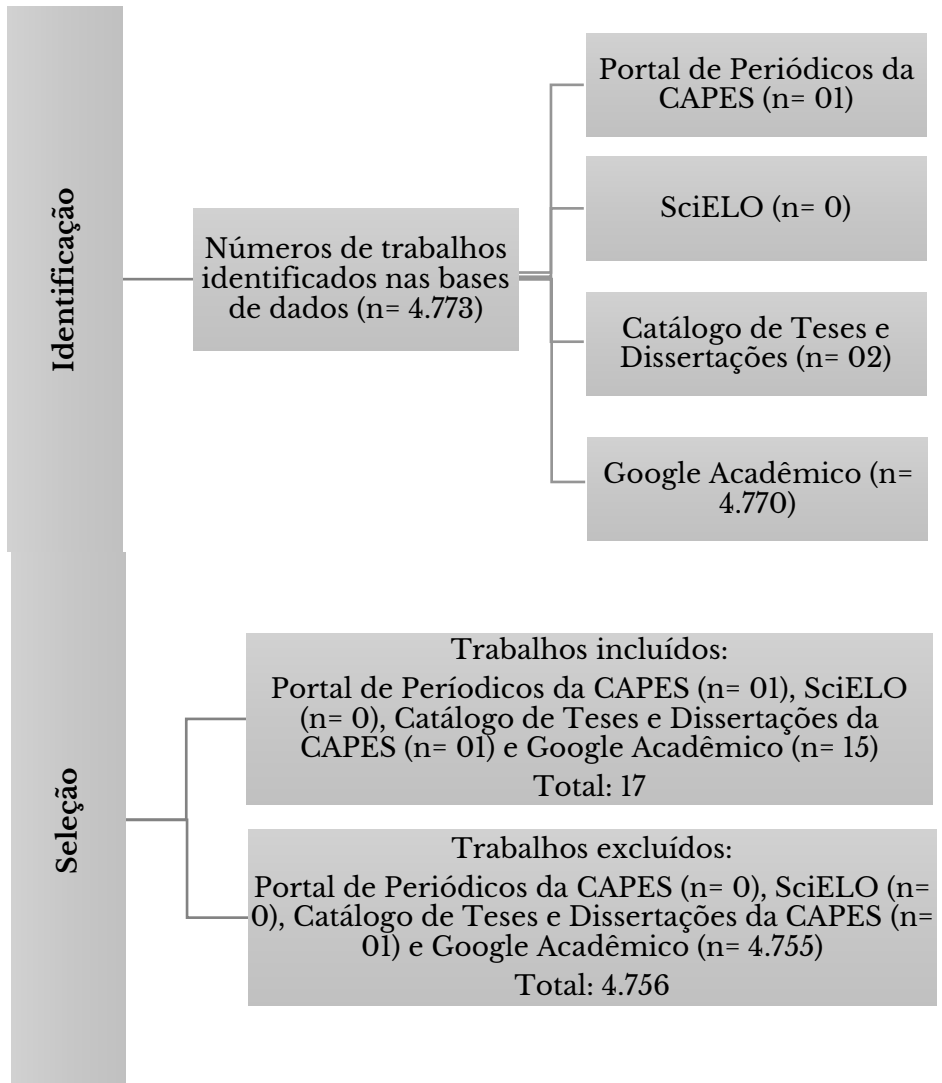
**Fluxograma 2 – Seleção das pesquisas nas bases de dados
(combinação “Língua Portuguesa” AND “Texto publicitário” AND
“Letramento crítico”**

Busca Avançada

Segunda questão norteadora:
Quais as contribuições dos gêneros da esfera publicitária para a promoção do Letramento Crítico em aulas de Língua Portuguesa?

Bases de dados consultadas:
Portal de Periódicos da CAPES, SciELO, Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e Google Acadêmico.

Palavras-chave:
"Língua Portuguesa" AND "Texto Publicitário" AND "Letramento crítico".



Fonte: Autores.

A utilização das duas combinações de palavras-chave ampliou significativamente os resultados das buscas. Neste segundo processo, chegou-se a um total de 4.773 pesquisas. No Portal de Periódicos da CAPES, a combinação resultou em um

trabalho que, após a aplicação de todos os critérios de inclusão e exclusão, permaneceu incluso. Na plataforma SciELO, nenhuma produção foi encontrada.

Foram obtidos dois trabalhos no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES; no entanto, com a aplicação do recorte temporal (2018 a 2023), apenas um foi incluído para análise nesta revisão integrativa. Na plataforma Google Acadêmico, verificaram-se inicialmente 4.770 resultados. Esse número reduziu para 2.410 após a aplicação do filtro temporal e, posteriormente, para 2.390 ao filtrar apenas textos em português.

Assim, após análise minuciosa, apenas 15 pesquisas estavam alinhadas à proposta e, por isso, foram selecionadas para amostra e discussão dos resultados na seção posterior.

Os artigos selecionados foram organizados e categorizados em um quadro (Quadro 1), retirado das bases de dados, para análise oportuna e para favorecer a resposta ao objetivo proposto nesta revisão integrativa.

Quadro 1 – Descrição dos trabalhos selecionados (Artigos)

Base de dados	Período	Título	Autor(es)/Ano	Objetivo	Tipo de pesquisa

G o o g l e A c a d ê m i c o.	Revista Tropos, volume 7, número 2, edição de dezembro de 2018.	Leitura de anúncio publicitário como prática de letramento no Ensino Fundamental II.	(Oliveira; Santos, 2018).	Ressaltar a importância de nós, professores de Língua Portuguesa, considerarmos os textos multimodais, em específico o gênero anúncio publicitário, no processo de leitura e letramento.	Bibliográfica e interventiva de caráter qualitativo.
G o o g l e A c a d ê m i c o.	Revista Epistem e Transversalis, Volta Redonda-RJ, v.9, n.2, p.119-131, 2018.	Propaganda escrita: Uma Forma de Desenvolver a Competência Leitora.	(Rocha; Silva-Júnior, 2018).	Tratar a diferença entre uma abordagem de ensino do gênero propaganda escrita no Ensino Fundamental II capaz de desenvolver a competência leitora dos alunos e uma abordagem de ensino apenas como pretexto para trabalhar regras gramaticais.	Bibliográfica e interventiva de caráter qualitativo.

G oo gl e Ac ad ê mi co.	Revista Guavira Letras, Três Lagoas/ MS, v. 14, n. 28, p. 280- 297, set./dez. 2018.	Letramento crítico nas aulas de língua portuguesa: discutindo processos de construção de sentidos.	(Barbo sa; Maciel , 2019).	Discutir aspectos de letramento crítico que emergiram durante o processo de interação e negociação de sentidos de textos nas aulas de leitura no nono ano do Ensino Fundamental de Língua Portuguesa.	Qualitativa com características da epistemologia da emergência e de caráter interpretativo.
G oo gl e Ac ad ê mi co.	E-book: Gêneros multimodais, multiletamentos e ensino. São Carlos: Pedro & João Editores , 2019.	Contribuições para o letramento crítico através da leitura de textos publicitários na perspectiva multimodal.	(Macedo, 2019).	Construir sentido na leitura e produção de textos publicitários impressos multimodais.	Intervencionista de abordagem qualitativa.

Porta l de pe ri ód ic os da C A P E S.	Revista Linguag em & Ensino, Pelotas, v. 22, n. 1, p. 102-129, jan./ma r. 2019.	Texto publicitário em livros didáticos de Língua Portuguesa: reconfiguran do práticas de leitura a partir do Letramento Crítico.	(Olivei ra, , 2019).	Investigar em que medida os exercícios apresentados nos volumes escolhidos, se aproximavam de práticas de leitura orientadas por pressupostos do Letramento Crítico, apontando sugestões de ampliação ou reconfiguração das atividades de modo a articulá-las à referida perspectiva teórica.	Docume ntal.
G o o g l e A c a d ê m i c o.	Revista da Anpoll, Florian ópolis, v. 52, n. 1, p. 34- 54, jan- maio, 2021.	Análise crítica do discurso multimodal de representaçõ es das mulheres em anúncios de cerveja: multiletram entos em sala de aula.	(Chag as; Bezerr a, 2021).	Refletir sobre a leitura do gênero anúncio em sala de aula, sob uma perspectiva crítica, e evidenciar o potencial do trabalho com textos que refletem posicionamentos ideológicos que marcam questões sociais complexas.	Interven cionista de abordag em qualitati va.



G oo gl e Ac ad ê mi co.	TEXTU RA - Revista de Educaçã o e Letras, v. 23 n. 54 p. 413-432 abr/jun 2021.	O redesenho em aulas de Língua Portuguesa: práticas de Letramento Multimodal Crítico.	(Pereir a; Santan a; Barbo sa, 2021)	Analisar dois redesenhos, desenvolvidos dentro da prática de letramento multimodal crítico.	Pesquisa -ação de abordag em qualitati va
G oo gl e Ac ad ê mi co.	Revista Entrepa lavras, Fortalez a,v. 12, n. 3, e2534, p. 418- 440, set. - dez./20 22.	Significados composicion ais em anúncios publicitários digitais: uma análise à luz da Gramática do Design Visual e suas contribuiçõe s para o ensino.	(Araúj o; Silva- Barbo sa; Sarin ho Júnior, 2022).	Analisar a construção de significados composicionais em anúncios publicitários digitais.	De caráter qualitati vo, explorat ório e com naturez a básica.
G oo gl e Ac ad ê mi co.	Revista Kiri- Kerê - Pesquis a em Ensino, v. 1 n. 8 (2022).	Comercializ ando a dor das mulheres: uma proposta didática de leitura crítica da propaganda “Buscofem: todas as suas dores importam”.	(Carva lho; Mattos , 2022).	Discutir uma proposta didática de leitura crítica da propaganda da Buscofem.	Interven cionista de abordag em qualitati va.

Fonte: Autores.

No próximo quadro (Quadro 2), constam as dissertações organizadas em ordem cronológica, retiradas das bases de dados para uma melhor visualização e apropriação das ideias a serem discutidas posteriormente.

Quadro 2 – Descrição dos trabalhos selecionados (Dissertações)

Base de dados	Periódico	Título	Autor(es)/ano	Objetivo	Tipo de pesquisa
Google Acadêmico.	Repositório Institucional da UFMG.	Leitura crítica de textos da mídia: desnaturalizando discursos hegemônicos em aulas de Língua Portuguesa do Ensino Fundamental II.	(Abreu, 2018).	Visa à análise crítica dos discursos da mídia, buscando auxiliar os estudantes a desenvolverem um posicionamento mais reflexivo diante da realidade social que os cerca.	Estudo de caso interpretativista.
Google Acadêmico.	Repositório Institucional da UERN.	Letramento crítico multimodal na aula de língua materna: a análise de anúncio em vídeo com Youtuber sobre a venda de banda larga móvel.	(Carvalho, 2018).	Promover o letramento crítico multimodal.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.



Googl e Acadêmico.	Sistema de Publicação eletrônica de Teses e Dissertações (TEDE).	O gênero anúncio publicitário em sala de aula: uma proposta de leitura crítica para o 8º ano do ensino fundamental	(Matias, 2018)	Implementar uma proposta pedagógica que contribuisse para a superação das dificuldades de leitura e compreensão de textos pertencentes ao gênero anúncio publicitário, visando à formação do leitor crítico e autônomo.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.
Googl e Acadêmico.	Repositório Institucional da Universidade Federal de Sergipe - RI/UFS.	Anúncios publicitários na escola: texto, prática discursiva e leitura(s).	(Menezes, 2018)	Conduzir os alunos a uma leitura mais consciente e crítica.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.
Googl e Acadêmico.	Repositório Institucional da UESB.	O ensino do gênero anúncio publicitário: leitura, interpretação e produção de texto multimodal.	(Sarto, 2018).	Investigar a apropriação da leitura, interpretação e produção de anúncios publicitários como gênero discursivo que possibilita a construção de sentidos por meio dos elementos semióticos.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.

Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES.	Repositório Institucional da UERN.	Letramento crítico multimodal na aula de Língua Materna: o discurso machista em anúncios publicitários veiculados pela internet.	(Santana, 2019).	Analisar, em aulas de língua materna do Ensino Fundamental, práticas simbólicas de discriminação contra a mulher.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.
Googl e Acadêmico.	Repositório Institucional da UFSC.	As mulheres dos anúncios: proposta de leitura crítica nas aulas de Língua Portuguesa.	(Abreu, 2020).	Desenvolver o ensino e aprendizagem de leitura crítica de anúncios publicitários que discursivizam as mulheres, de modo a contribuir com a formação integral dos estudantes participantes.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.

Googl e Acad ê mico.	Repositório Institucional da UFTM.	A publicidade de conscientização como coadjuvante na formação do leitor crítico: uma proposta para Multiletramentos.	(Carvalho, 2021)	Desenvolver e aplicar um design visual por meio de gêneros da esfera publicitária de conscientização nos processos de leitura e de produção multimodal, com vistas à formação de leitores críticos nos anos finais do ensino fundamental de uma escola pública.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.
Googl e Acad ê mico.	Repositório Institucional da UFPB.	As questões de gênero em anúncios publicitários : possibilidades de leituras para a desconstrução de estereótipos.	(Guedes, 2021).	Conceber uma proposta de intervenção, a partir da leitura de anúncios publicitários, veiculados nas décadas de 1940 a 1970 e no século XXI, que oportunizem a reflexão sobre as questões de gênero e a desconstrução de estereótipos.	Pesquisa-ação de caráter exploratório e intervencionista, abordagem qualitativa.



Googl e Acadêmico	BDTD.	Sequências didáticas no ensino do gênero publicitário para alunos do 8º e 9º anos do ensino fundamental : argumentação e construção de sentidos.	(Rocha, 2021).	Analisar o gênero propaganda de consumo direcionada para adolescentes e jovens, a partir de recursos linguísticos e discursivos empregados com teor argumentativo-persuasivo.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.
Googl e Acadêmico	Repositório Institucional da UFMG	Uma proposta didática para a leitura crítica de textos de marketing na formação de estudantes do Ensino Fundamental II.	(Santos, 2021)	Produzir um caderno de atividades que operacionaliza a leitura crítica de textos de marketing.	Pesquisa-ação de abordagem qualitativa.

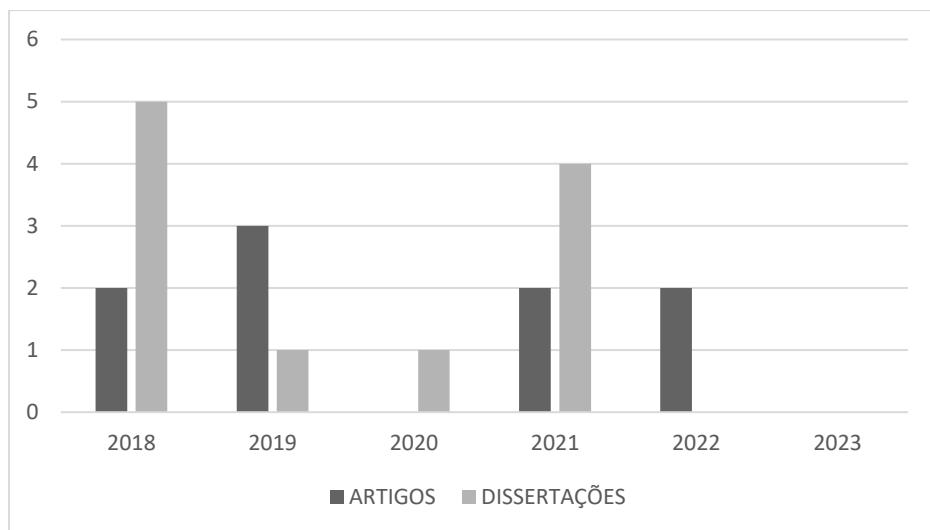
Fonte: Autores.

Não houve filtragem de monografias nem de teses, por isso não foi necessário a construção de quadros abordando essas modalidades de trabalhos.

Finalizado o percurso do levantamento bibliográfico, a compreensão dos dados coletados será estruturada de maneira clara a seguir.

DESNUDANDO OS DADOS

É possível contemplar, no gráfico a seguir, a distribuição das publicações selecionadas, considerando o recorte temporal (2018 a 2023). Veja-se:

Gráfico 1 – Publicações por ano

Fonte: Autores.

Como pode-se perceber no gráfico acima, no ano de 2018 apenas dois artigos e cinco dissertações convergem com a nossa ótica de pesquisa, em 2019 filtramos três artigos e uma dissertação. Já no ano de 2020, encontramos apenas uma dissertação sobre o nosso objeto de conhecimento, isso pode ser justificado pelo início do período da pandemia do COVID-19, o qual nos impôs a condição de isolamento social e afastamento de nossas atividades acadêmicas. Dando sequência, no ano de 2021 filtramos dois artigos e quatro dissertações, em 2022 dois artigos corresponderam aos nossos objetivos de pesquisa e em 2023 não foram encontrados trabalhos que atendessem o nosso propósito.

A fim de delinear uma análise de fácil compreensão para o leitor, verificou-se, após a observação dos critérios utilizados para o levantamento bibliográfico e as leituras dos trabalhos selecionados, a importância de organizá-los e de

tecer a análise em duas categorias. No quadro subsequente, destacamos as pesquisas que foram escolhidas para compor cada uma das categorias de análise elencadas.

Quadro 3 – Trabalhos selecionados em categorias

N ^o	CATEGORIAS	TRABALHOS
01	Aproximações e possibilidades da tessitura do Letramento Crítico pelo viés da Teoria do Imaginário.	(Abreu, 2018), (Menezes, 2018) e (Guedes, 2021).
02	As contribuições dos gêneros publicitários para o ensino do Letramento Crítico.	(Carvalho, 2018), (Matias, 2018), (Oliveira; Santos, 2018), (Rocha; Silva-Júnior, 2018), (Sarto, 2018), (Barbosa; Maciel, 2019), (Macedo, 2019), (Oliveira, 2019), (Santana, 2019), (Abreu, 2020), (Chagas; Bezerra, 2021), (Carvalho, 2021), (Pereira; Santana; Barbosa, 2021), (Rocha, 2021), (Santos, 2021); (Araújo; Silva-Barbosa; Sarinho-Júnior, 2022) e (Carvalho; Mattos, 2022).

Fonte: Autores.

A primeira categoria apresentará as discussões sobre o diálogo da Teoria do Imaginário com o ensino do LC, posto isto, ela abrirá as discussões acerca das contribuições dos textos publicitários para a aquisição da leitura crítica.

Deste modo, a partir de agora, passaremos a estabelecer as semelhanças e as diferenças entre os nossos objetos de estudo e os trabalhos acima listados, cada um inserido em sua

categoria, bem como elucidar as contribuições do nosso trabalho para a área de concentração da pesquisa e a sua originalidade em relação ao que já está posto nas produções acadêmicas dos últimos cinco anos.

APROXIMAÇÕES E POSSIBILIDADES DA TESSITURA DO LETRAMENTO CRÍTICO PELO VIÉS DA TEORIA DO IMAGINÁRIO

Inicialmente, o impasse encontrado ao curso da primeira busca foi o número reduzido de produções científicas que evidenciam e promovem um diálogo entre o ensino de LP e a Teoria do Imaginário, o que evidencia a necessidade de mais estudos sobre essa intersecção teórica.

Embora as buscas tenham sido realizadas em quatro bases de dados, apenas o Google Acadêmico filtrou trabalhos com a combinação de palavras-chave utilizada. Dentre esses, somente três se aproximaram de nosso objeto de análise, e nenhum deles citava os termos norteadores no título, apenas no corpo do texto.

O primeiro trata-se de uma dissertação (Abreu, 2018). É um trabalho que se fundou e se justifica a partir da percepção empírica da docente sobre a necessidade de desenvolver nos discentes a capacidade de ler criticamente informações a que têm acesso, propagadas por mídias impressas, televisivas e virtuais.

O texto segue o padrão de sumarização tradicional, sendo o aporte teórico deste compactado em um único capítulo que se apresenta dividido em três tópicos: 1) Concepções de leitura e escrita e suas implicações no ensino de LP, que discorre sobre a concepção de um ensino de leitura e escrita pautado na perspectiva crítica postulada por Paulo Freire, pois defende que “a educação é um ato político, devendo, por isso, ser crítica

e democrática” (Abreu, 2018, p.21); 2) Uma proposta discursiva para o ensino de LP, que propõe um diálogo muito relevante sobre a oferta de metodologias que oportunizem práticas sociais significativas para os alunos por meio de gêneros discursivos da mídia, a fim de que ampliem sua criticidade; e 3) Notas sobre o funcionamento discursivo da mídia, que elucida as intencionalidades do discurso midiático sobre o ser humano.

A pesquisa configura-se como um estudo de caso, cuja natureza investigativa está pautada na pesquisa interpretativista, e a descrição crítica dos textos do percurso metodológico é realizada à luz da Proposta Multidimensional-Discursiva de Serrani (2010), que considera a interdependência entre três componentes: intercultural, língua e discurso, e práticas verbais (Abreu, 2018, p. 25) em interface com a Análise Crítica do Discurso, doravante ACD, do linguista britânico Fairclough. O Imaginário, por sua vez, é citado e usado em uma das oficinas de leitura crítica com o intuito de possibilitar a percepção dos “imaginários sociodiscursivos presentes na cultura” (Abreu, 2018, p. 149) e difundidos pelos anunciantes dos textos midiáticos escolhidos.

O segundo trabalho também se parametriza em uma dissertação (Menezes, 2018), a qual se constitui como uma pesquisa-ação de abordagem qualitativa que propõe um processo de intervenção com o intento de instrumentalizar os estudantes para uma leitura mais consciente e crítica atendendo, assim, às demandas do mundo contemporâneo. É um trabalho que foi justificado pelas fragilidades comprovadas pelos sistemas de avaliações nacionais e internacionais, os quais mostram que o discente brasileiro se encontra em situação crítica de leitura, não conseguindo, muitas vezes, ultrapassar a compreensão da superfície textual.

O texto é organizado da seguinte forma: introdução, aporte teórico (dividido em quatro tópicos e dois subtópicos), metodologia, resultado e análise de dados, palavra final, referências e apêndices. O primeiro tópico do aporte teórico faz um breve apanhado do conceito de texto e de leitura; o segundo, discorre sobre gênero textual como artefato de ensino e apresenta o anúncio publicitário enquanto gênero textual. No tópico três e nas suas duas subdivisões, a autora focaliza na literatura acerca das dimensões da leitura crítica, e, por último, no tópico quatro, é elencado o LC enquanto prática de leitura do mundo, pois, segundo ela, “quando lemos criticamente estamos indo além das palavras, frases, sentenças, para entendermos o funcionamento do mundo que nos cerca” (Menezes, 2018, p. 31).

Em todo o trabalho, a estudiosa defende que “o professor precisa ter a sensibilidade em trazer para o seu dia a dia práticas incentivadoras que possibilitem fomentar um letramento crítico” (Menezes, 2018, p. 31), e que o ensino da leitura crítica por meio de textos publicitários na perspectiva crítica discursiva se mostrou muito assertivo e, por isso, é um caminho a ser seguido pelos pesquisadores da área da educação. Mais uma vez, o Imaginário só foi trabalhado durante as oficinas, onde os estudantes foram levados a descortinar as ideologias presentes nos anúncios e “enraizadas no imaginário popular” (Menezes, 2018, p. 42). Ele não é abordado no aporte teórico, mas apenas citado na proposta interventiva sem maior aprofundamento na teoria. Ainda assim, cabe dizer que ela defende que o imaginário coletivo corrobora para a promoção da consciência leitora dos educandos.

Presume-se, deste modo, que a pesquisadora é conhecedora das contribuições da teoria, mas opta, para atribuir sentido à leitura do gênero em pauta, por utilizar a

ACD e a descrição das metáforas visuais pertencente ao campo da linguística cognitiva, o que se distancia da nossa pesquisa.

O terceiro e último trabalho filtrado e elegido como corpus desta primeira categoria de análise também é uma dissertação (Guedes, 2021). O texto empreende um estudo cujo objetivo foi construir e aplicar uma proposta de intervenção, a partir da leitura crítica de anúncios publicitários, veiculados nas décadas de 1940 a 1970 e no século XXI, que oportunizassem a reflexão sobre as questões de gênero e a desconstrução de estereótipos em aulas de LP do 9º ano do Ensino Fundamental, o que a caracteriza como uma pesquisa-ação de caráter exploratório, intervencionista e de abordagem qualitativa.

Por meio de observações diárias, a professora-pesquisadora percebeu que os estudantes não conseguiam posicionar-se criticamente em relação a leituras realizadas, limitando-se à decodificação e à localização de informações explícitas, eximindo-se, portanto, de realizar uma leitura crítica, o que, de certa forma, impossibilitava de entrever e de discutir questões relacionadas a gênero presentes em textos (Guedes, 2021, p. 9).

Essa constatação culminou na necessidade do referido trabalho. A pesquisa é mais densa que as já analisadas, sendo dividida em sete capítulos. O primeiro traça um panorama geral acerca do trabalho, ou seja, introduz o tema justificando a sua escolha, apresenta os objetivos da pesquisa e evidencia as partes que compõem o trabalho; o segundo apresenta, inicialmente, as razões que fomentaram a pesquisa, com ênfase nas motivações pessoais e profissionais, bem como mostra todo o processo da revisão bibliográfica que nos leva a conhecer o estado da arte e perceber a relevância acadêmica da pesquisa; na sequência, encontra-se o terceiro capítulo, onde tem início o referencial teórico, no qual são expostas as

teorias que fundamentaram o eixo da pesquisa no que concerne às relações de gênero na escola e na família; no capítulo seguinte, capítulo quatro, há uma reflexão acerca da leitura enquanto prática social, cultural e discursiva, com ênfase na leitura crítica do anúncio publicitário, com base na importância do desenvolvimento da consciência crítica de como a linguagem reflete as relações de poder na sociedade; após a fundamentação teórica, é apresentado todo o percurso metodológico e a análise dos dados (capítulos cinco e seis), que teve o seu curso de forma assíncrona devido à pandemia da COVID-19; e, por fim, é apresentado o desfecho do trabalho. Depois do último capítulo, percebemos ainda a presença das referências que reúnem todas as obras que foram consultadas e os apêndices.

No que se refere ao Imaginário, este é utilizado, assim como nos dois textos aqui analisados, apenas no percurso metodológico a fim de propiciar aos estudantes o contato com atividades que os levem a perceber “a existência de um imaginário construído ao longo dos séculos” (Guedes, 2021, p. 243) e as suas implicações frente ao objeto de análise.

Posto isso, é perceptível que a Teoria do Imaginário não foi abordada na revisão da literatura nem como objeto de análise dos discursos que permeiam os textos publicitários. Para compreender os significados e os sentidos que constituem o conteúdo da pesquisa, optou-se, como categoria de análise, pelo método dos Núcleos de Significação, que propõe a compreensão do processo de apreensão das significações “com base nos fundamentos epistemológicos da perspectiva sócio histórica” (Aguiar; Soares; Machado, 2015, p. 59 apud Guedes, 2021, p. 155-156).

Infere-se, portanto, que as autoras reconhecem as contribuições do Imaginário para o ensino do LC, mas não abrem espaço para desmistificá-lo no aporte teórico e não

utilizam a teoria como categoria de análise dos discursos que permeiam as materialidades discursivas. Assim, as produções acadêmicas (dissertações) analisadas apresentam duas grandes tendências: 1ª) o panorama ainda incipiente da produção acadêmica no campo da abordagem do LC pelo viés da Teoria do Imaginário, método didático que pode ser usado na formação leitora crítica na Educação Básica; e 2ª) a necessidade de desenvolvimento de trabalhos que voltem o olhar à interconexão desses dois vieses, para a formação leitora crítica e consciência reflexiva.

Dando curso ao estado da arte acerca dos nossos objetos de análise, adentraremos agora na segunda categoria elencada.

AS CONTRIBUIÇÕES DOS GÊNEROS PUBLICITÁRIOS PARA O ENSINO DO LETRAMENTO CRÍTICO

Instigada pela prática de Freire, discutida em sua obra Educação como prática de liberdade (1989), cujos preceitos atuam em favor de um ensino que promova a reflexão e a ação do estudante com o meio social que o cerca, esta seção objetiva analisar, nas produções científicas filtradas e selecionadas, os contributos dos gêneros da esfera publicitária para uma educação crítica.

No curso dessa tarefa, deparamo-nos, inicialmente, com a dissertação de mestrado de Carvalho (2018), a qual defende que, considerando a variedade de textos que circulam socialmente, a escola deve assumir um papel ativo de atuação e intermediar conhecimentos necessários à plena participação do estudante como cidadão crítico, capaz de ler, interpretar e produzir textos nas mais variadas situações de uso da língua. Vislumbrando atender a essa demanda social contemporânea, a pesquisadora argumenta que a exploração de anúncios publicitários em atividades de leitura funciona de forma

positiva, pois eles são constituídos de narrativas que fazem a integração entre as linguagens (elementos do campo da linguística e da semiótica visual), o que promove o desenvolvimento de uma leitura mais crítica e complexa.

Matias (2018), Carvalho (2021) e Rocha (2021) coadunam com a visão de Carvalho (2018) ao destacarem que o uso dos gêneros publicitários para o propósito aqui discutido é assertivo, uma vez que contempla várias formas de linguagem que se articulam e, juntas, se complementam para produzir significados e múltiplos sentidos. Enfatizam, ainda, que a linguagem desses textos é dotada de uma grande riqueza no que tange ao emprego de recursos linguístico-discursivos, com ênfase no teor argumentativo, e se caracteriza pela agilidade, pela forma direta ou disfarçada com que busca atingir as massas, influenciar comportamentos e envolver sedutoramente os leitores. Sarto (2018) complementa essas argumentações, afirmando que textos que carregam essas características exigem a apropriação de níveis mais complexos de letramento; assim, são favoráveis para tal ensino.

Em consonância com essa ideia, Macedo (2019) traz a constatação de que a exploração de textos publicitários submete os estudantes a um complexo processo de construção de sentidos que possibilita a formação de uma postura crítica, uma vez que são textos cuja finalidade é explorar os desejos, numa tentativa de persuadir e seduzir os sujeitos, voltando-se para os valores sociais.

Oliveira e Santos (2018), por sua vez, fomentam, em seu artigo, uma válida discussão acerca da importância de nós, docentes de LP, considerarmos os textos multimodais, em específico os gêneros publicitários, no processo de leitura e letramento. Uma vez que estamos buscando constantemente a formação de pessoas criticamente letradas, essa reflexão é justificada e confirmada ao longo de toda a pesquisa de caráter

intervencionista, pois é possível perceber que a leitura de textos que imbricam os diferentes modos de linguagem mostra-se como a preferência do público jovem, o que corrobora para a aproximação do estudante com as atividades propostas e para um bom desenvolvimento da capacidade leitora.

Os pesquisadores Rocha e Silva-Júnior (2018) também compactuam com tudo o que foi exposto até aqui; porém, eles aprofundam a discussão em seu artigo, trazendo uma questão muito relevante e merecedora de atenção. Em suas falas ao longo do texto, defendem que é necessário dar espaço e ensinar a leitura profunda por meio desses textos, pois somente assim os estudantes conseguirão apreender outros conteúdos, como os gramaticais. Antes de tudo, o estudante carece do contato com situações de apropriação de uma leitura proficiente que o faça refletir “mais que regras gramaticais, mas também situações concretas do uso da linguagem e seus efeitos na construção do sentido do texto” (Rocha; Silva-Júnior, 2018, p. 02). Reiteram, ainda, que, ao fazer uso de textos publicitários em suas propostas didáticas, o educador atende a um dos critérios essenciais no uso do gênero discursivo, que se configura na relevância social.

Já Barbosa e Maciel (2018) reconhecem que o trabalho com esses textos dá voz ao LC por meio da provocação, das percepções e da reflexão, articulando leituras não apenas de constatação, mas sim de problematização e busca de envolvimento social enquanto cidadão. Os estudantes precisam aprender a refletir no texto não apenas os aspectos gramaticais, mas, primeiramente, refletir “tanto a partir de sua dimensão linguística quanto histórico-social” (Oliveira, 2019) o motivo pelo qual tais recursos foram empregados e as especificidades do gênero discursivo utilizadas em cada prática de linguagem. E, ainda segundo Oliveira (2019), tal necessidade se deve, sobretudo, ao expressivo poder de influência social da

publicidade, ligado à disseminação de valores, conceitos e ideias que, frequentemente, podem ser adotados pelo público como “verdades” irredutíveis.

Dentro desse construto, Pereira, Santana e Barbosa (2021) defendem o trabalho com textos publicitários como sendo de extrema relevância para a desconstrução de “verdades irredutíveis” pois, na medida em que muitas vezes são capazes de materializar ideologias, também são passíveis de mudanças através da ação dos indivíduos que buscam a diminuição de injustiças sociais, entre outros.

Ademais, Santana (2019) chama os gêneros publicitários de “campo fecundo” para o ensino do LC, tendo em vista que estes são carregados de múltiplas semioses impregnadas de sentidos, o que requer uma leitura mais crítica e reflexiva; como também, são materialidades que intencionam seduzir e persuadir o interlocutor, o que favorece o desnudamento, ou seja, a interpretação apurada de cada elemento constituinte. Reitera, também, que circulam diariamente entre os estudantes através dos meios de comunicação de massa impressos e digitais, o que os aproxima da situação didática a ser aplicada; menciona enfaticamente que os discursos empregados problematizam situações sociais complexas, o que, de acordo com a pesquisa de Abreu (2020), suscita uma postura emancipatória e reflexiva sobre a realidade que os cerca, fazendo com que se tornem capazes de perceber as ideologias, suas valorações e a não neutralidade presente nos discursos. Esse tipo de ação-reflexão é central para que se possa entender a realidade social, bem como os mecanismos de manipulação e de direcionamento que estão presentes em diferentes discursos.

Os anos se passam e as pesquisas continuam a aclamar o trabalho com os gêneros publicitários enquanto fios condutores da leitura crítica. Chagas e Bezerra (2021) mais uma

vez elucidam a eficácia do trabalho com textos da esfera publicitária para o propósito almejado, ao argumentarem que são povoados por aspectos linguísticos, ideológicos, culturais, entre outros, o que potencializa o seu teor crítico-reflexivo.

Santos (2021) evidenciou em pesquisa-ação que o posicionamento acrítico do estudante frente aos discursos publicitários pode tolher o desenvolvimento identitário do ser cidadão, ponderando também sobre o não reconhecimento das identidades que são representadas ou as quais possuem contato no dia a dia.

Destarte, com base em alguns estudos aqui destacados (Araújo; Silva-Barbosa; Sarinho-Júnior, 2022), infere-se que os gêneros publicitários estão presentes em nosso cotidiano e servem de subsídios para a prática de leitura crítica, levando os estudantes a refletirem criticamente não apenas sobre fenômenos linguísticos, mas também sobre aspectos sociais, culturais e ideológicos representados por meio da linguagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após todo o caminho percorrido, conclui-se que há poucos trabalhos científicos publicados no campo da Linguística referentes ao ensino de LP pelo viés da Teoria do Imaginário. Os poucos que existem não partem de uma perspectiva abrangente o suficiente para ir além do racionalismo cartesiano, visto que as pesquisas deste levantamento indicam que o imaginário se torna elemento de uma leitura crítica em meio ao propósito de permitir as percepções dos "imaginários sociodiscursivos presentes na cultura", conforme destacado por Abreu (2018); e em torno da conscientização leitora dos educandos atrelada à Análise Crítica do Discurso (ACD) e à descrição de metáforas visuais da linguística cognitiva. Não consideram, pois, os símbolos e

mitos que englobam os significados mais profundos das peças publicitárias.

Em relação à segunda problemática levantada neste estudo, nota-se que os textos multimodais, especialmente os gêneros publicitários, desempenham um papel crucial no processo de leitura e letramento no ensino de Língua Portuguesa, contribuindo para a formação de indivíduos criticamente letrados. Essa reflexão é respaldada ao longo de várias pesquisas aqui elencadas, de natureza intervencionista, inclusive evidenciando a preferência do público jovem por textos que incorporam diversos modos de linguagem. Além disso, percebeu-se que, ao utilizar textos publicitários em propostas didáticas, os educadores atendem a critérios essenciais, como a relevância social do gênero discursivo, conforme ressaltado por Santana (2019), que descreve os gêneros publicitários como um "campo fecundo" para o ensino da leitura crítica. Esses gêneros são ricos em semioses carregadas de sentidos, exigindo uma abordagem mais reflexiva.

Outrossim, a circulação diária desses textos nos meios de comunicação impressos e digitais conecta os estudantes à realidade, conforme enfatizado por Santana (2019). Os discursos presentes nesses textos problematizam situações sociais complexas, suscitando uma postura emancipatória e reflexiva, como observado na pesquisa de Abreu (2020). A promoção da capacidade dos estudantes de perceberem ideologias, valorações e a não neutralidade nos discursos é essencial. Essa ação-reflexão central é fundamental para compreender a realidade social e os mecanismos de manipulação presentes em diferentes discursos.

No entanto, mesmo em meio à pertinência e relevância dos textos publicitários para o ensino de Língua Portuguesa, as experiências interventivas aqui apresentadas não têm

abarcado as contribuições dos Estudos do Imaginário. Essa teoria poderia contribuir com a análise e interpretação dos mitos e símbolos presentes na cultura do consumo que circunda as peças publicitárias, refletindo sobre as imagens que seduzem e moldam os costumes e as identidades culturais. Além disso, como a Teoria do Imaginário é interdisciplinar, pode integrar elementos da psicologia, filosofia, sociologia, antropologia e outras áreas numa abordagem holística das peças publicitárias, o que permite uma compreensão mais profunda das manifestações simbólicas e imaginativas em diferentes contextos. Assim, o estudo e o aprofundamento da Teoria Geral do Imaginário se fazem necessários no contexto educacional, e, mais emergente, na formação de professores.

REFERÊNCIAS

ABREU, Camila Emanuele de Oliveira. **Leitura crítica de textos da mídia**: desnaturalizando discursos hegemônicos em aulas de Língua Portuguesa do Ensino Fundamental II. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2018. Disponível em:

<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/LETR-BBAGWS>.

Acesso em 13 de jan. 2023.

ABREU, Maria Gabriela. **As mulheres dos anúncios**: proposta de leitura crítica nas aulas de Língua Portuguesa. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/220430>. Acesso em 14 de jan. 2023.

ARAÚJO, Alex Marcelo da S.; SILVA-BARBOSA, Maria do Rosário da; SARINHO JÚNIOR, José Maria de A. Significados composicionais em anúncios publicitários digitais: uma análise à luz da Gramática do Design Visual e suas contribuições para

o ensino. **Revista Entrepalavras**, Fortaleza, v. 12, n. 3, ed. 2534, p. 418-440, set.-dez./2022. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/2534>. Acesso em: 14 jan. 2023.

BARBOSA, Vanderlis Legramante; MACIEL, Ruberval Franco. Letramento crítico nas aulas de língua portuguesa: discutindo processos de construção de sentidos. **Revista Guavira Letras**, Três Lagoas/MS, v. 14, n. 28, p. 280-297, set./dez. 2018. Disponível em: <https://websensors.net.br/seer/index.php/guavira/article/view/725/0>. Acesso em: 14 jan. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOTELHO, Louise Lira Roedel; DE ALMEIDA CUNHA, Cristiano Castro; MACEDO, Marcelo. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 5, n.º 11, p. 121-136, maio/ago. 2011. Disponível em: <https://ges.face.ufmg.br/index.php/gestaoesociedade/article/view/1220/906>. Acesso em: 01 de mar. 2023.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília: MEC, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br>. Acesso em: 10 mai. 2023.

CARVALHO, Alexandra Bittencourt de; MATTOS, Elisa. Comercializando a dor das mulheres: uma proposta didática de leitura crítica da propaganda “Buscofem: todas as suas dores importam”. **Revista Kiri-Kerê - Pesquisa em Ensino**, v. 1 n. 8 (2022). Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/kirikere/article/view/37964>. Acesso em: 14 jan. 2023.

CARVALHO, Paula Priscilla Mendes de. **Letramento crítico multimodal na aula de língua materna: a análise de anúncio em vídeo com Youtuber sobre a venda de banda larga móvel.** Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Estadual do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN, 2018. Disponível em: https://www.uern.br/controladepaginas/profletras-mossoro-dissertacoes-turma3/arquivos/4862paula_priscilla_mendes_de_carvalho.pdf. Acesso em 14 de jan. 2023.

CARVALHO, Vera Rodrigues de. **A publicidade de conscientização como coadjuvante na formação do leitor crítico: uma proposta para multiletramentos.** Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, MG, 2021. Disponível em: <https://bdtd.uftm.edu.br/handle/123456789/1378>. Acesso em: 14 de jan. 2023.

CATÁLOGO DE TESES E DISSERTAÇÕES DA CAPES. Disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo>. Acesso em: 13 jan. 2023.

CHAGAS, Maria Vanessa Monteiro das; BEZERRA, Fábio Alexandre Silva. Análise crítica do discurso multimodal de representações das mulheres em anúncios de cerveja: multiletramentos em sala de aula. **Revista da Anpoll**, Florianópolis, v. 52, n. 1, p. 34-54, jan-maio, 2021. Disponível em: <https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/1473>. Acesso em: 14 jan. 2023.

FREIRE, P. **Educação como Prática da Liberdade.** 54^a ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.



GOOGLE ACADÊMICO. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>. Acesso em 13 de jan. 2023.

GUEDES, Eliana César Rodrigues. **As questões de gênero em anúncios publicitários:** possibilidades de leitura para a desconstrução de estereótipos. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal da Paraíba, Mamanguape, PB, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/25784>. Acesso em 13 de jan. 2023.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LEAL, Zulenilton Sobreira; SANTOS, Juracy Marques dos; GOMES, Geam Karlo. Ecologia humana e antropologia do imaginário: convergências e aproximações. **PerCursos**, Florianópolis, v. 25, p. e0502, 2024. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/percursos/article/view/23784>. Acesso em: 25 mar. 2024.

MACEDO, José Osmar Rios. Contribuições para o letramento crítico através da leitura de textos publicitários na perspectiva multimodal. E-book: **Gêneros multimodais, multiletramentos e ensino.** São Carlos: Pedro & João Editores, 2019. 297p. Disponível em: <https://pedrojoaoeditores.com.br/produto/generos-multimodais-multiletramentos-e-ensino/>. Acesso em 14 de jan. 2023.

MATIAS, Maria de Fátima Veras Ramos Campos. **O gênero anúncio publicitário em sala de aula:** uma proposta de leitura crítica para o 8º ano do ensino fundamental. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal

Rural de Pernambuco, Garanhuns, PE, 2018. Disponível em: <http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/handle/tede2/8048>. Acesso em 14 de jan. 2023.

MENEZES, Ângela Maria de Araújo. **Anúncios publicitários na escola: texto, prática discursiva e leitura(s)**. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2018. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/10272>. Acesso em 13 de jan. 2023.

OLIVEIRA, Marcieli Souza de; SANTOS, Tatiane Castro dos. Leitura de anúncio publicitário como prática de letramento no Ensino Fundamental II. **Revista Tropos**, volume 7, número 2, edição de dezembro de 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/2208/pdf>. Acesso em 14 de jan. 2023.

OLIVEIRA, Rogério Macedo de. Texto publicitário em livros didáticos de Língua Portuguesa: reconfigurando práticas de leitura a partir do Letramento Crítico. **Revista Linguagem & Ensino**, Pelotas, v. 22, n. 1, p. 102-129, jan./mar. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/rle/article/download/16134/10109>. Acesso em 14 de jan. 2023.

PEREIRA, Adriana dos S.; SANTANA, Ana Lorena dos S.; BARBOSA, José Roberto A. O redesenho em aulas de Língua Portuguesa: práticas de Letramento Multimodal Crítico. **TEXTURA - Revista de Educação e Letras**, v. 23 n. 54 p. 413-432 abr/jun 2021. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/5930>. Acesso em 14 de jan. 2023.

PORTAL DE PERIÓDICOS DA CAPES. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em: 13 jan. 2023.

ROCHA, Gleiciane Rosa Vinote; SILVA-JÚNIOR, Pedro Paulo Vieira. PROPAGANDA ESCRITA: Uma Forma de Desenvolver a Competência Leitora. **Revista Episteme Transversalis**. Volta Redonda/RJ, v. 9, n. 2, p. 118-131, 2018. Disponível em: <http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/episteme/article/view/985>. Acesso em 14 de jan. 2023.

ROCHA, Bianca Gomes da. **Sequências didáticas no ensino do gênero publicitário para alunos do 8º e 9º anos do ensino fundamental**: argumentação e construção de sentidos. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Estadual do Rio de Janeiro, São Gonçalo, RJ, 2021. Disponível em: <http://www.bdttd.uerj.br/handle/1/18815>. Acesso em 14 de jan. 2023.

SANTANA, Ana Lorena dos Santos. **Letramento crítico multimodal na aula de Língua Materna**: o discurso machista em anúncios publicitários veiculados pela internet. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Estadual do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN, 2019. Disponível em: https://www.uern.br/Controledepaginas/profletrasmosso rodissertacoesturma4/arquivos/5358dissertacao_ana_lorena_dos_santos_santana.pdf. Acesso em 14 de jan. 2023.

SANTOS, Leandro de Paula. **Uma proposta didática para a leitura crítica de textos de marketing na formação de estudantes do Ensino Fundamental II**. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/36033>. Acesso em 14 de jan. 2023.

SARTO, Celianai Silva Assis de. **O ensino do gênero anúncio publicitário**: leitura, interpretação e produção de texto multimodal. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da



Conquista, BA, 2018. Disponível em: http://www2.uesb.br/ppg/profletras/banco/t3/Celianai_Del_Sarto.pdf. Acesso em 14 de jan. 2023.

SCIELO. Disponível em: <http://www.scielo.org>. Acesso em: 13 jan. 2023.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de. Revisão Integrativa: o que é e como fazer? *Einstein*. 2010; 8(1 Pt 1):102-6. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eins/a/ZQTBkVJZqcWrTT34cXLjtBx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 de mar. 2023.

PITTA, Danielle Perin Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. São Paulo: Atlântica, 2005.

Recebido em 27/03/2024.

Aprovado em 08/07/2025.