

ANEXO AO PROCESSO Nº 259/97 - CM

DEFESA DE TESE DE DOUTORADO EM: 04/07/2001

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Campus de Marília

NEM ROTULADOS, NEM EMBALADOS,
NEM SEDUZIDOS.
A LEITURA DE RÓTULOS E EMBALAGENS

Maria Aparecida Bosschaerts de Camargo

Marília

2001



Sinta-se...
e bem com
Molico

Molico é um leite
leve e gostoso que
fornece nutrientes
essenciais para
uma alimentação
sã e equilibrada.

Prepara o Molico facilmente, bastando
juntar o pó à água quente ou gelada,
e mexer ligeiramente.
Seguir as proporções abaixo:



Para cada 120g de
Molico, usar 250ml de
água quente ou 500ml
de água fria.
Rendimento: 300g - 300ml.

Nestlé

Molico.

Leite em Pó Desnatado

com
Vitamina
A e D



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
CAMPUS DE MARÍLIA**

**NEM ROTULADOS, NEM EMBALADOS,
NEM SEDUZIDOS.
A LEITURA DE RÓTULOS E EMBALAGENS**

**MARIA APARECIDA BOSSCHAERTS DE CAMARGO
MARÍLIA
2001**



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
CAMPUS DE MARÍLIA**

**NEM ROTULADOS, NEM EMBALADOS,
NEM SEDUZIDOS.
A LEITURA DE RÓTULOS E EMBALAGENS**

1410001244



**Trabalho final apresentado ao Curso de Pós-Graduação em Educação, da Universidade Estadual Paulista, como exigência parcial à obtenção do título de Doutor em Educação.
Orientadora Profª Drª Maria Alice Faria.**

**MARIA APARECIDA BOSSCHAERTS DE CAMARGO
MARÍLIA
2001**



Banca examinadora:

Prof^a dr^a Maria Alice de Oliveira Faria - orientadora

Prof. Dr. Dagoberto Buim Arena

Prof. Dr. Juvenal Zanchetta Júnior

Prof. Dr. Roni Farto Pereira

Prof^a Dr^a Suely Amaral Mello



Dedicatória

**Aos professores e alunos
da escola pública,
espaço imprescindível**



Agradecimentos

A Maria Alice Faria,

pela orientação segura e firme,
pelo auxílio constante,
por compartilhar comigo
seu grande conhecimento
e sua maior sabedoria.

A Marisa Vieira Nicolino,

companheira de tentativas, acertos e erros.

Aos alunos da 4ª série B,

por me ensinarem muito.

Ao Reynaldo.

À Mônica, Adriana e Marcelo, filhos muito amados, pelo
encorajamento de todo dia.

**Para Nando e Dani, Carolina, Felipe, Gabriel
e Maria Júlia,** meus queridos.

Ao Marcelo, em especial,
pelo suporte técnico.

Aos amigos da FEOCRUZ,

por todos os bons momentos compartilhados.

À Conceição e Wanda, por serem mais que amigas, irmãs no
coração.

Às professoras da UNESP Marília, Cinthia Graziela

Giroto e Stela Miller, pelas sugestões dadas no exame de
qualificação, em especial à segunda, pela alteração na estrutura do
trabalho.

Resumo

Este trabalho tem por objetivo operacionalizar e detalhar sugestões metodológicas para uma prática de leitura que propicie a busca do sentido através do aproveitamento pedagógico de rótulos e embalagens, material escrito presente muitas vezes na sala de aula, em aulas de língua materna, carente, no entanto, de uma linha de uso mais coerente e sistematizada.

Pretende também demonstrar que é possível estabelecer essa sistemática e que ela, se bem conduzida, pode se constituir em subsídio concreto para o alcance da cidadania.

Compreende uma parte teórica de sustentação, ligada às características de leitura como obtenção de significado. Especifica e historia os elementos presentes em rótulos e embalagens. Apresenta fundamentos teóricos e metodológicos da elaboração de um roteiro de trabalho com esses suportes de texto.

Numa segunda parte descreve e analisa o roteiro metodológico de exploração e aproveitamento de rótulos e embalagens como material de leitura em sala de aula, detalhando sua aplicação e fazendo a análise teórico-crítica dos resultados obtidos em uma classe de quarta série de ensino fundamental de escola pública.

Abstract

This paper aims to operate and details methodological suggestions to the practice of reading that enables the search of the meaning through the pedagogical profit of labels and packs, written texts that could be found at children's environment at first language classes, meanwhile these sources need a systematic guideline.

It also aims the possible to fix this systematic guideline and if it is well done may turn into real subsidy to reach the citizenship.

It specifies and rolls the elements present in label and packs. It shows theoretical and methodical bases in the development of a guide-book with theses texts.

In a second part it describes and analyses the methodological use of labels and packs as a source of reading in classes, details about its application and making the analyzing the theoretical-critic results in a basic class of public school.

**NEM EMBALADOS, NEM ROTULADOS, NEM SEDUZIDOS.
A LEITURA DE RÓTULOS E EMBALAGENS**

Índice

PRIMEIRA PARTE

Introdução.....	p.10
Capítulo I: O material pedagógico	
1.1. Justificativa da linha seguida.....	p. 19
1.2. A escola e a classe	p. 20
1.3. Metodologia	p. 21
1.4. A escolha da pesquisa-ação como estratégia de trabalho	p. 22
1.5. Leituras de base.....	p. 30
1.6. Sondagem preliminar: experiência empírica com rótulos e embalagens.....	p. 34
1.7. Elaboração do material pedagógico de apoio.....	p. 36
Capítulo II: Escola, leitura e cidadania	
2.1. Textos diversificados na escola.....	p. 39
2.2. Escola, leitura e cidadania.....	p. 48
2.3. "Penetra surdamente no reino das palavras".....	p. 50
2.4. Cidadania: questão muito presente nos PCNs.....	p. 54
2.5. A importância da interdisciplinaridade.....	p. 59
2.6. Em busca do significado.....	p. 63
Capítulo III: Trajetória das orientações pedagógicas dos órgãos centrais no Estado de São Paulo	
3.1. Programa da Escola Primária do Estado de São Paulo	p. 76
3.2. Revista Pedagógica Brasileira.....	p. 81
3.3. Os Guias Curriculares e os Subsídios para sua implementação.....	p. 82
3.4. Multimeios.....	p. 85
3.5. Recuperação: Língua Portuguesa e Matemática	p. 87
3.6. Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau - 3ª série.....	p. 88
3.7. Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau - 1ª e 2ª séries e Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau - 2ª série.....	p. 90
3.8. Orientação do ensino de Língua Portuguesa - 2ª a 4ª séries - 1º grau. Leitura: ampliação de vocabulário.....	p. 91
3.9. Programação de Língua Portuguesa para a 1ª série do 1º grau	p. 92
3.10. Programação de Língua Portuguesa para a 2ª série do 1º grau.....	p. 93
3.11. A Proposta paulista para o ensino de língua	p. 94
3.12. Texto: da teoria à prática.....	p. 95
3.13. Prática Pedagógica: CB, vol. 1 e 2	p. 96
3.14. Prática Pedagógica: 3ª e 4ª séries, volumes 1 e 2	p. 98
3.15. Os Parâmetros Curriculares Nacionais para o ensino fundamental.....	p. 99
3.16. Reorganização da trajetória escolar no ensino fundamental. Classes de Aceleração. Proposta Pedagógica Curricular	p. 101
3.17. Encerrando as notas sobre diretrizes.....	p. 102
Capítulo IV: Embalagens: trajetória histórica e componentes de hoje	
4.1. História da embalagem	p. 105
4.2. Componentes verbais e não verbais em rótulos e embalagens de hoje.....	p. 111

4.2.1. Informações sobre o produto	p. 112
4.2.2. Informações ligadas à cidadania	p. 116
4.2.3. Outros textos: a receita e instruções para abrir a embalagem.....	p. 127
4.2.4. Publicidade.....	p. 129
4.2.4.1. Palavras e textos	p. 135
4.2.4.2. Cores e imagens	p. 138
4.2.5. A embalagem em si	p. 140
4.3. Elementos de rótulos e embalagens de produtos da cesta básica	p. 140
4.4. Elementos de rótulos e embalagens de produtos trabalhados pelos alunos.....	p. 148
4.5. Rótulos e embalagens diferenciados	p. 161
4.6. Produtos de higiene e limpeza.....	p. 169
4.7. A diagramação de rótulos e embalagens	p. 171
4.7.1. Generalidades	p. 171
4.7.2. Elementos verbais.....	p. 172
4.7.3. Cores	p. 172
4.7.4. Imagens	p. 173
4.7.5. A diagramação dos elementos visuais e verbais no espaço de R/E.....	p. 174
SEGUNDA PARTE	
Capítulo I: Introdução	
1.1. Quadro com temas e atividades desenvolvidas entre março e dezembro de 1999.	p. 185
1.2. Fases no trabalho com cada atividade.....	p. 188
1.2.1. Apresentação.....	p. 188
1.2.2. Fases do encaminhamento da atividade.....	p. 188
1.3. Avaliação da atividade	p. 190
1.4. Folhas de exercício	p. 190
1.5. Cadernos de exercício.....	p. 191
Capítulo II: Descrição de atividades realizadas	
Tema 1: Conceito de rótulo e de embalagem	p. 193
Tema 2: Classificação de R/E.....	p. 198
Tema 3: Consumo e cidadania	p. 204
Tema 4: Identificação dos elementos básicos.....	p. 208
Tema 5: Tipos de textos encontrados em R/E.....	p. 245
Tema 6: PROCON	p. 256
Tema 7: Logotipos	p. 271
Tema 8: Imagens.....	p. 283
Tema 9: Estudo do anúncio/cartaz	p. 297
Tema 10: Linguística aplicada.....	p. 310
Tema 11: Criação individual	p. 313
Capítulo III: Considerações gerais sobre as atividades realizadas.....	p. 336
Conclusão.....	p. 350
Referências bibliográficas e bibliografia	p. 359
Anexos	

Introdução

Minha vida escolar desenrolou-se quase toda na rede pública. Fiz o então chamado grupo escolar, o ginásio e o curso normal, que me formou professora, em escolas do Estado. Apenas nas faculdades que cursei - Letras e Pedagogia - tive que pagar diretamente pelo ensino recebido. Ao retornar, muitos anos depois, aos bancos escolares, retomei o estado de aluna de escola pública, desta vez nos estudos de pós-graduação.

Minha vida profissional foi também, em sua maior parte, exercida na escola pública, na qual trabalhei como professora I, professora III de português e inglês e diretora. Trabalhar nessa escola, vivendo seus dramas, desafios e alegrias, fez com que eu estabelecesse e firmasse alguns compromissos com ela: procurar maneiras criativas e diferenciadas de trabalhar; estudar sempre e cada vez mais, procurar entender os meandros, os problemas, o alcance político desse local formador de cidadãos, contribuir um pouco que fosse para o alcance dos objetivos dessa escola.

Hoje, mesmo aposentada do serviço público, não posso deixar de lado esses compromissos assumidos de forma consciente. Procuro, neste trabalho de pesquisa e de intervenção, continuar presente no cotidiano da escola que me formou e onde tentei formar pessoas. A Universidade me deu instrumentos de pesquisa, análise e interpretação da realidade que se desenrola nos bancos da escola pública, que recebe, cada vez mais pessoas que têm direito a um ensino de boa qualidade. O desafio lançado é grande, inquietante. O esforço de muitos é necessário para que mudanças possam ocorrer nessa escola, instância imprescindível para que todos alcancem o conhecimento disponível no mundo, hoje.

Tive profissionalmente a oportunidade de, através da monitoria de Língua Portuguesa e Alfabetização, exercida entre os anos de 1983 e 1988, e depois em 1990, entrar em contato com a renovação do pensamento pedagógico dos anos 80 e 90, através da leitura, preparo de reuniões e cursos de atualização profissional ministrados a professores da rede, supervisionados pela Secretaria Estadual de Educação de São Paulo, contato com teóricos brasileiros que propunham uma maneira diferenciada de tratar o ensino,



principalmente o de língua. Tratei de socializar com os professores esse conhecimento adquirido.

As propostas curriculares de Alfabetização e de Língua Portuguesa foram estudadas a fundo, debatidas, dissecadas. Seus preceitos foram colocados em prática, em maior ou menor intensidade, pelos professores com quem tive contato. Em minha dissertação de mestrado procurei registrar o alcance desses preceitos curriculares, especificamente no que dizia respeito ao uso da escrita como objeto social.

Pude perceber então que o entendimento desse preceito não se dera de modo completo e acabado. Se os professores estavam trazendo para a sala de aula outros tipos de texto, diferentes daqueles encontrados em livros e cartilhas - jornais, letras de música, propaganda, cartazes, catálogos, embalagens, receitas, listas, avisos, dicionários, cartas, bilhetes, convites, bulas, textos religiosos, regulamentos, enciclopédias - estavam também tendo dificuldade em saber o que fazer com eles, na prática pedagógica. Mesmo que estejam levando para a sala de aula a diversidade de textos pretendida por diretrizes mais recentes, como os PCNs, o uso pedagógico desse material ainda ocorre de forma convencional.

Com o advento de metodologias alternativas para o ensino da leitura e da escrita em sala de aula, muito critérios e padrões de trabalho tiveram que ser revistos. O material básico tem passado, gradativamente, do texto chamado "escolar" para textos literários exclusivamente e destes para uma seleção mais variada, no intuito de diversificar e oferecer ao aluno diferentes modelos dos inúmeros textos que circulam socialmente.

Por ocasião da pesquisa de mestrado, percebi que muitos ainda confundiam textos autênticos da vida social com qualquer outro que não constasse do livro didático - como os textos criados coletivamente, em que o professor é o escriba da classe - ou os textos espontâneos criados pelos alunos.



Percebi também que o professor, geralmente, não é um competente usuário da língua escrita. O texto que produz - através do qual respondeu à pesquisa - repete a estrutura do texto "escolar" que passa aos alunos. A riqueza e a complexidade da escrita escapam-lhe e ele não recebeu meios para desvelá-las. Não possui o embasamento teórico que o ajudaria a aperfeiçoar sua prática. Quando tem acesso aos documentos oficiais da Secretaria, com teoria esclarecedora e algumas sugestões de atividades, faz deles uma leitura equivocada, interpreta à sua maneira as sugestões de procedimentos, dando pinceladas de novidade à prática corriqueira.

Esses mesmos documentos oficiais, que deveriam nortear com segurança e clareza o trabalho profissional, são, em sua maioria, apenas teóricos, recusando-se a dar linhas metodológicas mais claras e consistentes. Há muita coisa escrita discorrendo sobre *o que* fazer, mas muito pouco sobre *como* fazer.

Mesmo quando o professor traz para a sala de aula o texto autêntico, social, que circula no meio extra-escolar, ele pode ser descaracterizado pela cópia na lousa, no papel hectográfico, na cópia em xerox que lhe tira as cores. Quando não ocorre essa mutilação, quando o aluno consegue ter em mãos um texto exatamente como se apresenta no meio social, o professor faz, na maior parte das vezes, um uso absolutamente convencional, restringindo-se a usá-lo como mais um texto didático, elaborando questões sobre seu conteúdo, ignorando sua estrutura específica, aproveitando apenas as ilustrações para estimular a criação de textos - escolares - em sala de aula.

Não dominando as regras da produção textual, o professor concentra seu trabalho na prevenção do erro ortográfico, parte da gramática que conhece melhor. O cuidado para que o aluno evite esse erro é característica do trabalho escolar: trabalhando com sílabas e palavras já conhecidas, repete-se o texto sem graça e sem apresentação gráfica específica de nenhum gênero dos livros escolares, mas a ortografia se salva.

Dentre as sugestões de trabalho com diferentes gêneros de texto está a leitura de rótulos e embalagens. Esses suportes, como portadores de texto, organizam-se de modo a

serem lidos de forma rápida, não linear, para que se tome a decisão de compra. Aproximam-se do que Soares chama de "hipertexto", que exige a "leitura pelos labirintos" (2000, p. 33). Ostentam elementos obrigatórios que nos informam sobre o produto contido, mas acrescentam outros de seu interesse: o uso criativo da língua para persuadir, a ênfase em cores e imagens para transmitir sensações e sentimentos positivos.

Tanto quanto um cartaz, um anúncio, um *jingle* de fácil memorização, os rótulos e embalagens se sofisticam e se tornam poderosos instrumentos de venda. Atraem a atenção de crianças e adultos, que podem acabar sendo envolvidos por suas artimanhas de sedução. Estão expostos em inúmeros pontos de venda, ao alcance dos olhos, "pedindo" para serem consumidos. Preparar-se para reagir à sua força de sugestão exige conhecer os mecanismos de que se valem para esse envolvimento.

Foi essa a tarefa que pretendi com a elaboração deste trabalho. Fazer, junto com crianças de 4ª série de uma escola pública, uma leitura aprofundada desses portadores de texto, presença cotidiana nas mãos de escolares. Conhecer sua estrutura, suas estratégias de elaboração, os elementos que os constituem, os recursos de que lançam mão. Fazer, enfim, uma leitura minuciosa desses portadores de texto.

A partir dessa leitura, acredito que ficou mais fácil para as crianças fazerem a necessária distinção: que elementos importantes devem estar presentes em rótulos e embalagens, que informações espero e tenho direito de obter, como cidadão e como consumidor? E quais são os elementos de interesse para o fabricante, que recursos são usados para me levar a consumir?

Dentre o material coletado para a elaboração da dissertação de mestrado, foi enviado um trabalho realizado com rótulo de requeijão cremoso. Além das informações comuns, encontradas em praticamente todos os rótulos - marca, fabricante, endereço, CGC, código de barra, ingredientes, valor nutricional, data de validade, peso -, o material reproduz, do ponto de vista gráfico, uma cena campestre. Desenhada em cores suaves, traz elementos bucólicos: casa, vaquinhas no pasto, árvores. A idéia a ser passada é a de produto natural,

delicado. Havia todo um levantamento a ser feito sobre esses dados. No entanto foi pedido à criança que escrevesse "tudo o que se via no desenho", ou seja, a leitura do rótulo se restringiu ao seu aspecto mais elementar, a imagem, sem que se aprofundasse a procura da conotação implícita em cada escolha de cor, figura ou texto. Um material rico em informações sobre o valor social da leitura foi usado como um daqueles quadros tradicionais, encontrados na escola, com cenas para serem descritas ou para servirem de estímulo à criação de histórias - no padrão escolar.

Meu trabalho de mestrado mostrou que o professor da rede pública, ouvido pela pesquisa, está trazendo para a escola uma diversidade de textos insuspeitada há alguns anos atrás. Mas faz deles, de modo geral, um uso incompleto e inadequado, tratando-o como se fosse mais um dos costumeiros, de cartilha ou de livros didáticos. As atividades elaboradas a partir deles eles não diferem em nada das tradicionais oferecidas por manuais ou copiados dos companheiros mais experientes. Nesse sentido, *é meu propósito demonstrar, neste trabalho, a possibilidade de estabelecer uma metodologia específica para os textos autênticos, sociais, diferenciados, que chegam atualmente à escola, de modo a explorar convenientemente seu aspecto de objeto social, fazendo um estudo detalhado de sua silhueta específica, das informações que dele se pode obter, do papel que pode desempenhar no desenvolvimento de uma cidadania mais nítida e atuante e a possibilidade de, através desses mesmos textos, formar o leitor crítico, o interlocutor do texto, cooperativo, produtivo, sujeito do processo de ler.*

Esse leitor que se pretende formar deverá ter à sua disposição, na escola, diferentes tipos de textos para conhecer em profundidade. A leitura aprofundada de rótulos e embalagens, por exemplo, fornecerá a quem deles fizer uma leitura crítica, elementos que auxiliarão numa escolha de compra mais consciente, mais livre, não provocada pela sedução do texto, da imagem, da cor. Leitores assim provavelmente não se deixarão levar por aquisições de impulso, mas consumirão o que necessitarem e quiserem. Não serão, portanto, tão facilmente rotulados, embalados e seduzidos pelos encantos dessa "poderosa ferramenta de marketing", como a conceitua Mestriner.



O trabalho de uma leitura aprofundada de rótulos e embalagens pode também propiciar oportunidades de integração entre disciplinas. Estes suportes trazem diversidade de textos e de informações a serem trabalhados e explorados mais profundamente a partir da metodologia específica e do enfoque particular de cada ramo do conhecimento. Mas isso parece não estar sendo feito de maneira sistemática e organizada, na escola.

Por tais motivos, o presente trabalho tem o objetivo de *sugerir metodologia alternativa testada em sala de aula, tendo como sustentação a leitura crítica de rótulos e embalagens*, encontrando-se subdividido num quádruplo enfoque:

- oferecer sugestão de trabalho que possa contribuir para a complementação do processo de "letramento" dos alunos, ou seja, do uso real e cotidiano de sua condição de leitor;
- apontar caminhos para a leitura crítica, ligada a alguns elementos de cidadania, em particular relativos à leitura de rótulos e embalagens de produtos alimentares, de higiene e de limpeza, que circulam diariamente em nossas casas, com todas as características de suportes de leitura;
- contribuir para que o trabalho do professor siga numa direção mais atual, utilizando material escrito presente no entorno social, apresentando para isso uma série de sugestões de atividades descritas e analisadas no corpo do trabalho;
- apontar para a importância de um trabalho interdisciplinar através da exploração de elementos presentes em rótulos e embalagens.

A organização do trabalho estrutura-se na seguinte ordem e conteúdos: uma **primeira parte**, que engloba quatro capítulos e uma **segunda parte**, com três capítulos.

No *primeiro* capítulo da primeira parte apresentam-se as linhas gerais do trabalho realizado em sala de aula, as características da escola, da turma e da professora regente. Acrescenta-se também uma síntese da metodologia aplicada, os objetivos propostos e breve resenha dos textos teóricos de apoio, justificando-se também a escolha da pesquisa-ação como metodologia de trabalho.



No *segundo* capítulo da primeira parte há uma justificativa para o tema, seguida de noções teóricas sobre cidadania e a questão da interdisciplinaridade. São trabalhados mais a fundo os conceitos básicos de leitura e sua aquisição, seguindo a trajetória de textos "escolares" até a noção de "escrita como objeto social".

No *terceiro* capítulo faz-se uma retrospectiva analítica de alguns documentos oficiais repassados à rede pública como subsídios à prática pedagógica do professor, procurando-se neles a presença de orientação para o trabalho com escrita como objeto social, bem como uma metodologia de leitura de uso de textos sociais em sala de aula, especificamente no que diz respeito a rótulos e embalagens.

No *quarto* capítulo faz-se uma trajetória histórica de rótulos e embalagens e são analisados alguns exemplos de hoje, do ponto de vista de componentes verbais e não-verbais, tomando-se como parâmetros rótulos e embalagens dos produtos da cesta básica, rótulos e embalagens trabalhados pelos alunos, alguns rótulos e embalagens diferenciados e rótulos e embalagens dos produtos de higiene e limpeza.

A segunda parte do trabalho traz o detalhamento da aplicação da nova proposta feita em sala de aula. O *primeiro* capítulo desta segunda parte apresenta um quadro sintetizador do trabalho efetuado com as intervenções em sala de aula, evidencia suas etapas, expõe as fases de cada atividade, sua avaliação crítica e material utilizado e seu registro nesta tese.

O *segundo* traz a descrição detalhada de cada uma das trinta e sete atividades realizadas, contendo seus objetivos, encaminhamento, material necessário. Há também uma avaliação de cada uma, com seus pontos positivos e negativos.

O *terceiro* arrola as considerações gerais levantadas na análise de todo esse trabalho de pesquisa-ação e faz uma avaliação geral crítica das atividades e resultados desta experimentação, com sugestões para sua melhoria, a partir dos pontos que se revelaram problemáticos durante a experimentação



Além das leituras realizadas para a sustentação teórica deste trabalho, quatro outras foram utilizadas mais diretamente na elaboração, preparo e aplicação das atividades: o livro *Ler e Escrever:entando no mundo da escrita*, de Anne-Marie Chartier, Christiane Clesse & Jean Hébrard, em especial o capítulo 1("O mundo da escrita), item 2, "Os objetos portadores de escrita", onde há propostas de trabalho com rótulos e embalagens; a proposta de trabalho de Jolibert e equipe (1994), transposta no livro *Formando crianças leitoras*, que se baseia numa pedagogia na qual se procura manter ao máximo a atividade do aprendiz; um capítulo do texto de Carole Tisset & Renée Léon, *Enseigner le français à l'école*, de 1992, especialmente para o trabalho com cartaz, já que rótulos e embalagens podem ser considerados cartazes. Para o estabelecimento de objetivos e a análise posterior das atividades realizadas tomou-se como base teórica o artigo "Um modelo para prioridades educacionais numa sociedade de informação" de Litto (1998) sobre "capacidades básicas, capacidades cognitivas e qualidades pessoais" que formam o necessário saber fazer, a estrutura essencial para se viver dignamente no século XXI. Essas atividades, em número de trinta e sete, estão descritas e comentadas na segunda parte.

Na *conclusão* se retomam os pontos básicos do trabalho e se evidenciam os aspectos positivos da metodologia testada, ressaltando-se principalmente as capacidades cognitivas alcançadas, bem como a postura dos alunos em relação a seus direitos como cidadãos e consumidores.



Capítulo I

O material pedagógico

(...) a pesquisa-ação se constitui na única alternativa de que dispõe o investigador preocupado com a teoria e prática educacionais que apontam para a transformação de uma determinada situação. Compreendida e analisada a situação com que se deparam os agentes da pesquisa, o que se tem a fazer é pensar uma ação para a superação dos problemas, mesmo que seja num universo restrito - o interior de uma sala de aula, em uma determinada escola. Carr e Kemmis, *apud* Arena, 1996, p. 19



1.1. Justificativa da linha seguida

O trabalho descrito na segunda parte deste texto - realizado de março a novembro de 1999 - foi elaborado para ser aplicado em classe de ensino fundamental, em qualquer série. Apesar de ter sido testado apenas em uma classe de 4ª série, acredita-se que pode ser adaptado para alunos mais adiantados - inclusive do ensino médio -, ampliando as oportunidades de pesquisa e de estudo mais aprofundado dos textos, aumentando, com a elevação do número de disciplinas oferecidas, as possibilidades de trabalho interdisciplinar.

A intenção da investigação, num primeiro momento, era dar continuidade à pesquisa elaborada no mestrado e por essa razão a primeira idéia foi a de trabalhar com classe de Ciclo Básico, como foi feito naquela ocasião. Mas um amadurecimento de idéias fez com que a opção recaísse sobre uma série mais adiantada, na qual se trabalhasse com a leitura em si e não com o processo de sua aquisição, que, no início da escolaridade, podem significar processos e metodologias diferenciadas. A preocupação com o entendimento do nosso sistema de escrita, básico para o processo de alfabetização, poderia sobrepor-se ao entendimento do texto de R/E em todo o seu detalhamento.¹

A professora da classe de 4ª série em que testamos o material pedagógico, Marisa Vieira Nicolino, é profissional diferenciada. Ativa, positiva, acredita no potencial das crianças e mantém com elas um relacionamento de respeito e de compromisso, o que resulta numa classe calma, tranqüila, apesar de muito interessada e atuante. Fala sempre em voz baixa, organiza os grupos, mantém expostos pela sala os trabalhos dos alunos. Tem curso de Pedagogia, além do Magistério, e terminou, no ano da pesquisa - 1999 - um curso de Especialização sobre leitura. Foi extremamente receptiva ao trabalho proposto, colaborou com sugestões, esteve presente e atuante em praticamente todas as intervenções.

Entre os professores entrevistados, em 1996, colaboradores na pesquisa de mestrado, ela apresentou um trabalho considerado como um dos mais adequados quanto ao

¹ Em toda a extensão deste trabalho usaremos a sigla R/E sempre que nos referirmos a rótulos e embalagens



uso social da escrita, a partir de um prospecto de alerta contra a dengue, distribuído pelo Centro de Saúde da cidade. Procurada novamente para auxiliar na pesquisa, colocou-se à disposição, assim como sua classe de quarta série. Na verdade, duas classes, uma vez que ela e outra professora, Daniela Ciciliatti, revezavam-se no atendimento de duas quartas séries, ficando Marisa Nicolino responsável pelo trabalho com Língua Portuguesa nas duas turmas. Optou-se por uma das turmas, a quarta série B, a que oficialmente consta como atribuída à professora a quem fazemos referência.

1.2 A escola e a classe

As atividades foram testadas na escola mais antiga de Osvaldo Cruz, SP, a EE "Dr. Getúlio Vargas", anteriormente chamada de "1º Grupo Escolar". É escola estadual localizada em área central da cidade. Já recebeu, anteriormente, uma clientela diferenciada do ponto de vista socioeconômico. Hoje, como todas as demais escolas estaduais, recebe alunos de classe popular. Apresenta os mesmos problemas e as mesmas características de tantas outras escolas públicas. Pela manhã estudam crianças moradoras da zona urbana, à tarde a clientela diversifica-se com crianças da zona rural, transportadas pelo município.

A turma da professora escolhida para o trabalho estudava à tarde. Era uma mescla, portanto, de alunos de zona urbana e rural. A classe tinha relativamente poucos estudantes, 35, entre meninas e meninos. Os alunos apresentavam índice de aproveitamento muito bom e não tinham problemas disciplinares dignos de nota - ao menos quando das intervenções da pesquisa. A frequência dos alunos podia ser considerada normal, a não ser em dias específicos - dias entre feriados, por exemplo - quando as da zona rural podiam ficar sem o transporte dos ônibus escolares. Em sua grande maioria eram crianças ativas, participantes, que receberam bem as atividades propostas, empenharam-se em realizá-las da melhor forma possível.

A escolha desta escola como local de intervenção deveu-se, portanto, a esse conhecimento anterior do trabalho da professora, além do fato de a diretora e a

coordenadora pedagógica demonstrarem grande empenho em ajudar no que fosse possível para que a pesquisa se desenrolasse sem problemas. A pesquisadora sempre foi recebida com cordialidade e boa vontade pela equipe escolar, incluindo-se os demais professores e funcionários.

Inicialmente foram combinadas intervenções semanais, às quintas-feiras após o recreio. Durante o primeiro semestre o cronograma fluiu bem, interrompido apenas por períodos de provas ou outra atividade extra como excursões. No segundo, muitas datas tiveram que ser revistas e alteradas, pois a classe estava envolvida também com um programa anti-drogas ministrado pela Polícia Militar, que era muito apreciado pelos alunos e que algumas vezes ocupava as quintas-feiras. Mesmo assim pôde-se aplicar as 37 atividades que estão descritas na segunda parte.

1.3 Metodologia

A opção pela leitura crítica de rótulos e embalagens foi feita pela não existência de tradição de trabalho escolar específico com esse material, comprovada através de análise de documentos oficiais, a ser exposta no capítulo III. Considerando que rótulos e embalagens representam material abundante e presente no cotidiano das crianças e que requerem leitura específica, optou-se por oferecer esse material como base do trabalho com leitura.

O fato de se optar por uma classe apenas, na qual as atividades fossem testadas pela própria pesquisadora justifica-se pela intenção de registrar, momento a momento, as reações dos alunos, suas dificuldades e os empecilhos à concretização do projeto em sala de aula. Acrescente-se a isso o fato de a pesquisadora ter sido professora de séries iniciais no começo de sua carreira profissional, e, portanto, trabalhar diretamente com alunos do ensino fundamental não constituir dificuldade. Desta maneira aprofundou-se a análise, mesmo em detrimento do número de envolvidos. E o resultado se "não é exportável, tal qual, para outra escola, é contudo possível explicitar, descrever, justificar e teorizar os processos que lhe deram origem, processos esses, eventualmente transferíveis" (Canário, 1994,p. 67).



1.4. A escolha da pesquisa-ação como estratégia de trabalho

Sabemos que há posturas básicas frente à pesquisa científica: há os que a consideram como um fim em si mesma, independente de seus resultados práticos. Uma pesquisa bem feita, com rigor científico, quantificada ou aprofundada com racionalidade, que chegue a conclusões também racionais, tem valor em si mesma. Outro posicionamento frente à pesquisa preocupa-se com a aplicabilidade de suas descobertas na vida concreta e real de alguns sujeitos. Aqui se entende que a pesquisa pode ser útil não só na descrição de um problema ou de uma situação, mas também na tentativa de traçar rumos, sugerir estratégias, direcionar esforços.

Especificamente no que diz respeito à pesquisa educacional, acreditamos que o segundo ponto de vista possa ser considerado verdadeiro. Detectado um problema, sugerir uma rota alternativa, testada e abalizada por uma postura teórica consistente pode ser procedimento quase que esperado. É neste segundo modo de encarar a pesquisa educacional que este trabalho se pauta.

Essa postura mais pragmática é compartilhada com um grande número de estudiosos, especialmente a equipe francesa do INRP², socializadora de uma série de procedimentos ligados à leitura e à escrita da língua francesa, que podem ser tomados como ponto de partida para um trabalho a ser colocado à disposição da escola.

Colocada como alternativa aos métodos de pesquisa eminentemente quantitativos, a abordagem qualitativa oferece maneiras diferenciadas de olhar a realidade, analisá-la e agir sobre ela. Uma de suas alternativas de ação é a “pesquisa-ação”, que, para Thiollent,

é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os representantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos. (...) na qual os

² Instituto Nacional de Pesquisas Pedagógicas, órgão do governo francês sediado em Paris

pesquisadores estabelecem relações comunicativas com pessoas ou grupos da situação investigada com o intuito de serem melhor aceitos. Nela os pesquisadores desempenham um papel ativo (1986, p. 14 e 15).

No caso da pesquisa descrita nesse trabalho, o problema detectado era a falta de uma metodologia que explicitasse a leitura adequada de rótulos e embalagens, como portadores de texto que são. A solução encontrada foi a proposição e testagem de uma série de procedimentos colocados a um grupo de alunos, com a participação da professora regente da classe.

Este tipo de abordagem permitiu colocar em prática o preconizado por Carr e Kemmis

Compreendida e analisada a situação com que se deparam os agentes da pesquisa, o que se tem a fazer é pensar uma ação para a superação dos problemas, mesmo que seja num universo restrito - o interior de uma sala de aula, em uma determinada escola (*apud* Arena, 1996, p. 19).

Quando convenientemente dirigida e executada, a pesquisa-ação permite aos professores tomar nas próprias mãos a análise da sua realidade; é possível assim fazer avançar o conhecimento dela e poder transformá-la. Esse tipo de atuação é bastante usado nos movimentos pedagógicos porque se trata de um tipo de pesquisa feita por pessoas que querem contribuir elas próprias para a teorização de suas práticas. Sendo estudada e aplicada em casos individuais - como na pesquisa descrita neste trabalho -, o que se pode transmitir de um caso a outro é a metodologia e não os resultados generalizáveis.

A idéia de utilizar-se da pesquisa-ação surge quando se encontra um contexto favorável, onde pesquisadores optam por não limitar suas investigações somente aos aspectos acadêmicos e burocráticos das pesquisas convencionais. Quando querem pesquisas nas quais as pessoas envolvidas tenham algo a "dizer" e a "fazer". Com ela pretendem, além de apenas observar, desempenhar um papel ativo na própria realidade dos fatos observados.

Seu objetivo estabelecido é resolver, ou ao menos esclarecer problemas de uma situação, não se limitando a uma forma de ação, mas pretendendo aumentar, ao mesmo tempo, o conhecimento dos pesquisadores e o conhecimento ou o nível de consciência das pessoas e grupos envolvidos na situação. Como todo trabalho humano, é regida por objetivos; os pesquisadores têm ou procuram apresentar sempre uma atitude de "escuta" e de elucidação dos vários aspectos da situação.

Há outro cuidado adicional: estando interessada e envolvida com questões mais práticas, de resolução de problemas, os objetivos práticos da pesquisa-ação não devem fazer esquecer que ela, como qualquer estratégia de pesquisa, possui também objetivos de conhecimento. Apesar de sua forma característica, de pesquisa e de ação simultâneas, não deixa de ser uma forma de experimentação em situação real, na qual os pesquisadores intervêm conscientemente. Estão entre seus objetivos, além de produzir conhecimento, também "adquirir experiência, contribuir para a discussão ou fazer avançar o debate sobre as questões abordadas" (Thiollent, 1986, p.22).

Com a pesquisa-ação, os pesquisadores em educação podem produzir informações e conhecimento de uso mais efetivo, inclusive pedagogicamente, contribuindo para o esclarecimento das microssituações escolares e para a definição de objetivos de ação pedagógica e de transformações mais abrangente. Esse tipo de pesquisa é reconhecido e bem-vindo na pesquisa educacional, que apresenta características de dinamismo bastante particulares.

Com todos esses pressupostos teóricos em mente, procurou-se estabelecer as linhas de ação, resguardando-se algumas características essenciais desse tipo de pesquisa, a saber:

- a) *modo de associação entre pesquisador e participantes*: optou-se por uma intervenção direta do pesquisador junto ao grupo pesquisado. Como já foi ressaltado, se esta estratégia reduziu as possibilidades numéricas de alcance - ficaria impossível a um só pesquisador, no prazo concedido pela academia, realizar intervenções em mais de uma classe -, por outro lado aumentaram-se



consideravelmente as possibilidades de observação da receptividade, facilidade, dificuldades encontradas, adequação do material, entre outros aspectos.

- b) *A necessidade de ação problemática processual orientada por um pesquisador:* toda a proposta foi um desafio, tanto para a pesquisadora, como para a classe e a professora regente. Para a primeira, o desafio consistiu na elaboração e proposição de atividades interessantes e esclarecedoras, que proporcionassem uma descoberta gradativa de rótulos e embalagens como portadores de texto. Para os alunos, a tarefa de fazer a leitura crítica e as descobertas propostas pela pesquisa. Para a professora regente, o fato de entregar sua classe, durante longo período, para experimentação de uma metodologia ainda não sistematizada.
- c) *Estratégias integradas de condução da pesquisa para convergência significativa:* a pesquisadora dedicou longos períodos ao estudo de R/E como portadores de texto; elaborou atividade e folhas de exercício diversificadas; propôs tarefas sistematizadas; a classe utilizou material não convencional para leitura, entrou em contato com pessoas de fora da escola, recebeu-as em sala de aula. Todas essas estratégias foram utilizadas para que o conhecimento obtido fosse sempre maior e mais significativo.
- d) *O cuidado com a formulação de hipóteses norteadoras:* a seleção de atividades se enquadrava em hipóteses prévias de capacidade de recepção e entendimento dos R/E como portadores de texto e a grande maioria delas se mostrou adequada. Mesmo as que se mostraram relativamente inadequadas também serviram de oportunidade de aprendizagem e adequação.
- e) *Atenção para com as interferências, generalizações e conhecimentos obtidos:* foi necessária grande atenção no sentido de separar o que já era de conhecimento prévio dos alunos com o conhecimento adicional obtido com a sistematização das atividades. De modo geral pode-se julgar considerável o

número e a qualidade da aprendizagem obtida pelo desvendamento e explicitação de R/E como portadores de texto.

O roteiro proposto por Thiollent (1986, p. 47/48) sobre concepção e organização da pesquisa-ação foi norteador dos procedimentos que resultaram neste trabalho, cujas linhas de elaboração estão, de forma resumida, colocadas no quadro abaixo:

Roteiro de pesquisa qualitativa:

Fase exploratória: iniciada com as conclusões da pesquisa para a dissertação de mestrado, conduziu a estudos mais sistemáticos sobre os diversos materiais portadores de texto levados à sala de aula e merecedores, portanto, de análise mais acurada. O resultado do estudo prévio sobre rótulos e embalagens está sintetizado no capítulo IV.

Delimitação do tema de pesquisa: dentre os vários tipos de textos diversificados utilizados por professores da rede pública, optou-se por sistematizar uma metodologia específica para rótulos e embalagens, visto sua significativa incidência na sala de aula e a falta dessa sistematização metodológica. A pesquisa de sua presença (ou não) como objeto de leitura em documentos oficiais entregues aos professores à guisa de orientação está posto no capítulo III.

Colocação dos problemas: opção por alguns elementos presentes em rótulos e embalagens que seriam alvo de sistematização pedagógica mais acurada; elaboração de atividades, testagem e resultados, presentes na segunda parte do trabalho.

Campo de observação, amostragem e representatividade qualitativa: seleção da escola, classe e estratégias de apresentação das atividades aos alunos, descritos neste capítulo.

Plano de ação, coleta de dados e aprendizagem (a partir da análise de dados): o quadro colocado no início da segunda parte sintetiza a seqüência das atividades elaboradas e testadas, tendo servido de roteiro para o trabalho e a seqüência tida como a mais adequada.

Relação entre saber formal e saber informal: toda a seqüência de atividades teve

como fim alcançar os objetivos gerais dos PCN de Língua Portuguesa, a discussão sobre cidadania, as capacidades e competências descritas por Litto, dentro de uma dinâmica de leitura para apreensão do sentido. Para isso, as atividades, didatizadas, tinham como meta transformar o saber informal trazido pelos alunos sobre R/E - já que eles são presença cotidiana e cada vez mais corriqueira em todas os lugares - em saber sistematizado, do qual eles pudessem retirar opções de ação frente a esses objetos.

Para o trabalho que se tinha em mente - uma continuação natural do trabalho realizado no mestrado - esse tipo de intervenção, que detecta um problema e se põe a campo procurando uma alternativa de solução - pareceu o mais indicado. Se os professores apresentam dificuldade em encontrar uma metodologia de trabalho que faça os alunos compreenderem as especificidades dos vários tipos de texto, a contribuição poderia ser a procura de um caminho metodológico alternativo, que suprisse a falta dessa maneira prática de caminhar na procura dos sentidos do texto colocado em rótulos e embalagens.

Tendo em vista os objetivos que se propunha alcançar, o caminho para que ele se traduzisse numa prática efetiva foi-se delineando através de da leitura de obras que pudessem fornecer apoio teórico - mesmo técnico, uma vez que R/E são suportes de texto com características de objetivo, organização, uso do espaço, linguagem, imagem e cores muito específicas -, desconhecidas pelos professores, de modo geral.

Um segundo passo incluiu a procura de uma metodologia para o conhecimento desses suportes, nas orientações oferecidas aos professores da rede pública. Não sendo ela encontrada, o passo seguinte foi o início dessa sistematização, a partir dos R/E mais freqüentes nas casas, os da cesta básica fornecida a alguns assalariados. A partir daí se procurou oferecer aos alunos a oportunidade de analisar R/E mais sofisticados, estabelecendo comparações entre um e outro, buscando a motivação para a simplicidade de uns e a sofisticação de outros.

De modo geral esse conhecimento foi obtido através da leitura, na qual se enfocavam aspectos considerados mais significativos em cada atividade. Sendo ela

considerada por Litto uma capacidade fundamental básica, foi sempre o ponto de partida para análises mais detalhadas. A partir dela, outras capacidades foram buscadas e trabalhadas: redação, aritmética, matemática, escutar, falar, pensar criticamente, tomar decisões, solucionar problemas, ver coisas com imaginação, saber como aprender, raciocinar.

Teve-se também como meta o desenvolvimento dos "códigos da modernidade" - as competências necessárias para enfrentar os desafios deste novo milênio - que se iniciam com o "domínio da leitura e da escrita" e incluem as capacidades de "fazer cálculos e resolver problemas", "analisar, sintetizar e interpretar dados, fatos e situações", "compreender e atuar em seu entorno social", "receber criticamente os meios de comunicação", "localizar, acessar e usar melhor a informação acumulada" e a "capacidade de planejar, trabalhar e decidir em grupo" (Serrão e Baleeiro, 1999, p. 381/2).

A preocupação de trabalhar interdisciplinarmente sempre esteve presente. Já não se concebe mais o conhecimento organizado em compartimentos estanques, mas como uma unidade apreendida em aspectos diferenciados. Esta postura metodológica é sempre mais facilmente conseguida nas séries iniciais, com o trabalho de um só professor polivalente, mas a presença de professores especialistas, com conhecimento mais aprofundado em algumas áreas do conhecimento pode ser muito enriquecedora, se se dispuserem a trabalhar de maneira integrada com os demais. Neste trabalho se conseguiu um nível razoável de integração disciplinar. Colocam-se também algumas indicações para uma interdisciplinaridade mais plena, em alguns momentos, se a metodologia for usada em classes mais adiantadas.

Detalhando, os **objetivos gerais** deste trabalho, portanto, se colocam como:

- oferecer uma linha de estudos e sugestões metodológicas para o aproveitamento didático de rótulos e embalagens, uma vez que não existe nada sistematizado nesta área;
- oferecer um roteiro de trabalho que se abra para a interdisciplinaridade e abranja os temas transversais "consumo" e "cidadania", propostos pelos PCNs;

- elaborar uma linha de trabalho com leitura, na formação do leitor competente exigida da escola. A ênfase na questão da leitura se justifica pela exigência de formação do leitor competente, que retire os significados e identifique a função social dos textos que lê.

Ao mesmo tempo pretende-se desenvolver, através das atividades preparadas, os objetivos estabelecidos pelos PCNs, em relação à língua portuguesa:

- ler autonomamente diferentes textos dos gêneros previstos para o ciclo (textos expositivos de diferentes fontes);
- compreender os textos escritos com os quais se defronta; ler, compreender e interessar-se por textos autênticos, de reconhecido valor social;
- utilizar a linguagem oral com eficácia, adequando-a a intenções e situações comunicativas que requeiram a coerência na defesa de pontos de vista e na apresentação de argumentos;
- compreender o sentido das mensagens comunicativas de que é destinatário indireto;
- demonstrar atitude crítica diante de textos persuasivos dos quais é destinatário direto ou indireto;
- demonstrar segurança na defesa de argumentos próprios e flexibilidade para modificá-los, quando for o caso.

Também esteve em pauta, na seleção e organização das atividades, o desenvolvimento

- das "capacidades fundamentais" arroladas por Litto (1998, p. 18): "leitura, redação, aritmética, matemática, escutar, falar";
- das "capacidades cognitivas: pensar criticamente, tomar decisões, solucionar problemas, ver coisas com imaginação, saber como aprender, raciocinar";
- das "qualidades pessoais: responsabilidade, auto-estima, sociabilidade, autogerenciamento e integridade/honestidade";
- das "competências" ligadas a recursos, como "saber alocar tempo";
- da competência interpessoal de "saber participar como membro de equipe, saber exercer a liderança";

- das competências ligadas à informação: “saber adquirir e avaliar a situação, saber organizar, manter, interpretar e comunicar a informação”.

Além desses aspectos, outros, colocados como fundamentais pelos PCNs foram abordados, destacando-se a questão da cidadania, como já ressaltado neste trabalho, uma preocupação destacada naqueles documentos de orientação ao professor.

1.5. Leituras de base

Como já foi ressaltado, para a operacionalização efetiva das atividades concebidas quatro obras foram mais utilizadas. A primeira delas, o texto *Ler e Escrever: entrando no mundo da escrita*, de Anne-Marie Chartier, Christiane Clesse e Jean Hébrard (1996), em especial as páginas 35 a 40), onde se detalha trabalho feito com leitura e escrita no qual se utiliza como material rótulos, embalagens, bulas e embalagens de remédios. Tem como objetivos descobrir designações dos objetos, distinguir entre o nome do produto e o da marca e descobrir indícios que ajudam na identificação.

Os autores descrevem o trabalho em fases. Na sensibilização distribui-se material, pergunta-se qual é o produto contido e como se pode saber disso pela leitura da embalagem; verificam-se os conhecimentos comuns; conciliam-se as denominações. Para os autores, a escrita das embalagens às vezes é pouco notada pelas crianças (e adultos), que se orientam por outros indícios como formas, cores e imagens. No desenvolvimento da sessão propõem o trabalho em grupos: distribuem-se as embalagens; procura-se um consenso sobre a designação dos produtos embalados; identifica-se e verifica-se o nome de um produto. Na consolidação deve-se aproveitar as ocasiões, ampliando o assunto para todos os produtos embalados.

Para os autores, no curso elementar, as crianças podem e devem ser iniciadas no código de sinalização das embalagens; sem essa iniciação elas podem apresentar dificuldade de investir nele sua capacidade de leitura, uma vez que as grafias são pouco clássicas, mais ornamentadas. O trabalho inclui o estudo de tudo que está impresso: marca,

nome, composição, local de fabricação, modo de usar, data limite de consumo, código de barras, etc. É leitura que permite obter conhecimento e sua funcionalidade parece evidente. Este texto foi bastante esclarecedor quando da organização de atividades para testagem em sala de aula.

Com a leitura de embalagens de remédios, por exemplo, as crianças podem aprender um número considerável de termos pertencentes ao campo lexical da doença e dos seus cuidados, os perigos de utilização de remédios, a composição dos medicamentos, além de estabelecer ligação entre as proibições familiares a respeito dos perigos de intoxicação e as competências escolares que estão adquirindo.

No trabalho realizado, descrito nesta tese, as crianças descartaram as embalagens de remédio, elegendo como favoritas outras mais atraentes do ponto de vista de cores, imagens (e conteúdo), como as de alimentos, balas, salgadinhos, refrigerantes, biscoitos.

A proposta de trabalho de Jolibert e equipe (1994) baseia-se numa pedagogia que procura manter ao máximo a atividade do aprendiz. Quanto ao ensino de leitura, ressalta a autora que, na escola, a atividade de quem aprende, sua ação como sujeito, é importante na construção de seu saber operatório e que esse sujeito, que está sempre em interação com os demais, age também dessa maneira com os meios ao seu redor. Dentro do meio escolar, entre seus companheiros, a criança deverá, portanto, na vida cooperativa da escola, elaborar e conduzir projetos que lhe permitam viver seus processos autônomos de aprendizado.

Jolibert trabalha com projetos referentes à vida cotidiana, com projetos-empresendimentos e projetos de aprendizagem, que incluem e contemplam atividades ligadas à leitura. Segundo a autora, esses projetos específicos têm trazido resultados visíveis no desempenho dos alunos em leitura, além de mudanças em seu comportamento geral, como “ser exigente, levar uma tarefa até o fim, ser autônomo, ter confiança em si, saber avaliar” (1994, p.22).



Na sistemática de trabalho de Jolibert e seus colaboradores não existe um livro-base ou cartilha. Desde a pré-escola as crianças lêem textos reais, que servem para responder à necessidade de viver com os outros (como os quadros de avisos, calendário, quadro de faltas e presenças, uma carta, convites para espetáculos da escola), comunicar-se com o exterior (participações e convites dos e para os pais, prospectos), descobrir informações necessárias (descobrir o cardápio, procurar preços de brinquedos), fazer algo prático (jogos das revistas infantis, montar um brinquedo), estimular o imaginário (literatura infantil, poemas), documentar-se (para uma pesquisa em andamento, ler cartas, cartazes, embalagens, revistas mais especializadas).

O trabalho com leitura proposto pela equipe diferencia-se muito das tradicionais aulas de simples decodificação mecânica de sinais gráficos e sua correspondente oralização. Pauta-se por uma visão mais prática de leitura, mais próxima da que se executa normalmente fora da escola, onde a escrita e a leitura se apresentam como atos sociais de caráter prático, utilitário, atendendo o alcance de objetivos próximos do leitor. Um trabalho assim executado possibilita devolver à escrita “o seu caráter de objeto social”, tal como enfatiza a *Proposta Curricular de Alfabetização* para a rede pública de ensino do Estado de São Paulo e como era objetivo fundamental da proposta descrita neste trabalho.

Uma tradução do capítulo “Entrer dans l’écrit du réel” do livro de Carole Tisset & Renée Léon, *Enseigner le français à l’école*, de 1992, também foi usada como subsídio, especialmente para o trabalho com cartaz. A obra também é prática, essencialmente didática e detalha as sugestões para o estudo e análise dos elementos gráficos de imagem e texto específico. Como outros grupos franceses de ensino de leitura e escrita, Tisset & León propõem uma metodologia baseada em projetos nos quais são envolvidas várias disciplinas e os alunos são convidados a participar de todas as etapas. Há uma preocupação com o reconhecimento de suportes diferenciados de texto.

A sugestão dos autores, referente ao trabalho com cartaz, foi transportada para a situação de pesquisa, - leitura de rótulos e embalagens - na qual se procurou proporcionar estudo e a compreensão no nível pragmático (onde se vê, para que serve um cartaz?); no



nível discursivo (quem o escreveu? Para quem? Qual é sua verdadeira mensagem?); no nível textual (diagramação específica, apresentação, tipologia gráfica) e lingüístico (tipos de frase, processos de retórica utilizados, etc.). As atividades "quebra-cabeça" com cartaz e "o anúncio escondido", descritas na segunda parte deste trabalho, foram aproveitadas integralmente e com êxito na pesquisa.

Outro autor básico para o desenvolvimento desse trabalho foi Litto, que registra no artigo "Um modelo para prioridades educacionais numa sociedade de informação", publicado pela revista *Pátio*, em 98, sua preocupação com a postura de inércia que o desconhecimento do futuro pode impor a determinadas pessoas. Segundo ele, é preciso deixar de lado essa imobilidade causada pela insatisfação com a educação do passado e pelo medo de "errar com maneiras novas" (Litto, 1998, p. 17) e agir: decidir-se por uma linha de ação, identificar objetos, meios de atingi-los e o conteúdo adequado.

O autor também descreve sua proposta de uma escola que ensine a pensar. E propõe, como o faz Capra, que se ensine a pensar holisticamente, - "vendo o mundo como um todo, integrado" - e ecologicamente - "reconhecendo a fundamental interdependência de todos os fenômenos e o fato de que, como indivíduos e sociedade, estamos inseridos e, em última análise, dependentes de processos cíclicos da natureza" (Litto, 1998, p. 16).

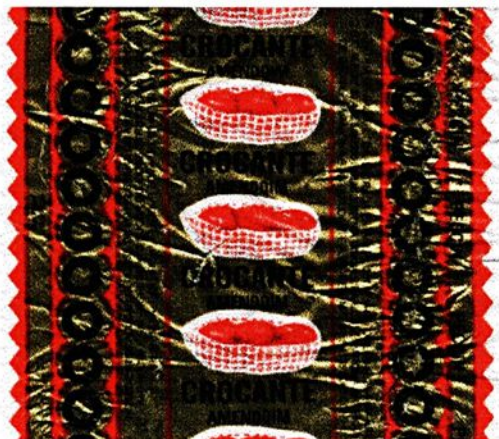
A elaboração de objetivos e a análise posterior das atividades realizadas foi feita tendo como apoio teórico seu estudo sobre habilidades básicas que podem ser aprendidas na escola, "o saber-fazer" de quem trabalhará no século XXI. Os anos de estudo deverão dar ao aluno, ao final da escola de primeiro e segundo graus uma estrutura básica, composta pelas capacidades básicas de leitura, redação, operações aritmético-matemáticas, escuta e fala; uma capacitação cognitiva de pensar criativamente, tomar decisões, solucionar problemas, perceber com acuidade, saber como aprender e raciocinar; qualidades pessoais como responsabilidade, auto-estima, sociabilidade, autogerenciamento e integridade/honestidade serão valorizadas e necessárias.

O autor também relaciona cinco tipos de competência, diferentes de conhecimento técnico ou intelectual e que "representam os atributos que o empregador de alto desempenho de hoje procura no funcionário de amanhã" (Litto, 1998, p. 17), relacionadas a recursos, a aspectos interpessoais, a informação, a sistemas e a tecnologia.

Em todas as atividades propostas nesta pesquisa foram enfatizadas essas capacidades e competências, com destaque maior para uma ou outra, conforme a especificidade de cada uma. Na realização e na avaliação, procurou levar em conta sempre os pressupostos teóricos desses autores acima arrolados.

1.6. Sondagem preliminar: experiência empírica com rótulos e embalagens

No final do ano de 1997 foi realizada uma pré testagem, na classe com a qual a professora Marisa Vieira Nicolino trabalhava, uma segunda série. Na primeira intervenção foi entregue aos alunos um pacote de balas embrulhadas. Antes de comê-las, foi perguntado às crianças o que se poderia saber sobre o que haveria dentro do papel. Os alunos logo perceberam que o papel que embrulhava as balas deveria conter informações sobre o sabor dela. Como já liam bem e rapidamente, encontraram com facilidade alguns dados, que foram transcritos na lousa: nome da bala, nome do fabricante, seu endereço e telefone, número do CGC, ingredientes da composição.



O nome da bala - Crocante - chamou a atenção. Quando foi perguntado o que poderia significar essa palavra, responderam que era algo "que faz barulho ao ser mastigado". O nome do fabricante - Peccin - também despertou a atenção pela presença dos dois CC. Acharam que fosse palavra estrangeira. Alguns alunos, no entanto, acabaram se lembrando de outras letras "dobradas", presentes em seus próprios nomes: Giovanna, Zammataro.

O endereço do fabricante - em Erechim, RS - levou a várias considerações: alguns alunos têm boa noção sobre siglas; quase todos sabem que os 3 primeiros números de um telefone correspondem a códigos de área; já tinham noção de que os números 054 seriam de algum lugar fora do estado de São Paulo. Logo alguém leu e informou à classe que a cidade se localiza no estado do Rio Grande do Sul. As informações em inglês foram discutidas.

A classe foi visitada mais duas vezes, com proposta de trabalho que incluíram classificação e identificação de alguns elementos dos rótulos e embalagens. Como já se estivesse no final do ano - final de novembro - as intervenções foram encerradas. A partir do que foi observado a opção para o ano seguinte - que acabou acontecendo só no início de 1999 - foi a de trabalhar com classe mais adiantada, pelos motivos já apontados.

Esse primeiro contato forneceu elementos para o amadurecimento da idéia de trabalhar com rótulos e embalagens, apesar de não ter tido continuidade nesse primeiro momento. A reação dos alunos foi positiva, mas três fatores indicaram a inadequação da época para início dos trabalhos de forma mais sistemática:

- primeiro, o fato de se estar no segundo semestre letivo, o que impossibilitaria uma continuidade de trabalho com a mesma turma, que provavelmente se separaria no próximo ano;
- segundo, pela constatação da necessidade de mais estudos teóricos sobre rótulos, embalagens, aspectos lingüísticos de textos diferenciados neles presentes, linguagem publicitária, entre outros;
- terceiro, a percepção de que, numa classe mais adiantada, não se estaria enfatizando o processo de *aquisição da leitura*, mas a leitura em si. Os dois

processos, acontecendo simultaneamente, poderiam dificultar a análise do alcance ou não dos objetivos específicos traçados para as diversas atividades.

A pré testagem revelou muitos aspectos de rótulos e embalagens que poderiam ser contemplados numa intervenção organizada, que capacidades os alunos já teriam, quais as que precisariam ser estimuladas. O tempo entre o final de 1997 e o início de 1999 foi utilizado para mais leituras e organização de atividades, aplicadas agora na 4ª série descrita.

Considerando o tempo concedido - uma intervenção por semana, durante um ano - foram previstas e preparadas uma série de atividades. Como em todo plano, algumas alterações ocorreram: atividades foram reformuladas tendo em vista o desempenho dos alunos na atividade anterior - considerada fácil ou difícil demais. Nem todos os encontros foram realizados na data prevista, em decorrência de problemas na escola ou da pesquisadora.

1.7 Elaboração do material pedagógico de apoio

O trabalho didático com rótulos e embalagens foi precedido de um amplo estudo teórico sobre esses suportes textuais, de suas técnicas de elaboração, sua história, componentes básicos, diagramação. Para maior entendimento dos recursos de persuasão de R/E, fez-se também uma leitura mais acurada das características da linguagem da propaganda. Essa base teórica foi sendo completada com o estudo de rótulos e embalagens de produtos da cesta básica e com a análise de outros, trazidos pelos alunos.

A partir desse estudo foi feito inicialmente um levantamento dos componentes dos R/E que seriam importantes na organização metodológica para o trabalho com uma 4ª série, os quais foram agrupados em seqüências de elementos afins.

Em seguida organizou-se uma seqüência progressiva no trabalho, partindo-se de aspectos mais gerais para os mais específicos, distribuídos em atividades semanais



realizadas durante o ano letivo, conforme o quadro apresentado no primeiro capítulo da segunda parte.

Cada atividade foi também estimulada de maneira regular, apresentando-se seus objetivos, o material necessário para sua realização, entre os quais folhas especificamente diagramadas para a realização das tarefas. As atividades se dividiram em fases ("encaminhamento"), terminando o trabalho com os alunos sintetizando em cadernos próprios para esse trabalho, o que aprenderam.

Todos esses elementos serão detalhados na abertura da segunda parte desta tese. Na sequência,, nos capítulos 2,3 e 4, como já se informou na introdução, apresentam-se estudos preliminares da pesquisa, que serviram de base teórica para este trabalho.



Capítulo II

Escola, leitura e cidadania

Se até pouco tempo atrás, todos os que ingressavam na escola almejavam ganhar, ao final de um ano letivo, a carteirinha de sócio do clube da alfabetização, atualmente já percebem que esse clube não oferece o equipamento adequado para o sócio usufruir de todas as situações e prazeres que o texto escrito pode oferecer aos seus usuários. Hoje, todos reivindicam a entrada em um clube reservado, até agora, a uma elite cultivada e refinada que, de posse da carteirinha de sócio, desfrutava de todos os recursos necessários para a utilização efetiva da escrita: o clube dos leitores.

José Juvêncio Barbosa *Alfabetização e Leitura*, 1994, p. 113.

2.1. Textos diversificados na escola

Toda educação verdadeiramente comprometida com o exercício da cidadania precisa criar condições para o desenvolvimento da capacidade de uso eficaz da linguagem que satisfaça necessidades pessoais - que podem estar relacionadas às ações efetivas do cotidiano, à transmissão e busca de informação, ao exercício da reflexão.

PCNs, 1997- volume 2 - L. Portuguesa

Muito se tem dito e escrito, atualmente, sobre as competências necessárias para a sobrevivência digna no próximo milênio. Sabe-se que muitos modelos de produção, de trabalho, de economia, de política, de educação, tidos como adequados até há bem pouco tempo, mostram-se insuficientes para a vida num mundo interligado, dinâmico e mutável, características do tempo em que vivemos.

A cultura massiva e planetária exige de cada cidadão o atendimento a exigências de nova postura perante si mesmo, perante o outro e perante a realidade, o que inclui uma nova maneira de conceber o conhecimento e sua aquisição. Numa perspectiva de desenvolvimento do indivíduo e da sociedade, que tenha como ponto de chegada a construção e a vivência da cidadania, algumas atitudes e características devem ser levadas em conta e desenvolvidas.

Para isso, tem-se colocado para a reflexão de educadores e de todos os demais agentes formadores, o que se convencionou chamar de códigos da modernidade, ou seja, uma série de "competências que serão necessárias para que as pessoas possam enfrentar mais adequadamente os desafios do próximo milênio" (Serrão e Baleeiro, 1999, p. 381/2).

Essas competências começam com o domínio da leitura e da escrita e continuam em busca das capacidades de fazer cálculos e de resolver problemas, analisar, sintetizar e interpretar dados, fatos e situações, compreender e atuar em seu entorno social, receber criticamente os meios de comunicação, localizar, acessar e usar melhor a informação acumulada e planejar, trabalhar e decidir em grupo.



A primeira dessas competências, o domínio efetivo da leitura, não se dá espontaneamente, como pode ocorrer com outras aprendizagens - andar, falar, comer. Para promover esta e outras aprendizagens específicas, a escola se organiza num trabalho sistemático e intencional. Já é de consenso entre educadores que o acesso a muitos saberes se dá através do saber inicial de ler e escrever.

A escola, no entanto, nem sempre consegue desenvolver, nesse sentido, uma sistemática de ensino que leve a uma aprendizagem eficiente da leitura e da escrita. Muitas vezes o que o egresso apresenta é uma capacidade reduzida de decodificar, letra a letra ou palavra a palavra, alguns tipos estereotipados de texto, apresentados pela escola como sendo o necessário à compreensão e ação no mundo.

Algumas fórmulas clássicas e consagradas têm presença garantida e aceita na escola. No entanto, algumas vozes discordantes estão se fazendo ouvir, apresentando propostas diferenciadas para o ensino e o trabalho com leitura e escrita, para se fazer uma abordagem mais completa e uma ampliação substancial dos tipos de textos apresentados aos alunos.

A pretensão é fazer a escrita readquirir "seu caráter de objeto social", como acreditam ser possível a proposta paulista de alfabetização, os educadores de Barcelona, representados por Anna Teberosky, os educadores franceses da equipe de Josette Jolibert. Essa postura se operacionaliza na escola através da utilização de textos "autênticos" em sala de aula, para que o aluno possa conhecer, desde os primeiros estudos, a complexidade e a riqueza da língua escrita.

Isso se faz necessário como código de cidadania, uma vez que o texto escrito pode constituir-se em poderoso instrumento de manipulação. Segundo Serrão, "saber ler e escrever já não é um simples problema de alfabetização, é um autêntico problema de sobrevivência" (1999, p. 382). Quanto mais se conhece de língua escrita, de suas características, dos objetivos de quem escreve, dos meios de persuasão de que se pode valer, mais sentidos se poderá retirar da leitura .

Os professores podem estar levando para a sala de aula a diversidade de textos pretendida por essa nova postura, que necessita mais do que "textos escolares" para sua implantação. É preciso, no entanto, estar atento ao uso pedagógico desse material, que pode se dar de forma convencional.

A proposta curricular de alfabetização da rede pública paulista tem enfatizado, a partir de 1985, o trabalho com textos de diferentes origens e finalidades desde os primeiros dias de trabalho escolar. A preocupação com esse aspecto está claramente delineada quando ela conclama o professor a "devolver à escrita seu caráter de objeto social" (Duran, 1990, p. 16, grifo nosso). A mesma preocupação está presente nos *Parâmetros Curriculares Nacionais* (PCNs), propostos pelo MEC em 1997 para o ensino fundamental - 1ª à 4ª séries - em seu volume 2, que trata das questões de ensino e aprendizagem de Língua Portuguesa. Para os elaboradores dos PCNs "ser um usuário competente da escrita é, cada vez mais, condição para a efetiva participação social" (Brasil, 1997, p.22). Diante disso, cabe à escola garantir o acesso aos saberes lingüísticos necessários para o exercício da cidadania, garantia tanto mais necessária quanto menor for o grau de letramento das comunidades de origem da criança.

Para introduzir a criança no universo da língua escrita em toda a sua complexidade, riqueza e diferenciação, os PCNs recomendam que se propicie a ela o contato e lhe facilite o acesso ao universo dos textos que circulam socialmente, ensinando-lhe a produzi-los e a interpretá-los. Os PCNs também reconhecem que ensinar a escrever textos torna-se

uma tarefa muito difícil fora do convívio com textos verdadeiros, com leitores e escritores verdadeiros e com situações de comunicação que os tornem necessários. Fora da escola escrevem-se textos dirigidos a interlocutores de fato. (...) A diversidade textual que existe fora da escola pode e deve estar a serviço da expansão do conhecimento letrado do aluno (Brasil, 1997, p. 34).

Se o objetivo é levar o aluno a aprender a produzir e a interpretar textos, a unidade básica do ensino só pode ser o texto (e não a sílaba, a palavra ou a frase, que não têm a ver com competência discursiva). O ensino assim organizado pode contribuir para a consecução de

objetivos propostos para a aprendizagem de língua na escola, que pretende, entre outras metas, alcançar que os alunos sejam capazes de “expandir o uso da linguagem em instâncias privadas e utilizá-la com eficiência em instâncias públicas, sabendo assumir a palavra e produzir textos – tanto orais como escritos – coerentes, coesos, adequados a seus destinatários, aos objetivos a que se propõem e aos assuntos tratados (Brasil, 1997, p. 41).

Essa metodologia se justifica porque “um leitor competente é alguém que, por iniciativa própria, é capaz de selecionar, dentre os textos que circulam socialmente, aqueles que podem atender a uma necessidade sua. Que consegue utilizar estratégias de leitura adequadas para abordá-los de forma a atender a essa necessidade” (1997, p. 54). Da mesma forma, um “escritor competente é alguém que, ao produzir um discurso, (...) sabe selecionar o gênero no qual seu discurso se realizará, escolhendo aquele que for apropriado a seus objetivos e à circunstância enunciativa em questão”; é, finalmente, alguém que planeja o discurso, e conseqüentemente o texto, em função do seu objetivo e do leitor a que se destina.

Um dos grandes entraves para que se atinja esses objetivos acima delineados é o tipo de texto que normalmente se apresenta ao aluno em experiências escolares.

As fontes de onde bebem as crianças para criarem seus textos são, em sua maioria, os textos colocados nos livros de leitura e cartilhas, material dominante na escola como fornecedor de modelos. E esses textos costumam ser, como demonstra Votre, codificados de forma artificial, ‘perdidos que estão entre os modos pragmático (da fala espontânea) e sintético (da escrita formal), só fazendo sentido quando ligados ou associados a uma ilustração’ (Camargo, 1997, p. 65).

De modo geral estes textos se apresentam, para Votre (1987, p. 144), como “dêiticos, mostrativos, com características mais marcantes do modo pragmático”, embora com “codificação morfológica rígida de concordância e regência e formulação do tipo sujeito/predicado”. Dão a impressão de sentenças independentes, simples, afirmativas, com o verbo em sua grande maioria, no presente do indicativo, formando parágrafos únicos.

Os textos de iniciação à leitura são descritos por esse autor como sendo conjuntos de

orações apenas justapostas entre si, formando unidades relativamente autônomas de uma lista aberta; períodos simples, com características de seqüências geradas fora do contexto real; nível de textualidade baixo; falta de continuadores discursivos; repetição do mesmo tempo verbal (o presente) (...); variação alcatória do tempo verbal; repetição desnecessária do sintagma nominal sujeito,...); utilização de pronomes pessoais de terceira pessoa (ele/ela), em contextos que requerem necessariamente anáfora zero; falta de conectivos entre orações; falta de conectores lógicos ou temporais (Camargo, 1997, p. 48/49).

A tarefa de oferecer ao aluno contato com textos reais e diversificados se operacionaliza, na prática docente, através do estudo de múltiplos e diferentes modelos de modo a permitir, como pede Ana Teberosky, que o mundo entre na escola. Para que isso aconteça é necessário que os textos lidos pelas crianças sejam verdadeiros, reais, ou como os classifica Jolibert, textos autênticos, aqueles “não construídos especificamente para ensinar/aprender a ler” (1994, p. 149).

Corgozinho, refletindo sobre a questão da prática pedagógica em leitura e escrita, escreve:

A distância entre aquilo que se aprende e aquilo de que se necessita para a prática das coisas da vida é um sintoma de que a escola não cumpre uma função social mais ampla, incluindo o ensino de comportamentos éticos, valores, desenvolvimento crítico, compreensão e assimilação das relações sociais (Corgozinho, 1997, p.24).

Enquanto o conteúdo das aulas for “somente narrado”, para o autor não há comunicação nem troca de conhecimentos, porque este se cristaliza. Enquanto o “professor narrador” é o único a ser sujeito, a pessoa que sabe e que tem como função narrar e administrar o conhecimento adquirido, o aluno não aparece como sujeito e o conhecimento não é visto como algo que pode ser elaborado pelos alunos.

O autor lembra que a pedagogia de Paulo Freire condena esse tipo de educação, considerando-o verbosidade alienada e alienante. Nesse trabalho, a palavra é esvaziada e perde sua dimensão concreta, tornando-se oca, não servindo à transmissão do conhecimento

e à aprendizagem. Como consequência, os alunos apenas repetem os conteúdos narrados sem perceber o que realmente significam e a linguagem é usada unicamente como um instrumento de manipulação social. Ao final, esses alunos não descobrem, ao menos na escola, por exemplo, a importância do livro e o prazer da leitura, não conseguem elaborar uma forma de pensamento crítico, uma consciência crítica de que resultaria sua inserção no mundo, como transformadores dele.

É preciso, então, ampliar o conceito de texto, para que deixe de ficar restrito ao conceito de língua escrita. Deve ser entendido como texto

... todo e qualquer objeto cultural, seja verbal ou não, em que está implícito o exercício de um código social para organizar sentidos, através de alguma substância física. Portanto, cinema, televisão, vestuário, esportes, cozinha, moda, artesanato, jornais, falas, literatura, partilham da qualidade de textos (Aguiar e Bordini, *apud* Corgozinho, 1997, p. 11).

Em seu papel de formadora de leitores, a escola tem falhado na concepção e na formação da noção de texto em seu sentido mais amplo, quando delega apenas ao livro didático a mediação de qualquer conhecimento. Essa condição retrata a sobreposição de uma única cultura, a que possui o livro, a todas as demais, numa clara confirmação do poder da primeira sobre as outras.

É por esse motivo que Duran (1990) reitera:

Quanto mais atos de leitura e de escrita tiver oportunidade de assistir, quanto mais exposta à influência do mundo “letrado”, mais informações tiver sobre o valor social da língua escrita, mais elementos terá (a criança) para trabalhar cognitivamente com a palavra escrita (Duran, 1990, p. 6).

Em seu contato com a escrita, a criança precisa, muitas vezes, aprender a identificá-la como “objeto portador de texto”, ou seja, um objeto que serve para ler. Ao identificar esse objeto específico, já se descobriu um dos usos da escrita. Quanto maior a vivência com material escrito, maior facilidade terá a criança em reconhecer, identificar e compreender o texto escrito e seus usos.

Moreira desenvolveu pesquisa para identificar, junto às crianças, quais seriam os indícios ou pistas reconhecidos por elas na composição de um “portador de texto”: elementos gráficos, figurativos, desenhos, cores, etc. As conclusões da autora são interessantes: diz ela que as crianças só reconheciam como textos aqueles utilizados fora da escola, no seu dia-a-dia. Os textos reconhecidos,

parecem desprezados pela escola e referem-se a tarefas domésticas (receita de bolo), a eventos médicos (receita médica, bula), a atividades comerciais (nota fiscal, carnê, cheque), a eventos religiosos (folhetos de oração), a atividades de correspondência (carta, telegrama), a atividades recreativas (revistas em quadrinhos, livros de história, instruções de jogo), a eventos políticos (política) (Moreira, 1994, p. 23).

No entanto, ainda segundo Moreira, 1994, a escola parece não se interessar por esses objetos de fácil aquisição, independente de recursos materiais.

Para Marinho & Carvalho, “os currículos de Português, de uma forma geral, refletem uma dificuldade histórica em transformar novas teorias em práticas pedagógicas efetivas”. Esse é um desafio que extrapola o limite de um currículo e se coloca como questão importante em outras esferas de discussão, dentro e fora da escola. Não existia, nos currículos analisados pelas autoras, a articulação entre a função social da escola na formação do leitor. No entanto se sabe que

... o papel da escola em relação à leitura é o de oferecer aos alunos situações em que eles aprendam a ler e leiam para aprender algo. Neste aspecto o objetivo da leitura é a produção de sentido, que é, por sua vez, determinada pelas condições socioculturais do leitor – os seus objetivos, os seus conhecimentos de mundo e de língua que possibilitam a leitura (1996, p. 43).

As autoras sugerem, “para a leitura em sala de aula, um conjunto de textos que circulam fora da escola”, pois a “necessidade de propiciar à criança o uso da língua escrita pela interação com uma multiplicidade de textos é de fato importante” (1996, p. 43).

Elas também reconhecem que tem sido difícil propiciar ou visualizar, na escola, situações menos artificiais de relação com os textos, para que o aluno vivencie a atividade de interação verbal da forma mais variada possível. Entre outras afirmações, as autoras sugerem que leitura e produção de textos sejam tratadas como atividades eminentemente comunicativas. Que atendam a interesses pragmáticos dos sujeitos envolvidos na interação, não separando conteúdo e forma. Assim, os alunos serão capazes de articular os determinantes do texto: os interlocutores, com seus objetivos, papéis sociais, conhecimento de mundo e de língua; o veículo ou suporte textual.

Em pesquisa efetuada com professores alfabetizadores do município de Osvaldo Cruz, em 1995 e 1996, para elaboração de dissertação de mestrado, foi constatado que, a partir de novas diretrizes para seu trabalho, têm eles incorporado à sua prática a presença de textos alternativos aos livros e cartilhas convencionais. Foram solicitadas e recebidas dezenas de atividades realizadas com as crianças de Ciclo Básico da rede pública, em que o material gerador foi constituído de folhetos de propaganda, rótulos, embalagens, entre outros. Notou-se também, pela pesquisa e pelo contato estabelecido com professores, que não há (ou há pouquíssimos exemplos) de trabalho interdisciplinar.

Na análise de cada uma das atividades enviadas, percebeu-se que o professor tem feito, salvo raras exceções, um aproveitamento convencional e escolar do material diferente que chega às mãos dos alunos. Atividades como exploração das dificuldades ortográficas, simples questionários sobre o conteúdo dos textos, aproveitamento das ilustrações como se fossem apenas gravuras, constituíram a maioria dos trabalhos enviados. Muito pouco cuidou o professor de explorar a especificidade do texto escrito funcional ou utilitário que tinha nas mãos. Quase nada de seu formato específico, sua disposição gráfica particular, sua importância como objeto social foi detectada pelo professor nos exercícios de aproveitamento de tais textos, em suas classes.

Permitimo-nos, então, deduzir que muitos professores não utilizam adequadamente os textos autênticos que levam para a classe por absoluta falta de informação sobre em que consistiria esse aproveitamento real e completo. Sua formação, precária e inadequada, e a



inconsistente formação em serviço que recebe não lhe permitem iniciativas mais criativas em relação ao trabalho com a escrita autêntica. Desconhecendo as particularidades dos textos específicos, sua distribuição gráfica, sua linguagem particular, seus objetivos explícitos e implícitos, e, principalmente, as ocasiões sociais em que é utilizado, o professor quase nada inova: renova o visual da sala com rótulos e embalagens coloridas, traz folhetos de propaganda em profusão, mas usa tais textos como se fossem outras páginas do livro escolar a que está acostumado.

Assim como esse, outros exemplos mostraram as imensas dificuldades com que se depara o professor em sua tarefa de trabalhar com textos autênticos em alfabetização e com a colocação efetiva da interdisciplinaridade como prática cotidiana. De um modo geral ele não utiliza convenientemente os textos trazidos para a sala de aula, deixando de explorar suas potencialidades como expressão social do uso da escrita, limitando-se a trabalhá-lo escolar e convencionalmente, além de ainda dividir o conhecimento em blocos estanques.

A escola adequada aos tempos em que vivemos não pode ignorar a presença e a força da mídia. "O conhecimento das linguagens da mídia habilita os sujeitos, em certa medida, a viver num mundo de relações e dele participar" (Porto, 2000, p. 66). Rótulos e embalagens fazem parte dessa mídia, trazem elementos de publicidade que procuram persuadir, influenciar comportamentos. Ainda segundo Porto,

...a relação da escola com os meios de comunicação precisa ir além da formação do receptor crítico, configurando uma educação para a mídia, cuja preocupação maior se completa numa relação lúcida do usuário com os meios de comunicação (2000, p. 66).

A dificuldade da tarefa pode ser aquilatada quando se observa que a formação do professor nem sempre o prepara para ser um leitor completo. Sendo ele próprio não-leitor, o professor se veria privado de uma forma de construir sentido para a realidade; de ter um instrumento para buscar informações, de inserir-se no mundo da cultura e, principalmente, de desempenhar papel de formador de alunos leitores.

Tendo obtido os resultados relatados acima e diante do compromisso estabelecido com a escola pública, na qual estudamos e trabalhamos por longos anos, propusemo-nos a elaborar uma série de sugestões metodológicas para o trabalho de leitura de rótulos e embalagens numa abordagem interdisciplinar. É nosso intuito oferecê-las como sugestão para servir de suporte ao trabalho cotidiano do professor interessado em adaptar sua prática às novas exigências de trabalho propostas pelos PCNs e pelas diretrizes pedagógicas do Estado de São Paulo.

O propósito estabelecido para este trabalho foi o de trabalhar junto a uma classe de quarto do 1º ciclo do município de Osvaldo Cruz, para, através de testagem e reformulações de uma metodologia para a leitura de rótulos e embalagens, instrumentalizar seus professores quanto ao uso adequado de um tipo de texto autêntico em sala de aula, utilizando, sempre que possível, o aproveitamento em mais de uma disciplina. A abordagem central foi sempre a "comunicativa", que leva em conta, além do texto em si, as imagens, cores, diagramação. Os passos incluíram a elaboração, análise e testes de material pedagógico que pudesse ser utilizado na prática cotidiana, colocado a seguir à disposição dos demais professores.

2.2 Escola, leitura e cidadania

Antônio Joaquim Severino, na conferência *O lugar do professor na sociedade contemporânea*, pronunciada no Ciclo de Conferências patrocinado pela APEOESP, de março a maio de 1995³, reconhece "a educação pública como única via de universalização da educação", e, por isso, a necessidade de um "compromisso com a dignidade e com a qualidade do trabalho" do professor e de sua ação histórica.

Fazendo um panorama geral da situação concreta mundial, o conferencista apresenta o quadro do mundo como caracterizado por um novo ordenamento em que se destacam "o fim da guerra fria, a hegemonia americana, a grande revolução tecnológica" e caracterizado pela "extraordinária velocidade de transmissão dos conhecimentos, pela colocação em xeque

³ Publicada posteriormente na **Revista de Educação**, da APEOESP, nº 8, fevereiro/1996



de alguns conceitos tradicionais da política (...) e pela formação dos grandes blocos” (1996, p.67).

Além dessas características de ordem política, outras aparecem, ligadas às questões sócio-políticas, tais como:

...a globalização da economia, a explosão econômica global, o declínio do estado de bem-estar social e o declínio do próprio estado, agora pleiteado como mínimo, a emergência da era da biotecnologia, a mudança dos padrões de liderança, ora concebida de forma mais participativa, a ascensão do Pacífico, com os tigres asiáticos invadindo os mercados ocidentais, o triunfo do indivíduo e um renascimento espiritual generalizado, concebido de forma holística (Severino, 1996, p.67).

Tudo isso constitui, para ele, no que se convencionou chamar de pós-modernidade. E neste mundo permeado de relações sócio-econômicas neoliberais, a educação sofre grandes impactos. Para Severino, a educação pode perder terreno para os meios de comunicação no papel de aparelho ideológico do Estado, função essa assumida agora pela TV, rádio, jornais, revistas, Internet.

Se for também para se conformar com o papel de mera transmissora de informações, a escola, assim como seus profissionais, podem se considerar descartáveis, inúteis pela extraordinária eficiência da comunicação de massa nesse setor. O filósofo enfatiza o ponto de vista de que há pressões para que a escola se amolde a um parâmetro neoliberal (perseguidor de uma qualidade total conseguida com modelos de gestão empresarial) para a formação de “um indivíduo andróide, replicante, peça de engrenagem que se move apenas em função da lógica da tecnologia” (Severino, 1996, p. 68).

Há, no entanto, para o autor, espaço na escola para que se forme nela “um cidadão, indivíduo autônomo, fonte de decisão e de ação próprias”. Isso não se dará em escolas “sem projeto cultural e educacional”, mas naquelas em que se procurará fazer aflorar uma “inteligência crítica”, necessária, a seu ver, para a “sobrevivência humanizadora da própria sociedade”. (Severino, 1996, p. 69) Somente um profissional que se assuma e se sinta verdadeiramente cidadão poderá formar outros cidadãos. E para o autor,

ser cidadão hoje implica para o indivíduo dispor de acesso aos bens naturais, pela via do trabalho, aos bens políticos, pelo gozo da sociabilidade e aos bens simbólicos, pela efetiva participação e na fruição dos bens culturais (Severino, 1996, p. 70).

Apesar de, segundo o autor, o saber ser "frágil frente ao poder", refugiar-se "com facilidade na alienação" ou então colocar-se "prazerosamente a serviço do poder" a escola pode procurar trabalhar com um "saber esclarecido, crítico, denunciador dos desmandos do poder", o mesmo que é "reprimido, sufocado ou subornado" (Severino, 1996, p. 71).

A escola pode, apesar das inúmeras dificuldades, constituir-se num local apropriado para o desvendamento do sentido do mundo através de um trabalho sistemático e inovador com a leitura. Ler, interpretar, penetrar na profundidade dos significados das palavras é serviço prestado pela escola e que se reverterá na construção de uma humanidade mais adequada ao homem que ela medeia.

2.3. "Penetra surdamente no reino das palavras..." (Drummond)

Muitas vezes pode parecer que a formação do cidadão seja tarefa abstrata, relegada aos planos teóricos de pensadores desligados da prática e da vida cotidiana. Entretanto, a formação para a plena cidadania pode ser operacionalizada numa prática bem próxima ao comum dos mortais. No caso do profissional da educação, especificamente, essa preparação se concretiza numa rotina pedagógica que leve em conta certos pressupostos e seja apresentada numa maneira especial de trabalho em sala de aula. Em se tratando do ensino da leitura, essa concretização se dará na escolha do material a ser lido e no aproveitamento pedagógico que a ele se destinar.

Quando a escola se limita a ler e interpretar o chamado "texto escolar" e apenas ele, quando os interpreta de maneira escolar, convencional, limitando-se a perguntar o óbvio, está ocultando aos alunos os verdadeiros usos que se fazem dos textos escritos. Os textos vivos, sociais, estão sempre prenhes de sentidos e intenções que precisam ser desveladas

pelo leitor, para que ele não se configure apenas num decodificador de códigos que não penetra no sentido, tornando-se assim um “consumidor” ou repetidor de textos alheios.

Ao se abrir e abrir seus espaços para os textos da vida social e fazer com eles um trabalho profundo de desvelamento do sentido das leituras que se lhe apresentam diante dos olhos, está-se dando ao aluno instrumento para uma efetiva “leitura de mundo” e para sua transformação, se assim lhe parecer necessário.

Ensinar a ler passa a significar então ler as linhas, as entrelinhas e o que está por trás das linhas. Significa aprofundar-se no sentido explícito e no sentido oculto de cada texto: um balancete de banco, um contrato de aluguel, uma conta telefônica, um poema cheio de subentendidos, um relatório de atividade.

Na sociedade de consumo em que vivemos, o texto da publicidade, por exemplo, coloca-se como onipresente, cheio de artifícios, “sedutor” como o chama Carvalho. Apesar de, em nota introdutória, a autora fazer a defesa do discurso publicitário, colocando-o em pé de igualdade com outros tipos ,

... quando se analisa a linguagem publicitária quase sempre se fala em *manipulação*. Devemos considerar que, na realidade, a linguagem publicitária usa recursos estilísticos e argumentativos da linguagem cotidiana, ela própria voltada para informar e manipular (...) o mesmo se pode dizer da linguagem jornalística, dos discursos políticos (...), da linguagem dos tribunais (...) e até do discurso amoroso (Carvalho, 1996, p. 9).

A mesma autora, no entanto, em outro trecho, reconhece que a

a publicidade comercial explora o universo dos desejos, um universo particular. (...) Como não tem autoridade para ordenar, o emissor utiliza a manipulação disfarçada: para convencer e seduzir o receptor, não deixa transparecer suas verdadeiras intenções, idéias e sentimentos... (Carvalho, 1996, p. 10).

O texto publicitário é presença marcante nos tempos atuais: “a onipresença da publicidade comercial na sociedade de consumo cria um ambiente cultural próprio, um novo sistema de valores, co-gerador do ‘espírito do tempo’” (Carvalho, 1996, p.11) .

Essa onipresença da publicidade manifesta-se em out-doors, anúncios, cartazes, em rótulos e embalagens. Estes últimos se constituem em condutores de mensagens publicitárias, entre as informações que são obrigadas, por lei, a ostentar. Tais suportes de texto sofisticam-se cada vez mais. Coloridos, atraentes, cheios de figuras muitas vezes conhecidas pelo público (principalmente o infantil), eles são colocados nas prateleiras como “isca” aos olhos dos consumidores. Fugir deles e de sua atração sedutora, é cada vez mais difícil.

Talvez uma das tarefas da escola atual seja a de despertar no aluno o senso crítico em relação a essa linguagem que se coloca a serviço de uma nova ordem social – denominada sociedade de consumo –, na qual “a publicidade criou um novo tipo de universo de Copérnico: as coisas não gravitam em torno do homem; é o homem que gira em torno delas, seus novos ídolos” (Carvalho, 1996, p.12).

Tomados como suporte de texto publicitário, os rótulos e embalagens, se não compreendidos e desvelados, podem constituir-se em elemento a mais no esforço diuturno da sociedade de consumo em fazer novos adeptos. Ler rótulos e embalagens pode significar compreendê-los melhor, conhecer suas partes, vasculhar seus objetivos implícitos e explícitos, “domá-los” por pouco que seja, separar neles o que interessa ao consumidor que paga pelo produto – informações importantes – do que é apenas “armadilha” de consumo – a mensagem publicitária.

Torna-se imperioso, nas relações das sociedades atuais, conhecer os meios de que se valem os fabricantes para nos fazerem acreditar que seríamos infelizes sem o consumo de seus produtos. Tudo porque “a publicidade impõe, nas linhas e entrelinhas, valores, mitos, idéias e outras elaborações simbólicas, utilizando os recursos próprios da língua que lhe serve de veículo, sejam eles fonéticos, léxico-semânticos ou morfossintáticos” (Carvalho, 1996, p. 13).



A operacionalização da idéia de formar cidadão na escola pode englobar a tarefa de ensinar a fazer leitura crítica de todo tipo de texto com que se deparar a criança. Essa preocupação está presente no Documento de Puebla, citado por Soares:

Educar o público receptor para que tenha uma atitude crítica perante o impacto das mensagens ideológicas, culturais e publicitárias que nos bombardeiam continuamente, com o fim de neutralizar os efeitos negativos da manipulação e massificação (Soares, 1988, p. 15).

O autor defende a tese de que o

conteúdo mais adequado de um projeto de educação crítica *parece ser o próprio sistema de comunicação* autoritário, verticalista e antidialógico, próprio do capitalismo e de outras ideologias políticas que absolutizam as realidades materiais em detrimento da construção do homem integral (p. 14, grifo nosso).

Muitos acreditam, como o autor, “que é preciso ir de encontro aos meios de manipulação, para desvendá-los e compreendê-los”, uma vez que

...a atitude crítica não é passiva e defensiva; pelo contrário, só é verdadeira se for ativa, uma vez que estamos – enquanto receptores – reelaborando permanentemente, as mensagens recebidas. A atitude crítica é essencialmente uma postura intelectual e emocional frente ao objeto em observação, dado o fato de a Comunicação Social trabalhar com bens simbólicos que envolvem, além da inteligência, todo o imaginário das pessoas e seu universo afetivo (Soares, 1988, p. 16).

O texto propõe uma educação para a comunicação que ofereça condições, na escola ou em outras situações de aprendizagem e educação, para que a comunidade descubra a natureza dos processos de comunicação em que está inserida. Desta maneira ela estará capacitando seus membros para a tarefa de desvendar os mecanismos pelos quais a sociedade – ao utilizar os recursos cada vez mais sofisticados da comunicação – exerce sobre o indivíduo o poder de manipulação.

E a publicidade é, sem dúvida alguma, um dos instrumentos privilegiados da difusão das ideologias. Isto não significa, para o autor, acreditar que todo anúncio ou informação publicitária sejam falsos e, portanto, ideológicos. É preciso aprender a

distinguir, mesmo admitindo que o desvelamento da ideologia é sempre tarefa difícil, principalmente para o professor, muitas vezes despreparado para essa percepção e seu enfrentamento.

Em rótulos e embalagens se encontram, em proporções diferentes, informações e publicidade. As primeiras, que nos interessam como consumidores e como cidadãos, referem-se ao conteúdo das embalagens, a composição - ingredientes - o peso ou quantidade, a data de validade, o modo de usar e conservar, o fabricante e seu endereço. Junto a esses elementos essenciais, no entanto, somos submetidos a uma verdadeira cadeia de sedução, concretizada na escolha de palavras, imagens e cores combinadas de modo a nos conduzir ao consumo. A cidadania tão buscada hoje pode constituir-se também na capacidade de separar, na leitura dos textos sociais, o que é informação relevante do que é engodo sedutor.

2.4. Cidadania: questão muito presente nos PCNs

Os *Parâmetros Curriculares Nacionais para o ensino fundamental* trazem, em seu volume 1 os objetivos gerais que devem nortear o trabalho das classes de ensino fundamental. Dentre eles destacou-se, como subsídio ao trabalho que se efetuou, os seguintes: a escola deve empenhar-se para que a criança possa

...compreender a cidadania como participação social e política, assim como exercício de direitos e deveres políticos, civis e sociais, adotando, no dia-a-dia, atitudes de solidariedade, cooperação e repúdio às injustiças, respeitando o outro e exigindo para si o mesmo respeito; posicionar-se de maneira crítica, responsável e construtiva nas diferentes situações sociais, utilizando o diálogo como forma de mediar conflitos e de tomar decisões coletivas; questionar a realidade formulando-se problemas e tratando de resolvê-los, utilizando para isso o pensamento lógico, a criatividade, a intuição, a capacidade de análise crítica, selecionando procedimentos e verificando sua adequação (Brasil, 1997. vol.1. p. 107-108).

Essa ligação escola/cidadania, presente em muitos documentos e publicações mais atualizadas, aparece enfatizada em trechos dos documentos citados acima, que trazem idéias de que, numa democracia, o exercício da cidadania pressupõe a participação política

de todos na definição de rumos que serão assumidos pela nação. A participação política se expressa não só na escolha de representantes políticos e governantes, mas também na participação em movimentos sociais e mesmo no envolvimento dos sujeitos com temas e questões da vida da nação.

“O exercício da cidadania exige o acesso de todos à totalidade dos recursos relevantes para a intervenção e a participação responsável na vida social” (Brasil, 1997, p. 33), iniciando-se com o domínio da língua falada e escrita, passando pelos princípios da reflexão matemática, pelas coordenadas espaciais e temporais que organizam a percepção do mundo, pelos princípios da explicação científica, as condições de fruição das obras de arte e das mensagens estéticas e os domínios de saber tradicionalmente previstos como necessários na história das concepções sobre o papel da educação no mundo democrático, até outras tantas exigências que se colocam como injunções do mundo contemporâneo.

Sobre a ligação escola-cidadania e defendendo os mesmos pontos de vista dos parâmetros manifesta-se Mello. Para a autora, a educação é hoje uma prioridade revisitada no mundo inteiro e os países, de acordo com suas possibilidades e características históricas, promovem reformulações em seus sistemas de educação para torná-los mais “eficientes e equitativos no preparo de uma nova cidadania, capaz de enfrentar a revolução tecnológica que está ocorrendo no processo produtivo e seus desdobramentos políticos, sociais e éticos” (Mello, 1997, p.30).

Tanto o conhecimento, como a capacidade de processar e selecionar informações, a criatividade e a iniciativa, são considerados hoje “matérias-primas vitais para o desenvolvimento e a modernidade” (Mello, 1997, p.30).

Os países industrializados, mais adiantados em aspectos tecnológicos, hoje deslocam as prioridades de investimento em infra-estrutura e equipamentos para a escola, encarregada de formar habilidades cognitivas e competências sociais na população. Esse deslocamento coloca a educação em lugar central nas pautas governamentais e nos debates

que procuram uma competitividade própria da economia capitalista dentro da maior equidade social possível.

Para a autora a América Latina e o Brasil terão de enfrentar a universalização do ensino elementar garantindo que sua população domine os dos códigos básicos da leitura e escrita e supere o fracasso escolar; o próprio conteúdo deverá receber tratamento mais adequado para levar ao mais pleno desenvolvimento cognitivo. Isso porque não se trata mais de alfabetizar para um mundo no qual a leitura era privilégio de poucos, mas sim para novos contextos culturais em que a decodificação da informação escrita é condição básica para o lazer, o consumo e o trabalho. O mundo de hoje é letrado e nele o domínio da língua é condição essencial para a aquisição de novas capacidades: lidar com códigos, obter acesso a outras linguagens simbólicas e não-verbais, como as da informática e das artes.

Além disso, a educação enfrenta novos desafios, como o de educar para o exercício da cidadania, principalmente em sociedades que estão questionando a si mesmas e nas quais o trabalho pela integração e pela solidariedade compete com as exigências da segmentação.

Nas sociedades como a brasileira, é preciso formar competências sociais - liderança, iniciativa, capacidade de tomar decisões, autonomia no trabalho, habilidade de comunicação - e esta formação se constitui em novos desafios educacionais. Para Mello, 1997, as tecnologias de comunicação e informação trouxeram uma incrível diversidade ao mundo, criando condições para novas formas de organização dos movimentos sociais mais diversificados e mais específicos quanto a seus objetivos - preservação ambiental, direito do consumidor, combate à violência, conquista de serviços sociais (escolas, creches, hospitais).

Muitos teóricos acreditam que o conhecimento difundido pela escola se converterá na viga mestra da equidade social e de sua difusão pelo planeta, sendo ele o único elemento capaz de trazer a modernização ligada ao desenvolvimento humano. Hoje se sabe que é a população como um todo e não apenas um pequeno número de privilegiados que precisa

aprender os códigos instrumentais que permitam a leitura eficiente de um mundo novo, que se transforma permanentemente .

A Conferência Mundial de Educação para Todos, realizada em Jomtien, Tailândia, em março de 1990, abriu perspectivas para instaurar o acesso a uma cidadania plena. Representantes de vários setores da sociedade – política, investigação educacional, dirigentes de governos e organizações não-governamentais - em conjunto, consagraram o conceito de satisfação das necessidades básicas da aprendizagem, que compreenderiam tanto os instrumentos fundamentais (e já incorporados, em sua maioria), da aprendizagem - a alfabetização, a expressão oral, a aritmética e a solução de problemas - quanto o conteúdo básico da aprendizagem (conhecimentos, capacidades, valores e atitudes) para que os seres humanos possam sobreviver, desenvolver plenamente suas possibilidades, viver e trabalhar dignamente, participar plenamente do desenvolvimento, melhorar sua qualidade de vida, tomar decisões fundamentadas - habilidade de selecionar informações relevantes, seja no trabalho, na área cultural ou no exercício da cidadania política - e continuar aprendendo.

Para o alcance desses objetivos os instrumentos de aprendizagem também são bastante objetivos: ler, escrever, contar, expressar-se, resolver problemas – os chamados “códigos da modernidade”, instrumentos necessários à vida e à convivência em sociedades de informação. Nelas o conhecimento, especialmente o ministrado pela escola, que permite a aquisição de outros pela vida afora, passa a ser elemento imprescindível para a melhoria de vida, o desenvolvimento produzido com equidade, o exercício da cidadania.

No caso específico brasileiro, não se pode deixar de levar em conta que, na sua atual realidade, forte estratificação social e a distribuição de renda altamente desigual têm se colocado como um entrave àquilo que é necessário para que uma parte considerável da população possa fazer valer os seus direitos e interesses fundamentais. O Estado que desejar ser reconhecido como democrático não pode deixar de investir na escola, equipando-a com materiais e pessoas que preparem e instrumentalizem crianças e jovens para o processo democrático, proporcionando o acesso à educação de qualidade para todos e, como consequência disso, acesso às possibilidades de participação social.

Tal empenho deve basear-se numa proposta educacional que tenha em vista a qualidade da formação a ser oferecida a todos os estudantes. O ensino de qualidade que a sociedade exige atualmente expressa-se como a possibilidade de a escola efetivar uma prática educativa adequada às necessidades sociais, políticas, econômicas e culturais da realidade brasileira, levando em conta os interesses e as motivações dos alunos, garantindo as aprendizagens essenciais para a formação de cidadãos autônomos, críticos e participativos, capazes de atuar com competência, dignidade e responsabilidade na sociedade em que vivem.

Novas exigências apontam a importância de discussões sobre a dignidade do ser humano, a firme recusa a todas as formas de discriminação, a importância da solidariedade e do respeito. À escola cabe propiciar aos alunos a capacidade de experienciar as diferentes formas de inserção sociopolítica e cultural. Apresenta-se para a escola, hoje muito mais do que em outros momentos da história, a necessidade de assumir-se como espaço propício à construção de significados éticos necessários e constitutivos de toda e qualquer ação de cidadania.

Na escola, a importância dada aos conteúdos revela seu compromisso com a garantia de acesso aos saberes elaborados socialmente, pois estes são “instrumentos para o desenvolvimento, a socialização, o exercício da cidadania democrática e a atuação no sentido de refutar ou reformular as deformações dos conhecimentos, as imposições de crenças dogmáticas e a petrificação de valores” (Brasil, 1997, v. 2, p.45).

A aprendizagem de conteúdos deve necessariamente favorecer a inserção do aluno no dia-a-dia das questões sociais marcantes e em um universo cultural maior. A formação oferecida deve propiciar o desenvolvimento de capacidades, de modo a favorecer a compreensão e a intervenção nos fenômenos sociais e culturais, assim como a possibilitar aos alunos aproveitar as manifestações culturais nacionais e universais.



Os Parâmetros Curriculares Nacionais deixam clara sua concepção de educação escolar: uma prática

...que tem a possibilidade de criar condições para que todos os alunos desenvolvam suas capacidades e aprendam os conteúdos necessários para construir instrumentos de compreensão da realidade e de participação em relações sociais, políticas e culturais diversificadas e cada vez mais amplas, condições estas fundamentais para o exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e não excludente (Brasil, 1997, v.1, p. 45).

Sabe-se que os alunos não contam exclusivamente com o contexto escolar para a construção de conhecimento sobre conteúdos essenciais. Instituições como a família, a igreja, os amigos, a mídia, são também fontes de influência educativa que incidem sobre o processo de construção de significado desses conteúdos. Essas influências sociais normalmente apresentam-se como somatórios ao processo de aprendizagem oferecido pela instituição escola, contribuindo para consolidá-lo; em razão disso, é importante que a escola as leve em consideração e as integre ao seu trabalho cotidiano.

Quando se propõe que se leia atentamente e se analisem rótulos e embalagens, está-se fazendo exatamente isso, uma vez que rótulos e embalagens fazem parte do mundo cotidiano da criança. Trazê-los para a sala de aula e operacionalizar uma prática que leve em consideração seu formato, seus objetivos e sua estrutura textual são tarefas que podem tornar-se muito interessantes para os alunos e repletas de valor educativo. Tal tarefa pode ser concretizada numa prática que rejeite o trabalho solitário e isolado por disciplinas e que invista numa abordagem mais global do conhecimento.

2.5. A importância da interdisciplinaridade

Se estão mudando conceitos de educação, de leitura e de texto, deve mudar a escola e sua rotina de trabalho. O que dava resultados até agora, deve ser mudado diante de desafios novos. A maneira de operacionalizar novas tendências deve ser nova, também.

Deste ponto de vista, a relação entre disciplinas precisa ser revista. Se o que se pretende hoje é o homem global, capaz de se situar com tranquilidade em todas as

situações, que tenha do mundo e do conhecimento uma visão mais ampla, é preciso que a maneira de trabalhar os conteúdos escolares também mude.

Desta maneira, um aspecto do trabalho pedagógico que tem despertado o interesse de pesquisadores e professores mais progressistas é a questão da interdisciplinaridade. Ainda não muito bem compreendida e, muito menos, colocada em prática numa operacionalização mais freqüente, ela se constitui, ainda, para a maioria dos educadores, em um ponto de dificuldade de sua prática cotidiana.

A definição de interdisciplinaridade dada pela UNESCO/INEP, 1985 e citada por Dias (1994:XXII) é: "processo no qual duas ou mais disciplinas são expressas em termos de inter-relações".

Jupiassu, (apud Gonçalves, 1994, p.468) define a interdisciplinaridade como

...um trabalho em comum, tendo em vista a interação de disciplinas científicas, de seus conceitos básicos, dados, metodologia, com base na organização cooperativa e coordenada do ensino. Trata-se do redimensionamento epistemológico das disciplinas científicas e da reformulação total das estruturas pedagógicas de ensino, de forma a se possibilitar que as diferentes disciplinas se interpenetrem em um processo de intensa fecundidade.

Trata-se, portanto, de uma cooperação ativa entre as diferentes disciplinas que promove o intercâmbio e o enriquecimento na abordagem de um tema. É ainda Jupiassu (apud Gonçalves, 1994) quem completa a noção de interdisciplinaridade :

...é uma relação de reciprocidade, de mutualidade que pressupõe uma atitude diferente a ser assumida frente ao problema do conhecimento, ou seja, é a substituição de uma concepção fragmentária para unitária do ser humano. É uma atitude de abertura, não preconceituosa onde todo conhecimento é igualmente importante.(...) A interdisciplinaridade exige uma nova Pedagogia, a da comunicação (p.469).

Essa nova prática reúne forças para se enfrentar os limites e barreiras colocadas pela fragmentação do saber, que traz, muitas vezes, resultados desastrosos. A divisão artificial

do conhecimento em conteúdos estanques, em disciplinas obedientes a uma grade curricular, na maioria das vezes, faz com que a escola se limite a transmitir saberes enciclopédicos, memorizáveis, prontos e acabados, desvinculados da realidade concreta e de seus problemas.

A interdisciplinaridade pode promover a ênfase no raciocínio em torno de questões substanciais, a investigação, a criatividade, o hábito de indagar com o espírito crítico. Permite também estabelecer relações entre as idéias, dedicar-se à busca do saber, interessar-se pelo que é realmente significativo, chegar à essência das coisas, lúcida e conscientemente. Nesse exercício de troca e de participação total é possível desenvolver o espírito científico, buscar as questões fundamentais, complementar, enriquecer e aprofundar os estudos, envolvendo as diversas áreas do conhecimento.

Com o trabalho interdisciplinar há uma interação entre as diferentes disciplinas num processo unitário que contribui de forma decisiva para a aprendizagem e o desenvolvimento intelectual do aluno. Vygotsky já escreveu que o desenvolvimento intelectual não se enquadra em um modelo atomístico, compartimentado de acordo com os diferentes tópicos do aprendizado. “O seu percurso é muito mais unitário e as diferentes matérias escolares interagem contribuindo com ele” (Vygotsky 1987,p.88, *apud* Gonçalves, 1994, p. 480). A integração pretendida é possível porque os pré-requisitos psicológicos para o aprendizado, mesmo de diferentes disciplinas, são em grande parte os mesmos: atenção, abstração, memória, consciência reflexiva e controle deliberado. A psicologia nos informa que essas funções psíquicas são interdependentes e desenvolvem-se a partir das contribuições das matérias escolares que atuam como uma disciplina formal, cada uma facilitando o aprendizado da outra.

Mas essa concepção interdisciplinar só pode concretizar-se na presença de educadores imbuídos de espírito crítico, sintonizados com a cooperação, o intercâmbio entre as disciplinas, o questionamento necessário ao saber já cristalizado e desvinculado da realidade. Exige também a prática da pesquisa, a troca, a sistematização de idéias, a

construção do conhecimento, que se obtém num processo de indagação e busca permanente.

Acima de tudo, pressupõe a clareza dos fins, a certeza do porquê dessa prática interdisciplinar. À medida que fica claro, para o corpo de professores, o seu sentido teleológico como prática que possibilita à escola investir de forma coletiva na elaboração de conhecimentos mais significativos, torna-se possível uma nova atitude pedagógica e a luta pela reformulação da estrutura de ensino.

De maneira enfática, a proposta de interdisciplinaridade desafia todas as disciplinas (e, conseqüentemente, todos os professores) a rever sua relação com a ciência; repensar o objeto de estudo de suas disciplinas; explicitar a relação que se estabelece (ou não) entre conteúdo-objetivo-método; identificar as questões básicas de cada campo de conhecimento em função da realidade e necessidades concretas dos alunos; descobrir possibilidades novas, que renovam, realimentam e revitalizam a prática pedagógica.

Por onde a interdisciplinaridade passa, acaba com os pequenos domínios de cada disciplina, podendo, ao mesmo tempo, abrir a visão do mundo dos alunos ao demonstrar que o que se aprende em uma disciplina pode ser usado em outra. Para Prado, 1990, a faceta mais interessante da interdisciplinaridade é o fato de ela ser viva, pulsar, se agitar, sofrer mudanças, exigindo, dessa maneira, de quem a abraça, constantes correções de rumo.

Quando se inicia um trabalho interdisciplinar, muitas vezes não se imagina aonde uma aventura pelo conhecimento pode levar. Mas esse pode ser o melhor dos mundos para quem quer fazer aflorar (e administrar) a curiosidade de seus alunos. Quando um projeto interdisciplinar consegue ligar conceitos estabelecidos numa e noutra aula, encoraja também os alunos a encontrar respostas a partir de suas próprias perguntas.

Esse tipo de trabalho, novo e desafiador, acaba postulando a instauração de uma nova pedagogia, a da busca, da incerteza, pela qual tanto educadores como educandos



empenham-se na busca de uma melhor compreensão e inserção na realidade. Assim, juntos, fica mais fácil assumir o medo e o desamparo que toda idéia inovadora acarreta.

As noções acima colocadas parecem indicar que o trabalho interdisciplinar só pode ser feito com alunos maiores, com a presença de diferentes professores de disciplinas específicas. Parece que só dessa maneira se poderia iniciar um trabalho diferenciado, interdisciplinar. Ocorre que, nas séries iniciais, com a presença do professor único, polivalente, essa postura pode se instalar ainda mais facilmente, uma vez que ele é responsável pelo desenvolvimento das diversas disciplinas, está presente o tempo todo na classe e organiza as atividades do modo que acha mais produtivo e interessante para a criança.

2.6. Em busca do significado

Um trabalho pedagógico diferenciado, que tome rótulos e embalagens, como base para leitura, não pode prescindir de uma conceituação prévia de leitura e de sua aquisição. Neste capítulo é feita uma síntese do assunto, já trabalhado e descrito em profundidade por inúmeros autores.

É muito comum que se associem os conceitos de leitura, aquisição de leitura e escola. Afinal, a escola encarrega-se, desde o início de sua instituição nas sociedades com sistema de escrita já estabelecido, da tarefa de ensinar a crianças a ler e a escrever. E quando a escola encarregou-se de tomar a si essa tarefa, operou nesse objeto de conhecimento uma modificação sobre a qual escreve Ferreiro:

No decorrer dos séculos, a escola (como instituição) operou uma transmutação da escrita. De objeto social transformou-se em objeto exclusivamente escolar, ocultando ao mesmo tempo suas funções extra-escolares, precisamente aquelas que deram origem à criação das representações escritas da linguagem. É imperioso (mas nada fácil de conseguir) estabelecer ao nível das práticas escolares uma verdade elementar: a escrita é importante na escola porque é importante fora da escola e não o contrário (Ferreiro, 1989, p. 4).

Analisando o mesmo ponto, Barbosa escreve:

Tradicionalmente, a leitura e escrita vem sendo concebidas como aprendizagens escolares: quer dizer, é no âmbito da escola que estas aprendizagens se realizam. Procede-se sempre como se o mundo da escrita fosse apresentado à criança a partir do momento em que ela tem acesso à escola (fato que poderia ser real há algumas dezenas de anos atrás). Através dessa iniciação, a criança vai desvendando os segredos daqueles sinais negros sobre a página branca. Parte-se do grau zero da aprendizagem da escrita (1994, p. 54).

Durante muito tempo também se aceitou sem reservas a idéia de que poderiam conviver, na escola, dois tipos básicos de texto: um deles preparado para quem estava aprendendo a ler, outro para quem já soubesse ler. As cartilhas e os pré-livros se organizavam então de modo a – pensavam seus autores – facilitar o acesso ao mundo da escrita, seja para ler ou para escrever. No início da escolarização, portanto, as crianças entravam em contato com esse material que, de modo geral, se organizava numa seqüência – que pode usar o critério alfabético ou outro – de lições destinadas aos iniciantes da aprendizagem da leitura.

Está-se usando propositalmente o termo “lições”, já que, como muitos outros, não se considera que o material das primeiras lições da cartilha possa ser considerado texto. O critério de “facilitação” do trabalho de aquisição da leitura é ditado, via de regra, por adultos – os autores das referidas cartilhas. Poucos se lembrariam de perguntar à criança o que ela considera difícil (ou fácil).

A maior parte das cartilhas – ou outro material para ensino de leitura – parte de princípios básicos já arrolados na dissertação de mestrado (Camargo, 1997, p.96):

- imaginam que todas as crianças que as utilizarão já são alfabéticas, isto é, já estabeleceram de modo definitivo a ligação som/letra;
- utilizam uma metodologia analítico-sintética no processo de alfabetização – palavra decomposta em sílabas, sílabas formando novas palavras – pressupondo, portanto, o completo domínio do mecanismo de análise e síntese;

- muitas utilizam-se de uma palavra-chave – retirada de uma série de orações em que ela se repete – para retirada da sílaba a ser estudada – através da formação de “famílias silábicas”;
- a seqüência do aparecimento de palavras-chave e sílabas é pouco variada; sílabas formadas só por vogais (i-greja); sílabas formadas por consoante/vogal – as “sílabas simples” (ma-ca-co); sílabas formadas por combinações consoantes/vogais – as chamadas “dificuldades”.

Há preocupação, nesses materiais, com o tipo de letra, com a seqüência do material apresentado, de modo a obedecer a um direcionamento fonológico e léxico, sempre seguindo a idéia que se aprende do fácil ao difícil. A relação fonema-grafia é o problema a ser resolvido, deixando-se de lado outros aspectos importantes, presentes nesse tipo de aprendizagem: encontrar a invariança dentro da variedade de tipos de escrita e de materiais, lidar com elementos ideológicos que rompem a relação fonética, a distância e a diferença entre o escrito e o falado, a entonação, a separação entre palavras, etc. Só a partir do momento em que a criança tenha aprendido a decifrar os sinais gráficos é que ela se utilizaria da escrita para aprender coisas novas.

Um documento oficial, orientador das atividades dos professores paulistas – *Por um ensino melhor – treinamento de professores do ensino de 1º grau por Multimeios, caderno 4, módulo 3 – Alfabetização*- editado pela CENP em 1978 – escreve com todas as letras: “Inicialmente, a aprendizagem da leitura e da escrita refere-se à aquisição de automatismos. O aluno aprende a reconhecer sílabas em palavras e palavras em orações. O aluno aprende ainda a escrever palavras em orações. Após o domínio desses automatismos a alfabetização pode e deve tornar-se mais interessante” (p. 65). Há nítida a separação entre aprender a ler (através da aquisição de automatismos) e a leitura propriamente dita – atividade mais interessante!

Barbosa (1994, p. 53) também explica sobre a abordagem de muitas cartilhas ou pré-livros:

Herança dos silabários do século XIX, as cartilhas foram se multiplicando no tempo, concretizando e difundindo o modelo de leitura idealizado pelas metodologias tradicionais. Coerentes com seus propósitos, os textos das

cartilhas não têm sentido algum e, nesse caso, o aprendiz não tem outra escolha senão identificar sílabas, identificando palavras. Desse modo, as cartilhas qualificam o aprendiz como leitor de letras.

Para Barbosa, a preocupação maior da escola, durante muitos anos – do século XVI ao XIX – foi com o método de trabalho do professor, com uma receita mágica que, seguida ao pé da letra, desvendasse para as crianças os mistérios da escrita. Foi a contribuição da Psicologia, no final do século XIX e início do atual que deslocou a atenção para a criança, para o aprendiz, que passou a ser “foco de interesse especulativo e objeto de investigação sistemática” (Barbosa, 1994, p. 64). A reavaliação dos pressupostos da pedagogia tradicional fez surgir a escola nova, que se firma na preocupação não mais de ensino, mas de aprendizagem.

Apesar desse avanço teórico, acontecido num mundo em transformação social e econômica, Barbosa estabelece uma distinção entre as mudanças práticas e conceituais. Enquanto no primeiro terreno a escola se mantinha ainda dentro dos padrões sintéticos de alfabetização, no campo das idéias Decroly propunha modificações que não chegaram a ser concretizadas numa prática mais renovada. O questionamento enfatizou a questão dos métodos – saindo “vencedor da batalha o método analítico-sintético, um modelo sintético com ponto de partida global” (Barbosa, 1994, p. 65). A revolução permaneceu incompreendida.

Foi o aparecimento dos estudos da Psicolinguística – preocupada “com as relações entre linguagem, analisando a linguagem no processo de comunicação oral e escrito” – (Barbosa, 1994, p. 87) e da Sociolinguística, na metade do século XX, que trouxe abalos a esta metodologia cristalizada e questionou o conceito de alfabetização. Para a Sociolinguística “o processo de alfabetização é estritamente relacionado com os usos sociais da língua” (Barbosa, 1994, p. 80).

Os estudos de Piaget e sua Psicologia genética trouxeram novas luzes para as investigações sobre leitura e sua aquisição. Enquanto o associacionismo se restringia ao enfoque nas questões de métodos e processos de aprendizagem, os estudos cognitivistas

centraram as investigações nos processos de aquisição do conhecimento, na construção dele pelo sujeito.

Ferreiro, embora não tendo a preocupação de oferecer novas metodologias – já que seu objeto de investigação não é o ensino – provocou, com seus estudos, imensas modificações na prática cotidiana do professor que se dispusesse a conhecê-los e a operacionalizá-los numa prática diferenciada. Partindo do fato fundamental de que as crianças ingressam na escola trazendo diferentes hipóteses sobre a língua escrita – dependendo do seu contato anterior com esse objeto de conhecimento – um trabalho de alfabetização que não leve em conta essa diferença pode penalizar algumas crianças e beneficiar outras.

Se as cartilhas pressupõem que os alunos estejam no que Ferreiro denomina nível alfabético, as que não alcançaram esse estágio – não por déficit ou patologia, mas por falta de intimidade com a língua escrita – não estão ainda aptas a entender, por exemplo, o processo pressuposto de análise e síntese. Sem a compreensão necessária de vinculação som/letra, base do nosso sistema alfabético de escrita, a criança não pode entender que “cachorro começa com ca” e que esta sílaba possa fazer parte de outras palavras, em combinações com outras sílabas.

Smolka, preocupada com a dimensão discursiva da fala, reitera: na escola, muitas vezes, o que se ensina às crianças é mera repetição de palavras e frases, isoladas. Deixa-se de lado, nesse processo, o fluir do significado, a estrutura deliberada imposta ao discurso interior pelas características e regras da escrita. Ou seja, deixa-se de lado a preocupação com a constituição do sentido.

Hoje chegamos também a um estágio em que se lê apenas uma parcela dos textos à disposição e é preciso alfabetizar milhões de indivíduos de forma efetiva e competente. Uma parte considerável da leitura que as pessoas fazem diariamente “é constituída de atos exploratórios onde o leitor destaca os segmentos relevantes para obter a informação que

deseja. Este é o estágio da leitura seletiva, composta de complexos processos intelectivos de exploração visual” (Barbosa, 1994, p. 109).

Os Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental, 1ª à 4ª séries, que devem funcionar como subsídios à ação pedagógica do professor, estabelecem que, quando se trata de aprender e ensinar linguagem na escola, é necessário fazer dela objeto de ensino, cuidando de preservar a riqueza e complexidade que lhe são próprias. Isso se dará na medida em que a aprendizagem aconteça num espaço de interlocução no qual o *texto* – considerado a realidade material do discurso – e todo o seu processo específico de produção e interpretação sejam o *foco da aprendizagem*.

A finalidade do ensino de língua portuguesa nas primeiras séries e nas seguintes deve ser, segundo os Parâmetros, o desenvolvimento da competência textual do aluno, isto é, a expansão de sua capacidade de ler e de produzir seus próprios textos, sejam eles orais ou escritos. Os textos selecionados para uso na escola, desta forma, serão aqueles cujos usos e funções fora da escola evidenciem sua relevância, tanto para a solução de problemas da vida cotidiana como para o acesso aos bens culturais e à participação plena no mundo letrado. Ter aulas de língua na escola agora deve significar então desenvolver a capacidade de uso da língua materna em ocasiões de fala e escuta, leitura e escrita.

Nos Parâmetros Curriculares Nacionais a leitura é encarada como um *processo* no qual o leitor realiza um trabalho ativo de construção do significado do texto. Essa construção se dá a partir dos objetivos do leitor, do seu conhecimento sobre o assunto, incluindo conhecimento sobre o autor, sobre as características do texto, sobre o portador que o apresenta, sobre o sistema de escrita, sobre os objetivos do emissor. Isto posto, a leitura passa ser considerada como um trabalho que se realiza a partir de todos os conhecimentos que o leitor traz para o texto antes de começar a ler e daqueles que põe no texto enquanto lê.

Nessa perspectiva, como na de Jolibet, ler não é apenas “extrair informações da escrita”, fazendo um trabalho de decodificação letra a letra, palavra a palavra. As

condições sob as quais os textos são produzidos fazem parte de seus sentidos, não são simples complementos. No processo de produção de leitura o aluno pode – e precisa – reconhecer sentidos e também atribuí-los. Da mesma forma que o processo de produção de textos, o de leitura é regulado historicamente. E, embora sejam inúmeros os sentidos que podemos atribuir a um texto, apenas alguns podem ser “lidos” na concretude do escrito. Acrescenta-se então nessa perspectiva, que ler é também saber que o sentido poderia ser outro.

A preocupação de muitos estudiosos dos processos de leitura e de sua aquisição passou a ser a de mostrar como a leitura deve ser “compreendida através da explicação de aspectos perceptivos, lingüísticos e sociais” (Slavez, 2000, p. 11).

Smith (*apud* Slavez, 2000, p. 11) sustenta que

(...) a leitura e o aprendizado da leitura são atividades essencialmente significativas; estas atividades não são passivas ou mecânicas, mas dirigidas ao objetivo e racionais, dependendo do conhecimento anterior e expectativas do leitor (ou aprendiz). A leitura é uma questão de dar sentido a partir da linguagem escrita, em vez de decodificar a palavra em sons (1991, p. 16).

Para o autor citado, “a busca de sentido direciona os olhos” do leitor, que se deslocam em busca do *objetivo* que quer alcançar – sem ele a leitura é inútil. A leitura é também *seletiva* – seleciona o que é mais relevante e dirige maior atenção a isso; é *antecipatória* – as expectativas estão definidas pelos objetivos; atingidos esses aspectos, pode-se então obter a compreensão. Sem ela a leitura não é leitura, é puro ato mecânico.

É um reducionismo ver a leitura do texto apenas como decodificação, a apreensão de um sentido (informação) que já está dado nele, encarar o texto apenas como produto. É preciso observar o processo de sua produção e, logo, da sua significação. O leitor não apreende meramente um sentido que está lá, mas atribui sentidos ao texto. Assim,

considera-se que a leitura é produzida e se procura determinar o processo e as condições de sua produção. Daí se poder 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. No momento em que se realiza o processo da

leitura, se configura o espaço da discursividade em que se instaura um modo de significação específico (Orlandi, 1988, p. 38).

A idéia básica de busca do sentido parece guiar os teóricos mais atuais que se debruçam sobre o problema da leitura. Também para Barbosa a leitura é “um ato de atribuição de sentido a um texto escrito” (1994, p. 118). Através de estratégias de leitura, o leitor estabelece relação com o texto, para reconstruir um significado, no momento da leitura. Faz isso através de três “habilidades indissociáveis”: a verificação (que permite a antecipação do sentido previsto pelo leitor); a antecipação (concretizada através de informações não visuais que o leitor capta do texto) e a identificação (na qual se busca a informação nova).

O sentido da leitura é sempre buscado, mesmo para os que se iniciam nesse processo. Ele, no entanto, só será obtido em textos significativos, o que não parece ser uma característica dos textos de iniciação à leitura, cujas “lições” não primam pela beleza, criatividade ou significação. Será difícil obter sentido nas listas de frases sem ligação entre si que formam a maior parte do material destinado ao aprendizado da leitura. Esses textos poderão dar ao aprendiz a errônea impressão de que ler é atividade mecânica, desprovida de significação, um exercício escolar a mais a ser automatizado. Muito do que se chama de leitura, nas salas de alfabetização, na verdade não tem sentido para a formação de leitores.

A atividade escolar de ensino de leitura deve ter procedimento diferenciado porque a escrita, que é social, que tem caracteres e funções diferentes, propicia e exige leituras diversificadas. “Não se lê da mesma maneira um folheto de divulgação, uma receita culinária ou um livro de literatura”, escreve Barbosa (1994, p. 115).

Também as estratégias utilizadas hoje são diversificadas, adequadas a cada uma das situações sociais do leitor. Um leitor moderno – e competente – precisa ter flexibilidade no ato de ler. Esta noção – desenvolvida nos Estados Unidos em 1950 – refere-se à capacidade de combinar uma ou mais estratégias de leitura, de modo a atender melhor aos variados objetivos do leitor, diante de diferentes gêneros de textos.

Jolibert define leitura a partir desses aspectos mais práticos e direcionados:

ler é ler escritos reais, que vão desde o nome de uma rua numa placa até um livro, passando por um cartaz, uma embalagem, um jornal, um panfleto, etc., no momento em que se precisa realmente deles numa determinada situação de vida, 'para valer', como dizem as crianças/ é lendo de verdade, desde o início, que alguém se torna leitor e não aprendendo primeiro a ler... (1994A, p. 15).

Deste modo, Kramer (1995, p. 5-21) afirma que pode constituir-se em problema o fato de o ensino limitar-se ao uso da cartilha ou do livro didático, deixando de lado o que ela chama de "livros reais": literatura infantil, revistas. A aprendizagem da leitura e da escrita deve envolver a presença de outros portadores de texto – livros, revistas – e, acrescentamos, todo tipo de material escrito existente na sociedade.

Segundo a autora, aprender a ler e escrever tem conotações diferentes, dependendo da condição social de cada criança: aquelas pertencentes a grupos sociais que têm na leitura e escrita uma prática constante, chegam à escola entendendo a função social da leitura, que se manifesta de diferentes maneiras. Existe, pelo menos, a compreensão de que a leitura e a escrita servem para se ter acesso à produção cultural, para se expressar, para reivindicar, para se divertir, para comprar.

Mas para as crianças que não tiveram acesso a bens materiais e a bens culturais – a livros, jornais, revistas, cartas, talões de cheque, etc. – e que, portanto, não puderam compreender o valor social da leitura e da escrita, aprender a ler e a escrever passa a ser visto apenas como uma exigência para se passar de ano. É preciso, então, entender que se aprende a ler e a escrever garantindo que as crianças tenham, na escola, acesso a materiais escritos, vivos, que favoreçam experiências de leitura reais e concretas.

Soares (1995, p. 5-17) esclarece que, em sociedades grafocêntricas como a brasileira, a criança está em contato não só com o texto literário e nem apenas com os textos já trazidos para a escola: jornais, revistas, crônicas. Ela conhece também a bula de remédio, a carteira de trabalho, o contrato de trabalho, a conta de água e luz, volantes de propaganda, catálogos e inúmeros outros textos que atraem sua atenção, curiosidade e leitura. Fazendo deles uma leitura consciente, adultos e crianças terão possibilidade, como

agentes vivos, de manipular e experimentar esses textos, desde que se propicie o acesso a exemplos reais e não apenas àqueles feitos para ensinar a ler.

Quando a escola ignora esses princípios básicos, pode deixar de formar o leitor e apenas treinar decodificadores de símbolos, que nunca verão prazer ou significado na leitura. Integrarão o número dos egressos da escola que não fazem uso efetivo da escrita, nem como leitores, nem como escritores. Serão o que Barbosa chama de “analfabeto funcional” aquele que, “tendo sido alfabetizado, não consegue se inscrever no circuito da comunicação escrita” (1994, p. 66).

Esses egressos podem ter sido alfabetizados, mas não são “letrados”. A esse respeito, Soares escreve esclarecendo e trazendo mais elementos para a questão de leitura e de seu aprendizado; reporta-se ainda à noção de “letramento”, explicado como “uma palavra recém chegada ao vocabulário de Educação e das Ciências Lingüísticas” como tradução direta do inglês *literacy*, que significa ‘estado ou condição que assume aquele que aprende a ler e a escrever’” (Soares, 1996, p. 84). Neste conceito está implícita a idéia de que aprender a ler e a escrever traz conseqüências sociais, culturais, políticas, econômicas, cognitivas, lingüísticas tanto para o indivíduo como para seu grupo social, alterando seu estado ou condição.

O letramento está ligado à idéia de ser capaz de usar a leitura e a escrita para uma prática social, e não apenas o domínio da tecnologia de ler e escrever. Nos países desenvolvidos, o critério para avaliar o nível de letramento da população é o número de anos de escolaridade completados. Esse critério supõe que a escola, em determinado número de anos, terá levado os indivíduos não só à aquisição da “tecnologia” do ler e do escrever, mas também aos usos sociais da leitura e da escrita. Interessa a esses países o nível de letramento e não de alfabetização. Para a autora, alfabetização é um processo, letramento é um estado.

Quando falam em *illiteracy*, portanto, esses países estão denunciando a existência de pessoas que demonstram não viver em estado ou condição de quem sabe ler e escrever –



ou seja, não incorporaram os usos da escrita, não se apropriaram plenamente dessas práticas sociais.

Testes americanos para detectar nível de *literacy* “avaliaram habilidades de ler, compreender e usar textos em prosa, como editoriais, reportagens, poemas, etc. e de localizar e usar informações extraídas de mapas, tabelas, quadros de horários”, evidenciando o objetivo de verificar se os jovens “sabiam fazer uso de diferentes tipos de material escrito, compreendê-los e extrair deles informações” (Soares, 1995, p.88). Constatou-se na pesquisa que, embora o nível de alfabetização fosse suficiente, o nível de letramento é que era problema.

Tem-se a intenção de, com este trabalho indicado para alunos da rede pública estadual, colaborar para o aumento do nível de letramento dos alunos-sujeitos da pesquisa, ajudando-os a ler criticamente rótulos e embalagens, ou seja, fazê-los cada vez mais – uma vez que já são alfabetizados – competentes usuários da leitura e da escrita e não apenas simples decodificadores de códigos.

O processo de democratização da leitura levanta questionamentos como: que tipo de material circula na sociedade, que tipo de texto chega às mãos dos leitores? O objetivo da escola deveria ser de democratizar esse processo, oferecendo leitura com qualidade para formar um leitor múltiplo - que seja capaz de ler e obter sentido de textos de diferentes formatos e conteúdos - e crítico - capaz de apreciar, concordar ou discordar do sentido dado. Em suma, um leitor competente, definido assim pelos PCNs:

alguém que compreende o que lê; que possa ler também o que não está escrito, identificando os elementos implícitos; que estabeleça relações entre o texto que lê outros já lidos; que saiba que vários sentidos podem ser atribuídos a um texto; que consiga justificar e validar a sua leitura a partir da localização de elementos discursivos. (Brasil, 1997, v 2, p.54)

O que caracteriza um leitor competente é o fato de, como já foi afirmado anteriormente, ser alguém que, por iniciativa própria, é capaz de selecionar, entre os textos que circulam socialmente, aqueles que podem satisfazer uma necessidade sua; que

consegue utilizar estratégias adequadas para abordar os textos de forma a atender a essa necessidade através de suas leituras.

Esse leitor competente só pode constituir-se mediante uma prática constante de leitura de textos de fato, a partir de um trabalho que não pode limitar-se à utilização de “textos” exclusivamente escolares, mas que se organiza em torno da diversidade de textos que circulam socialmente.

Os caminhos para trabalhar mais concretamente com os diferentes suportes de texto em sala de aula estão descritos em autores como Jolibert (1994), Teberosky e Cardoso (1990), Weiz (1992), entre outros. Da leitura desses autores e de suas descrições de metodologia diferenciada resultou o propósito de realizar uma série de intervenções em sala de aula. Essas intervenções tinham como objetivo estudar, junto com os professores, a estrutura específica, a linguagem e a função social particular aos rótulos e embalagens e elaborar atividades escolares aproveitando esse material que inunda cotidianamente nossos olhos e os olhos das crianças.

Embora na pesquisa anterior de mestrado a tipologia de textos utilizados pelo professor tenha se constituído numa lista muito mais abrangente, optou-se por trabalhar apenas com este tipo de texto (rótulos e embalagens) uma vez que:

muito citados e utilizados pelos professores na primeira parte da pesquisa; textos que apresentam uso social muito marcante, facilmente encontráveis no cotidiano das crianças, propiciando, por esta razão, a elaboração de atividades interessantes e de cunho social educativo.

Já, nos documentos orientadores dos órgãos centrais enviados às escolas, nenhuma sugestão de metodologia específica para aproveitamento pedagógico desses suportes de texto.

No sentido de localizar algum tipo de orientação específica para um trabalho de leitura de rótulos e embalagens foi feita leitura e análise de alguns documentos que forneceram subsídio ao trabalho do professor em sala de aula, de 1969 até 1998. Este é o conteúdo do capítulo a seguir.

Capítulo III

Trajetória das orientações pedagógicas dos órgãos centrais no Estado de São Paulo e o trabalho com rótulos e embalagens



O Estado de São Paulo tem manifestado sempre preocupação em fornecer aos educadores que constituem sua rede de ensino, uma série de documentos oficiais nos quais se explicitam os objetivos, metas e princípios teóricos que devem embasar a prática pedagógica desses profissionais.

Tais documentos, apesar das restrições que possam apresentar, em sua maioria, seriam de grande ajuda no trabalho pedagógico, se não encontrassem a grande barreira de sua efetiva socialização. São raramente encontrados onde deveriam estar, ou seja, nas mãos dos professores. Mesmo quando chegam em número suficiente, podem acabar enchendo prateleiras, muitas vezes em cantos inacessíveis das escolas, quando não trancados em armários de diretores e supervisores zelosos.

Todos eles apresentaram-se como inovadores dentro da época em que foram lançados. No entanto, essa inovação acaba sendo percebida antes pelas editoras de livros didáticos, que a transportam para livros com apelo de novidade. Assim, a fonte primeira, muitas vezes, é desconhecida do professor.

Na revisão bibliográfica realizada em vários documentos - lançados entre 1969 e 1998 - não há praticamente nenhuma menção a rótulos e embalagens, embora se delineie, de um documento a outro, a preocupação com a introdução de diferentes gêneros de textos destinados ao ensino de leitura e escrita.

Abaixo há uma análise sucinta de algumas publicações oficiais. Optou-se por iniciar com o Programa da Escola Primária do Estado de São Paulo, de 1969, porque já é sistematizado e se aproxima das recomendações que chegaram a seguir.

3.1 Programa da Escola Primária do Estado de São Paulo

O documento analisado é proveniente da Secretaria da Educação e do Departamento de Educação (Chefia do Ensino Primário) do Estado de São Paulo. Contém o *Programa da Escola Primária (nível I)*. Quando de sua publicação, em 1969, era governador Roberto



Costa de Abreu Sodré; secretário da Educação Antonio Barros de Ulhoa Cintra; diretor geral do Departamento de Educação, José Mário Pires Azanha e chefe do Ensino Primário, Cândido de Oliveira.

Em documento anexo a esse material, Cândido de Oliveira lembra que as diretrizes presentes no documento em análise estão obedecendo a princípios da Constituição do Brasil (de 24/1/67), da Constituição do Estado de São Paulo (de 13/5/67) e das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei 4.024, de 20/12/61).

A introdução do documento destaca dois projetos básicos da Chefia do ensino primário: “reformulação do currículo e dos programas do ensino primário do Estado e reorganização da orientação pedagógica em toda a rede escolar”. O ato n.º 148, de 31/05/1967 destaca a importância do ensino primário (os quatro anos iniciais da escolarização) e a necessidade de novas diretrizes, que se mantinham inalteradas durante muito tempo.

As justificativas apresentadas para a reformulação foram: dar instrumentos para o aperfeiçoamento e progresso da escola primária do ESP; buscar uma filosofia de educação primária fundamental, básica e comum ao país; um programa “singelo” que respondesse às questões: o que, quando e para quê pode a criança aprender? O documento pretendia também ser flexível, sem estabelecer prazos e datas para a realização das tarefas.

Um segundo projeto traria as orientações pedagógicas e publicações especializadas. O documento fala também de uma “nova estrutura da escola primária, sem níveis, em preocupação com seriação rígida, sem exames anuais para promoção”, embriões já das idéias de ciclos e progressão continuada, hoje estabelecidas.

No conceito de educação primária ressaltam-se dois pontos: expansão do atendimento e melhoria da qualidade; já há um alerta para a deterioração da qualidade para atender à questão do *déficit* de vagas.



Reconhece que a melhoria do ensino é “tarefa muito complexa” pois supõe esforço mais amplo que a renovação de métodos, abrangendo todas as dimensões do processo educativo”. Reconhece também que a escola primária não pode responsabilizar-se pela formação “da personalidade integral do educando”, colocação “ingênua” visto que a escola fica apenas algumas horas com a criança, num ambiente empobrecido. O que se pode esperar é que esse período seja “o ponto de partida para o desenvolvimento de hábitos e atitudes que permitam à criança – sob orientação do professor – uma integração de todas as suas experiências”.

Na questão de objetivos, reconhece que a finalidade da escola primária é “ensinar a criança a pensar”, porque ‘pensar é criar’. Havendo “um mundo físico para ser identificado, uma sociedade e uma Pátria para deles participarmos responsavelmente e uma sensibilidade para ser apurada e enriquecida” (p. 8), a escola primária deveria apresentar as primeiras condições ordenadas para esse aprendizado nem sempre fácil e que deve ser permanente.

Para isso, a escola deve propiciar condições para que a criança “desenvolva hábitos e atitudes adequados em relação à saúde e ao desenvolvimento físico; raciocine com lógica e clareza; aprenda a ler, escrever e calcular com precisão e desembaraço; adquira conhecimentos adequados a seu nível de desenvolvimento; desenvolva a criatividade; tenha responsabilidade e desenvolva a sociabilidade” (p.9).

A orientação metodológica inicia-se com o período preparatório, cujo objetivo é o de detectar

as condições de ‘prontidão’ com que os alunos se apresentam e que permitirá precisar quais as crianças que podem ser iniciadas, sem demora, no ensino formal, quais as que necessitam de assistência para a correção de defeitos da visão, audição, fala e outros, as que deverão ter treino mais longo, desenvolvendo um programa de atividades em que sejam supridas as experiências que faltaram na fase pré-escolar (p. 12).

Os objetivos a serem alcançados nos fazem ver que a idéia subjacente é a de alfabetização como técnica e não como aprendizagem conceitual. Relacionam-se ao desenvolvimento de

...habilidade de distinguir semelhanças e diferenças (discriminação visual) , habilidade de perceber sons (percepção e discriminação auditivas, acuidade auditiva) controle dos grandes e pequenos músculos, utilizados na reprodução dos sinais gráficos; aquisição da noção de espaço , de tempo, à idéia de valor (quantidade e qualidade) e expansão ao poder criador e atender às necessidades sociais de comunicação (p. 12-14).

Em Língua Pátria, especificamente, o documento lembra que a finalidade da escola primária é dotar a criança da capacidade de expressão e que a composição (expressar-se é compor) exige plano, orientação, interesse. Sugere que se trabalhe a “composição livre: completar, formar orações, reproduzir, compor estórias, e a composição para finalidade prática: carta, bilhete, recado, telegrama, convite, dedicatória, relatório, recibo, ata” (p. 15).

Para a aprendizagem da leitura sugere o uso do pré-livro, livro-cartilha ou cartilha e livro básico, sem referência a outro tipo de texto para ser trabalhado em sala de aula. Sugere que se ofereça ao aluno “leitura recreativa” (como lazer) e “leitura informativa” (p.15) (como aquisição de conhecimento). Como habilidades de compreensão a serem desenvolvidas enumera “determinar a idéia principal, identificar pormenores, estabelecer seqüência dos fatos, apreciar o material lido”, enquanto que nos hábitos e atitudes de leitura oral salientam-se “expressão, entonação de voz, ritmo e pronúncia”.

É na parte referente à escrita que surgem alguns elementos ligados a textos extra-escola: “organização e transmissão de bilhetes, recados, avisos, convites, notícias, informações, ordens”. E no desenvolvimento de habilidades de “audição” surgem as “estórias, poesias, entrevistas, conversas, discussões, dramatização, coro falado, composições práticas e imaginativas.”

No nível II (que engloba a 3ª e 4ª séries), continuam aparecendo objetivos ligados ao “melhor domínio da leitura” (p. 54), enriquecimento de vocabulário, enriquecer experiências, hábitos de leitura oral, fixação de vocabulário, e velocidade na leitura”.



Em “composição oral e escrita” acrescenta-se, aos itens já trabalhados no nível I: autobiografia, discussão, relatório, bilhete, recado, aviso, convite, notícia, informação, carta, anotação de informações, formulários.

É ainda Oliveira (1969) quem escreve: “é irrelevante, na escola primária, falarmos de ‘descrição’, ‘dissertação’ ou ‘narração’: essas cousas simplesmente não existem... o que há, sim, é a capacidade de nos expressarmos: a) para uma finalidade prática: carta, bilhete, telegrama, convite, dedicatória, relatório, recibo, ata, etc.; b) com a preocupação artística: tudo o mais que se escreva, fora dos esquemas comuns, com acentuada interpretação pessoal” (p. 140).

Este documento tem sido muito citado, modernamente, como avançado em relação à eliminação da seriação rígida que imperava na escola primária da época. Em muitos documentos do final da década de 90 tem-se reportado à idéia de Azanha de estabelecer uma divisão do período escolar em dois níveis, de dois anos cada um.

No entanto, para o fim específico da nossa leitura - determinar em que grau se faz referência, nesse texto, à leitura de textos extra-classe, ou à consideração da escrita como objeto social -, há pouco a ser destacado: há ênfase no estudo de textos mais “distantes” do básico escolar: relatórios, atas, convites, etc., mais como uma técnica de “composição prática” do que com o desenvolvimento de leitura como inserção no mundo para descobri-lo, conhecê-lo para nele atuar da melhor maneira possível. Deve-se ressaltar que, para a época, essas colocações de Cândido de Oliveira eram avançadas e inovadoras. Ao mesmo tempo, o livro escolar é apontado por ele mesmo como “mestre maior, assumindo uma liderança nunca mais arrebatada e é força que distingue o estudante que progride, daquele que estaciona, por dominar somente rudimentos incorporados via escola” (p. 149).

Esse documento se apresenta como inovador, e o era, realmente. Estando eu em atividade profissional quando ele foi escrito, posso afirmar que, se me fosse colocado nas mãos quando de sua divulgação, teria exercido grande influência sobre a minha prática pedagógica, bem como a de muitos companheiros, presos que estávamos a cartilhas e

livros- bases que nos acompanharam pela vida profissional afora. Dominados pela onipresença do livro didático e pelas mesmas atividades de composição escrita, não vislumbrávamos outros caminhos. Esse documento, se tivesse sido mais difundido (e esse problema de socialização das diretrizes de maneira sistemática e eficiente sempre esteve presente) com certeza teria provocado inúmeras reflexões sobre nossa prática.

3.2 Revista Pedagógica Brasileira

O texto apresentado a seguir, na verdade, não é um documento oficial, mas uma contribuição, em termos práticos, da Editora Pedagógica Brasileira para a operacionalização das exigências trazidas pela Lei 5692/71. Para os profissionais da época, representou grande ajuda nesta tarefa, exatamente pela praticidade e apresentação de inúmeros exemplos de atividades.

Essa edição da *Revista Pedagógica Brasileira*, de grande procura e manuseio, foi lançada em março de 1972. O número especial propunha-se a entregar aos professores um plano de curso anual para a escola fundamental, de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases nº 5692/71, “no momento exato em que se iniciam os primeiros passos para a implantação da reforma educacional”, quando muita gente, trabalhava, segundo o texto “irmanada e patrioticamente” e a revista, “contagiada pelo entusiasmo de todos”, queria dar contribuição “à tão necessária e útil reforma” (p. 3).

O conteúdo da revista (150 páginas) é basicamente uma sugestão de plano de ensino das 1ª às 5ª séries. A coordenação dos trabalhos é de Margarida Maria de Souza Campos Pires e a supervisão de Carlos Cabral de Medeiros.

Numa parte introdutória a revista explicita o significado de termos novos, trazidos pela lei: núcleo comum, parte diversificada, continuidade e terminalidade, matérias, atividades, áreas de estudo, disciplinas, ordenação e sequência (horizontal e vertical).



O ensino de língua (leitura e produção de texto) estava colocada em “comunicação e expressão”, cujos objetivos eram os de preparar-se para a aprendizagem das técnicas da leitura e escrita, desenvolver a capacidade de pensar e organizar idéias, associar corretamente símbolos impressos, significados e sons correspondentes.

Essas habilidades seriam desenvolvidas com a exercitação do chamado período preparatório, baseado no desenvolvimento de habilidades como discriminação visual e auditiva, acuidade auditiva, lateralidade, esquema corporal, etc.

Propõe-se como material de interesse do professor “conversas, relatos de fatos e experiências, recados e avisos, poesias, estórias, relatórios, entrevistas”, numa enumeração um tanto caótica dentro de linguagem oral. Na escrita a ênfase continuava em cópia, ditado, “exercícios ritmados para traçado de letras”. Mas, de qualquer forma, já se pensava em colocar a criança em contato com outros tipos de textos - poemas, histórias, recados, avisos, etc. - além das lições do livro ou cartilha.

Como já foi ressaltado, a inovação desse documento reside na sua praticidade e na preocupação com a elucidação de termos novos trazidos pela Lei para o conhecimento do professor. A preocupação com textos não escolares, como recados e avisos orais, pode ser considerada também inovadora. Mas não há referência a outros exemplos de escrita como objeto social, como rótulos e embalagens.

3.3 Os Guias Curriculares e os Subsídios para sua implementação

Guias Curriculares

Os *Guias Curriculares Propostos para as matérias do Núcleo Comum do ensino de 1º grau* foram colocados para a rede pública paulista em 1973, com uma encadernação diferenciada e com uma capa de cor verde, que fez com que os professores se referissem a ele sempre como o “verdão”.

Tais subsídios foram elaborados por exigência da Lei Federal 5 692, de 1971 e como tentativa do Estado em colocar em prática os princípios norteadores da lei e operacionalizá-la numa prática pedagógica diferente da executada até então. Os Guias continham não só os conteúdos, mas também a filosofia que os informava, e não deviam ser encarados apenas como “modelos para fiel reprodução”, mas como pontos de referência para o planejamento de atividades.

A parte referente a Língua Portuguesa, cuja análise crítica foi feita por uma equipe de 31 colaboradores sob a coordenação de Jairo Fernando de Jesus Freitas e Ritta de Cássia Araújo Centola, contou com a colaboração especial do professor Carlos Franchi.

As atividades se dividiam em “expressar-se oralmente, ouvir, ler, expressar-se por escrito”. Na questão específica da leitura, os Guias propunham que o aluno lesse para

reproduzir; determinar o significado das palavras do texto com um mínimo de 70% acerto; incorporar palavras novas ao vocabulário ativo; resumir; identificar seqüência, a idéia principal, personagens, características físicas e psicológicas de personagens, características do ambiente, do tempo, estabelecer relações; delimitar partes; identificar pormenores; levantar e analisar funções da linguagem, composição do texto, pormenores estilísticos; com fluência, entonação, pronúncia correta e clara; fazer anotações, resumos, sumários, sinópticos, fichamentos.

Para isso o aluno deveria ler obras de literatura “de seu nível e interesse” e *material informativo para fins de estudo: índices, glossários, fichários, jornais e revistas, gravuras, gráficos, tabelas, mapas, etc.*

A linguagem escrita deveria preocupar-se com textos empregados em situações funcionais: *bilhetes, recados, cartas, anotações, avisos, anúncios, notícias, telegramas, relatórios, comentários, reproduções, resumos, instruções, preenchimento de documentos padrão como cheques, depósitos bancários, fichas de biblioteca, requerimentos, ofícios.*

Outra grande novidade trazida pelos Guias Curriculares foi a exigência de se obter sempre uma porcentagem mensurável de acertos. Cumpre lembrar que eles baseavam-se num conceito estruturalista de linguagem e num conceito funcionalista de aprendizagem,

isto é, esperavam do professor postura e prática tecnicistas, dentro de padrões fabris americanos, nos quais as maiores virtudes eram a eficiência e a produtividade. Segundo o espírito behaviorista, o aluno deveria adquirir automatismos (devolver o que lhe fora ensinado sem reflexão crítica) e ser avaliado através de comportamentos observáveis. Cabia ao professor, portanto, criar esses automatismos de trabalho.

No entanto, esses guias curriculares, que poderiam ter mudado de modo marcante a prática pedagógica dos professores não o fizeram porque

...encontraram professores despreparados para um trabalho nas bases em que se apresentavam, que incluíam um jargão diferente, que nunca chegou a ser inteiramente dominado e incorporado. Apesar de alguns treinamentos, da preocupação em tornar o professor em 'gerente de projetos', a tarefa de operacionalizar objetivos em termos comportamentais sempre foi uma dificuldade para profissionais formados em outras linhas. Quantificar, estabelecer critérios, especificar comportamentos esperados, tarefas corriqueiras talvez para administradores, eram verdadeiros enigmas para professores preocupados com formação e educação de indivíduos (Camargo, 1997:24).

Apesar de criticado por alguns teóricos que fizeram a substituição dos Guias por outros documentos, e apesar de sua base teórica mecanicista, esse documento foi pioneiro no sentido de sistematizar com detalhes a prática na sala de aula. Permitiu um trabalho mais seguro, mesmo aos professores com formação deficitária, graças às suas diretrizes claras e sistematizadas.

Do ponto de vista da análise que se faz aqui - detectar a presença de orientações para o trabalho com rótulos e embalagens - nada aparece claramente sugerido neste documento, assim como nos anteriores, já comentados.



3.4 Multimeios

Ainda dentro das recomendações da LDB 5692, de 71, o documento que se apresenta à nossa análise é *Por um ensino melhor – Treinamento de professores do ensino de 1º grau por Multimeios, caderno n. 4, módulo 3 – Alfabetização*, editado pela CENP em 1978, quando era governador Paulo Egydio Martins e Secretário da Educação José Bonifácio Coutinho Nogueira. Compõe-se de seis partes (programas), que abrangem aspectos como a alfabetização na dinâmica social, a criança e a escola, métodos e processos, dificuldades de aprendizagem, etc.

A equipe responsável pela elaboração do módulo específico sobre alfabetização era composta por Fernando Leite de Carvalho e Silva, Irma Jenaro, Nivia Gordo, Suzana Magalhães Maia Vieira e Zuleica Pimenta de Felice.

O documento lembra que a alfabetização inicia-se na 1ª série, mas sua complementação prolonga-se pelas demais séries do curso de 1º grau. Lembra também que, inicialmente, a aprendizagem da leitura e da escrita refere-se à aquisição de *automatismos*. Quanto ao caminho, determina que o aluno deve aprender a “reconhecer sílabas em palavras e palavras em orações” e ainda, “a escrever palavras em orações.” (p. 65)

Somente após esse domínio de *automatismos* é que a alfabetização (e, conseqüentemente, a leitura) pode e deve tornar-se mais interessante, dando ao aluno condições favoráveis para ler, escrever e interpretar textos em atividades diversas. Ou seja, aprender a ler é tarefa mecânica e enfadonha; somente depois de aprender a ler é que as coisas podem tornar-se mais agradáveis....

Para as atividades de leitura e de escrita (pós-alfabetização, portanto,) são recomendados “livros da literatura infantil ou textos literários transcritos no quadro-negro e mimeografados.” (p. 65).

Reforçando essa idéia de separação entre “aprender a ler” e “ler”, o documento recomenda, “mais ao final da 1ª série”, uma série de atividades de enriquecimento do plano de alfabetização; aí, então, o aluno teria condições de “manipular a língua em seus principais aspectos: leitura e interpretação de textos, expressão oral e escrita”, continuando a estudar as dificuldades mais complexas da língua, e sendo “iniciados na habilidade de empregar a língua como meio para recreação, para aquisição de conhecimentos nas áreas de Ciências e Estudos Sociais e para a capacidade de expressão criadora”. (p. 71)

Muitas atividades são sugeridas como capazes de promover esse interesse e enriquecimento: audição de histórias contadas ou lidas pelo professor; leitura de histórias reais ou fantásticas; coro falado; dramatização de histórias e poesias; ilustração com desenhos de histórias e poesias; redação de versos em poemas; audição de histórias em discos; escrita de bilhetes, avisos, anúncios; organização de álbuns contendo poemas favoritos; anotação de estórias lidas ou ouvidas; resumo de textos; leitura independente num cantinho de livros ou, se possível, na biblioteca da escola; relato oral ou escrito de experiências pessoais.

Caso o professor não dispusesse de livros, nem de biblioteca, deveria procurar selecionar textos interessantes e transcrevê-los no quadro negro, em folhas de cartolina ou em papel de embrulho. Além disso, deveria procurar organizar, com a ajuda da classe, um “programa rico e variado de literatura abrangendo: folclore, contos de fadas, biografias de vultos históricos, de artistas e cientistas, canções, histórias de animais, histórias de outros povos, etc.” (p. 71).

Apesar de tanta inovação, da colocação de tantos textos diferenciados com os quais o professor da época não se habituara a trabalhar, no aspecto específico que pretendemos esmiuçar – a idéia de escrita como objeto social e a presença de textos autênticos em sala de aula – há pouco a ser notado. A ênfase é sempre na alfabetização – em seu sentido estrito – sendo entendida como “o estabelecimento de correspondência entre sinais gráficos; a tradução do código oral para o código escrito”. Trata-se de um ato mecânico que

supõe o "domínio de automatismos da leitura e da escrita", (p. 13) ou seja, como aquisição de uma técnica, a ser "facilitada" com o desenvolvimento de certos hábitos e atitudes.

Mesmo os autores dizendo entender a alfabetização como "fator de mudança de comportamento diante do universo e possibilitando ao homem integrar-se à sociedade de forma crítica e dinâmica" (p. 13), as atividades sugeridas restringem-se ao desenvolvimento de habilidades físicas (percepção visual, auditiva, tátil, coordenação viso-motora, de esquema corporal).

Quanto aos "caminhos para alfabetizar", os autores se detêm na questão dos métodos, sugerindo a ênfase no estudo da palavra e mais precisamente no "significante que a constitui", uma vez que a alfabetização se preocupa com a ligação som/grafia.

O texto faz menção também às dificuldades que podem surgir na questão da relação som/letra, que nem sempre se caracteriza por uma relação biunívoca lógica e previsível.

O exemplo de leitura apresentado (p. 65-74) é de texto de características escolares, bem como seu aproveitamento didático-pedagógico. Não há menção a nenhum tipo de texto com características de texto social e nada há nele que possa remeter a um trabalho com textos mais práticos, como rótulos e embalagens.

Pode-se mesmo declarar que no documento "Por um ensino melhor - treinamento de professores do ensino de 1º grau por multimeios", nota-se, apesar do nome um tanto pretensioso, até um certo retrocesso em relação aos documentos anteriores, mais avançados que este, sob o ponto de vista de uso de textos diversificados em sala de aula, para exercícios de leitura, como a Revista Pedagógica Brasileira, já analisada.

3.5 Recuperação: Língua Portuguesa e Matemática

No documento Se/CENP/DRHU *Recuperação – Língua Portuguesa e Matemática* - editado em 1978, são tratados temas relacionados aos alunos de aprendizagem mais



difícultosa, chamados de "alunos de aprendizagem lenta". Um primeiro texto "O aluno de aprendizagem lenta - quem é e como é", trecho de um livro de W.B. Featherstone, dá a definição de "aprendizagem lenta", compara o aluno lento com outros, dá características físicas, de personalidade e de adaptação, de sua "preguiça" como decorrente da má saúde, lista suas necessidades, tendo em vista seu modo de aprender.

A seguir há um texto sobre o trabalho independente e diversificado como estratégia de trabalho com esses alunos, de Anna Alice B. de Figueiredo. As atividades de Língua Portuguesa sugeridos são de autoria de Nívia Gordo, Edna L. Mancini Lapa, Zuleika A. Pimenta, tendo como colaboradores Marieta L. M. Nicolau, Maria A. Marques e Célia A. Lacerda.

O documento propõe planos de recuperação desses alunos em Língua Portuguesa e Matemática, sugerindo o trabalho independente através de fichas contendo instruções e/ou textos para trabalho independente individual ou em grupos. Uma edição posterior, de 1983, trouxe atividades referentes a Língua Portuguesa, sem a parte de matemática.

As inúmeras atividades sugeridas referem-se ao trabalho convencional com palavras e sílabas, sem menção sequer a textos, escolares ou não. Desta maneira, tem características reacionárias em relação aos documentos que vieram antes dele, não avançando em relação a um trabalho com textos mais atuais. Não faz, conseqüentemente, nem menção ao trabalho com rótulos e embalagens.

3.6 Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau: 3ª série.

O documento *Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau: 3ª série*, de 1979, foi elaborado pela equipe coordenada por Idméa Semeghini Próspero Machado De Siqueira, composta por Cleire Terezinha Teixeira Malagoli, Elaine Maria Saliés Landell de Moura, Leda Inês Teixeira e Maria de Lourdes Calandrelli e supervisionada por Maria Adélia Ferreira Mauro.



Introduz nas orientações pedagógicas para a rede pública os conhecimentos sobre o processo de comunicação, trazendo em seu início (p. 12-21) as noções teóricas com conceituação de *emissor, receptor, referente, código, contato e mensagem*, exemplificando com elementos de comunicação oral e escrita. Refere-se também a elementos de gramática da língua, conceituada como “o mecanismo que permite a construção da frase simples e da frase complexa”, tidos como necessários e úteis ao professor durante o planejamento de atividades. Por todo o documento se lê a expressão “gramática não-sistematizada”.

As atividades previstas referem-se a “estórias sem diálogo”, “estórias com diálogo”, “estudo da técnica do diálogo”, “produção de estórias com diálogo a partir de um estímulo”, “exploração de textos”. Neste último item, as autoras apresentam uma “ordem de desenvolvimento das etapas” que, segundo elas, mostra-se muito eficaz. É colocado como modelo de exploração um texto (adaptado) de Lygia Bojunga Nunes, “Flor de Lis se apresenta”.

As atividades são de leitura silenciosa, entendimento do significado das palavras desconhecidas, compreensão do texto, leitura oral, dramatização, exercícios de gramática não-sistematizada (substituição com concordância, repetição/perguntas e respostas completas, reconhecimento da pontuação, aplicação da pontuação, releitura do texto).

Uma outra sugestão trabalha com um *texto reproduzido por um aluno* para exploração mais enfática da técnica do diálogo. Essa exploração envolve exercícios de leitura silenciosa, entendimento do significado das palavras desconhecidas, compreensão do texto, leitura oral, dramatização, gramática não-sistematizada. (pontuação, reelaboração, sequência lógica). Outro texto apresentado para ser trabalhado é “O burrinho ‘burro’”, de autor desconhecido.

Como se observa, o documento é inovador no sentido de apresentar uma teoria nova, em voga na época: a da língua como processo comunicativo. Além disso, amplia um pouco mais os tipos de textos a serem aproveitados em sala de aula, utilizando-se de texto



literário de autor conhecido (embora adaptado), texto de aluno. A tônica está colocada em narrativas do tipo literário, e não se faz ainda menção a textos utilitários ou de uso corrente na vida social. Não avança muito nessa direção, nem chega a citar rótulos e embalagens como objetos portadores de texto e merecedores da atenção da escola.

3.7 Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 1ª e 2ª séries .

Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 2ª série.

Em 1981 a CENP e a SE lançaram *Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 1ª e 2ª séries; sugestões de atividades para uso das pranchas didáticas, das fitas cassete e para o processo de alfabetização*. O primeiro documento citado é uma coletânea de exercícios bem práticos, detalhados, para aproveitamento de pranchas didáticas e das fitas cassete, material distribuído para as escolas na época como auxiliares ao processo de alfabetização. A 4ª edição, que analisamos, foi elaborada por Marieta Lúcia Machado Nicolau (coordenadora), Ana Maria Marcondes Pinto e Elza Dias Pacheco.

Como já foi ressaltado, sua maior virtude reside no fato de fornecer ao professor sugestões metodológicas para o aproveitamento de um material novo, desconhecido ainda por muitos. Sem ser um receituário, apresentava exemplos concretos para uso didático do novo material, a partir dos quais o professor poderia acrescentar outros, de sua própria elaboração. Esse documento, no entanto, do ponto de vista de leitura de textos diferenciados, nada acrescenta, uma vez que sua preocupação não é com o processo de leitura em si.

O segundo documento, *Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 2ª série*, também de 1981, tem equipe mais extensa, relacionada na 3ª edição: Marieta Lúcia Machado Nicolau (coordenadora), Dirce Pereira

Dias Sebastião, Hilde de Mello Fonseca, Leda Terezinha Rovai Rosa, Maria Ignez Módena Pórzia, Maria Luíza Marcellii, Nilza de Lima Collaço.

Inicia-se com a retomada dos elementos da teoria da comunicação. Apresenta também sugestões de objetivos e atividades; no que se refere à leitura, apresenta sugestões de trabalho para treino da leitura oral e silenciosa e interpretação de textos; na produção, relaciona e detalha trabalhos a partir de estímulos, introdução da técnica de formalização de diálogo e bilhetes.

O documento diz que, na segunda série, a leitura “ganha em compreensão, velocidade, clareza e entonação”. Estimula o professor a aproveitar “tudo que é escrito na sala de aula (na lousa, nos cadernos, em cartazes, etc.)” para o treino e a formação do hábito de leitura e não apenas aquele momento chamado ‘aula de leitura’. Como sugestões de atividades apresenta os passos de leitura de um texto que, segundo o documento, pode ser de um livro de leitura adotado e que não precisa ser usado obrigatoriamente em sequência.

Apesar dessa preocupação com a leitura informal, de todo material escrito dentro da escola, o documento não avança em direção a uma leitura de textos de características mais práticas, sociais. Todo o universo de leitura, mesmo ampliado, se concentra ainda dentro do ambiente escolar.

3.8 Orientação do ensino de Língua Portuguesa – 2ª a 4ª séries. 1º grau; leitura – ampliação do vocabulário

São citadas como autoras do documento, distribuído pela SE e CENP em 1982, Guiomar Fanganiello Calçada (coordenadora), Adelaide Vasconcelos Tibúrcio, Edna Lourdes Mancini Lapa, Maria Aparecida Perini e Regina Maria Ferraz Elero Ivamoto.

Do ponto de vista de leitura e produção de textos, a publicação faz menção ao acesso do aluno a “fontes de informação” como “glossários, jornais, revistas, catálogo



telefônico”. Propõe também atividades de escrita como “redigir em situações funcionais: bilhetes, recados, avisos, anotações, cartas, respostas a roteiros de estudo, relatórios, comentários, instruções”.

Esse documento já caracteriza um avanço em direção aos textos autênticos, uma vez que recomenda como suportes os bilhetes, recados, avisos, anotações, relatórios, comentários, instruções, material que se configura como uma série de objetos sociais portadores de texto. No entanto, sugere sua produção sem fazer alusão à *leitura* anterior desses textos mais específicos para estudo de sua silhueta e conteúdo. Também não faz menção ao uso escolar de rótulos e embalagens.

3.9 Programação de Língua Portuguesa para a 1ª série do primeiro grau

Impresso em 1983, o documento *Programação de Língua Portuguesa para a 1ª série do primeiro grau* subsidiava o professor que pretendesse trabalhar sem a cartilha. As autoras citadas são Diva do Valle, Eiko Uemura, Leda Inês Teixeira, Maria Ignez Gallo e Marieta Lúcia Machado Nicolau, com colaboração de Lilian Matthiesen Ianase, Lydia Bechara e Therezinha Aparecida S.N. Bertoncini.

Mesmo propondo um trabalho sem cartilha, o documento segue, em suas orientações, os passos convencionais do método analítico-sintético: estudo de palavras-chave, identificação da sílaba a ser estudada, formação da família silábica, formação de palavras com essas sílabas, formação de frases simples. Dá sugestões de atividades, momento a momento, com riqueza de detalhes, explicando-se assim o grande número de páginas – 462.

Quanto aos textos indicados, são formados por palavras contendo apenas as chamadas “sílabas simples”, como o que se segue:

Filomena é uma menina levada.

Ela e Totó brincam no tapete.



Totó late e pula.

Filomena derruba a lata de farinha na toalha.

Do ponto de vista de leitura como atividade social, este documento pode ser considerado retrógrado em relação aos já analisados. Seguindo, como já foi dito, a estrutura das cartilhas convencionais para o ensino da leitura e escrita, as autoras não fazem menção, em toda a extensão do documento, a outros materiais de leitura a serem apresentados aos alunos em processo de alfabetização, a não ser aqueles textos organizados especialmente para o estudo das palavras e sílabas selecionadas. Não há, desta maneira, qualquer referência à leitura de rótulos e embalagens ou textos sociais.

3.10 Programação de Língua Portuguesa para a 2ª série do 1º grau

A coordenação da elaboração deste documento, distribuído à rede em 1983, é de Guiomar Fanganiello Calçada e tem a autoria de Adelaide Vasconcellos Tibúrcio, Guiomar Fanganiello Calçada, Maria Aparecida Perini e Regina Maria Ferraz Elero Ivamoto, com colaboração de Elza Dias Pacheco e Nilza de Lima Collaço.

O texto divide-se em “gramática”, “produção oral e escrita” e “leitura”. Nesta última parte encontramos como sugestão de atividade a “elaboração de frases”, “relato de fatos a partir da observação de gravuras em sequência lógico-temporal” e “reprodução de histórias”.

As autoras dão, na p. 153, a definição do que consideram “leitura básica”: a que se destina ao desenvolvimento das habilidades de leitura, em especial as de compreensão, e à formação de hábitos e de atitudes corretas no ato de ler. “Para sua consecução, devem ser utilizados não apenas os textos do livro didático, mas outros tantos selecionados pelo professor”. Não há, no entanto, na obra, sugestões para a seleção desses tipos de textos. A sugestão de atividade apresentada refere-se a textos convencionais e de características escolares (“O grande circo” e “Que vida gostosa!”).



Na página 242 aparece como sugestão de “produção de textos funcionais”: redigir bilhetes (aproveitando uma situação prática; organizar o correio da classe para a circulação de bilhetes).

O documento reforça as idéias básicas dos anteriores, não apresentando nenhuma faceta inovadora quanto ao uso de outros portadores de texto, como rótulos e embalagens.

3.11 A Proposta Paulista para o ensino de língua portuguesa

O grande marco inovador no ensino de língua foi, sem dúvida, esta proposta para ao ensino de língua nas escolas sob a jurisdição da Secretaria Estadual de Educação, que trouxe para o professor das oito séries do então chamado primeiro grau, concepções de língua baseadas da lingüística da enunciação.

Assim, a Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas lançou, em 1985, a Proposta Curricular para o Ensino de Língua Portuguesa, que deveria nortear o trabalho nas escolas públicas paulistas. O exemplar utilizado para análise foi a 4ª edição, de 1992, de cuja elaboração participaram membros da equipe técnica de Língua Portuguesa da CENP: Harry Vieira Lopes, Maria Aleida Trindade, Maria Sílvia Olivi Louzada, Regina Maria F.E. Ivamoto, Sílvia Bruni, Zuleika de Felice Murrie.

No prefácio do trabalho é lembrado que ele teve contribuição de professores da rede particular e estadual, monitores ou representantes dos professores da rede oficial junto às Delegacias de Ensino; a contribuição de trabalhos universitários; a elaboração da Equipe Técnica de Comunicação e Expressão - Língua Portuguesa da CENP e a assessoria e a revisão do professor Carlos Franchi (p. 14).

Esse documento marca a passagem, nas orientações para a rede paulista, dos conceitos tecnicistas para uma ótica interacionista, baseada em teóricos da UNICAMP e USP, principalmente, que traziam para a rede uma metodologia mais atualizada, em que o conceito piagetiano de interação era fundamental.



Esta proposta trazia conceitos novos para a reflexão do professor e conseqüente operacionalização em um trabalho diferenciado, que levasse em conta o conceito de linguagem como "atividade humana, histórica e social", suas dimensões discursiva ou pragmática, semântica e gramatical. Trazia também um conceito específico de texto: "todo trecho falado ou escrito que constitui um todo unificado e coerente dentro de uma determinada situação discursiva" (p. 18).

De modo geral o documento traz orientações genéricas, exemplificando pouco, tanto no que se refere ao trabalho com a alfabetização inicial quanto ao trabalho com a avaliação e correção de textos de aluno. Faz menção ao fato de a escola não poder "fixar-se em um certo tipo de texto, por exemplo, o literário" (50).

Em suas sugestões de conteúdos, faz menção, desde o Ciclo Básico até à 4ª série, à leitura de "textos diversos" dos tipos literário, jornalístico, utilitário/instrucionais (receitas, bulas, e, pela primeira vez, *notas explicativas nas embalagens*), propagandístico, listas, mas como ressaltamos anteriormente, não detalha esse trabalho. Esse trabalho de tratamento metodológico mais preciso ficaria por conta do documento apresentado a seguir.

3.12 "O texto: da teoria à prática"

O documento *O texto: da teoria à prática* foi elaborado em 1992 por uma equipe de oito professores da CENP e se apresenta como material auxiliar à implementação da proposta curricular paulista para o ensino de Língua Portuguesa no primeiro grau. A elaboração do trabalho esteve a cargo de Harry Vieira Lopes, Maria Aleida Trindade, Maria Sílvia Olivi Louzada, Norma Seltzer Goldstein, Regina Maria Ferraz Elero Ivamoto, Sílvia Bruni, Terezinha de Lisieux Vasconcelos e Zuleika de Felice Murrie.

A partir daqui se observa uma crescente influência da dimensão discursiva e textual na base teórica de sustentação do trabalho pedagógico. No documento específico não há referência a estudos gramaticais, mas reflexões sobre o texto como ato comunicativo e



como objeto de ensino-aprendizagem, além de sugestões práticas de trabalho sobre textos elaborados por alunos, histórias clássicas de literatura infantil, de autores consagrados, história em quadrinhos, anúncio classificado, crônica e notícia de jornal e letra de música.

Há treze atividades detalhadas, que, como se nota pela enumeração das abordagens, já evidenciam, e de modo bem mais prático que as orientações anteriores, alguns textos de características mais diferenciadas (sociais e/ou funcionais), como os de jornal, histórias em quadrinhos, letras de música, etc.

Este documento representa um grande avanço em relação aos demais analisados, por este duplo aspecto: pela sugestão de textos diversificados e pela exemplificação minuciosa de uma sequência de atividades de exploração dos textos, de modo bastante didático. No entanto, quanto à orientação para trabalho sistemático com rótulos e embalagens, nada existe.

É de se considerar, também, um problema recorrente no que tange a documentos como esse: raramente eles chegam às mãos do professor em número suficiente. Trabalhei com esse texto em cursos promovidos pela Delegacia de Ensino de Osvaldo Cruz e em outras Delegacias. Nunca encontrei professor que fizesse uso regular dele. Depois desses cursos, nos quais explorávamos algumas atividades, os professores se interessavam muito por seu caráter prático e elucidativo e procuravam pelos exemplares em suas escolas ou Delegacias de Ensino.

3.13 Prática pedagógica: CB, volumes 1 e 2

Os volumes da coleção *Prática Pedagógica* referentes ao Ciclo Básico foram elaborados pela CENP, sob a coordenação de Regina Cândida Ellero Gualtieri Gonçalves e Regina Maria Ferraz Elero Ivamoto, e contaram com a colaboração das Equipes Técnicas de Língua Portuguesa, Educação Artística, Educação Física, Ciências, Geografia e História, uma vez que traziam sugestões de trabalho nessas áreas. Foram publicados em 1994.



A parte referente a Língua Portuguesa apresenta sugestões de várias atividades desenvolvidas a partir da presença do jornal, com seus elementos mais significativos: primeira página, anúncios, cabeçalho, manchetes, seções, notícia, títulos, anúncios, logotipos, histórias em quadrinhos. O texto foi elaborado por Zuleika de Felice Murrie, com colaboração de Harry Vieira Lopes e Silvia Bruni.

O material vem com muitas reproduções de atividades elaboradas por alunos da rede pública. A ênfase no trabalho com jornal é justificada por ser ele "a representação de um modelo de língua bastante próximo do dia-a-dia do usuário" (p. 7).

A respeito do jornal na sala de aula, Faria (1992), que aparece na bibliografia indicada pelo documento, já se manifestara sobre a oportunidade de, através desse uso, oferecer ao professor um certo número de atividades que lhe permitissem levar o aluno a praticar a língua, através da leitura e da escrita, com um material lingüístico independente daquele dos manuais escolares e atualizado, uma vez que acompanha as informações veiculadas pela imprensa no dia-a-dia. Enfim, um trabalho voltado para melhorar o domínio da língua viva.

O segundo volume é também rico em apresentação de material diversificado para leitura, dando exemplo de trabalho a partir de um verbete de enciclopédia sobre o tubarão. Em seguida, apresenta sugestões de leituras de textos diversos (p. 30-70): poemas contos de fada, carta a partir da leitura e interpretação de um texto jornalístico e seu aproveitamento pedagógico, com riqueza de detalhes.

Traz uma introdução teórica sobre leitura, enfatizando a necessidade da diversidade de suportes e de sentidos; faz críticas à metodologia de trabalho das cartilhas, que leva ao empobrecimento da língua; lembra a desvinculação desta com algum caráter funcional e propõe a leitura, a diversidade textual, a construção de sentido.

Procura fazer uma orientação direcionada para o trabalho com uma "leitura significativa" (p. 16), com as antecipações feitas pelo leitor frente a tipos específicos de

texto, indicando alguns, como “as receitas médicas, os jornais, os gibis, os livros técnicos, os livros de histórias”, que permitem uma certa previsibilidade sobre o teor de seus textos. O documento traz ainda relatos de atividades sobre um verbete de enciclopédia, poemas, contos de fadas (*A Bela Adormecida*), carta, interpretação de texto jornalístico.

Trata-se, portanto, de material muito rico e interessante, com grandes avanços teóricos sobre o conceito e a metodologia de leitura e escrita, tratando-as como objeto e comportamento extremamente ligados à prática social e não apenas como tarefas escolares destituídas de sentido para a criança. As contribuições mais significativas são as referentes ao uso do jornal em sala de aula, bem como a citação de textos de cunho essencialmente social, como bulas de remédio, verbetes, gibis, livros técnicos. Apesar, no entanto, dessa indicação clara de novos tipos de textos, não faz referência ao estudo sistemático de rótulos e embalagens.

3.14 Prática pedagógica : 3ª e 4ª séries, volumes 1 e 2

Os volumes de *Prática Pedagógica* correspondentes à 3ª e 4ª séries, de 1994, são diferentes em suas características. O primeiro volume versa sobre a leitura como caminho para a produção de textos e traz extenso material (mais de 50 páginas) sobre o aproveitamento pedagógico de texto *Surilêa – mãe – monstrelha*, de Lia Zatz, sugerindo a seqüência leitura, interpretação, produção, reflexão e operação sobre a linguagem, como também indica a proposta paulista para o ensino de língua portuguesa.

O volume 2 traz o texto de Zuleika de Felice Murrie, *Da leitura à produção de Textos: o ensino da representação gráfica* e oferece subsídio para a avaliação e correção de textos de alunos, especificamente do ponto de vista de dificuldades ortográficas. Traz também considerações sobre o histórico da aquisição das regras externas ao sistema alfabético e um extenso trabalho, mesclado de teoria e prática, sobre o ensino da ortografia, pontuação, paragrafação.

Neste volume não está presente, portanto, a preocupação com a apresentação de tipos diferentes de texto da vida social, parecendo haver um recuo em direção ao ensino de língua, enfatizando o aspecto gramatical, ainda que sob um enfoque bem diferente (história do processo da aquisição das regras externas ao sistema alfabético e por onde começar o ensino da ortografia). Apresenta ainda pistas bem concretas para a sistematização da apresentação de trabalhos escritos pelos alunos. Do ponto de vista do aproveitamento pedagógico de rótulos e embalagens, nada apresenta. A ênfase nos textos diversificados fica patente no documento seguinte.

3.15 Os Parâmetros Curriculares para o ensino fundamental - 1ª à 4ª séries

Os Parâmetros Curriculares Nacionais foram organizados para funcionarem como auxiliares ao trabalho do professor em todas as escolas nacionais, para uso rotineiro em sala de aula, a partir de 1997. Obedeciam às exigências da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9394, de 1996. Uma idéia fundamental trazida pelo documento é a de que todo texto, oral ou escrito, se organiza dentro de um gênero específico.

O documento ressalva que há outros traços distintivos através dos quais podemos reconhecer outros gêneros de texto, como as cartas, reportagens, anúncios, poemas, etc. O leitor competente pretendido pela escola só será formado se for colocado, desde o início de sua relação com a escrita, em contato com textos diversificados e utilizados normalmente no meio social.

Para os PCNs, a finalidade do ensino de língua portuguesa nas primeiras séries e nas seguintes deve ser o desenvolvimento da competência textual do aluno, isto é, a expansão de sua capacidade de ler e de produzir seus textos e interpretar textos alheios, sejam eles orais ou escritos. Os textos selecionados serão aqueles cujos usos e funções fora da escola evidenciem sua relevância, tanto para a solução de problemas da vida cotidiana como para o acesso aos bens culturais e à participação plena no mundo letrado. Em resumo, ter aulas

de língua na escola significa desenvolver a capacidade de uso da língua materna em ocasiões de fala e escuta, leitura e escrita.

O volume 2 dos PCNs, dedicado ao ensino de língua portuguesa, ressalta a importância e a necessidade de práticas que atinjam o objetivo acima, sem trazer, no entanto, nenhum exemplo de atividade ou exemplo de como se daria, na prática pedagógica, o uso efetivo e o tratamento metodológico a ser dado aos diferentes tipos de texto, em sala de aula.

No corpo desse documento aparecem vários exemplos de atividades prontas, páginas elaboradas por crianças. Na página 67 uma reescrita de lenda; na 75, reescrita da história de João e Maria; na página 76, um texto provavelmente de criação própria do aluno; na 104, um diálogo; na 109, uma carta; nas páginas 112 e 119, notícias para jornal, sendo que a última traz a observação: "texto que passou por múltiplas revisões do autor".

T.1244 Os PCNs são criticados por Suassuna (1998), que afirma que eles surgiram em época de fortalecimento do neoliberalismo (modelo econômico do livre mercado) de cuja conjuntura faz parte a discussão sobre a qualidade de ensino, avaliação e currículo. O Brasil tem se submetido a um sistema de avaliação da qualidade do ensino fundamental e, com o Mercosul, tem aceitado a formação de blocos econômicos, o que é fundamental para a padronização exigida pelo mundo globalizado - que é, para a autora, um mundo dividido em grandes blocos econômicos no qual o sucesso do capitalismo depende da padronização dos costumes e mecanismos de consumo.

Quanto ao processo de elaboração dos PCNs, ainda para Suassuna (1998), no seu encaminhamento houve um problema de ordem formal - eles deveriam ter sido propostos após a definição dos objetivos educacionais pelo CNE - e um problema de ordem política - faltou tempo para um amplo debate porque num planeta globalizado não há tempo para a negociação e a demorada construção do consenso. É mais fácil partir-se do princípio de que todos já sabem o que é consensual e não é mais necessário explicitar o que é ensino de qualidade, o que é currículo, por que alguns conteúdos são mantidos e outros rejeitados.

Também não faz alusão a temas como formação do professor, livro didático, carreira docente, gestão democrática, entre outros itens fundamentais.

Do ponto de vista da análise feita, pode-se acrescentar que, apesar de chegarem a sugerir, já a partir do primeiro ciclo, como conteúdo de "gêneros adequados para o trabalho com a linguagem escrita", "*textos escritos em embalagens, rótulos, calendários*" além de "anúncios, slogans, cartazes, folhetos", não há no documento nenhuma sugestão metodológica para o aproveitamento escolar ou trabalho pedagógico a ser realizado com esses suportes específicos. Fica-se portanto, apenas na indicação de rótulos e embalagens como exemplo de texto a ser estudado, mas sem nenhuma indicação clara sobre o caminho metodológico empregado, inclusive nas atividades, que são apresentadas apenas em sua forma final, sem se detalhar o *como* se chegou aos resultados expostos.

3.16 Reorganização da trajetória escolar no ensino fundamental classes de aceleração - Proposta pedagógica curricular

O material em análise foi preparado em 1998, pela FDE, através de sua Equipe Técnica Responsável pelo projeto Classes de Aceleração, sendo consultoras para Língua Portuguesa Maria Cecília Machado e Yêda da Costa Varlotta. Destinado ao uso nas classes de aceleração, iniciativa da administração da professora Rose Neubauer da Silva à frente da Secretaria Estadual de Educação, esse material passou a ser reivindicado pelos professores das classes regulares, devido a suas características de praticidade e atualização em termos de uso de textos diversificados nas aulas de leitura.

Com relação aos conteúdos, segundo as autoras, "precisam ser considerados na sua relação intrínseca com os fins da educação e os objetivos que temos em relação ao cidadão que queremos/devemos formar" (p.25). Os conteúdos são pensados em termos de conceitos, habilidades, hábitos, valores e atitudes que deverão ser trabalhados em sala de aula. Eles englobarão textos informativos, instrucionais, de enredamento, de convencimento.



Na descrição da metodologia, os autores enfatizam que não é necessário criar novas atividades, uma vez que há "inúmeras publicações dirigidas a professores. O que é necessário é ressignificá-las, vê-las por outro ângulo". O que, de maneira explícita, o material não diz como fazer. Na realidade, os aspectos metodológicos se resumem a uma série de perguntas, propostas de reflexão, alguns itens de teoria sobre língua como objeto social, sobre leitura. Os tipos de texto indicados, tanto para leitura como para produção, são os mesmos citados acima, sem que o material traga nenhum exemplo, nenhuma atividade desenvolvida.

Uma nota complementar sobre esse material refere-se à indicação bibliográfica muito rica e atual. O material é acompanhado de cadernos de exercícios para os alunos, estes bem mais detalhados, em forma de atividades. Como já foi ressaltado, esse material é muito requisitado nas escolas, inclusive por professores que trabalham com classes comuns, exatamente devido a esse seu aspecto prático, de atividades já preparadas.

3.17 Encerrando as notas sobre diretrizes

Como ressaltamos em diversos momentos deste texto, a preocupação dos órgãos centrais responsáveis pela educação no Estado de São Paulo era muitas vezes evidente, concretizada na elaboração de materiais mais modernos, obedecendo a bases teóricas que iam surgindo no cenário acadêmico. Esses materiais traziam em suas linhas justificativas teóricas para uma mudança na rotina de trabalho do professor, algo que o libertasse da tirania do livro didático.

A preocupação gradativa dos diversos documentos resenhados, em relação ao ensino de língua portuguesa, com a proposta de textos mais práticos, mais próximos do uso real da escrita, fica evidente na análise que fizemos acima. Saindo da mesmice das lições de leitura e de interpretação de textos feita convencionalmente, as orientações iam agregando o caminhar da lingüística, as novas concepções de gramática, o estudo da diversidade textual necessários à compreensão total do mundo da escrita.

Alguns problemas, entretanto, faziam-se presentes na sistemática de socialização de tais diretrizes. Um deles era a falha em fazer chegar às mãos de todos os professores esse material alternativo. Muitos documentos foram produzidos em número insuficiente; outros acabavam mofando em armários de biblioteca ou de diretorias, sem chegar a fazer parte da rotina pedagógica de muitos profissionais.

Quando produzidos em número suficiente, bem distribuídos e alcançando o professor, alguns documentos carregavam conceitos teóricos fora do alcance de sua compreensão, carente muitas vezes de uma formação - inicial ou continuada - que lhe permitisse apreender esses conceitos e operacionalizá-los numa prática coerente, tranqüila e rotineira. Sem exemplos esclarecedores, sem uma sugestão de metodologia que levasse a uma prática sem sustos, enfatizando a necessidade de mudança mas sem dar os rumos de como fazê-la, esses documentos acabaram, muitíssimas vezes, soando como um discurso no deserto.

Dentre os textos variados que foram sendo incorporados para auxiliar o professor na tarefa de ensinar língua portuguesa, os que fazem referência a rótulos e embalagens são os menos freqüentes. Quando há essa referência, não se faz conhecer o caminho metodológico adequado a seu estudo em profundidade. A razão para isso pode ser a falta de uma sistematização sobre os elementos complexos desses suportes de texto, que incluem componentes verbais e não verbais, diagramação específica, assim como o modo de trabalhar com eles.



Capítulo IV

EMBALAGEM: TRAJETÓRIA HISTÓRICA E COMPONENTES DE HOJE

A educação para a comunicação deve oferecer condições para que a comunidade descubra a natureza dos processos de comunicação em que está inserida, ajudando seus membros a desvendar os mecanismos pelos quais a sociedade - ao utilizar os recursos da comunicação - exerce o poder de manipulação.

Deve ainda, favorecer o exercício de práticas comunicacionais democráticas e libertadoras.

Ismar de Oliveira Soares: *Para uma leitura crítica da publicidade*. SP, Paulinas, 1988, pág.20

4.1 . História da embalagem

Vivemos hoje num mundo onde o consumo é atividade obrigatória, estimulada pela força imperiosa da propaganda. No intuito de vender sempre e mais, as empresas nos apresentam, a todo momento e sob todo tipo de artifício, seus produtos. A propaganda é a mola propulsora de uma indústria que tem como objetivo colocar em mentes e corações as necessidades que nos levem a consumir.

Outdoors, cartazes, *jingles*, anúncios em jornais e revistas, as criativas peças de publicidade na mídia eletrônica já são reconhecidos como instrumentos de venda até por leigos no assunto. A este "arsenal" de persuasão queremos juntar os rótulos e embalagens dos produtos industrializados, considerados, neste trabalho, como o faz Mestriner, 2000, "poderosas ferramentas de marketing" e como tal, merecedores de análise por parte do professor, que os está trazendo para a sala de aula de modo cada vez mais sistemático.

Rabaça e Barbosa definem embalagem como "recipiente ou invólucro destinado a acondicionar mercadorias a fim de protegê-las de riscos e facilitar seu transporte, estocagem, venda e planejamento" (1987, p. 231). Desde estas finalidades práticas, entretanto, a embalagem mudou muito, evoluiu e se transformou em

...um elemento de importância decisiva na política de *merchandising*, pois além de suas funções precípua (proteger, transportar, estocar), serve também como meio (canal) para a promoção do produto. Em muitos casos, é o único recurso significativo de que se dispõe para identificar, diferenciar e exibir um produto aos olhos do consumidor (Rabaça & Barbosa, 1987,p.231).

Os autores reconhecem dois tipos básicos de embalagem: a de transporte (que contém várias embalagens unitárias, de modo a facilitar a estocagem, despacho e transporte da fábrica ao ponto de venda) e a de consumo. Esta funciona como unidade de venda e por sua vez se divide em embalagem de uso (os tubos de pasta de dente, a caixa de fósforo) e a embalagem *display*, projetada para exposição do produto, como as pequenas embalagens de canetas, aparelhos de barbear, de isqueiros, que ficam próximas às caixas dos supermercados.

Algumas vezes se confundindo e se integrando à embalagem, o rótulo é, para o Dicionário de Comunicação,

pequeno impresso afixado nas embalagens (latas, garrafas, frascos, caixas etc.), para informar sobre o conteúdo do recipiente. Parte integrante da embalagem, com indicações gráficas destinadas a identificar e promover o produto e a marca (1987, p. 521).

A embalagem de produtos artesanais, manufaturados ou industriais é presença constante no mundo moderno. Vivemos rodeados por uma infinidade de embalagens, que disputam avidamente nossos olhares e nossa atenção. Sua história é longa e interessante e ela representou sempre importante ferramenta para o desenvolvimento do comércio e o crescimento das cidades.

As mais antigas embalagens tinham a função de conter, proteger e viabilizar o transporte dos produtos que continham. Aos poucos foram incorporando as funções de conservar, expor, prover o abastecimento e o consumo de milhões de habitantes das grandes cidades. Nos anos após a segunda Guerra Mundial surgiram os supermercados, e a venda em sistema de auto-serviço estimulou os produtos a conterem a informação necessária para concretizar a venda sem a intermediação ou o auxílio do vendedor. As embalagens puderam então substituir o vendedor com seu design e conteúdo informativo, viabilizando o auto-serviço.

As matérias-primas originais das embalagens eram as disponíveis na região em que eram fabricadas e permitidas pela tecnologia de cada época - madeira, barro e tecido. “Engradados, caixotes, barris, ânforas, potes e sacos foram as primeiras formas de embalagens utilizadas” (Mestriner, 2000, p.12). À exceção do barro – que foi inteiramente substituído pelo vidro – os demais materiais continuam até hoje sendo utilizados na condição de embalagem. O que mudou foi o uso que a evolução da sociedade humana e suas conseqüentes demandas passaram a fazer da embalagem. Novas necessidades surgiram: proteger, conservar, identificar e, finalmente, vender o produto. Para atendê-las, a embalagem se sofisticou, fez uso de materiais mais abundantes, mais baratos e mais eficazes. A lata, o papel e principalmente o plástico surgiram e acrescentaram inúmeras

outras possibilidades de acondicionamento, transporte e conservação de produtos, possibilitando, inclusive, o aparecimento de novos produtos, como a embalagem longa vida para o leite *in natura*, que sucedeu as latas de leite condensado e de leite em pó, permitindo seu estoque e consumo em tempo muito mais ampliado. O mesmo ocorre com os produtos pasteurizados, acondicionados cada vez mais eficientemente em vidros, latas, plásticos.

Aos poucos, a distinção original entre embalagem e rótulo acabou se tornando menos visível. Hoje algumas empresas utilizam a mesma embalagem básica - latas, garrafas de vidro ou de plástico - e mudam os rótulos identificadores. É o caso das latas de leite condensado, creme de leite, docinhos já preparados, dos refrigerantes, que utilizam a mesma embalagem e distinguem o produto contido através de rótulos diferentes.

A grande maioria das empresas, entretanto, prefere incorporar o rótulo à própria embalagem, criando uma peça única, como nos envelopes de plástico, caixas com bombons, papel plastificado que envolve inúmeros produtos, todos contendo em si as informações referentes ao produto. (Neste trabalho, toda referência que for feita a embalagem, será relativa ao que vem escrito, estampado ou desenhado nesses suportes, sem maior preocupação em detalhar se se trata de um rótulo separado ou de uma embalagem que contém em si um rótulo).

Hoje o mercado dispõe de uma infinidade de formas, materiais e diferentes apresentações para os produtos: sacos de papel reforçado ou plastificado, "envelopes" dos mesmo materiais, latas, garrafas de plástico ou de vidro, potes de plástico ou de vidro, bisnagas, caixas de papelão. Todo esse material, com sua variedade de formas e tamanhos pode constituir-se em material excelente para as aulas de geometria espacial, uma vez que dá à criança idéia concreta do que são sólidos geométricos - prismas, cubos, pirâmides.

Alguns elementos antigos podem ser reconhecidos em releituras modernas - de forma modificada - nas embalagens de hoje em dia, visto que se constituem em fundamentos da linguagem visual da embalagem: faixas, bordas, filetes, selos, logotipos desenhados, imagens sugestivas do uso do produto.



Durante o processo de mudança do comércio – de balcões com vendedores ao auto-serviço – a embalagem foi construindo uma linguagem visual própria e característica para cada categoria de produto. No início os recursos eram poucos: faixas, bordas rebuscadas ou ornamentais, logotipos em letras e desenhos. No século passado as embalagens eram enriquecidas basicamente com selos, chancelas, brasões e medalhas conquistadas em exposições. Os recursos gráficos utilizados eram os disponíveis na época: tipografia e litografia.

Foi o desenvolvimento da técnica industrial e gráfica que permitiu a incorporação de mais e melhores recursos e efeitos visuais: impressão em cores e introdução da fotografia, que permitem hoje a utilização de imagens cada vez mais elaboradas. Esta permitiu, por exemplo, a utilização de imagens produzidas de forma planejada para despertar o apetite (*apettite appeal*) e o desejo de compra do consumidor. De modo geral as embalagens de alimentos exploram cada vez a imagem do produto já preparado, em belas fotos e cores, parecendo pronto para ser degustado. O conceito de *apettite appeal* estabelece, intencionalmente, uma reação provocada no desejo do consumidor.

O *designer* de rótulos e embalagens sabe que vai ter apenas alguns segundos para “chamar a atenção, transmitir a informação básica para a compreensão do que está sendo oferecido, ressaltar os atributos complementares do produto, agregar valor a ele” (Mestriner, 2000,p.38), e, destacando-se num mar de produtos congêneres, apresentar-se e sair-se bem na competição. Tudo precisa ser feito de maneira sedutora, encantando o consumidor, conquistando sua simpatia e seu entusiasmo, entre inúmeros outros produtos colocados nas gôndolas, que têm as mesmas intenções.

No tocante às questões de comunicação e *marketing*, a embalagem se constitui hoje na principal oportunidade de comunicação do produto (e de seu fabricante, inclusive) com o consumidor. Essa comunicação também é fruto de evolução. As primeiras embalagens eram reconhecidas exclusivamente por sua forma, já que os recursos técnicos de inclusão de imagens não eram tão abundantes. A forma de ânfora ou de jarro indicava que o

conteúdo era vinho ou azeite; o formato de saco e a amarração do fardo indicavam aos comerciantes antigos o que estavam transportando. Mesmo assim difuso e incipiente, esse momento marca o início do desenvolvimento de uma *linguagem visual das embalagens*, permanecendo ainda hoje muitos desses sinais como forma de identificar e agregar personalidade a um produto."(...) o *design* estrutural diferenciado é um poderoso ícone que nos permite identificar instantaneamente uma champanhe, a água Perrier ou a garrafa de Coca-Cola" (Mestriner, 2000, p.15).

Em 1830 surgiu a impressão em cores, representando um grande passo no avanço da qualidade dos rótulos e embalagens, pois possibilitou também a inclusão de imagens chamativas e cenas descrevendo situações nas quais o produto era utilizado . Além dos brasões e medalhas, foram incorporados faixas, bordas, filigranas decorativas, letras embelezadoras – levando a tipografia a alcançar alto nível artístico .

A prosperidade econômica e a paz do pós-guerra trouxeram uma idade de ouro para as embalagens, colocadas numa sociedade de consumo de massa, com a TV recém surgida e criação dos supermercados, que acabaram contribuindo para que elas tivessem os padrões visuais tais como os conhecemos hoje.

Na era pós revolução industrial, a embalagem entrava na vida adulta com o surgimento da sociedade de consumo para torna-se um de seus maiores ícones. Influenciou e foi influenciada pela revolução cultural da mulher e da juventude, nos anos 60, pela pop art, pela vanguarda das artes visuais da época, percebeu e usou a seu favor o poder e a influência que tinha na vida dos consumidores. "Transformada em arte e ícone da cultura de massa, a embalagem também despertou as empresas e passou a ser tratada como aquilo que realmente é: *uma poderosa ferramenta de marketing*" (Mestriner, 2000, p.18, grifo nosso).

A missão do *design*, na embalagem, é desencadear impulsos positivos (pela beleza, pela cor, pelo "movimento" do desenho); entusiasmar para a compra; motivar a força de



venda; facilitar a negociação com o “trade” (local de venda); fazer o produto chegar com mais força ao ponto de venda; chamar a atenção do consumidor.

Tendo conseguido isso, o *designer* precisa oferecer em poucos segundos uma informação direta sobre o que é o produto, o que ele faz e a quem se dirige. Uma boa embalagem deve cumprir, no mínimo, essas duas missões com eficiência. A terceira tarefa é a de transmitir ao consumidor apelos complementares do produto para fechar a venda, ou seja: “sou um sabão em pó que vai lavar suas roupas, com praticidade, economia e vou deixá-las ainda mais brancas”.

A embalagem está sendo vista hoje, pelas empresas, como um elemento valioso de *marketing*, ou seja, ela está sendo explorada como canal de comunicação direto da empresa com os consumidores. É mídia extremamente dirigida – atinge com precisão telescópica o consumidor, indo parar em sua casa – e também local de exposição – mesmo que o consumidor não o compre, tem muita chance de ver a embalagem no ponto-de-venda.

Os especialistas estão recomendando que a embalagem seja utilizada para fazer propaganda: (a palha de aço Bombril está usando parte da embalagem para fazer anúncios de outras empresas, uma vez que sua penetração nos lares do Brasil é de quase 100%, numa penetração maior que a da rede Globo de televisão); conversar com o consumidor: um aniversário importante (25, 50 anos), um prêmio ganho, o apoio a uma entidade (Abrinq, contra o trabalho infantil), lançamento de novo produto, construção de nova fábrica, uma nova tecnologia; transformar a embalagem em algo especial: embalagens para serem colecionadas, os copos de extrato de tomate e requeijão, estojos de whisky, miniaturas, figuras, brinquedos e utilidades; criar embalagens promocionais: (dias das mães, Natal); oferecer algo mais: “+10% grátis, compre 2 e leve 3, este é grátis, ganhe brindes, ganhe amostras grátis, ganhe outro produto para experimentar, ganhe descontos”, etc.

Unindo o desejo de atingir cada vez mais o consumidor e uma atitude politicamente correta, uma empresa de alimentos apresentou novas embalagens com dizeres em Braille. O sistema de impressão foi implementado por enquanto apenas nos produtos embalados em

cartuchos. As novas embalagens vão facilitar a identificação dos produtos, principalmente no dia-a-dia dos portadores de deficiência visual. O gerente de marca institucional e planejamento estratégico acredita que a novidade possa agregar valor à marca e fazer com que a empresa seja vista como responsável. Também o medicamento Neosaldina traz a marca impressa em caracteres no código Braile.

4.2. Componentes verbais e não verbais em rótulos e embalagens de hoje

Considerando que seria extremamente difícil estabelecer parâmetros para os rótulos e embalagens com os quais temos contato em nossa vida cotidiana, pela quantidade e diversidade de tipos, formatos, material empregado, *design* significativo, procurou-se neste trabalho, estabelecer algumas linhas básicas das embalagens mais frequentes, antes de historiar e descrever as que foram trazidas pelos alunos ao longo da pesquisa.

Fazendo o levantamento dos elementos verbais e não verbais que figuram nos rótulos e embalagens, percebe-se que há elementos que se repetem, sem exceção; outros são instáveis, aparecem em algumas, em outras não. Decidiu-se agrupá-los em componentes afins, para operacionalizar a sua análise. Assim, estão divididos em cinco grupos:

- a) *informações sobre o produto* (marca, o que é, fabricante, endereço, logotipo da fábrica, país do produto; o CGC ou CNPJ, registro no Ministério da Agricultura, garantia de alguma associação, selo de entidades ou eventos, código de barra.);
- b) *informações ligadas à cidadania* (os ingredientes contidos, o valor nutricional (no caso de alimentos), o prazo de validade, a quantidade, o Serviço de Atendimento ao Consumidor);
- c) *textos diversos que figuram em rótulos e embalagens* (receitas, instruções para abrir a embalagem;
- d) *apelo publicitário*: textos, slogans, cores e imagens;
- e) *informações sobre a embalagem em si* (tipo, fábrica, o ícone de reciclável e o de lixo).

4.2.1. Informações sobre o produto

Antes de iniciar a análise de rótulos e embalagens é preciso ressaltar uma característica do produto em si, que aparece destacada em alguns deles, mas é ignorada em outros. Trata-se do modo de apresentação desses produtos, que, em decorrência da industrialização, apresentam-se atualmente sob múltiplos aspectos. O café, por exemplo, pode ser comprado em grãos, granulado, em pó, solúvel. O açúcar, refinado, integral, mascavo. O arroz, integral ou polido. A gelatina, em folhas ou em pó. Há também os líquidos (refrigerantes, vinagre), cremes (maionese, mostarda), pastas (patês), extratos (de tomate), compactos, massas, pedaços. Os produtos de limpeza podem se apresentar sob forma de aerossóis (inseticidas), líquidos (cândida), pastas (sapóleo), esponjas.

Essa diversidade pode constituir-se em material para uso do professor de ciências (para estudo dos meios de produção dessas formas) e para o professor de língua portuguesa (ortografia, sinonímia, classificação).

A MARCA é o nome de fantasia que o fabricante elege para seu produto. Segundo o Dicionário de Comunicação, de Rabaça e Barbosa (1987, p. 383), a marca é

simbolo que funciona como elemento identificador e representativo de uma empresa, de uma instituição, de um produto, etc.", sendo que "...essa significação pode ser obtida por várias formas: o nome da empresa, da instituição ou do produto em sua forma gráfica (escrita) ou sonora (falada)"; "...o símbolo visual figurativo ou emblemático"; "...o logotipo - representação gráfica do nome, em letras de traçado específico, fixo e característico".(...) "Animadas, inanimadas, orgânicas, geométricas, as marcas são letras, ideogramas, monogramas, cores, coisas. Seu fim não é ilustrar, é indicar. Não representam: sugerem.

Desta forma, as marcas dos produtos constituem-se já em logotipo, pois ele, segundo o mesmo dicionário, é "símbolo constituído por palavra ou grupo de letras, apresentadas em desenho característico, destinado a funcionar como elemento de identidade visual de uma empresa, de uma instituição, de um produto". Todos os rótulos e embalagens

(R/E) examinados apresentam essa preocupação de escrever o nome do produto de maneira diferenciada, criativa, de modo a chamar a atenção e fixar-se na memória do consumidor.

Segundo Carvalho, “ao ser nomeado com uma marca que o distingue, o objeto é retirado do anonimato. No Brasil, a individualização do objeto é feita habitualmente por dois processos: formações vernáculas e empréstimos lingüísticos” (Carvalho, 1996, p.42). Na língua portuguesa são permitidos recursos como:

- a) a formação de novas composições baseadas em siglas (biscoito Mabel, arroz AENE) ; uma delas, citada no livro de Carvalho, aparece no óleo comestível CEVAL, segundo a autora, "palavra que remete a cevada, nome de um grão" (Carvalho, 1996, p. 42);
- b) o nome do fabricante simplesmente ou em novas composições (açúcar Nucci, biscoito Zabet, Todeschini, café Jaguari, fubá e farinha de mandioca Yoki);
- c) acréscimo de partículas indicativas de qualidade (feijão Da Hora, pó de café Ki-Pó, biscoito Petybon, feijão Ki-caldo e Safrão);
- d) apelo ao inusitado, formando nomes vazios de significado (macarrão Basilar);
- e) empréstimo de outras línguas, como o inglês (feijão "Uncle Beans"). Os sabonetes e cremes dentais conservam, muitas vezes, as denominações originais das multinacionais que os fabricam (Colgate, Kolynos, Lux, Gessy) ;
- f) Sandmann, 1999, p. 52, acrescenta o uso do "genitivo anglo-saxão" 's, indicando relação de posse ou atribuição, como em farinha de mandioca Dafap's.

A marca constitui-se, como vimos, em logotipo do produto, uma vez que se apresenta sempre da mesma maneira, com as mesmas cores e formatos, para ser facilmente reconhecida (às vezes até por pessoas sem escolaridade e crianças pequenas).

O FABRICANTE é outro elemento que se agrega ao produto em si como responsável pela sua fabricação, engarrafamento ou empacotamento. De modo geral, nas embalagens analisadas, este elemento não parece fazer muita questão de aparecer. A informação muitas vezes se esconde em letras minúsculas, em locais não visíveis do rótulo

ou da embalagem. Por isso, de modo geral os alunos, sujeitos da pesquisa, tiveram dificuldades em encontrá-la. Do ponto de vista lingüístico, pode assumir as formas:

"Fabricante:"

"Fabricado por....."

"Um produto de"

Da mesma maneira, o ENDEREÇO do fabricante também se encontra escrito em letras pequenas, escondido entre outras informações técnicas obrigatórias, de modo a dificultar a identificação e leitura. As informações se referem a rua (ou estrada), número, cidade, estado. Além de discutir o porquê dessa dificuldade, o professor pode usar a informação para enriquecer as aulas de geografia (ou vice-versa) , uma vez que se trata de informações espaciais, com localizações de cidades e estados brasileiros.

Alguns produtores acrescentam, ao lado de seu nome e endereço, o LOGOTIPO DA FÁBRICA, ou seja, a presença de letras, desenhos ou uma combinação deles numa forma fixa, que permite a sua identificação rápida.

Sadia



Todos os produtos cujos rótulos e embalagens foram analisados na pesquisa são produzidos no Brasil. Todos eles ostentam, portanto, a informação de que se trata de produto da INDÚSTRIA BRASILEIRA.

Todos os rótulos e embalagens em análise, sem exceção, trazem o número do CGC (CADASTRO GERAL DOS CONTRIBUINTES) , que vem sendo substituído, em muitas embalagens, pelo CNPJ (CADASTRO NACIONAL DE PESSOAS JURÍDICAS) . Tanto um como outro identificam a empresa junto aos órgãos arrecadadores de impostos.

Uma pequena parte dos rótulos e embalagens traz a informação de que o produto foi analisado, aprovado e REGISTRADO PELO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, especificamente quando se trata de alimentos de origem vegetal ou animal.

Poucos exemplos encontramos de produtos que ostentavam, em seus rótulos ou embalagens, a GARANTIA de alguma Associação, como é o caso do pó de café do Ponto, garantido pela ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) e do macarrão Basilar, garantido pela ABIMA (Associação Brasileira da Indústria de Massas Alimentícias).

A fundação ABRINQ coloca seu SELO em rótulos e embalagens de produtos cujos fabricantes tenham uma postura de auxílio e proteção à criança, através de atitudes que envolvam seus direitos (não empregando crianças, por exemplo). Dos rótulos e embalagens analisados, o açúcar Dolce mereceu essa regalia e ostenta o selo "Empresa Amiga da Criança", dessa fundação. O pó de café do Ponto traz o selo EXCELLENTIA, acrescentando que se trata de selo e assinatura do próprio produto. Tanto o registro no Ministério, o selo e a garantia são propagandas indiretas do produto, uma vez que as entidades que os fornecem acabam por atestar sua qualidade.

Outro elemento identificador, sua marca numérica, é o CÓDIGO DE BARRA para identificação do produto com seu respectivo preço, nas lojas e supermercados já informatizados. Para o consumidor leigo, trata-se de presença sem significação. Para as empresas, é uma maneira de registrar o produto, com suas características individuais, dentro do estoque da loja ou mercado. É como se fosse um número de identidade do produto, reconhecido pelas máquinas que têm acoplado o preço atual. Ao ser "lido" pela máquina, esta reconhece o produto e exibe, no monitor, seu nome, marca e preço. Geralmente a barra se compõe de 13 algarismos, que identificam o país produtor, a empresa, o produto e seus detalhes identificadores.

A título de exemplificação do significado do código de barra, verifique-se a sequência apresentada por três produtos muito similares, da empresa Danone. Trata-se de três variedades do biscoito wafer D'oro: o primeiro recheado com creme de limão, o

segundo com chocolate branco, o terceiro, sabor chocolate com avelã. São, como ressaltamos, produtos com pequenas diferenças (apenas no recheio dos biscoitos) e que apresentam a seguinte sequência de números:

Wafer recheado com creme de limão	789 1025 430 254
Wafer recheado de chocolate branco	789 1025 430 230
Wafer recheado sabor chocolate com avelã	789 1025 430 223

Um outro tipo de biscoito, da mesma empresa, apresenta os três números finais diferentes, já que se trata de biscoito, também wafer, mas em formato diferenciado. A sequência desse biscoito fica assim:

Wafer recheado de doce de leite	789 1025 430 025
---------------------------------	------------------

Enquanto a sequência dos biscoitos quase idênticos diferencia-se apenas nos dois últimos algarismos, neste último caso a diferença começa nos três números finais. Isso permite então concluir que:

os 3 primeiros algarismos (que são os mesmos - 789 - em todos os produtos da indústria brasileira) representam o país de fabricação;

os 4 algarismos seguintes identificam a empresa (no exemplo, a empresa Danone, representada pela série 1025);

os 3 algarismos a seguir identificam o produto (biscoitos, nos 4 exemplos dados);

os 3 últimos algarismos identificam especificidades de cada tipo de produto.

4.2.2. Informações ligadas à cidadania

A seguir, nesta análise de rótulos e embalagens, fala-se sobre outros elementos presentes neles, outras informações necessárias e mais especificamente ligadas à *questão da cidadania*, uma vez que interferem fortemente na questão dos direitos do consumidor, tais como ter sua saúde preservada, não ser lesado por quantidades diferentes, ou saber como tirar o melhor proveito do produto adquirido.

Para Ortiz (2000, p. 77-78) o mundo de hoje é marcado por modelos de comportamento, formas de se encarar a vida, de se relacionar e se posicionar na sociedade - às vezes dados pela televisão, jornais, revistas em geral, revistas em quadrinhos.

E com o desenvolvimento de uma sociedade de consumo, eles (os modelos) são personagens dentro de situações nas quais se representa todo um conjunto de maneiras de ver, de se comportar, de ser. Parece muito óbvio, para as pessoas, que todo mundo consuma esses modelos, mas há alguns anos não era assim. Basta olhar o Brasil e ver que essas coisas não existiam. As pessoas foram socializadas para consumir.

A educação para o consumo começa na infância, através do exemplo dos pais (acompanhamento às compras), pelo incentivo das empresas (miniaturas de carrinhos de compras para crianças) e pelos meios de comunicação, em sua grande maioria financiados e mantidos pela propaganda de bens e serviços. O autor ainda acrescenta a idéia de que, "na atual conjuntura (...), democrático é ter vários produtos sendo ofertados para que o indivíduo possa comprar" e a liberdade se define como "a possibilidade de escolher entre os diversos produtos que me são ofertados". (Ortiz, 2000, p. 76). Ainda para o autor, "se alguém quiser discutir cidadania com seriedade, vai ter que incluir esse mundo novo, que é o mundo do consumo" (Ortiz, 2000, p. 76).

Não podemos ignorar o consumo. Ele faz parte do mundo em que vivemos e participar dele é um direito que precisa estender-se a todos os cidadãos. Consumir não tem apenas a conotação negativa de adquirir bugigangas da moda, mas também a de nutrir-se, abrigar-se, curar doenças, instruir-se. Não se comparam apenas acessórios e supérfluos, mas também comida, remédio, roupas adequadas ao clima, livros, espetáculos, férias. Os rótulos e embalagens podem ser considerados elementos facilitadores de uma compra consciente e adequada, se informações imprescindíveis aparecerem em destaque, de maneira simples e compreensível a todos. Alguns elementos são, portanto, de presença obrigatória para uma escolha bem feita.

A lista desses elementos inicia-se com os INGREDIENTES do produto em si ou demais que entram na fabricação dos industrializados. O comprador tem direito a conhecer exatamente o que está consumindo, e, no caso de alimentos, o que está comendo. Nesse

particular, certos nomes de produtos químicos acrescentados são de difícil conhecimento do público leigo. Expressões como "antioxidantes", "corantes", "conservantes", além de soarem estranho, não informam nada a quem não é especialista em química industrial.

Christina Brentano, da reportagem do jornal *Folha de S. Paulo*", escreveu, em matéria sobre o assunto:

Quem se preocupa em saber exatamente do que é feito o alimento que está consumindo vai se deparar com um desafio: entender os rótulos. Alimentos industrializados incluem em sua composição aditivos - químicos ou naturais - que têm a função de melhorar e conservar as qualidades dos produtos (...) Desde que o Código de Defesa do Consumidor entrou em vigor, há um ano, a forma de identificar os aditivos tem sido uma polêmica entre os órgãos de defesa do consumidor e a indústria.

O jornal também esclarece a ação de alguns aditivos:

corante (código C) "confere ou intensifica a cor";

aromatizante (sem código) "realça ou confere sabor e aroma";

conservador (código P) "impede ou retarda a alteração provocada por enzimas ou microorganismos, para que o alimento tenha maior durabilidade";

antioxidante (código A) "evita que óleos e gorduras fiquem rançosos";

estabilizante (código ET) "evita que ingredientes se separem e permite uma homogeneização de elementos como óleo e água";

espessante (código EP) "aumenta a viscosidade";

umectante (código U) "mantém a umidade por mais tempo, evitando o ressecamento";

acidulante (código H) "intensifica o gosto ácido, aproximando dos produtos a acidez das frutas"

edulcorante (sem código) "adoçantes artificiais ou naturais, que substituem o açúcar".

Mais compreensível para muitos, a expressão "contém glúten" presente em muitas embalagens de alimentos, alerta para a presença, na composição, desse elemento que pode provocar alergias perigosas.

Do ponto de vista da análise textual, os ingredientes aparecem geralmente como uma sequência de substantivos separados por vírgula, como em

biscoito "cream-crackers" Dunga

Ingredientes: farinha de trigo, açúcar invertido, gordura vegetal hidrogenada, açúcar cristal, sal refinado, amido de milho, fermento biológico. **Contém:** lecitina de soja (estabilizante). **Contém glúten**

Alguns rótulos e embalagens trazem explicitação do VALOR NUTRICIONAL: porcentagem ou quantidade de vitaminas, sais minerais, proteínas, lipídios, fibras alimentares, carboidratos, e, em alguns casos, do valor calórico (valor energético em kcal) do produto *in natura* ou depois de preparado. Uma marca de açúcar traz a informação "16 calorias por colher de chá".

Tais dados podem ser utilizados pelo professor de ciências (ou de química, em séries mais avançadas) na formulação de problemas ou para aprofundamento de noções dessas disciplinas. A análise dos quadros, sua construção e significado de cada elemento podem ser feitos nas aulas de matemática. Para as aulas de português pode-se utilizá-las como subsídio para os temas de grafia e formação de palavras. Oferecem também modelo de texto diversificado, com estrutura específica: lista de substantivos nomeando ingredientes de valor nutritivo e sua respectiva quantidade ou porcentagem, como no exemplo abaixo, da marca de macarrão Petybon:

Valor nutricional: cada 100g de produto contém, em média :

Valor energético (kal)	363
Proteínas (g)	13
Água	
Lipídios (g)	2,5
Fibra alimentar (g)	2,5

CONTÉM GLÚTEN

O PRAZO DE VALIDADE aparece em todas as embalagens, seja de alimentos, produtos de limpeza ou higiene pessoal. O local de sua colocação varia muito. A maior parte das embalagens traz essa informação importantíssima em lugar destacado, mas há casos (nos pós de café, por exemplo) em que a data aparece no alto da embalagem, prensado no alumínio plastificado, exigindo exame detalhado da mesma para que se encontre a informação.

343. Alguns apresentam-se com números claros e com dados específicos:

Exemplo 1:

data de fabricação/...../.....
prazo para consumo: até/...../.....

Algumas empresas primam pela exatidão na informação:

F: 22/11/1999 (data de fabricação)
V: 22/05/2001 (data de validade)
L: 34722 (lote) 19:46 (horário da embalagem)
(Café Melitta)

Em outras embalagens essa informação aparece como:

Exemplo 2:

fabricado/...../.....
válido por 6 meses (ou um ano, um mês)

Há também mensagens imperativas determinações, conselhos ou sugestões, como no exemplo 3:

"usar até agosto de 2002".

Há também casos de dados insuficientes, como no exemplo 4:

"válido por um ano",

sem que se consiga obter a data em que foi fabricado o produto.

Foi encontrada, na análise feita, uma marca de água mineral com essa informação, tão importante, colocada de forma incompleta. O rótulo da água mineral "Minalba" traz a

indicação "válida por 12 meses" e a presença dos nomes dos meses e dos 31 dias do mês - para serem marcados . Como não havia essa marca nem no mês e nem no ano, ficava-se sem saber como calcular os doze meses: a partir de quando?

Do ponto de vista da interdisciplinaridade pode-se usar esses números e datas em problemas dados ou elaborados pelos alunos, nas aulas de matemática.

A análise textual dessas informações mostra: no exemplo 1 não se usa verbo; no 2, há verbo, no particípio passado; no 3, verbo no infinitivo, no último (4), usa-se um adjetivo. Material abundante e interessante para trabalho com língua portuguesa. Ainda do ponto de vista da interdisciplinaridade, pode-se usar com bons resultados os números e datas em problemas dados ou elaborados pelos alunos, nas aulas de matemática.

Para quem consome, é importante saber a QUANTIDADE de produto que está levando pelo preço estipulado. Muitas vezes essa informação é que vai determinar o real preço de algo. Pode-se aparentemente pagar menos por um produto, em relação a outro, mas se a quantidade for menor, o preço acaba subindo. Essa informação pode vir expressa em:

peso líquido 500 gramas (pó de café)

1 kg (açúcar refinado)

conteúdo líquido 900 ml (óleo de soja)

É interessante, nesse momento, trabalhar com o aluno o significado de *líquido* e *bruto*, que adquirem conotação diferenciada neste contexto, ligados à palavra "peso": há produtos sólidos que podem ter "peso líquido".

Outras unidades de medida, como metros, unidades, podem aparecer em outras embalagens e podem constituir-se em excelente material para o professor de matemática trabalhar situações-problema que as envolvam.

Também dentro dos direitos do consumidor (e do leitor de rótulos e embalagens) figura a presença do SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC), que pretende estabelecer a necessária ligação entre ele e o fabricante. Essa informação está colocada em mais de 90% das embalagens analisadas na pesquisa. A comunicação pode se dar através de números telefônicos iniciados por 0800, que caracteriza a ligação sem ônus para o consumidor. Mas há também números de telefone convencionais (o que dificulta a comunicação para quem não tem telefone ou dinheiro para comprar uma ficha ou cartão), caixas postais, e, mais modernamente, endereços eletrônicos (e.mail), alguns com endereços de sites exclusivos (www). Alguns exemplos:

a) pó de café

"A satisfação do consumidor é nosso maior incentivo.

Por isso, queremos saber sua opinião.

Escreva para Caixa Postal 094

Cep 06410-900 ou ligue grátis:

0800-554262.

www.cafedoponto.com.br

b) fubá mimoso

SAS (serviço de Atendimento Sinhá)

Caixa postal 64503 - CEP 05402-970

São Paulo-SP

c) óleo comestível

Respeito ao Consumidor

088 475544

cp 45 CEP 89110-000- Gaspar/SC

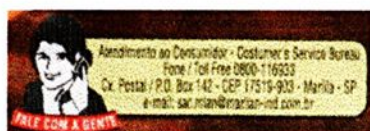
www.ceval.com.br

Note-se que a estrutura desses textos varia: no exemplo a), a mensagem inicial pode ser considerada já uma publicidade ("a satisfação do consumidor é nosso maior incentivo"). Os exemplos b) e c) não trazem texto adicional, apenas o meio de comunicação.

Essa indicação aparece quase sempre acompanhada de desenhos, estilizando as formas de telefones e cartas.



Poucos produtos deixam de anunciar esse sistema de interação fabricante/consumidor. Não o encontramos no papel de bala, na água mineral e no refrigerante Pepsi.



Dois casos que chamaram a atenção na pesquisa foram os da embalagem de biscoito Marilan e do óleo Salada. Em vez dos secos e informativos textos dos demais R/E, há uma figura de mulher e a frase mais coloquial "Fale com a gente", no primeiro. A inscrição "Respeito ao Consumidor", que aparece no segundo exemplo, deixa transparecer uma posição ética do produtor, em atitude de respeito para com a cidadania daquele que consome.

A CLASSIFICAÇÃO esclarece para o consumidor o tipo do produto contido na embalagem. No caso do feijão, os tipos mais frequentes são o carioquinha, o preto, etc.. Há também classificações que não esclarecem muito, como tipo 1 ou 2 para o feijão. Já com o arroz, os tipo 1 (inteiro, longo e fino, também chamado "agulhinha"), 2 e 3 (mais baratos e de qualidade inferior) são melhor compreendidos. As massas trazem uma grande diversidade de tipos, identificados com nomes italianos e brasileiros (espaguetti, lasagna, ravioli, parafuso, padre-nosso, cabelo-de-anjo, etc.). Biscoitos também apresentam grande diversidade de tipos, sendo os tipos Maria, maizena, cream-cracker os mais encontrados na cesta básica. A farinha de mandioca pode ser crua, torrada, seca ou do subgrupo "bijuzada, flocada". Farinha de trigo pode ser especial ou não.

As INSTRUÇÕES ESPECIAIS para preparo do alimento são importantes para quem compra e consome. Muitas vezes, a má utilização do produto pode modificá-lo, mudando seu sabor ou mesmo colocando em risco a vida de quem o ingere. No sentido de ser o mais didático possível, algumas embalagens aliam desenho e texto para passar essas informações importantes.

O café Ki-Pó traz instruções para

preparar “café à moda brasileira”, usando coador de pano ou de papel.

Há orientação para o preparo de alguns alimentos

em fornos convencionais ou de microondas.

Além das informações específicas de preparo do alimento, outras podem aparecer nos rótulos e embalagens, de modo a permitir sua melhor conservação através de um armazenamento adequado. Podem utilizar formas lingüísticas objetivas, com o verbo no infinitivo atenuando a ordem implícita, como em:

“manter em local fresco e seco, longe de produtos químicos ou com odores fortes” (açúcar).

“conservar em lugar fresco e arejado” (feijão).

Outros produtos trazem a ordem clara: “conserva em local fresco e seco (macarrão Petybon).

Há casos, também em que a publicidade aparece entremeadada às instruções, mesmo que de modo disfarçado:

“mantenha o sabor e o aroma originais do café Jaguari. Após o uso, guarde o restante em recipiente fechado, e de preferência na geladeira” (o café tem sabor e aroma)

“este produto mantém sua melhor qualidade se conservado em lugar seco, fresco e arejado” (farinha de mandioca); pressupõe que o produto tem qualidade.

Os produtos de higiene pessoal, como cremes dentais e sabonetes trazem instruções diferenciadas, referentes à segurança:

“mantenha fora do alcance das crianças”;

"mantenha fora do alcance das crianças menores de 6 anos. Crianças menores de 6 anos devem ter a supervisão do adulto e usar uma pequena quantidade de creme dental. Não ingerir".

Além dessas instruções, aparecem *conselhos* como:

"visite seu dentista regularmente";
 "escove seus dentes sempre após as refeições e antes de dormir ou conforme orientação de seu dentista".

Tanto as instruções como os conselhos usam verbos no infinitivo ou no imperativo. Como esse modo pode ser usado para ordenar, aconselhar, advertir, as frases podem ser decodificadas como conselhos (como foi feito) ou podem também constituir-se em ordens camufladas. Instruções de preparo de alimentos, apesar de sua latente função de propaganda do produto, são importantes para o consumidor, como justificamos acima.

Gostaríamos de, mesmo correndo o risco de não obedecer integralmente à separação estabelecida anteriormente, colocar aqui algumas considerações sobre duas figuras muito encontradas em rótulos e embalagens atualmente. São o LOGOTIPO DE RECICLÁVEL e o LOGOTIPO DE JOGAR EMBALAGEM USADA NO LIXO, que, na verdade, dizem respeito à embalagem e não ao produto. No entanto, estas são questões tão ligadas à cidadania, que se achou por bem comentá-las neste trecho. Esses logotipos são, com certeza, presenças recentes, motivadas pela intensa campanha dos meios de comunicação e de agentes educativos no sentido de evitar desperdício, reaproveitar de forma inteligente materiais cuja decomposição leva, em muitos casos, centenas de anos (nas latinhas de alumínio o processo leva 1 000 anos para se completar) e evitar a poluição e a sujeira - principalmente urbana - com o fato de atirar lixo ao chão.



Sobre a questão da reciclagem, seria interessante acrescentar que ela não poderá resolver de vez por todas a questão de salvar o planeta de um dos mais problemáticos tipos de poluição urbana: o lixo doméstico. Um processo de reciclagem bem sucedido seria aquele que resolvesse de maneira mais satisfatória a questão de custo-benefício para o meio ambiente, para a população, para o empresário que está querendo melhorar a imagem de sua empresa ou apenas fugindo das pesadas multas previstas na legislação. Esse tema poderá ser mais profundamente trabalhado, do ponto de vista interdisciplinar com os recursos fornecidos pela disciplina ciências.

A embalagem – que hoje literalmente inunda nossas casas e constitui-se no volume maior do lixo doméstico – leva a essa outra questão, a do destino que se dará aos resíduos urbanos. De modo geral, a embalagem tem breve passagem pela casa do consumidor, sendo em seguida jogada no lixo, seletivo ou não. Muitas embalagens trazem estampadas figuras indicadoras de que são recicláveis, outras incitam os consumidores a jogá-las no lixo, após o uso.

No entanto, a própria reciclagem pode se converter num novo problema. O lixo doméstico, urbano, é por definição não-tóxico, mas na sua composição podem entrar resíduos tóxicos, que tiveram sua periculosidade negligenciada muitas vezes, sendo tratadas como lixo orgânico comum. É o caso de embalagens e brinquedos de PVC ou de inseticidas usados, remédios vencidos, latas de tintas e solventes, vernizes, pilhas e baterias.

O *Greenpeace*, conhecida entidade preocupada com preservação ambiental, entende que a reciclagem deve ser a etapa final de um processo, que começa com a redução do lixo. E reduzir a quantidade de lixo que cada cidadão produz depende de dois fatores: *da conscientização dele próprio para o consumo de embalagens e produtos*, e da existência de leis que sobretaxem embalagens e produtos não recicláveis, cujo custo de reciclagem é alto ou cujo processo seja tão ou mais poluente que a produção da embalagem em si.

A reflexão sobre esse ponto pode levar a investimentos em materiais ambientalmente mais corretos por parte de indústria e o fim mesmo do emprego de



determinadas embalagens extremamente danosas ao meio ambiente – como a embalagem Tetraplac, os vasilhames plásticos de PVC, as espumas de CFC. Embalagens de plástico são, por exemplo, um excesso e um desperdício de matéria e energia; são também o único tipo de lixo cujo descarte em qualquer área do oceano é totalmente proibido.

Entre 26 e 29 de junho de 2000 realizou-se em Colônia, na Alemanha, a Entsorga - Feira Internacional do Mercado de reciclagem e Descarte de Resíduos onde foram apresentadas as mais recentes técnicas e tecnologias de reaproveitamento de materiais e de tratamento de solo, água e ar. O objetivo foi um só: garantir às próximas gerações um mundo com o máximo de verde possível.

Também aparentando ser exigência politicamente correta, a figura estilizada de alguém atirando algo numa cesta de lixo (a embalagem depois de usada), aparece em muitas das embalagens analisadas.



4.2.3. Outros textos: a receita e instruções para abrir a embalagem

Outros tipos específicos de texto costumam aparecer em rótulos e embalagens e podem constituir-se em material de estudo para as aulas de português. As RECEITAS, por exemplo, aparecem em muitas embalagens de produtos alimentícios; podem se referir ao modo básico de preparo do alimento como também a variações dessa maneira. Apesar de possuírem uma silhueta específica, nem sempre esta aparece nos rótulos e embalagens, por economia de espaço.

ESPAGUETE A CARBONARA

Numa vasilha, bata 3 ovos grandes com 1 xícara (chá) de **queijo parmesão** ralado. Reserve. Em uma panela média, coloque 2 xícaras (chá) de **bacon** cortado em cubinhos e leve ao fogo baixo para que ele doure em sua própria gordura. Elimine o excesso de gordura, junte 1 xícara (chá) de **creme de leite fresco** e aqueça (sem ferver). Reserve. Cozinhe 500g do macarrão **MASSA COM OVOS ESPAGUETE 8 ADRIA** conforme o modo de preparo básico, coloque-o (bem quente) numa travessa, junte os ovos batidos e por último a mistura de creme de leite com bacon (quente). Sirva a seguir. **RSAOMA 004**

No exemplo que selecionamos, foi abolida a colocação das quantidades de ingredientes, que normalmente iniciam as receitas. Aqui, à medida que se dá o modo de fazer, as quantidades vão aparecendo. Há outros, entretanto, que seguem a silhueta tradicional, como a que aparece na embalagem do açúcar cristal Alto Alegre:

**BANANADA**

- Ingredientes:
- 1kg de banana naneta sem casca
- 700 gramas de Açúcar Cristal ALTO ALEGRE
- 1 xícara (chá) de água
- 1/4 de xícara (chá) de caldo de limão

MODO DE PREPARO:

- 1 - Escolher as bananas em condições de maturação variadas para adoçar e a parte ainda em maturação. Descascar as bananas e picá-las em pedacinhos finos.
- 2 - Misturar a medida de água e o Açúcar Cristal ALTO ALEGRE levar ao fogo para ferver uma calda grossa, acrescentar as bananas e o caldo de limão. Mexer de vez em quando, no início do cozimento e, eventualmente, no final, de forma que o doce não grude no fundo da panela.
- 3 - Retirar do fogo, quando o doce estiver no "ponto de corte". Despejar em forma forrada com papel impermeável.
- 4 - Desmoldar depois de frio e embalar em papel celofane.

As receitas podem trazer o verbo no imperativo, como no primeiro exemplo, ou no infinitivo, como no segundo. Jolibert e equipe realizaram trabalho interessante com receita dentro de um contexto. A descrição dos passos da atividade está detalhada em "receitas e manuais de uso", nas páginas 55 a 59 do livro *Formando Crianças Leitoras*, de 1994.

Bons exercícios de língua portuguesa poderão estudar essa variação nos rótulos e embalagens, mudar a forma verbal, redigir outras receitas, pesquisar outros locais onde se

encontram esses textos: livros específicos, encartes de revistas, na televisão, em fichários, na Internet.

O pó de café Melitta traz texto minucioso para explicar a abertura e uso posterior da embalagem para guardar o produto restante. Alguns textos, como este do exemplo abaixo, complementam a imagem, que também é bem "didática". Trata-se, presumivelmente, de um duplo objetivo a ser alcançado pela colocação texto/imagem: dar instruções para abrir a embalagem - via imagem - a quem não sabe ler e acrescentar dados publicitários - "a embalagem alto vácuo (...) mantém aroma e sabor (...) o café fica bem soltinho" - a quem souber ler o texto escrito.



Observe-se que os verbos estão no imperativo e que a mensagem que introduz as instruções possui elementos de publicidade: "mantém aroma e sabor"; "o café fica bem soltinho".

4.2.4. Publicidade

Os rótulos e embalagens têm sido usados, modernamente, como "poderosa ferramenta de *marketing*", como salienta Mestriner (2000, p. 9). Mesmo no espaço reduzido

de muitos deles, a publicidade está presente, a não ser nos produtos mais baratos e menos sofisticados, aqueles que consumimos independentemente de persuasão propagandística, como alguns itens da cesta básica - arroz, feijão, sabão em pedaço, farinha de mandioca, açúcar cristal. Os demais disputam nosso olhar e nossa atenção, num primeiro momento, para em seguida tentar nos seduzir com a força de belas cores, desenhos e palavras de convencimento.

A força e a importância da propaganda podem ser aquilatadas pela leitura de duas matérias divulgadas por dois veículos de informação de renome: o jornal *O Estado de S.Paulo*, de 25 de maio de 2000 e a revista *Veja* de 31 de maio de 2000. Na primeira página do jornal, um ministro anuncia, em São Paulo, medidas contra o cigarro, que incluem uma campanha para proibir a veiculação de sua propaganda na televisão, mídia impressa, rádio, outdoors e eventos esportivos e culturais.

No outro veículo (a revista mencionada acima) o Ministério apresenta matéria publicitária de três páginas. Na primeira aparece um típico anúncio de cigarro, tendo dois jovens aparentemente numa moto, com largos sorrisos - e um cigarro na mão. A idéia geral é de juventude, alegria, vibração, emoção. O maço, com o nome fictício de *What's up* aparece em destaque, com a marca escrita dentro de um círculo vermelho.

Nas páginas seguintes, o anúncio é desmontado e desmistificado: "o anúncio da página anterior é fictício, *os truques, não*", (grifo nosso) e dá informações "sobre as estratégias da propaganda" e outras que desestimulariam (ou deveriam desestimular) o desejo de fumar: esclarece que "a comunicação do cigarro é sempre moderna e dirigida para o público jovem"; "a indústria do cigarro usa cores vibrantes, como o vermelho. Está comprovado cientificamente: elas provocam estímulos instintivos nas pessoas, como o bem-estar e o desejo sexual (...). Os adolescentes começam a fumar para se sentirem dentro de um grupo, como se fosse um clube. Para entrar nesse clube é barato: o preço de um maço de cigarros. Sair custa muito caro, já que a nicotina é droga, vicia e mata". E o Ministério da Saúde termina as três matérias com o slogan: "cigarro faz mal até na propaganda".

Os especialistas em propaganda sabem que precisam apelar para o emocional, para o intuitivo, para o ilógico, quando se trata de convencer as pessoas a comprar produtos. Muitas vezes estes são supérfluos, desnecessários, cumulativos, inúteis, até perigosos, como é o caso de medicamentos, bebidas, cigarro. É preciso então enredar o consumidor numa teia sedutora de palavras, cores, desenhos e, no caso da mídia por rádio e TV, de sons e movimentos.

A idéia a ser propagada e absorvida não pode ser a de simplesmente vender um produto concreto, presente, sem glamour. Assim, a Coca-Cola não vende refrigerantes, mas proporciona curtição. Marlboro não vende cigarros, traz aventura. A IBM não vende computadores, soluciona problemas. A Brastemp não vende eletrodomésticos, vende qualidade. E Disneyworld não é um parque, é um mundo de magia.

As críticas que se fazem à publicidade dizem respeito ao seu diapasão otimista, às suas promessas de felicidade, segurança ou satisfação. É indisfarçável esse caráter sedutor da publicidade, a sua mística do sucesso ou o seu tecido de ilusões. Carvalho esclarece:

...ao contrário do panorama caótico do mundo apresentado nos noticiários dos jornais, a mensagem publicitária cria e exhibe um mundo perfeito e ideal, verdadeira ilha da deusa Calipso, que acolheu Ulisses em sua Odisséia - sem guerras, fome, deterioração ou subdesenvolvimento. Tudo são luzes, calor e encanto, numa beleza perfeita e não-percível (1996, p. 11).

No entanto, precisamente isso - o muito de positivo ou cor-de-rosa dos apelos da propaganda - é a matéria de resposta dos que a defendem, dos que vêm nela uma pausa ou respiração na asfixia da grande cidade. Um pouco de sonho e de beleza, contra uma realidade fria e dura. O lirismo na rotina, o entusiasmo na revelação do trivial, o impacto do comum. A glamurizada recriação do dia-a-dia.

Objetivamente, a propaganda é uma técnica de comunicação que visa à difusão de produtos, serviços ou idéias; propõe-se mais a criar um clima favorável ao anunciado, de simpatia e adesão do que vender. É uma atividade multidisciplinar, que lança mão dos

conhecimentos sociológicos, psicológicos, econômicos, estatísticos, dos recursos das artes plásticas e literárias, do desenho, da pintura, da fotografia. Pode ainda lançar mão dos recursos da teatralidade, da música, da dança, da mímica, da linguagem do cinema - na mídia televisiva ou radiofônica -, até de técnicas de arquitetura e escultura, quando se organiza uma gôndola ou uma vitrine.

Apesar da exigüidade de espaço de certas embalagens, a persuasão escrita está presente em grande número delas. Há uma diversidade grande de apelos e informações, em consonância com o que escreve Carvalho: "Os recursos lingüísticos têm o poder de influenciar e orientar as percepções e pensamentos, ou seja, o modo de estar no mundo e de vivê-lo, podendo permitir e vetar determinados conhecimentos e experiências" (1996, p. 18).

A mesma autora lembra que a palavra é poderosa: pode criar e destruir, prometer e negar. A linguagem publicitária, por seu turno, tenta mudar atitudes:

...tomando por base o vazio interior de cada ser humano, a mensagem faz ver que falta algo para completar a pessoa: prestígio, amor, sucesso, lazer, vitória. Para completar esse vazio, utiliza palavras adequadas, que despertam o desejo de ser feliz, natural de cada ser (Carvalho, 1996, p. 19).

Há ainda o resgate da individualidade, importante num mundo massificante de 6 bilhões de pessoas. Carvalho reitera:

...não se dirigindo a ninguém em especial, a publicidade dá a cada um a ilusão de que dirige-se a ele individualmente e, ao mesmo tempo, o faz ter consciência de ser membro de uma pólis (...) o discurso publicitário serve, assim, à dupla e necessária ilusão de comunhão íntima no interior de uma mesma sociedade e da incomparável singularidade do ser humano (Carvalho, 1996, p. 18).

Cada veículo específico usa recursos também especiais para sua propaganda. Se o rádio, por exemplo, prescinde de escrita e imagens e enfatiza a comunicação sonora, nos rótulos e embalagens a persuasão se dará pela união de recursos lingüísticos e gráficos. Valendo-nos mais uma vez de Carvalho (1996, p. 12) lembramos que

...toda a estrutura publicitária sustenta uma argumentação icônico-lingüística que leva o consumidor a convencer-se consciente ou inconscientemente. Tem a forma de diálogo, mas produz uma relação assimétrica, na qual o emissor, embora use o imperativo, transmite uma expressão alheia a si própria. O verdadeiro emissor permanece ausente do circuito da fala; o receptor, contudo, é atingido pela atenção desse emissor em relação ao objeto.

Vanoye (1998) discorre sobre o discurso icônico e o verbal, ambos presentes em rótulos e embalagens, usados para transmitir informações e publicidade. Segundo o autor, em publicidade, imagem e texto "não se opõem e nem se excluem. Eles interagem, superpõem-se, combinam-se. Estabelece-se uma verdadeira *dialética* da imagem e da palavra" (Vanoye, 1998, p.191, grifo no original). Essa relação pode ocorrer com a predominância de um ou de outro elemento, segundo sua importância.

O autor relaciona cinco possibilidades:

- a) o texto é auto-suficiente, aparecendo a foto (ou imagem) apenas como ornamento ou ilustração;
- b) a foto (ou imagem) e o texto transmitem informações complementares (estabelece-se um vaivém entre texto e imagem);
- c) o texto subordina-se à imagem, seja como título, descrição ou explicação (o texto dá informações que a imagem, por si só, não poderia transmitir com clareza);
- d) texto e imagem completam-se e valorizam-se mutuamente (imagem publicitária);
- e) texto e imagem "separam-se, transmitindo informações paralelas ou contraditórias" (arte ou paródia) (Vanoye, 1998, p. 192).

Carvalho reforça a idéia da ligação imagem/texto: "É no aspecto lingüístico que se concretiza o sentido da potencialidade libertária da imagem, uma vez que cabe ao texto escrito transformar o exotismo ou a poesia da imagem em apelo à compra" (Carvalho 1996, p. 15).

Como ressaltamos, nos rótulos e embalagens, por seu específico formato, a propaganda vai se valer das imagens, das cores e das mensagens escritas para atingir o

emocional do consumidor. Nesses veículos, a força da publicidade residirá na escolha de figuras atrativas e em mensagens escritas criativas, já que não dispõe dos recursos do som e do movimento. Como ressaltam os especialistas, o destinatário tem pouquíssimo tempo para "como primeira tarefa, prender a atenção do usuário. Tendo conseguido que o comunicário se ocupe com determinado texto, convencê-lo ou levá-lo em consequência à ação possivelmente são tarefas ou desafios menores" (Sandmann, 1999, p.12).

Quanto à imagem, pode-se determinar níveis de representatividade do desenho em relação ao objeto em si:

- o desenho pode apenas marcar, através de traços, linhas e cores, o objeto a que se refere; no caso abaixo, presente numa embalagem de açúcar, a simbologia está presente nas cores: verde da cana e vermelho da energia proporcionada pelo açúcar:



- a representação, através da imagem, pode ser realística e simples, isto é, a imagem procura representar o objeto em minúcias de detalhes, contornos e cores próximos ao real;



- um terceiro nível seria a representação estilizada do objeto, com supressão de detalhes, substituição de traços por linhas mais simples, econômicas; encontramos imagens assim nas embalagens de macarrão e biscoitos; das marcas que

analisamos, algumas trazem desenhos estilizados representando ramos de trigo e/ou ovos;



- num quarto nível, o objeto representado não é mais ele próprio, mas uma metáfora de si mesmo. É o caso, por exemplo, do feijão da marca "Prudentão", cuja embalagem ostenta a imagem de um grão de feijão "personificado", vestido de cozinheiro, oferecendo feijão cozido no prato, numa lembrança autofágica não muito apetitosa, que aparece em outro trecho deste trabalho (ver página 145).

4.2.4.1. Palavras e textos

Para realizar a tarefa de convencimento do leitor através da palavra, Sandmann, 1999, declara que, do ponto de vista lingüístico, a metáfora é a maneira mais eficaz. Ela pode provocar o estranhamento do leitor, despertando seu interesse pelo texto e pela mensagem que ele divulga.

O estranhamento pode ser obtido também através de recursos que envolvem aspectos ortográficos (grafias exóticas), aspectos fonéticos (rima, aliteração, paronomásia) aspectos morfológicos (criações lexicais, ressegmentações), aspectos sintáticos (topicalização, paralelismo, simplicidade estrutural), aspectos semânticos (polissemia e homonímia, ambigüidade, antonímia), linguagem figurada (metáfora e desmetaforização, metonímia, personificação), jogo com as frases feitas e com palavras, ou desvios

lingüísticos da norma padrão. É o caso do sabão em pó ACE, que, num jogo interessante de palavras, escreve: "Ace todo branco fosse assim!".

Os fabricantes estão atentos à força do invólucro como veículo de apelos positivos para o consumo do produto. Mesmo nas mais simples embalagens pode-se observar alguns exemplos de apelo publicitário através do uso mais criativo da língua, como :

1. apelo à qualidade:

"massa Petybon . Mais qualidade";

"70 anos produzindo qualidade" (farinha);

"Alto padrão de qualidade; duplamente filtrado. Leve, puro e saudável; preserva o sabor dos alimentos";

"Há mais de 20 anos, Liza é sinônimo de pureza e qualidade. Pureza e qualidade que você sente em todas as refeições";

"o óleo que não tem cheiro";

"mantendo sempre a pureza, brancura, leveza que conquistaram a sua confiança".

2. apelo à tradição

"Pura tradição. Há 40 anos o Sal Cisne está presente nas principais receitas da família brasileira"

3. apelo à modernidade e cientificismo:

"Liza é feito com a mais avançada tecnologia de óleos comestíveis, incluindo o exclusivo sistema Liza de múltipla filtragem";

"O sal Cisne iodado extra é um sal marinho produzido pelo sistema de recristalização a vácuo e empacotado automaticamente".

4. apelo à linguagem coloquial, através do diminutivo:

"permanece sempre soltinho";

"gostoso e soltinho para servir";

"porque Liza é um óleo fino, clarinho".

5. apelo à estética (não engordar):

"porque Liza é um óleo fino".

6. apelo à saúde:

"feijão: fonte de proteínas. Sabor e energia" .

"Com ferro"; "especial"

"ideal para o preparo de receitas leves e saudáveis".

Os cremes dentais talvez tenham as embalagens mais cobertas de elementos gráficos, na maioria escritos, incluindo informações e publicidade. Apesar de não utilizarem, na maioria, os recursos lingüísticos e os processos criativos enumerados e descritos por Sandmann (1999), há em muitos cremes uma grande quantidade de palavras positivas sobre o produto, para que o apelo ao consumo esteja presente. As fórmulas preferidas nos exemplos citados referem-se mais a afirmações elogiosas sobre os produtos, com a ênfase na adjetivação, nos substantivos de conotação positiva, na combinação deles em frases elogiosas, que podemos separar em áreas de apelo:

1. higiene e bem-estar:

"maior limpeza refrescante";

"dentes limpos";

"deixa na boca uma sensação refrescante";

"através da menta refrescante refresca o hálito";

"a escovação regular com Signal pela manhã, à noite e após as refeições proporciona uma completa higiene bucal para a família";

"Sorriso Fresh Menta proporciona a deliciosa sensação de limpeza de um creme dental com a irresistível refrescância do gel dental";

"deixa seus dentes mais brancos e o seu sorriso muito mais refrescante".

2. modernidade e cientificidade:

"Sua moderna formulação ajuda a fortalecer os dentes contra as cáries"

"possui flúor MFP e cálcio".

Ainda quanto aos cremes dentais, é interessante observar que eles "evoluíram" de "pasta de dente" para "creme dental" e atualmente se denominam "gel dental". A publicidade precisa renovar constantemente. A forma gel será realmente melhor que a forma pasta ou creme? O desgaste da imagem precisa ser combatido a todo custo; apela-se então para uma "modernidade" que não representa nada em termos de eficácia do produto).

3. apelo à idéia de família:



"proporciona uma completa higiene bucal para a família".

4. apelo à proteção à saúde:

"dentes fortes";

"máxima proteção anticáries" ;

"Colgate máxima proteção anticárie fortalece seus dentes;

"Previne as cáries, fortalece os dentes".

5. apelo à criatividade

"com a irresistível *refrescância* do gel dental" (invenção de palavra)

"Sorriso Fresh Menta" (a própria marca como apelo publicitário).

4.2.4.2. Cores e imagens

Ressalta-se: o convencimento do consumidor, em rótulos e embalagens, se dá por uma combinação de elementos icônicos e lingüísticos. As embalagens estão cobertas, além de palavras, por imagens e cores sugestivas. E quando são analisados do ponto de vista do *design*, algumas considerações podem ser colocadas como relevantes.

A escolha das cores é fundamental na promoção de um produto. Cores certas valorizam, sofisticam ou alegam uma embalagem (e seu respectivo conteúdo); cores neutras ou sóbrias conferem estilo e dignidade e assim por diante.

Collaro (1996) faz levantamento de cores e suas respectivas influências, que sintetizamos abaixo:

preto: sugere morte, luto, infortúnio, mostrando, porém, elegância e distinção, se for tratado com uma camada brilhante;

violeta: misticismo, meditação, sensação de magia;

cinza: cor neutra, mas traduz tristeza, angústia, desânimo; em tons muito escuros, dá a sensação de sujeira;

vermelho: sensações de alegria, força, vitalidade; possui a propriedade de aumentar o veículo; quanto mais escuro, mais profundas serão as

sensações de suas radiações, quanto maior a sua claridade, mais fantásticos e joviais serão os impulsos transmitidos;

púrpura: severidade, riqueza, dignidade;

cereja: toque de sensualidade;

verde: a mais calma das cores; estático e frio; associado à estabilidade; quanto mais amarelado, mais força ativa; com predominância de azul leva à seriedade; o verde não perde a estabilidade;

rosa: cor íntima, feminilidade, intimidade;

laranja: radiação e expansão; cor quente que transmite efervescência, fogo; intimidade e calor

azul: profundidade; introvertida, feminina, discreta (cor preferida dos adultos, exprimindo lembranças distantes); calma; dinâmica que leva a viagens imaginárias;

branco: pureza, solidão; não é usado como recurso gráfico no Brasil, o que acontece na Europa;

marrom: compactação; cor realista, não vulgariza nem brutaliza; pés no chão".

Um quadro de "sensações" sugeridas pelas cores foi publicado pelo jornal *Folha de S. Paulo* de 28/10/1988, p. G-12 :

Branco:	Frescor, limpeza, pureza, otimismo
Preto:	Nobreza
Cinza:	Medo e monotonia
Vermelho:	Virilidade e dinamismo; é a que mais influencia psicologicamente; cor masculina
Verde:	Satisfação e imobilidade;
Azul:	Tranquilidade, profundidade e infância; cor feminina
Amarelo:	Vibração e luminosidade



Laranja:	Expansão, intimidade e acolhimento; é a mais quente das cores
Violeta:	Espiritualidade e misticismo

Comentários à simbologia das cores, nos R/E serão feitos no decorrer das análises de produtos específicos.

4.2.5. A embalagem em si

Algumas informações contidas em rótulos e embalagens dizem respeito a eles próprios, sem vinculação com o produto que contêm. É o caso do TIPO da embalagem, que pode ser variado, mas não nos produtos da cesta básica. Em sua maioria, estes são sacos e envelopes plásticos, caixas de papelão simples. Em produtos mais caros e sofisticados, a variedade aumenta e a qualidade do material também.

Em alguns casos, a FÁBRICA DA EMBALAGEM pode ser identificada. Essa informação não tem muito valor para o consumidor do produto, mas deve constituir-se em oportunidade de propaganda para esse fabricante e possíveis usuários de seu produto, ou seja, fabricantes de produtos que necessitem de embalagem.

4.3 Elementos de rótulos e embalagens de produtos da cesta básica

Para se ter um terreno mais estável e não se perder na extrema pluralidade de formas, cores e desenhos, optou-se por fazer um levantamento de como se apresentam os rótulos e embalagens dos produtos que constituem a chamada *cesta básica*. Esta nomenclatura identifica uma série de produtos essenciais, ligados à área de alimentação e higiene, geralmente distribuídos a assalariados como uma espécie de salário indireto. Desses produtos básicos, os alunos trouxeram poucos elementos; a lista precisou ser completada com a ajuda de professoras da escola e outras pessoas.

Há uma infinidade de maneiras de se organizar uma cesta básica: algumas são mais ricas, com maior variedade de itens. Outras são mais básicas, contendo apenas o essencial para o preparo de refeições simples e poucos itens de higiene e limpeza. Optou-se por esse último tipo, distribuída mais comumente, mais facilmente encontrável e que abrange os produtos mais utilizáveis pela dona de casa, no seu dia-a-dia: arroz, feijão, óleo comestível, farinha de trigo, farinha de mandioca, fubá, açúcar, café, biscoito, extrato de tomate, sabão em pedra, sabonete e creme dental.

Tinha-se uma hipótese anterior, segundo a qual essas embalagens não primariam pelo apelo visual, uma vez que comportam produtos básicos, que se comprem independente de serem atraentes ou não em seus invólucros. De modo geral, essa hipótese se confirmou, mas com alguns detalhes especiais. Há diferença também entre esses invólucros: quanto mais barato, quanto pior a qualidade do produto, menos sofisticada a embalagem; as mais simples que encontramos foram as de farinha de mandioca. É sabido que o preço da embalagem encarece o produto; desta maneira, os produtos mais populares não sofisticam seus continentes, pois o consumidor deles não pode arcar com essa despesa adicional. Atêm-se, portanto, à função inicial de conter, proteger e transportar os produtos.

Um quadro elaborado para visualização desses elementos e sua freqüência aparece como anexo 1.

Com referência a rótulos e embalagens de produtos dessa cesta, nota-se a presença dos elementos praticamente obrigatórios que dão *informações sobre o produto*: marca, fabricante, endereço, país do produto, CGC ou CNPJ, registro no Ministério da Saúde, garantias, selo e código de barra.

Os logotipos de *marcas* desses produtos geralmente são criações simples, sem sofisticação de tipos e cores. No exemplo que colocamos abaixo, as letras são pouco criativas - mesmo o mais simples dos computadores pessoais traz uma infinidade de tipos de letras - mas algumas empresas optam pelo estilo mais despojado e tradicional. Como exemplo, é apresentado a seguir a farinha de mandioca Santa Luzia e sua logomarca:

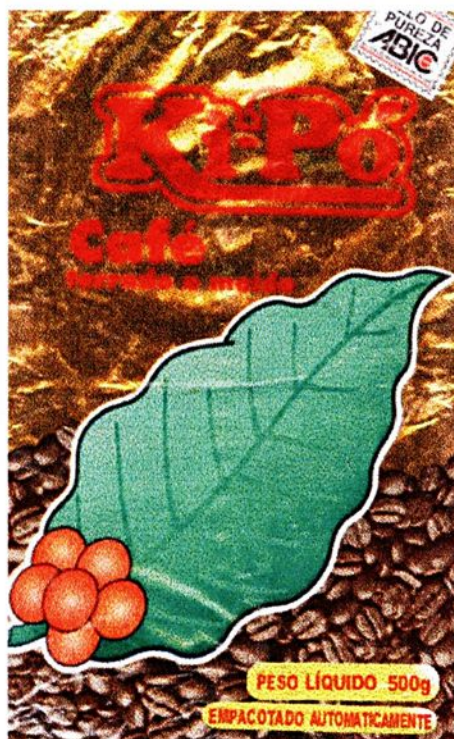




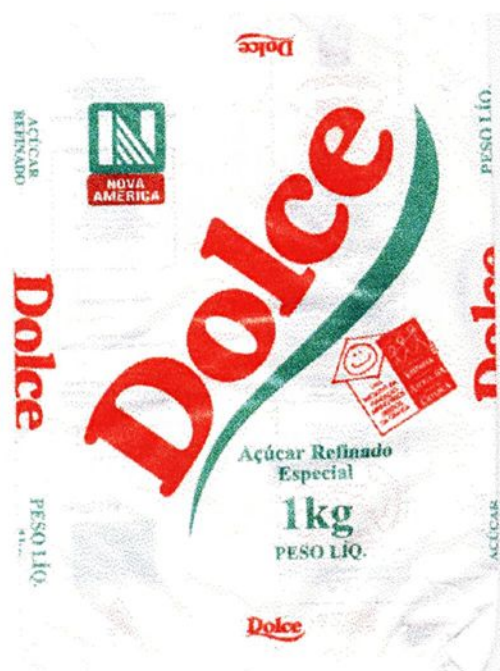
Da mesma forma, rótulos e embalagens de produtos da cesta básica trazem as informações que consideramos *ligadas à idéia de cidadania* - ingredientes, valor nutricional (no caso de alimentos), prazo de validade, quantidade, SAC, instruções de uso e instruções de conservação.

Nota-se também a presença de *textos específicos* - receitas e instruções para abrir a embalagem - em alguns exemplos.

Apesar da simplicidade de muitas delas, pode-se perceber a presença da publicidade feita através de elementos visuais, verbais e não verbais. As marcas de *açúcar* repetem-se em termos de imagens, seguindo o padrão da marca dominante, "União". As marcas analisadas (Dolce, refinado e cristal, Nucci, Guarani, Nova América, Caravelas) trazem *design* muito parecido ao da marca dominante. Nas embalagens de pó de café, do ponto de vista gráfico, as imagens de grãos do produto aparecem em todas elas, seja em fotos ou em desenhos estilizados. Uma das marcas reforça a imagem com desenhos de uma folha e cerejas de café.

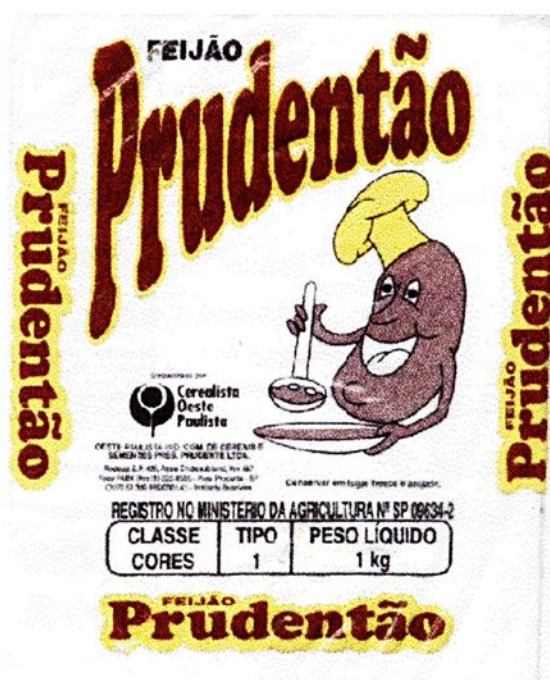


Quanto às *cores*, as embalagens de açúcar - como a que aparece abaixo - são repetitivas. Branco leitoso na embalagem, traços em vermelho e verde. O vermelho aqui faz referência à força, vitalidade, energia, sensações muito ligadas ao açúcar, um alimento energético e calórico por natureza. Apenas uma diversidade foi notada: a marca "Colombo", cuja embalagem, de plástico transparente, por ocasião dos 500 anos do descobrimento, numa homenagem à data, traz toda parte gráfica nas cores verde e amarelo, incluindo uma bandeira estilizada.



Já as embalagens de macarrão apresentam-se nas cores amarelo, laranja, bege, branco (suaves, ligadas ao trigo e à massa pronta) , vermelho (referência ao molho), preto (nos contornos).

Nos cremes dentais, a idéia básica a ser passada é a de limpeza, frescor. Os desenhos dão a impressão de que a embalagem está toda recoberta por gotas de água, reforçando a idéia de limpeza e frescor que deve estar associada ao produto.



Nas marcas de *feijão* predominam as cores marrom, com detalhes em verde, amarelo, preto, roxo. Dessas cores, algumas se referem a tipos do produto: há feijão preto, roxinho, sendo a grande maioria, marrom.

Os *biscoitos* mais baratos, que integram cesta básica, são geralmente do tipo “Maizena”, “Maria” ou “cream crackers”. Apresentam-se em embalagens cujas cores predominantes são vermelho, azul escuro e amarelo ou dourado.

As embalagens de pó de café analisadas são muito parecidas, do ponto de vista do *design*. As cores são fortes, predominando o marrom, vermelho e preto, que têm analogia com as cores da planta, em diferentes estágios: a fruta ainda verde, vermelha em forma de “cereja” e preta depois de seca.

Embalagens de *creme dental* e *sabonete*: a marca Signal traz cores vibrantes, verde - de estabilidade, vida saudável - e vermelho - alegria, força, vitalidade, basicamente.

Quanto às *embalagens em si*, as marcas de açúcar, produto presente na grande maioria dos lares brasileiros, apresentam-se repetitivas, sem muita criatividade. A marca mais conhecida, "União" apresenta-se em sacos plásticos não transparente, na cor branca, com letras e arabescos em verde e vermelho. O açúcar cristal, mais popular e mais barato, apresenta em geral embalagens ainda mais simples, sem adornos e sem mensagens publicitárias. As marcas de feijão, pouco numerosas, repetem a mesma falta de criatividade. São todas de plástico em forma de saco, com 1 kg de conteúdo. O plástico é transparente, tendo-se visão do produto contido. O pó de café é considerado essencial por muitas empresas, que o colocam como item da cesta básica. Todas as embalagens que analisamos são de plástico aluminizado, produzindo efeito visual destacado, chamativo, brilhante. Cremes dentais e sabonetes utilizam embalagens mais bem elaboradas em sua maioria. São caixas em papel resistente ou papelão (no caso dos dentífricos) recobertos por papel fantasia brilhante, quase todo tomado por letras ou figuras (desenhos ou fotos) coloridos.

Queremos fazer uma referência destacada, dentro da cesta básica, ao *arroz*, produto consumido por praticamente todos os brasileiros.



Este produto que não falta na mesa brasileira, apresenta gradação de qualidades e tipos; a maioria das que nos chegaram às mãos eram do arroz tipo 1 (longo), que apresenta grãos inteiros, finos e compridos.

As embalagens trazem textos com informações e dicas úteis e práticas:

“não precisa ser lavado”;

“armazenar em local seco e arejado”;

“não contém talco”;

“conservar em lugar seco e arejado, sem incidência de raios solares”;

“arroz polido, quando brilhado contém glucose de milho e silicato de magnésio hidratado”;

“embalado sem contato manual”.

Apesar de geralmente lacônicos quanto à propaganda escrita, algumas marcas já utilizam a embalagem para destacar aspectos positivos do produto: “gostoso e soltinho para servir” (arroz Rio Branco). O mais prolixo nesse aspecto é o arroz Brejeiro:

“falou arroz, falou Brejeiro. E tá falado. Grãos rigorosamente selecionados. Os produtos que trazem a marca Brejeiro são produzidos desde 1944 sob rigorosos critérios de análise, altos padrões de seleção e perfeitas condições de armazenagem. Este é o arroz Brejeiro, com o melhor padrão de qualidade! Polido duplamente pelo sistema “Water Polish”, sem o uso de talco e conservantes, o que lhe dá brilho próprio e o melhor índice de pureza”.

Note-se, no texto, o apelo à qualidade:

Grãos rigorosamente selecionados;

Os produtos que trazem a marca Brejeiro são produzidos desde 1944 sob rigorosos critérios de análise, altos padrões de seleção e perfeitas condições de armazenagem;

sem o uso de talco e conservantes, o que lhe dá brilho próprio e o melhor índice de pureza”.

Há também o apelo ao cientificismo, enfatizado pela presença de expressões em língua estrangeira:

Polido duplamente pelo sistema “Water Polish”

O uso de expressões coloquiais:

"falou arroz, falou Brejeiro. E tá falado"

Referência à chegada do ano 2000:

"é tempo de festa"

Quanto ao *apelo visual*, geralmente são modestos, com figuras que lembram ramos de arroz estilizados. Há figuras específicas em algumas embalagens, ligadas ao nome ou procedência: desenhos de algumas mulheres de raça indígena na embalagem do arroz Guaciara, um gaúcho no pacote do Tio João (é empacotado no Rio Grande do Sul) . Quando o nome é de mulher (dona Milú e dona Irene) os desenhos reproduzem rostos de mulheres, sendo uma delas com traços africanos (ainda são negras todas as cozinheiras?) .

As cores que mais aparecem são o amarelo, branco, azul-marinho, vermelho, (estas duas últimas cores presentes em todas as embalagens examinadas).

Basicamente suas embalagens são constituídas de envelopes fortemente selados, grandes, de plástico reforçado e transparente, e através do qual se vê o produto.

4.4 Elementos de rótulos e embalagens trabalhados pelos alunos

Nas atividades pedagógicas realizadas em sala de aula foram utilizados, na sua maioria, rótulos e embalagens trazidos pelos alunos. Esse material foi complementado por outros R/E, trazidos pelos professores, pelo pessoal da escola e pela pesquisadora. O anexo 2 traz um quadro visualizador dos elementos mais presentes nesse conjunto de R/E.

Dentre os inúmeros rótulos e embalagens trazidos pelos alunos para o trabalho em sala de aula, a maior parte era referente a guloseimas a seu gosto: salgadinhos ("chips"), refrigerantes, iogurtes, chocolates, achocolatados, sucos industrializados, leites com acréscimo de frutas ou chocolate, biscoitos mais elaborados, com recheios ou com nomes ligados a personagens de quadrinhos. Apesar de se tratar de crianças de classe popular, conheciam e apreciavam os produtos mais sofisticados, sendo preciso insistir bastante para

que se lembrassem de trazer embalagens mais prosaicas como as de alimentos comuns do dia-a-dia e produtos de limpeza.

As caixas e bulas de remédio foram trazidas em grande quantidade. Foram utilizadas na segunda atividade, de classificação, mas, em seguida, descartadas. As crianças não se interessavam por elas (não têm imagens ou cores interessantes). Acredita-se também que elas devam merecer um trabalho especial, ligado a objetivos específicos: aprender o que são medicamentos, como funcionam em nosso organismo, que efeitos causam, indicações, contra-indicações, posologia, vocabulário específico das bulas, etc., que fogem aos objetivos estabelecidos para este trabalho. Optou-se, pois, por trabalhar apenas rótulos e embalagens de produtos alimentícios, de higiene corporal e limpeza.

Fica difícil determinar o número total de embalagens com que trabalhamos durante a pesquisa toda. Muitas foram recortadas, inutilizadas, descartadas por não serem interessantes, muitíssimas eram repetidas (o que facilitava o trabalho em grupo), outras foram acrescentadas ao longo das atividades. Para se ter uma idéia da quantidade, na segunda atividade, de classificação, foram utilizadas 97 embalagens, e a caixa de onde foram retiradas quase não apresentou diferença de volume.

Os rótulos e embalagens trabalhados pelos alunos contêm também caracteres comuns, presentes na totalidade deles ou em grande número. O anexo 2 mostra os elementos gráficos presentes nesse material. Nos itens relacionados ao produto em si, havia a presença unânime da marca, do fabricante, do endereço, do logotipo da fábrica, do país de fabricação, do CGC ou CNPJ, do código de barra, cuja presença só não foi detectada no papel de bala.

Essa unanimidade não se notou quanto à presença do registro no Ministério da Agricultura, de selos de qualidade ou recomendação e garantia de associações e entidades (duas marcas de massa traziam a garantia da ABIMA - Associação Brasileira de Massas Alimentícias - e o suco de laranja, um selo do INMETRO).



Quanto às informações ligadas à cidadania, notou-se sua presença nas mesmas proporções dos produtos da cesta básica, como a indicação dos *ingredientes* utilizados na fabricação do produto; é direito do consumidor ter informações sobre o que está ingerindo ou usando em sua higiene. A leitura atenta desse item vai, de certa maneira, proteger o consumidor de ingerir ou usar ingredientes que possam causar danos a sua saúde. Também a indicação da *quantidade*, expressa em gramas, quilos, litros, mililitros, unidades foi encontrada, ausente apenas no papel de bala.

Quanto *ao prazo de validade*, como já foi ressaltado, apenas no rótulo da água mineral foi notada uma falha nesse aspecto. Uma observação a ser feita é a de que, quanto mais caro e sofisticado o produto, mais interesse há em colocar em local visível essa informação importantíssima. Dos três tipos de salgadinhos analisados, por exemplo, o mais caro trazia essa informação bem destacada. Na embalagem do tipo mais barato, os números estavam praticamente escondidos nas pregas do fecho do envelope plástico.

Os produtos trabalhados apresentam em seus rótulos e embalagens, o *valor nutricional* (seu valor em termos de fornecimento de elementos essenciais ao crescimento, ao desenvolvimento e proteção à saúde). Também o SAC, este serviço que objetiva estabelecer interatividade entre empresa e consumidor, já é praticamente uma unanimidade nos R/E modernos. Na seleção feita pelos alunos, poucos produtos deixam de anunciá-lo: bala, água mineral e refrigerante Pepsi.

No que diz respeito às *instruções de uso*, é indicação que pode ser fundamental para produtos novos, recém lançados no mercado, com os quais a dona de casa não tem ainda familiaridade. São também fundamentais para que o produto, depois de preparado, apresente a qualidade que se espera dele. Em produtos dirigidos a público consumidor diferenciado, o preparo pode exigir o uso de utensílios domésticos como forno de microondas, forno elétrico, batedeira, etc.

Também estavam presentes as *instruções de conservação*, comumente conhecidas. Quando os produtos se destinam a um público de poder aquisitivo maior, as condições para

conservação podem exigir a colocação no *freezer*, na geladeira. As demais pedem que se mantenha o produto bem fechado, em local seco e arejado, ao abrigo da luz e calor, longe de substâncias com odores fortes, etc.

LASAGNA
PRE-COZIDA PETYBON
a verdadeira lasagna
preparada no menor tempo.

Você vai precisar de:
1 embalagem de LASAGNA PETYBON (200g)
6 xícaras (chá) de molho (de tomate ou branco)
Recheios: 150g de mussarela e 150g de presunto
Cobertura: 50g de queijo tipo parmesão ralado
1 refratário de 20x30cm e papel-alumínio ou
filme plástico, conforme o tipo de forno.
Rendimento: 4 a 6 porções



1. No refratário, coloque 1 xícara (chá) do molho e 3 folhas da LASAGNA PETYBON, sempre deixando espaço entre elas para crescerem.
2. Faça camadas alternadas de massa, molho (1 xícara de chá) e recheio. A massa deve ficar sempre em contato com o molho.
3. A última camada deverá ser de molho. Finalize cobrindo, com papel-alumínio (forno convencional) ou tampa plástica/filme plástico (forno de microondas).

Modo de Preparar

1. Ferva 3 litros de água com uma colher de sal e um fio de óleo.
2. Coloque o *Talbarim Mezzani* na panela somente quando a água estiver fervendo.
3. Após o cozimento, passe rapidamente o escorredor na água fria. O macarrão ficará mais soltinho ainda.

Informações Mezzani

- O *Talbarim Mezzani* pode ser congelado (-18° C) por até 4 meses. Antes de utilizar, deixar na geladeira durante 4 a 6 horas para o descongelamento.
- Após aberto este produto se manterá fresco por uma semana se conservado na embalagem na geladeira.

Dica

- Para obter um molho saboroso, o ideal é prepará-lo utilizando fogo brando. Os tomates devem ser maduros, sem pele e sementes.

As receitas sugerem o uso do produto de outras maneiras, em combinações diversificadas, de modo a ampliar as situações de uso do conteúdo.

Quanto às instruções para abrir a embalagem, três embalagens analisadas traziam essa informação: duas, explicando como abrir a caixa tipo Tetrapack, de modo a facilitar servir o produto (iogurte e suco de laranja) e outra, indicando o local de abertura do envelope (preparado para sopa de cebola).

O que estas embalagens têm de especial, realmente, é o tratamento mais apurado da publicidade, seja ela escrita ou através do uso criativo de cores e imagens.

Em termos de publicidade escrita destaca-se a embalagem de Sucrilhos, na qual o espaço disponível é maior, um texto que reforça a imagem de energia dada por cores e imagens:

"Você pula, corre e pedala, sobe e desce o dia inteiro. Ufa! Haja energia para manter o pique e encarar esses desafios. Mas o Tony vai te dar uma dica de campeão".

A linguagem coloquial, mais próxima do público-alvo - crianças e adolescentes - é conseguida através de recursos como o uso da interjeição e a mistura de pessoas gramaticais, segunda e terceira. Mas a imposição vem a seguir, no tom imperativo:

"Você precisa comer Sucrilhos Kellog's". "Coma Sucrilhos Kellog's".

Este é um caso bem delineado em que texto e imagem completam-se e valorizam-se mutuamente, com ênfase muito maior na imagem, apesar de o texto ser longo e tendo explícitos objetivos de consumo ("*precisa comer*"). Um exemplo acabado de sintonia entre texto e imagem, um complementando e reforçando a idéia transmitida (ou insinuada) pelo outro. É importante destacar que a imagem (tigre) não tem nada em comum com o produto (flocos de milho açucarados): é a idéia subliminar de energia, força e coragem de um tigre, conseguidas pela ingestão do cereal, que se quer implantar no consumidor.

A contradição está presente em alguns casos: na lata do refrigerante Mirinda, a informação em letras maiores é a de que o refrigerante "contém suco natural de laranja", mas é "colorido artificialmente". Nas letras miúdas, a composição informa que o suco natural corresponde a 10% do total. 90%, portanto, do produto, é composto de aromatizantes naturais compostos, água gaseificada, açúcar, corante, conservadores, acidulantes, estabilizantes, goma éster e antioxidante. Em meio a tanta química, 10% de suco são destacados para que a palavra "natural", altamente valorizada num mundo onde pouca coisa é realmente natural, possa aparecer.

As marcas de suco de laranja industrializados informam que o conteúdo é um produto "100% natural". A marca "Lecco" acrescenta: "sem conservantes" e "sem aditivos". Outra marca acrescenta:

"Jussy é produzido com laranjas frescas e colhidas uma a uma para lhe trazer o mesmo suco que você poderia fazer em sua casa com a praticidade da caixinha". É difícil imaginar-se uma indústria colhendo laranjas "uma a uma"!

Em destaque, na mesma embalagem, aparece a frase: "estilo caseiro", para reforçar a idéia de produto natural, "feito em casa", sem química. A pós-modernidade prega uma volta ao natural...É, portanto, ao mesmo tempo, um produto tradicional e moderno...

Em tom sério, professoral, científico, acrescenta ainda a empresa: "O suco de laranja está sujeito a leves variações de sabor ao longo da safra" e acrescenta que o "brix mínimo é igual a 10,5°", uma informação incompreensível para o público leigo em geral.

Em busca de esclarecimento sobre o "brix mínimo", através do telefone de contato com o cliente, obtém-se a informação de que se refere à taxa de "sólidos solúveis" presentes no suco e que foram acrescentados pelo processo de industrialização: sais minerais, proteínas. Esse grau mínimo deve ser de 10,5° - explicação nada convincente ou esclarecedora. Mas o palavreado "científico" confere um certo ar de seriedade, confiabilidade e modernidade. Tudo para que se consuma o produto.

De modo geral, as imagens são ricas e as cores vibrantes. A embalagem do iogurte Danone, por exemplo, é coberta com traços ondulados cor-de-rosa (linhas curvas suavizam); nela se ressaltam os desenhos de morangos vermelhos, graúdos, brilhantes e perfeitos colocados em sua parte inferior. Queremos lembrar aqui Barthes, que, tratando de fotografias em jornal, escreve:

...existem outras mensagens sem código? À primeira vista, sim: são precisamente todas as reproduções analógicas da realidade: desenhos, pinturas, cinema, teatro. Mas, efetivamente, cada uma dessas mensagens desenvolve de uma maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem) uma mensagem complementar, que é

aquilo a que se chama vulgarmente o *estilo* da reprodução: trata-se então, de um sentido segundo, cujo significante é um certo "tratamento" da imagem sob a ação do criador, e cujo significado, quer estético, quer ideológico, remete para uma certa "cultura" da sociedade que recebe a mensagem (Barthes, 1984, p. 14).

Essas mesmas considerações podem ser trazidas para a análise de imagens em rótulos e embalagens. No caso dos morangos, a imagem, mesmo sendo *redundante em relação ao conteúdo* (o produto é um iogurte com polpa de morango), aparece "tratada" pelo designer, na acepção de Barthes, para obter efeito estético. As frutas são elaboradas visualmente, de modo a parecer mais graúdas, vermelhas e perfeitas do que o são na natureza. O modo como estão representadas confere apelo plástico e estético, embelezando a embalagem de fundo branco. A cor se justifica: afinal, iogurte é derivado de leite, branco, puro e natural.



As embalagens de salgadinhos, as grandes "campeãs" da preferência dos alunos, apareceram em grande quantidade, apresentando diferenciação de tipos, formatos e sabores, e, conseqüentemente, com grande variedade de embalagens. A marca Doritos traz a imagem de arabescos ao redor do logotipo e a foto de dois salgadinhos. Esta última é de tal "realidade" que parece ser possível retirá-los do papel e comê-los. A foto, ainda que reproduza o conteúdo, realça a imagem real, fazendo com que o salgadinho pareça muito

mais crocante do que na realidade é, ampliando ou supervalorizando as qualidades do produto. Outro exemplo do que Barthes chama de "mensagem conotada". Esta conotação é conseguida, no caso da fotografia, através de recursos de fotogenia, de "embelezamento" "por técnicas de iluminação, de impressão e de tiragem", que transfiguram o sentido original.



Em outro exemplo de embalagem de salgadinho, o desenho do "Cebolinha", personagem das histórias em quadrinhos, confere um ar de infância, de alegria à embalagem e reforça a informação de que o salgadinho tem sabor de cebola. Há também uma cebola desenhada e a palavra "cebola". A parte inferior da embalagem é coberta de desenhos estilizados do salgadinho. A repetição de imagens, ligada ao texto também repetitivo, é recurso muito usado na propaganda, em seu processo de persuasão.

A lata descartável de coca-cola e o rótulo das garrafas descartáveis - que reproduzimos acima - têm a mesma configuração. No fundo vermelho (cor transmissora de sensações de alegria, força, vitalidade), há letras brancas e detalhes em verde. O simbolismo de energia, vigor, movimento, "curtição", do vermelho é intensificado pela imagem de um gargalo de refrigerante no instante exato de sua abertura. Na imagem a tampa está caindo e o líquido "explode" para fora, em jorro e em gotas. A água (e, por extensão, a matéria líquida) está sempre presente quando a idéia básica a ser transmitida é a de frescor. No caso do refrigerante, esse frescor contrapõe-se à sede provocada pelo calor. Quanto à relação imagem/texto, poderíamos dizer, com Vanoye, 1998, que tem-se aqui um caso em que ambos se completam e se valorizam: imagem e cores de energia e a ordem escrita, incisiva: "curta".

A embalagem do guaraná Antarctica (que conserva a grafia original e a mesma logomarca) tem trabalho menos agressivo com cores e imagens que o a embalagem descrita acima. Traz estampado o conhecido desenho/logotipo das três frutas de guaraná, em vermelho. Neste caso, a imagem é redundante, não trazendo nenhuma informação adicional ou imposição de consumo; ela apenas "autentica" com sua "verdade" os fatos relatados: o refrigerante é produzido com frutos naturais brasileiros. É uma embalagem discreta, tanto do ponto de vista da imagem como do texto.

O guaraná Taí, do mesmo fabricante do refrigerante Coca-Cola, tem embalagem bem menos "poluída" visualmente que a do refrigerante de origem americana. Para destacar a "brasilidade" do produto, o fundo é quase todo recoberto por paisagens e tipos brasileiros: peixes, pescadores, um boi, artesanato, uma cobra, casebres, uma vitória-régia. Tudo é apresentado em tom monocromático verde, provavelmente colocado com a intenção de lembrar a selva, a natureza amazônica - a imagem mais ligada ao país no exterior. As figuras e cenas ao fundo trazem a informação não explícita de que se trata de produto brasileiro, "nosso", em oposição ao outro refrigerante. Taí seria então um produto natural, "folclórico".



Neste caso, texto e imagem trazem informações complementares. O nome do refrigerante aparece duas vezes, em letras brancas. No texto não aparece nada relativo ao Brasil: são informações paralelas transmitidas por texto e imagem. A informação trazida por esta precisa ser "encontrada", não está claramente expressa.

O refrigerante "Mirinda" (laranja) apresenta-se em lata colorida em tons degradê de alaranjado, cor que lembra radiação e expansão, efervescência, fogo; intimidade e calor, em suma, uma cor quente e energética. O nome do produto está escrito em verde vivo, sobre uma fatia de laranja que parece explodir. A frase escrita completa: "explosão de sabor!". A idéia de explosão, recorrente, aqui é apresentada como se a fruta se desintegrasse em gotas de frescor e alegria. A não ser por isso, a imagem seria redundante, apresentando o fruto do qual se extrai o suco, em sua cor característica. O fato de estar "explodindo" diferencia e dá novo significado à imagem, acrescenta um comentário e um juízo de valor: energizante, explosiva.

Uma das embalagens mais populares entre as crianças (mesmo que o produto não seja muito consumido por elas, pelo preço alto) e um dos melhores exemplos de uso da embalagem para promoção é a dos Sucrilhos Kellog's. Das seis faces da caixa, pouco espaço é preenchido com informações indispensáveis sobre o produto. Os maiores espaços e os mais destacados são preenchidos com imagens promocionais. A figura mais presente é do tigre Tony. Este "personagem", já reconhecido pelas crianças, é apresentado como símbolo de força, vigor, esperteza, alegria. Na embalagem ele aparece em várias situações de dinamismo e força: abrindo uma caixa de flocos de milho, praticando esportes como basquete, ciclismo, alpinismo.



O achocolatado "Nescau" traz o slogan "energia que dá gosto" e essa idéia é reforçada pelas cores também quentes e energéticas da embalagem: vermelho, amarelo, azul escuro e marrom. A imagem de um raio estilizado - o relâmpago é pura energia - é fator de acréscimo à idéia. Imagem e texto se complementam e se valorizam, sendo ambos metafóricos. Outras imagens presentes no rótulo são fotos de uma xícara e um copo contendo o produto já preparado (misturado ao leite quente ou frio). Em ambas o leite apresenta-se coberto por uma espuma, como se tivesse acabado de ser agitado, o que dá, também, aspecto dinâmico ao rótulo. A idéia de frescor (na bebida gelada) é dada pela presença das cores vermelho e branco no canudinho do copo, tanto um como outro recobertos por gotículas de água, fazendo uma interpretação do produto e de suas qualidades: energético, refrescante, quente e aconchegante, se for o caso, mas sempre animador. Na xícara com o produto quente, a fumaça acrescenta a idéia de cheiro, aroma.

Além do tratamento diferenciado nas imagens e cores, esses invólucros trazem também elementos que dizem respeito à embalagem e não ao produto que ela contém. É o caso do *tipo de embalagem*, que, nos exemplos trabalhados apresentou mais variedade no material. Encontramos latas de alumínio, caixas de papelão mais elaboradas e resistentes, sacos de papel ou plástico aluminizados brilhantes. Os iogurtes, que foram trazidos em grande número, são embalados quase sempre em recipientes caros, de plástico ou papelão grosso plastificado, com rótulos separados ou inscrições na própria peça. A embalagem

grande de iogurte (ou melhor, de "bebida láctea com iogurte e polpa de fruta") da empresa Danone (que, num processo metonímico se transformou em produto), por exemplo, é elaborada em papelão duro e reconhecida como embalagem Tetrapack.

Em alguns produtos o produtor de embalagem está também usando-a como espaço de divulgação. Essa identificação está presente em três das embalagens analisadas: iogurte Danone, biscoito Marilan e macarrão Basilar.

Também o *ícone de reciclável*, o triângulo formado por 3 setas "em movimento", usado internacionalmente, está presente em 30% das embalagens analisadas, mais fortemente nas latas de refrigerante.

O *slogan*, segundo o Grande Dicionário Cultural Delta Larousse, é "palavra ou frase breve e incisiva usada na propaganda comercial, política, etc." A embalagem de Coca-Cola traz uma ordem, notada em todos os tipos de embalagem, e em todo veículo de divulgação. Trata-se da palavra "*curta*", que substitui o "beba" de tempos atrás. Também o produto Nescau, da Nestlé, ostenta o slogan bem conhecido "*energia que dá gosto*".

A *publicidade de outros produtos da empresa*, recomendação de Mestriner, 2000, está presente em duas embalagens: a do chocolate em barra da Nestlé e a do biscoito Marilan, inseridos neste trabalho.

Textos ou indicações em outras línguas, exigência da exportação, no sentido de facilitar a leitura (e compra) por consumidores de outros países, estão presentes em cinco produtos, que trazem textos em espanhol e/ou inglês, além do português.

Oferecer *brindes* é recurso da moderna dinâmica de *marketing*. Grande parte da embalagem (lata) e do rótulo da garrafa plástica de Coca-Cola que analisamos é tomada pela promoção de figuras para colecionar em forma de seres extra-terrestres ("gelo cósmico"). O anel de abertura da lata (se for amarelo) vale 1 ponto. Para conseguir dois bonequinhos e mais um cartão, a criança precisa de dez deles. A criança fica sabendo que

"juntou, trocou!" e que, dos bonequinhos, "muitos brilham no escuro!"; a ordem, para a promoção, é "colecione".

4.5 Rótulos e embalagens diferenciados

Destacaram-se, no conjunto trazido pelos alunos e professoras, alguns rótulos e embalagens que apresentavam características especiais como a qualidade do material empregado - papel mais resistente e brilhante, caixas, latas; o emprego de cores mais vivas e brilhantes - talvez conseguidas pela própria qualidade -; a presença de itens diferenciadores, "não-obrigatórios" - como informações adicionais, publicidade, apelo explícito ao apetite (ou à sede) . Os demais itens arrolados - marca, produtor, endereço, ingredientes, informações ao consumidor, SAC, etc. - aparecem também, mas de forma discreta. O que chama a atenção nesses R/E são os itens acima. O anexo 2 mostra o levantamento dos elementos presentes nesses rótulos e embalagens.



O biscoito recheado sabor doce de leite, da Marilan, apresenta-se com cores vibrantes (dourado e marrom) e fotos bem produzidas das bolachas e de seu recheio. Apesar de redundante em sua informação (fotos de biscoito para indicar biscoito...), as imagens são esteticamente bem elaboradas, apelativas, despertando o desejo de comer. Segundo Barthes, "em publicidade, a significação da imagem é seguramente intencional: são certos atributos do produto que formam a *priori* os significados da mensagem publicitária e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível". (Barthes, 1999, p. 27, grifo no original). No caso da foto em questão, o tratamento dado permite enfatizar a cremosidade do recheio, que parece ser muito mais macio do que na realidade é e sugere uma camada de creme muito mais generosa do que ocorre. A embalagem é dupla, reforçada, com uma camada interna em plástico transparente e a externa feita em plástico aluminizado.



A massa para "lasagna" pré cozida, da Santista Alimentos, é produto mais caro e sofisticado que as massas comuns da cesta básica e a embalagem acompanha essa sofisticação. As cores presentes são fortes: vermelho vivo, dourado, detalhes em verde. O destaque é para uma bela foto do produto já preparado, com molho apetitoso aparecendo entre as camadas, de modo a despertar o "appetite appeal" de que fala Mestriner, 2000. Apesar da imagem ser redundante, essa redundância não é simples, uma vez que a foto confere um glamour ao produto que nem sempre se imagina ou se consegue numa preparação doméstica. Mais uma vez se percebem efeitos de fotogenia, para que o produto

pareça, na imagem promocional, diferente da realidade. Mais uma vez Barthes tem uma palavra a respeito:

... na imagem propriamente dita (...) nunca se encontra (pelo menos em publicidade) uma imagem literal, no estado puro; mesmo que se conseguisse uma imagem inteiramente "ingênua", ela ganharia imediatamente o signo da ingenuidade... (Barthes, 1984, p. 34)

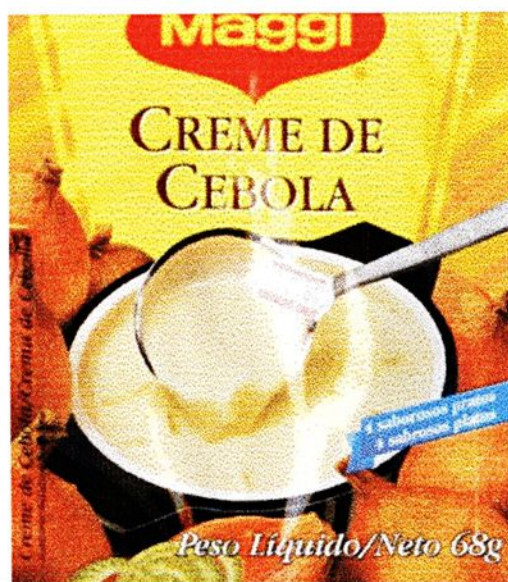
A embalagem propriamente dita é envelope de plástico aluminizado, elaborado em material de qualidade superior ao das demais embalagens de massa.



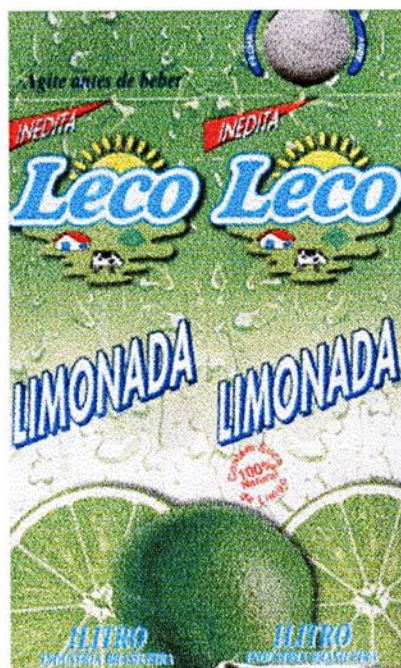
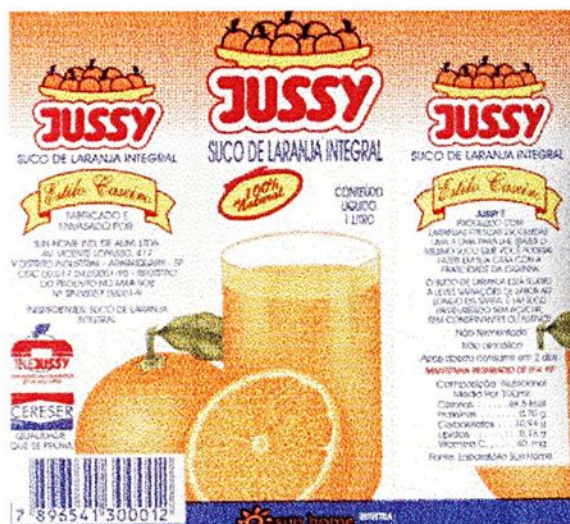
Outro bom exemplo de embalagem sofisticada é a do Chocolate Nestlé Classic. Toda em vermelho (cor ligada à ideia de energia conferida pelo chocolate), traz desenhos de dois pedaços de chocolate dos quais emergem imensos pedaços de castanha de caju. Atrás deles, dois caju amarelos. O conjunto forma uma composição plástica de apelo estético muito positivo. Na parte inferior da embalagem (quando vista aberta) aparecem mais dois desenhos de embalagens que mostram variações do produto: com avelã e com passas e castanhas de caju. O convite (ou a imposição...) a saboreá-los está expresso na forma imperativa: "experimente também". A aposta em que o convite será aceito parece ter sido feita no apelo do design da embalagem, que desperta, com certeza, em muitos, o "appetite appeal". É um caso em que, sem dúvida, um juízo de valor (excelência, sofisticação, qualidade) está implícito não apenas nas imagens, mas no conjunto da embalagem (tipo de papel - brilhante e reforçado - cores, diagramação, fotos, texto poliglota).



O sorvete La Fruta, da Nestlé, mostra, como em outras da mesma empresa, grande cuidado na criação e produção de suas embalagens. A que analisamos traz um grande desenho de limão e duas folhas da planta, em verde profundo; é salpicada por pequenas gotas d'água, que tomam quase toda a superfície do papel. Duas guirlandas de limões estão desenhadas no alto e na parte inferior da embalagem, também em verde escuro. Apesar de redundante, a imagem confere grande plasticidade à embalagem, por ser atrativa e passar idéia de frescor pela junção de elementos como o sorvete, o verde e uma vez mais, a água. Apesar da ênfase na imagem de limão, o texto escrito desmente que a composição do produto seja das mais naturais: "água, açúcar, suco de limão, xarope de glicose, acidulante ácido cítrico, aromatizante, espessantes goma guar e goma jataí". A embalagem é produzida em plástico aluminizado, para proteção do sorvete (picolé).

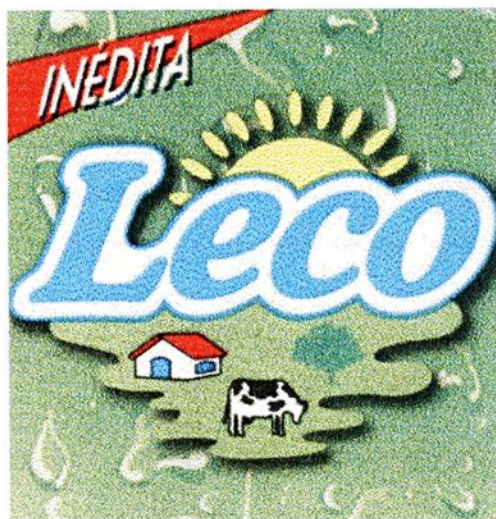


Outro produto da Nestlé é a sopa-creme de cebola, cuja embalagem ressalta a imagem de uma panela de onde se retira, com uma concha, uma porção da sopa já preparada. O alimento mostrado é espesso, de cor delicada. A idéia de calor é dada pelas cores amarelo e laranja, que parecem sair da panela. Ao mesmo tempo, em destaque, estão oito cebolas inteiras, com a característica cor marrom/alaranjado da casca. As cebolas estão recobertas de gotinhas d'água. "Tradução livre" da imagem: a sopa é para dias mais frios, esquentada, dá sensação de calor, aconchego. Ao mesmo tempo, é preparada com cebolas "frescas". A água, mais uma vez, passando a idéia de coisa natural, preparada à moda caseira, espantando a idéia de produto industrializado. O produto está embalado em envelope plástico aluminizado



Entre outras embalagens de suco de laranja e limonada foram analisadas as marcas "Jussy", e "Leco". A embalagem da limonada Leco afirma que o produto "contém suco de limão" e é "100% natural". Ao mesmo tempo, na composição, informa que é composto por "água, açúcar, suco concentrado de limão, estabilizante pectina, antioxidante ácido ascórbico e aroma natural de limão". Esses elementos são naturais?

A embalagem da limonada Leco é criada de modo a dar a impressão de que está molhada, com gotas de água por quase toda a superfície. Essa imagem recorrente é encontrada em inúmeras embalagens - seja de achocolatado, pasta de dentes, refrigerantes, até nas cebolas da sopa! - e carrega a idéia de frescor (pela água). Mas há, também, a de calor, trazida pelas cores quentes da imagem. Afinal, se toma mais suco no verão.



O leite longa vida Leco traz o logotipo da empresa, que aparece em outros produtos, como leite em caixinha, leite condensado, creme de leite. O conjunto consta do nome escrito em letras azuis, sob uma metade de sol amarelo. Abaixo do nome, uma cena campestre: uma casa, uma árvore, uma vaca. Trata-se de imagem já forte no imaginário coletivo, com evidente paradoxo: a vida simples e calma do campo, para sempre perdida em consequência da urbanização e industrialização da vida contemporânea, que poderia ser resgatada pela ingestão de produtos "industrializados naturais".

Informação Nutricional por 100g, por copo

Energia	13,9	13,9
Proteína	32,5	32,5
Carboidrato	72,3	72,3
Sódio	maximo 1,6 miligrama	0,2
Ácido fólico	0,2	0,2

100g de leite em pó desnatado

Proteína	32,5%	32,5%
Carboidrato	72,3%	72,3%
Ácido fólico	0,2%	0,2%

Sinta-se... e bem com Molico

Molico é um leite leve e gostoso que fornece elementos nutritivos essenciais para uma alimentação sadia e balanceada.

Preparo do Molico facilmente, bastando juntar o pó a água quente, fria ou gelada, e mexer ligeiramente. Seguir as proporções abaixo:

Para um copo (200ml) de leite: 1 colher de sopa de Molico + 1 colher de água quente, fria ou gelada.

Para um copo (200ml) de leite: 1 colher de sopa de Molico + 1 colher de água quente, fria ou gelada.

Proporção: 100 g = 3 xícaras.

Nestlé Molico Leite em Pó Desnatado com Vitamina A e D

Instantâneo Granulado

Peso Líq. 300 g

Antes da análise da embalagem do leite em pó Molico, da Nestlé, é preciso lembrar que o leite, para Barthes, (1999, p. 53) é "cosmético, une, recobre, restaura. Além disso, a

sua pureza, associada à inocência infantil, é uma garantia de força, de uma força que não é repulsiva nem congestiva, mas calma, branca, lúcida, semelhante ao real".

Como a grande maioria dos rótulos e embalagens da empresa, este apresenta-se de modo distintivo, chamando a atenção para o produto através de um trabalho primoroso em seu invólucro. As informações referentes ao produto estão presentes: marca, fabricante, logotipo do fabricante, endereço, país de fabricação, CNPJ, registro no Ministério da Fazenda, código de barra. Da mesma forma, as informações ligadas à cidadania estão visíveis: ingredientes, informação nutricional, prazo de validade, quantidade, SAC, instruções de uso (com fotos), instruções de conservação e código de barra.

É, no entanto, no uso criativo de palavras, cores e textos que o *designer* investe mais. O tema recorrente na embalagem, que muda de tempos em tempos, é a de modernidade, saúde, juventude e sofisticação. O casal que aparece em evidência é jovem e bonito, parece esbanjar saúde, beleza e, apesar das roupas esportivas, muita sofisticação. O tom da pele sugere um bronzeado perfeito, sem manchas ou imperfeições. Os cabelos molhados intensificam a idéia de vida natural, limpa, saudável. Os dentes de ambos, revelados pelo sorriso aberto, são perfeitos e tão brancos quanto as roupas, que não apresentam nenhum detalhe de outra cor. Até a jarra, o copo e colher mostrados nas instruções de preparo, são brilhantes, brancos, reforçando a idéia de pureza, limpeza. A mensagem subliminar é a de que o produto é consumido por pessoas saudáveis, elegantes, ricas e despreocupadas. Ao fundo da cena há o mar, fotografado em tons de branco e verde. A água é presença constante na publicidade, uma vez que está ligada às idéias de vida e sua origem.

A cor dominante no rótulo é o branco, que sugere, como vimos, frescor, saúde, limpeza, pureza, paz e otimismo. Há forte presença também do azul, que dá idéia de "profundidade, calma", ao mesmo tempo que, "dinâmica, leva a viagens imaginárias". Segundo Collaro, (1996) o azul é a cor preferida pelos adultos, uma vez que evoca lembranças distantes. No caso, está perfeitamente usada, uma vez que o leite é desnatado, próprio para adultos com restrição de gorduras na dieta. O verde, que aparece na imagem

do mar, é considerado estático e frio. No rótulo, o verde está associado ao azul, levando, segundo Collaro, à idéia de seriedade.

Em sua mensagem escrita as idéias trabalhadas podem ser assim estabelecidas:

prazer: "sinta-se... e bem..."; "leite gostoso". Sentir-se a si próprio: aumentar a auto-estima, sentir-se vivo, cheio de forças. Após as reticências, a expressão destacada "e bem" sugere sentir o corpo vivo, não como algo envelhecido, sem forças. O valor semântico da conjunção "e" e as reticências afastam a idéia de sentir-se mal e intensifica a mensagem de bem estar que o leite proporciona através das qualidades indicadas no rótulo.

estética: "leite leve" (sem gordura, mantém a forma física);

saúde: "fornece elementos nutritivos essenciais para uma alimentação sadia e balanceada";

cientificidade: "Molico cálcio plus oferece 50% a mais de cálcio em relação ao leite *in natura*" (como comprovar?); "Leite em pó desnatado com vitaminas A e D".

Há também o lembrete de que, sendo "cálcio plus", o leite oferece 50% a mais de cálcio em relação ao leite *in natura*. Essa preocupação com a perda de cálcio é própria de uma faixa etária mais avançada. No entanto, a foto ilustrativa é de um jovem casal. O produto seria indicado, portanto, para jovens que querem permanecer elegantes e velhos que queiram permanecer saudáveis e mais jovens do que são.

O rótulo enfatiza que o produto "não deve ser usado como fonte de alimentação do lactente". Suas qualidades de nutrição não devem ser, portanto, muito altas.

4.6 Rótulos e embalagens de produtos de limpeza

Os rótulos e embalagens de produtos de limpeza trazem, em sua maioria, os mesmos elementos dos produtos alimentícios. A marca, fabricante, endereço, logotipo da fábrica, prazo de validade, código de barra, e outros elementos estavam presentes, bem como a publicidade por textos, imagens e cores. O anexo 3 é um quadro visualizador dos elementos presentes nesse material.

Nesses R/E específicos, os elementos que mais chamaram a atenção das crianças foram as advertências quanto ao uso, manipulação, contato corporal e ingestão acidental desses produtos.

No caso dos ingredientes, os componentes referem-se a elementos químicos presentes em sua elaboração. Sabonetes, xampus, produtos de limpeza em geral trazem uma lista de ingredientes muito diferente da dos alimentos.

Vejamos o que se pode encontrar no produto "*Veja*", usado para limpeza geral:

Ingrediente ativo: Tensoativo aniônico biodegradável

Composição: linear alquil benzeno sulfonato de sódio, tensoativo não iônico, alcalinizante, sequestrante, solubilizante, éter glicólico, álcool, perfume e água.

Apesar da embalagem não explicitar que se trata de ingredientes perigosos, traz em letras maiúsculas a palavra PRECAUÇÕES e adverte:

"evitar inalação e proteger os olhos durante a aplicação. Em caso de contato com os olhos e pele, lavar com água abundantemente e se houver sinais de irritação, consultar um médico. Em caso de ingestão acidental, não provocar vômito, beber água e consultar imediatamente o Centro de Intoxicações mais próximo ou Serviço de Saúde, levando a embalagem do produto. Conservar a embalagem bem fechada após o uso. Não reutilizar a embalagem vazia. MANTER FORA DO ALCANCE DAS CRIANÇAS E ANIMAIS DOMÉSTICOS"

A seriedade da advertência deixa claro: trata-se de um veneno que se tem dentro de casa. Todos os rótulos e embalagens de produtos de limpeza analisados traziam o nome do químico responsável.

Dimensein alerta na *"Folha de S. Paulo"* (1/8/99, p.3-6): "as famílias não sabem quais produtos de limpeza contêm ingredientes tóxicos. As embalagens coloridas obviamente atraem as crianças". Pesquisar o que são, como agem e os perigos desses ingredientes pode ser tarefa muito bem desenvolvida pelos professores de ciências e de química.

4.7 A diagramação de rótulos e embalagens

4.7.1. Generalidades

Nos R/E analisados notou-se que o grau de sofisticação da embalagem corresponde, em proporção inversa, à necessidade do produto (quanto menos necessários, mais cuidado na embalagem e no projeto gráfico) e em proporção direta com o preço (quanto mais caro, mais sofisticado -ou vice-versa).

Quando se trata de envelopes de plástico transparente, nota-se a presença de espaços sem texto ou imagem, para que a transparência surta seu efeito: possibilitar a visão do produto contido. Quando se trata de caixas, embalagens de papel ou plástico sem transparência, há pouco espaço sem utilização: a maior parte é coberta por cores e/ou imagens (desenhos ou fotos). Os espaços em branco ou em cores claras têm a função de destacar desenhos, textos, fotos, etc. De modo geral o efeito obtido é de saturação, com excesso de informações visuais, dificultando a leitura (verbal e não-verbal) do conjunto.

Em sacos, envelopes e caixas: um dos lados é considerado "**frente**" e nele se investe mais em termos de imagens, cores. O outro (ou outros) é preenchido com as informações obrigatórias. Nesse segundo lado aparecem geralmente os textos analisados: receitas, instruções para abrir, conselhos, advertências, tabelas. As caixas de creme dental usam apenas um dos quatro lados maiores para informações técnicas: as três restantes são

recobertas com imagens (repetidas). As marcas "Colgate", e Fresh" trazem a mesma imagem em três dos lados da embalagem; na marca "Signal" o desenho se repete duas vezes.

Algumas R/E apresentam-se como um continuum quando abertas. É o caso dos rótulos de refrigerantes, usados nas garrafas plásticas e as próprias latas cilíndricas. Há um ponto desse espaço reservado às informações técnicas; a maior parte se reserva para imagens e textos de apelo ao consumo (a "frente").

Nas embalagens de sabonete pode-se notar uma parte central ("frente") com a marca e a imagem, geralmente discreta. A parte superior e inferior em relação a essa apresentam-se com letras e (poucos) desenhos em direção oposta, para que fiquem na posição de leitura, quando dobrados, envolvendo o produto.

4.7.2. Elementos verbais

Mesmo em produtos básicos, descompromissados com um grau maior de elaboração, nota-se especial destaque dado à marca: sempre em letras maiores, mais coloridas, mesmo quando são simples e não primam pela sofisticação. Em R/E mais elaborados há grande variedade de tipos de letras, mas mantendo sempre o critério da legibilidade. Não foi encontrado nenhum exemplo em que a rebuscação fosse empecilho à leitura e à fácil identificação do produto.

As demais informações presentes não apresentam essa preocupação, utilizando na grande maioria, letras comuns, muitas vezes em tamanho muito reduzido, dificultando a leitura de elementos importantes.

4.7.3. Cores

As cores em R/E, em sua maioria, são fortes, denotadoras de energia: azul escuro, vermelho, verde intenso, amarelo forte. Refrigerantes abusam do vermelho, assim como o



açúcar, biscoitos, pó de café. As cores se suavizam quando a idéia a ser passada é a de suavidade, maciez, como nos sabonetes, leite e seus derivados, algumas massas, que conservam cores em tom pastel, como as do produto.

4.7.4. Imagens

Com Dondis (1999) aprendemos que, na linguagem visual, a informação verbal e a visual não precisam ser conflituosas, conservando, cada uma, suas especificidades. Rótulos e embalagens, como ferramentas de venda, investem muito no uso de imagens como elementos de comunicação fácil e rápida, uma vez que

...dados visuais podem transmitir informação: mensagens específicas ou sentimentos expressivos, tanto intencionalmente, com um objetivo definido, quanto obliquamente, como um subproduto da utilidade.(...) toda forma visual concebível tem uma capacidade incomparável de informar o observador sobre si mesma e seu mundo, ou ainda sobre outros tempos e lugares, distantes e desconhecidos... (Dondis, 1999, p. 184).

Este tipo de informação é duplamente eficaz: atinge grupos menos alfabetizados, devendo ser, neste caso, mais simples e mais próximo do real, uma vez que "a sutileza e a sofisticação tendem a ser contraproducentes". Assim, o designer gráfico procurará o "equilíbrio ideal: nem uma simplificação exagerada, que exclua detalhes importantes, nem a complexidade que introduza detalhes desnecessários" (Dondis, 1999, p. 185).

Segundo Dondis (1999), o recebimento da mensagem visual se dá em 3 níveis: o *input* visual, o material visual representacional que vemos com base no meio ambiente e a estrutura abstrata, a forma de tudo o que vemos. Quanto mais representação, mais específica é a referência; quanto mais abstrata, mais geral e abrangente. De modo geral, a comunicação visual em R/E tende a ser representacional, de modo a forçar o reconhecimento (e a compra) do produto, ainda que haja elementos implícitos propositalmente utilizados no reforço das técnicas de convencimento.

É importante ressaltar a contribuição da fotografia na questão de imagens em R/E. Como escreve Goldman,

Vivemos numa época dominada pela fotografia(...) o que pensamos, sentimos, nossas impressões dos acontecimentos contemporâneos e da história recente, nossas concepções do homem e do cosmo, *as coisas que compramos (ou deixamos de comprar)*, o padrão de nossas percepções visuais, tudo isso é modelado, em certa medida e o mais das vezes decisivamente, pela fotografia (*apud* Dondis, 1999, p. 213-214, grifo nosso)

Há uma explicação lógica para que a fotografia seja usada profusamente em R/E, quando se trata de produtos mais caros e sofisticados. Dondis, ressalta que ela possui uma característica que é apenas sua, de nenhuma outra arte visual: a credibilidade. Isso lhe concede uma certa autoridade e um enorme poder de influenciar a mente dos homens, que tendem a ver como verdadeira toda mensagem veiculada pela fotografia, seja no jornal, na revista ou na embalagem.

Desse ponto de vista, a sofisticação e a veracidade, em muitos R/E são conseguidos através do uso de **fotos** trabalhadas, de modo a realçar alguma característica do produto: a espessura e cremosidade do recheio do biscoito; o requinte do prato de massa preparada, ou do café servido em xícara de porcelana branca com frisos dourados; o frescor do sorvete, dos sucos industrializados, dos cremes dentais; o crocante do salgadinho.

De modo geral, na análise feita de alguns R/E, quando a imagem é **desenhada**, o resultado é mais precário. Há exemplos de desenhos realísticos, redundantes, alguns esquemáticos, outros ingênuos. A grande maioria dos exemplos obtidos são de desenhos pouco criativos, sem características de autor, repetindo, à exaustão, clichês nos traços e colorido.

4.7.5. A diagramação dos elementos visuais e verbais no espaço de R/E

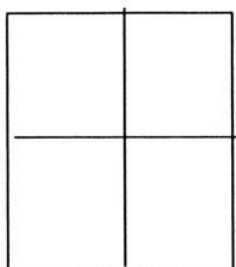
É preciso esclarecer que o projeto não incluía trabalho sistemático com os conceitos teóricos sobre diagramação junto aos alunos. Desta maneira, colocam-se aqui apenas os elementos mais evidentes dos componentes no espaço dos R/E, que foram mostrados de forma genérica aos alunos e sem preocupação com uma aprendizagem mais aprofundada.



Considerando que a parte mais importante dos R/E é aquela em que se encontra o nome - marca - do produto, aquela que chamamos "frente" (presente mesmo nos rótulos cilíndricos) e que fica visível nas prateleiras, a análise se limitará a esse espaço. Preencher esse espaço com textos, imagens, cores e fotos significa "construir, estruturar os elementos que irão compor uma mensagem que deve ser trabalhada conscientemente" (Collaro, 1987, p. 15).

Se, como afirma Hurlburt, os olhos recolhem imagens que podem ser "agradáveis ou enfadonhas, podem ficar na memória ou facilmente esquecidas; podem ser mal interpretadas ou transformadas em quaisquer daquelas ambiguidades a que chamamos ilusão" (*apud* Silva, 1985, p. 23), a função do *designer* de R/E deve ser a de produzir peças agradáveis, que permaneçam na memória e que sejam adequadamente interpretadas segundo as leis do *marketing*.

Considerando a utilização do espaço nesta parte da frente de R/E a breve análise a ser feita levará em conta dois expedientes: os quadrantes de diagramação (Silva, 1985, p.49) e as zonas óticas (Collaro, 1987, p. 75).



Quadrantes de diagramação

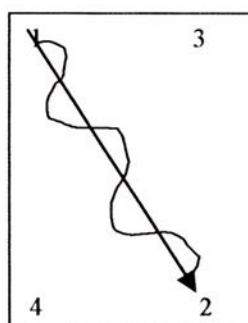
- a metade superior é a mais importante
- a região central recebe maior atenção
- a divisão vertical permite divisão simétrica

Segundo as leis de diagramação, o quadrante superior é mais importante ou mais visível. Neste quadrante estão colocados, em geral, os elementos considerados mais importantes pelo realizador: o nome do produto, a marca ou o nome do fabricante. Observa-se esse recurso utilizado em muitos R/E, desde os mais simples aos mais sofisticados. Dentre os reproduzidos nesta tese citamos: farinha de mandioca Santa Luzia, café Ki-pó, feijão Prudentão, salgadinhos Doritos, salgadinho do Cebolinha, achocolatado Nescau, biscoito Marilan, macarrão Petybon, chocolate Classic, sorvete LaFrutta, creme de cebola

Maggi , etc. Quando essa orientação não é obedecida, compensa-se o deslocamento com o aumento do tamanho das letras. É o que se observa nas embalagens de iogurte Danone e arroz Brejeiro.

Por sua vez, o conceito de zona ótica é expediente utilizado como orientação para a distribuição dos elementos no espaço segundo a prioridade desejada o ato de leitura. O mapa da zona ótica leva em conta "o hábito de leitura e o movimento dos olhos nas regiões de interesse na folha escrita ou impressa"(Collaro, 1987, p. 9). É interessante notar que, no espaço da tela de TV, essa orientação também é obedecida. Logotipos das emissoras estão colocados geralmente, no vídeo, nas zonas 2 e 3, com menos freqüência nas zonas 1 e 2, raramente em "zonas mortas", como a 4.

No caso específico de R/E, o projeto gráfico como um todo e a obediência às zonas óticas tem como função orientar (ou desorientar) o comprador e mostrar (ou esconder) opções mercadológicas. O mapa da zona ótica pode ser e pode ser assim esquematizado:



- | | |
|----|---------------------|
| 1. | zona ótica primária |
| 2. | zona terminal |
| 3. | zona morta |
| 4. | zona morta |

Rótulos e embalagens do Café Ki-pó, do feijão Prudentão, do leite Molico, de Nescau, do Chocolate Classic (Nestlé), do creme de cebola, da limonada Lecco usam o expediente de colocar a marca, o produto, ou o nome do fabricante, na zona 1, "a que retém, em primeiro lugar, a atenção do leitor." (Collaro, 1987, p. 90). A companhia Nestlé, de tradição já formada, investe seu nome nesta zona, em muitos outros R/E analisados.

Em R/E, a zona 2 é aproveitada para a inserção de desenhos e informações importantes, como a quantidade, peso, detalhes da composição (iogurte com polpa de frutas, salgadinho sabor queijo), a expressão "indústria brasileira", etc.

Falando sobre jornal, Silva (1985) reconhece alguns conceitos que guiam o diagramador para escolher o ponto de apoio da página, entre eles o equilíbrio e o ritmo. Esses dizem respeito à localização e composição de linhas e imagens. Linhas retas horizontais dão idéia de estabilidade, repouso, enquanto que a reta diagonal e as curvas transmitem impressão de movimento. Esses conceitos podem também ser aplicados na análise de R/E.

Nos R/E analisados, encontramos essas idéias mescladas à idéia de energia. Alimentos energéticos como o açúcar, chocolate, salgadinhos, usam muito o recurso de linhas em diagonal. O açúcar Dolce reforça a idéia de movimento: as letras em diagonal são sublinhadas por uma curva ascendente (duplamente energético?). Há diagonais nos R/E de Doritos, do salgadinho do Cebolinha, do achocolatado Nescau, do biscoito recheado com doce de leite Marilan, do feijão Prudentão.

Usa-se a diagonal e as curvas, muitas vezes para contrabalançar a idéia estática das retas horizontais. O pó de café Ki-pó equilibra o repouso das linhas horizontais com a colocação da imagem de uma folha de café com curvas acentuadas, colocada diagonalmente no espaço, da mesma forma que o iogurte Danone. Nele também se compensa a horizontalidade da marca em letras grandes, colocada no centro da embalagem, com a palavra "agite" em curva ascendente, repetida nos quatro lados da caixa. Usa também esse recurso a embalagem do chocolate Classic, onde a marca Nestlé, em letras grandes, é sublinhada com uma curva.

Um bom exemplo de equilíbrio obtido na diagramação é o da embalagem do creme de cebola Maggi. O conjunto harmonioso é obtido pelo uso simultâneo de linhas horizontais e círculos. Assim como o quadrado e o triângulo, o círculo é tido como forma simples, regular e simétrica; são as formas mais próximas das formas da natureza. Dão

idéia de estabilidade, uma vez que são fechadas. Deste ponto de vista, o círculo é ainda mais estável pois é contínuo, não tem arestas, não tem começo nem fim, apresentando suas linhas sempre a mesma distância do ponto central. Sua visão transmite conforto e suaviza outras idéias próximas. Na embalagem em análise, cebolas, panela, concha, são circulares; mesmo o nome do fabricante aparece escrito num espaço delimitado por linhas curvas que lembra um balão de histórias em quadrinhos.

Também o rótulo do leite Molico quebra a horizontalidade com a apresentação inclinada do copo com borda circular. A palavra Nestlé, horizontal, é suavizada pelo arremate de linhas curvas.

A embalagem do biscoito Marilan é separada em duas metades através de uma diagonal; na mesma direção está escrito "doce de leite"; o nome da fábrica se insere numa superfície ovalada. Os círculos presentes neste espaço, repetem-se nas figuras dos biscoitos redondos, na colher, até mesmo no formato do doce colocado sobre ela. As imagens lembram doçura, suavidade, cremosidade, pela consistência do doce, por sua vez denotador de aconchego da casa, do açúcar. Todo o conjunto lembra a busca do equilíbrio entre dinamismo e estase.

A embalagem de Nescau é toda dinâmica: a disposição em diagonal da marca e do slogan, o círculo das bordas do copo e da xícara compensam a horizontalidade da marca Nestlé, colocada na zona ótica 1. Esse dinamismo imposto pelas diagonais reforça a idéia de energia do produto (chocolate), presente no conjunto da embalagem.

Por outro lado, há exemplos de mau uso do espaço, como na embalagem do salgadinho do Cebolinha. Se ela acerta quando utiliza um personagem conhecido das crianças, erra pela assimetria, pelo excesso de informações (visuais e verbais) e cores (verde, laranja, rosa escuro, amarelo, vermelho, azul, lilás, dois tons de bege, branco, preto, prata), enfim, pela poluição visual. Além da figura do boneco há desenho e nome de uma cebola inteira e a reprodução de muitos salgadinhos, quase que cobrindo a figura central. O grande número desses desenhos dá idéia de labirinto. Fica difícil encontrar, nesse mar

(revolto) de imagens, as informações colocadas no quadrante inferior: "salgadinho de milho sabor cebola", "sem adição de conservantes", "Bocaditos", "peso líquido 35 g" e "indústria brasileira".

As noções teóricas aqui colocadas são extremamente sucintas e dão apenas uma idéia geral da organização dos componentes de R/E. Mesmo assim, elas não foram repassadas aos alunos, já que a pesquisa não previa esse grau de aprofundamento. Apenas foram comentadas as noções mais genéricas, as características mais marcantes da ocupação do espaço gráfico, das cores, e imagens, sempre de maneira a ser compreendida por eles.

O resultado final obtido na atividade de criação individual mostrou que os alunos já tem introjetada essa disposição peculiar. Suas criações traziam os elementos mais importantes geralmente nos locais de destaque indicados pelos teóricos, linhas horizontais, diagonais e curvas. Isso se deve, provavelmente, à exposição constante das crianças à comunicação visual, em sua vida cotidiana.

Encerram-se aqui as considerações levantadas na análise de rótulos e embalagens de produtos alimentícios, de higiene e limpeza, que estão nas gôndolas dos supermercados e nas casas e que fizeram parte do "corpus" de análise. Eles se constituem em material de leitura, são objetos portadores de texto. Muitas vezes faz-se deles a leitura rápida que pretendem seus organizadores, decodificando apenas a mensagem publicitária neles inserida, os olhos atraídos pelas cores cientificamente usadas, pelas imagens atraentes, pelo texto sedutor. E aquelas informações úteis, que o emissor deve aos cidadãos, passam despercebidas, escondidas que estão, muitas vezes, em locais inacessíveis ao primeiro olhar.

Sendo os professores formadores de opinião, podem colaborar, e muito, para o estabelecimento de uma postura crítica e questionadora de seus alunos. E para isso, a leitura é instrumento fundamental. Quando se abrem os olhos para a leitura em profundidade de rótulos e embalagens, quando se conhecem melhor seus mecanismos de sedução, é possível ficar-se um pouco mais resguardado de suas teias de envolvimento. Alunos preparados para

essa leitura serão, certamente, menos influenciáveis, consumirão com mais critério e responsabilidade. Serão menos facilmente rotulados, embalados ou seduzidos.



SEGUNDA PARTE

Se uma inovação produzida numa escola não é exportável, tal qual, para outra escola, é contudo possível explicitar, descrever, justificar e teorizar os processos que lhe deram origem, processos esses, eventualmente transferíveis. É neste sentido que se pode afirmar que o discurso pedagógico é necessariamente teórico se quiser romper com a 'receita'. Rui Canário. *ECO: um processo estratégico de mudança*. Lisboa, Instituto de Inovação Educacional, 1994 ,p. 67



CAPÍTULO I

Introdução



1.1. Quadro com temas e atividades desenvolvidas entre março e dezembro de 1999

Temas	Atividades
1. Conceito de rótulo e de embalagem (R/E)	1.1.comparação entre o conceito espontâneo que os alunos têm sobre R/E e o do dicionário
2.Classificação de R/E	2.1. Classificação de R/E segundo critérios da própria criança - justificativa
	2.2.Reclassificação de R/E
3. Consumo e cidadania	3.1.Estudo e debate: "gibi do consumidor"
4. Identificação dos elementos básicos	4.1.Descoberta empírica dos elementos presentes em R/E
	4.2. Identificação de produto, marca e fabricante
	4.3.Conhecimento de formas lingüísticas para identificação do fabricante
	4.4.Produto e fabricante
	4.5.Jogo: lugar de fabricação
	4.6.Identificação do modo de apresentação dos produtos
	4.7. Problemas envolvendo quantidades (medida utilizadas)
	4.8.Informação e problemas sobre prazo de validade
	4.9. Elementos presentes em R/E de produtos de higiene pessoal
	4.10.Estudo do código de barra
5. Tipos de textos encontrados em R/E	5.1. Receita: estudo da silhueta e do aspecto lingüístico
	5.2. Lista de ingredientes: estudo da silhueta e dos aspectos lingüísticos
	5.3. Informação e publicidade em R/E
6.PROCON	6.1.Preparo de entrevista: contatos e elaboração de perguntas
	6.2.Entrevista com funcionário do PROCON

	6.3.Elaboração de relatório da visita e entrevista
	6.4.Preenchimento de ficha do PROCON
7. Logotipos	7.1.Conceito de logotipo
	7.2.Identificação e formatos de logotipos
	7.3.Identificação de empresas e produtos através de logotipos
8. Imagens	8.1.Função da imagem nos R/E; ligação produto/imagem
	8.2. Identificação de imagens específicas: ícone de reciclável
	8.3. Identificação de imagens específicas: logotipo do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)
	8.4. Identificação de imagens específicas: ícone de jogar embalagem usada no lixo
9.Estudo do anúncio/cartaz	9.1.Definição de cartaz e anúncio
	9.2. Análise de cartazes e anúncios
	9.3.Quebra-cabeças com anúncio
	9.4. O "anúncio escondido"
	9.5. Informação e publicidade no cartaz
	9.6.Importância das cores
10. Lingüística aplicada	10.1.Identificação de elementos gramaticais nos textos de R/E
11.Criação individual	11.1Criar um produto e seu logotipo
	11.2Criar um produto e sua embalagem

Rótulos e embalagens constituíram-se no material mais presente, mais manuseado, mais estudado nas intervenções. Coletado por alunos, pais, professores e pela pesquisadora, foram objeto de leitura, análise, interpretação em praticamente todas as oportunidades de contato pesquisadora/professora/alunos. Como todo material novo colocado diante do aluno, para estudo, a esse também foi dado um tempo para a necessária familiarização, agora na condição de portador de texto. Depois da manipulação sem nenhuma finalidade a não ser a de estabelecer contato e familiaridade com algo diferente, na sala de aula, passou-se a sistematizar algumas regras para o seu aproveitamento didático.

A seqüência foi estabelecida partindo-se do aspecto geral para os componentes específicos de R/E, com a inclusão, no decorrer das sessões, de uma série dedicada ao PROCON. Os temas foram agrupados em etapas.

Primeira etapa. Temas 1 e 2. Reuniu as atividades voltadas para o primeiro contato com os suportes de texto. Achou-se interessante iniciar o estudo pelo *conceito* de rótulo e de embalagem. É importante que a escola conheça os conceitos espontâneos que as crianças trazem sobre os temas em estudo, antes de apresentar o conceito "oficial" ou científico. Por essa razão, iniciou-se o estudo com essa atividade, ouvindo-se primeiro a classe.

Verificada a enorme variedade de tipos de R/E considerou-se de interesse fazer classificações, levando em conta vários critérios. O fato de classificar os R/E recolhidos pela classe proporcionaria maior contato com eles e o desenvolvimento de capacidades que as classificações exigem.

Segunda etapa. Tema 3: consumo e cidadania. Um gibi informativo, recebido da Associação Brasileira de Anunciantes também foi assunto de intervenção. O material foi explorado através de leitura e interpretação minuciosas, em atividade muito apreciada pelos alunos. Procurou-se enfatizar na oportunidade a cidadania, o espírito crítico como consumidor, a aproximação com o tema transversal consumo. A colocação deste material logo no início das atividades justificou-se pela oportunidade do recebimento (março é o mês do consumidor) pelas noções amplas desenvolvidas na questão dos direitos do consumidor, idéia que embasaria todo o trabalho. Desta maneira, não se estaria fazendo uma série de atividades mecânicas, mas desenvolvendo a idéia de cidadania.

Terceira etapa. Tema 4: abrangeu a identificação dos elementos básicos de R/E. Todo o trabalho teve também como objetivo despertar a consciência da função social dos rótulos e embalagens: a criança os lê para saber escolher um produto; para observar prazos de validade; para não ser enganada por pesos diferentes nem por embalagens chamativas e atraentes. Procurou-se contribuir para que os alunos, tendo percebido a importância do consumo criterioso e diante do apelo das embalagens elaboradas, tivessem delas um



conhecimento mais profundo e não agissem apenas como consumidores indefesos, embalados, rotulados e seduzidos por peritos em marketing, mas que fizessem, o mais possível, escolhas de consumo pensadas e refletidas.

Quarta etapa. Tema 5: salientou-se nesta etapa a presença de alguns tipos de texto que aparecem em R/E, como as receitas e listas de ingredientes. Coerentes com a orientação dos PCNs para que sejam trabalhados diferentes tipos de texto na escola, aproveitou-se o ensejo para destacar as características de organização destes textos em especial.

Procurou-se sempre iniciar o trabalho com uma leitura atenta do texto a ser estudado. Por ocasião da pesquisa para o mestrado, uma das conclusões foi exatamente a de faltar a professores e alunos esse passo, que mostra os elementos próprios presentes em cada tipo de texto, detectáveis numa leitura criteriosa. A estrutura do texto, sua diagramação própria, sua linguagem específica são ignoradas - uma professora pediu aos alunos que *ouvissem* com atenção as propagandas na TV para depois escrever textos publicitários em classe, fazendo o aluno acreditar que a publicidade escrita e a audio-visual têm a mesma estrutura.

A leitura foi sempre complementada por estudo da estrutura do texto em questão, de sua linguagem e diagramação, ocorrendo muitas vezes a elaboração de texto ou material semelhante pelo aluno. Neste caso, o material a ser utilizado foi preparado previamente pela pesquisadora, para organizar racional e visualmente a folha de exercício, como já foi esclarecido.

Quinta etapa. Tema 6: o PROCON, órgão de defesa do consumidos, foi objetivo da pesquisa, ao colocar este tema intercalado ao estudo sistemático de R/E diversificar um pouco o trabalho, para evitar a fadiga ou desinteresse dos alunos. Além disso, procurou-se fazer sempre a ligação dos estudos de exploração de R/E com a questão da cidadania, que o PROCON representa com clareza, como defensor dos consumidores. Ouviu-se a palavra do representante desse órgão de defesa do consumidor, em entrevista preparada para esse fim. Na ocasião, os direitos do consumidor vieram à escola, depois de estarem na mídia radiofônica, escrita e televisiva como tema da moda.

Sexta etapa. Temas 7 e 8: o trabalho com elementos não verbais. Além dos elementos verbais havia toda a descoberta dos elementos não-verbais - imagens e cores - e sua importância. Logotipos, imagens, a estrutura do cartaz foram, portanto, abordados em atividades. A essa parte foi dedicada a maior parte das intervenções, uma vez que, bem realizada, ela proporcionaria aos alunos uma visão geral e detalhada dos elementos básicos encontrados em R/E. Esse estudo dos recursos não verbais foi feito de maneira sistemática, uma vez que se constituem em elementos poderosos de persuasão quando ligados ao texto escrito. Uma leitura completa de R/E não pode prescindir da atenção dada ao conjunto elaborado pelos *designers* para atrair nosso olhar e nossa escolha.

Iniciou-se pelo estudo dos logotipos, sobejamente conhecidos pelos alunos e ampliou-se para o estudo do cartaz, associado à organização espacial dos R/E, uma vez que eles podem ser considerados mini cartazes sobre cujo espaço há toda uma teorização de ocupação com elementos verbais e não verbais.

Sétima etapa. Tema 10: lingüística aplicada. Sabendo que os professores se sentem mais confortáveis quando o estudo de Língua Portuguesa inclui algumas noções gramaticais, foi elaborada uma folha de exercícios com a finalidade de uma certa sistematização sobre a identificação de substantivos, adjetivos e verbos em frases encontradas em textos de R/E, de modo a servir de parâmetro para outras experiências.

Oitava etapa. Tema 11: criação individual. Foi proposto aos alunos que criassem um rótulo ou uma embalagem para um produto fictício. Além do estímulo à criatividade, esta atividade serviu para avaliar globalmente toda a série de intervenções, uma vez que os alunos puderam demonstrar, através dela, o que tinham aprendido sobre a presença e colocação dos elementos verbais e não verbais em R/E.



1.2. Fases no trabalho com cada atividade

Para informar o leitor sobre o desenvolvimento de cada atividade, apresentamos em seguida a sequência obedecida na descrição de cada uma delas.

1.2.1. Apresentação

Abrimos a apresentação com um quadro onde constam:

- o tema e atividades específicas relacionadas ao tema;
- objetivos (só os específicos, uma vez que os gerais, já expostos e detalhados no item 1.7 do capítulo I, repetiram-se em quase todas as atividades). Só foram indicados os objetivos gerais quando necessários à maior compreensão da atividade.

1.2.2. Fases do encaminhamento da atividade.

Esta talvez tenha se constituído na parte mais importante de todo o trabalho, uma vez que a tarefa de transformar o conhecimento em atividades didaticamente assimiláveis é o cerne do ofício do professor. É necessário muito esforço para que as atividades se constituam em momentos enriquecedores e prazerosos, além de instrutivas.

As sessões foram organizadas de modo a que fossem trabalhadas algumas das competências da profissão de educador:

organizar e estimular situações de aprendizagem; gerar a progressão das aprendizagens; conceber e fazer com que os dispositivos de diferenciação evoluam; envolver os alunos em suas aprendizagens e no trabalho; trabalhar em equipe, entre outras. (Perrenoud, 2001, p. 9).

Cada classe apresenta características próprias, cada atividade pode provocar reações diferenciadas. Enfim, em cada aula, é preciso

controlar uma ampla gama de situações e procedimentos de aprendizagem, levando em conta a diversidade dos aprendizes. Essas últimas práticas exigem competências muito mais apuradas, provenientes tanto da didática quanto da gestão de classe. (Perrenoud, 2001, p. 10).

A competência em ensinar envolve diversos fatores. Perrenoud escreve que é preciso reconhecer que os professores têm competências profissionais que vão além do domínio do conteúdo de suas disciplinas e que hoje é preciso que eles possuam competências que antes eram exigidas apenas daqueles que “precisavam lidar com públicos mais difíceis” (Perrenoud, 2001, p.10)

À preocupação em oferecer aos alunos um aprendizado prazeroso juntou-se a de possibilitar, sempre que possível, condições de trabalho em grupo. Já é sabido, a partir dos estudos de Vygostky, que o trabalho em equipe traz resultados positivos não só no crescimento do grupo em si como no desenvolvimento individual. A interação estabelecida entre pares, como ocorre nos grupos de alunos da mesma faixa etária e mesmo nível de escolaridade pode tornar mais rápido e intenso o entendimento. Além disso, no grupo se aprende a obedecer regras, a assumir, alternar e desempenhar papéis diferenciados, se atua como parceiro, aprendem-se padrões de comportamento, troca-se afeto, responsabilidade, alegrias nos acertos, ajuda nas dificuldades. O trabalho em grupo é também momento de exercitação da linguagem oral, da capacidade de ouvir o outro, de respeitar pontos de vista contrários, trocar experiências, esperar a vez de falar.

Essas habilidades não surgem prontas nos grupos, mas são fruto de um treino continuado. A interação é prática a ser conseguida com vivência de grupo para resolver problemas, buscar alternativas, repartir sucessos e malogros.

Foi intenção deste estudo deixar detalhadas as fases de encaminhamento de cada atividade, de modo a servir de roteiro para algum professor interessado. Essa preocupação, no entanto, não impedirá que cada profissional, dentro de seus objetivos específicos e das situações peculiares de seu trabalho, faça uso delas a seu modo. O que se pretendeu é que, tendo os professores se apropriado desse saber, possam, usando aos “conhecimentos relativos ao ofício”, “transformá-los em saberes operacionais” (Hadji, 2001, p. 13).

O número de fases foi diferente em cada atividade porque algumas exigiram mais momentos de trabalho para se obter uma progressão equilibrada. Ao final de cada

intervenção, havia a preocupação em resgatar o aprendizado obtido com a atividade programada. Por essa razão, todas terminavam com a pergunta: "o que aprendemos hoje?". As respostas obtidas aparecem na segunda parte do trabalho, nas considerações sobre as atividades. Sua análise demonstra qual o aproveitamento obtido com o trabalho, o ângulo pelo qual o aluno percebeu os conceitos trabalhados, até mesmo alguns sentimentos percebidos e expressos de modo espontâneo.

1.3. Avaliação da atividade

Após a apresentação da atividade em si, a pesquisa apresenta uma avaliação do trabalho através de vários aspectos: respostas adequadas ou não à pergunta sobre o aprendizado obtido, elaboração e aproveitamento das folhas de exercício, clareza e completude das ordens dos enunciados, conclusões tiradas pelos alunos, fatos novos não previstos, surgidos no desenrolar do trabalho, etc. Essa preocupação se revelou necessária uma vez que as situações eram de teste e resultados positivos e negativos poderiam ser obtidos. Desta maneira, os acertos podem ser reproduzidos e os erros evitados em outras oportunidades.

1.4 Folhas de exercício

Para a maior parte das intervenções foram elaboradas folhas de exercício para uso dos alunos. Tinham como objetivo delimitar o espaço a ser utilizado e visualizar melhor o trabalho em si e os resultados obtidos. Já tivemos ocasião, na elaboração e aplicação de trabalho de final de disciplina, no doutorado, em que trabalhamos com os recursos gráficos do jornal, de observar que muitos alunos não tinham idéia de uma adequada distribuição de elementos gráficos e escritos na folha de papel.

Ao final de cada sessão as folhas de exercício, que foram sempre xerocopiadas em número suficiente para o trabalho individual ou em grupo, foram distribuídas à classe e, depois de feitos os exercícios, foram coladas pelos alunos em seus cadernos, documentando a realização da atividade. Analisadas e avaliadas, seu estudo posterior revelou, muitas



vezes, algumas inadequações que acabaram acontecendo: quadros ficaram mal distribuídos, espaços reservados revelaram-se insuficientes, instruções ficaram incompletas, palavras ou expressões foram mal interpretadas. Consideramos tais tropeços partes integrantes de situações de teste, como as que realizamos. A sistematização das atividades em sala de aula poderá trazer contribuições valiosas para a exploração pedagógica de rótulos e embalagens e evitarão, certamente, a ocorrência de outros erros.

A análise dessas folhas, bem como a explicitação dos pontos que merecem reformulação, aparece na segunda parte do trabalho, junto à descrição e avaliação das atividades.

1.5. Cadernos de atividades

Antes do início das atividades, foi entregue aos alunos um caderno simples, tipo brochura, devidamente encapado, identificado com uma etiqueta com o nome do aluno e a expressão "Caderno de Atividades". Este caderno foi utilizado em todas as intervenções e foi mantido no armário da sala de aula, para que não houvesse problema de perda ou esquecimento em casa. Terminada esta tese, os cadernos serão devolvidos aos alunos.

Capítulo II

Descrição e análise das atividades realizadas



As atividades previstas foram aplicadas tendo-se muito claros os pilares teóricos do trabalho e tendo-se optado por uma leitura em busca de significado. Elas procuraram sempre fazer uma leitura em profundidade de rótulos e embalagens, incorporando esses portadores de texto à prática escolar e explorando suas características particulares, de modo a deixar claro quais são as informações importantes e necessárias à cidadania e aquelas elaboradas com o fim de seduzir o comprador.

A partir de concepções diferenciadas de ensino, procurou-se determinar maneiras de operacionalizar o trabalho em sala de aula, envolvendo professora e alunos de 4º ano do primeiro ciclo do ensino fundamental. A sistemática de trabalho, fruto de experimentação constante, criada e experienciada no decorrer da pesquisa, foi aquela tida como mais adequada a esse tipo de texto, tendo como ponto de partida as orientações teóricas de Jolibert, Chartier, Tisset e Leon e Litto, já enunciadas. Todas elas pressupõem atividade da criança, numa abordagem dinâmica de ensino de leitura.

Os alunos receberam muito bem todas as atividades propostas; acolheram sempre com simpatia a oportunidade de experimentar trabalhos diferentes da rotina escolar. A maior parte dos trabalhos foi feita em grupo, para desenvolver o que Litto (1998) chama de competência interpessoal de saber participar como membro de equipe, saber exercer a liderança. Procurou-se criar um clima de camaradagem e respeito, em que as expressões orais eram estimuladas e a exposição de dúvidas podia ocorrer normalmente. Ao mesmo tempo, enfatizou-se a necessidade de saber esperar a vez de falar, para o melhor rendimento dos trabalhos.

Tema	Atividade
1. Conceito de rótulo e de embalagem (R/E).	1.1.Comparação entre o conceito espontâneo que os alunos têm sobre R/E e o do dicionário.
Objetivos Observar e manusear, separadamente, rótulos destacados de embalagens e embalagens sem os respectivos rótulos. Conceituar rótulo e embalagem.	

Fazer a distinção entre os termos e empregá-los adequadamente.

Comparar conceitos espontâneos com os dados pelo dicionário.

Material necessário

Embalagens sem os respectivos rótulos; rótulos destacados das embalagens; embalagens com rótulos impressos; caderno de atividades.

Capital de palavras

Rótulo, embalagem, conceito.

Encaminhamento

1ª fase

Os alunos receberam a atividade de forma muito espontânea, fato que ocorreu nas sessões seguintes. Foi feito o recolhimento de rótulos e embalagens solicitados e enviados pelos pais.

Foram levados para a classe elementos que pudessem fazer as crianças pensarem sobre a diferença entre rótulo e embalagem: uma lata de alumínio pequena, sem rótulo; um rótulo de uma garrafa de refrigerante solto, separado de sua embalagem; uma embalagem (caixa) de bombom com o rótulo impresso nela.

Conversou-se bastante sobre o material da sessão. Diante da pergunta se seria possível saber o que havia dentro da embalagem (a lata de alumínio), sem o rótulo, os alunos levantaram hipóteses: poderia haver “leite Moça”⁴, ervilhas, milho verde, salsichas, creme de leite, massa para docinhos. Enfim, um grande número de possibilidades. Seria difícil (quase impossível) saber, sem as informações do rótulo. Só ele pode orientar sobre o conteúdo da embalagem.

2ª fase

⁴ Nesta oportunidade falou-se um pouco sobre o fato de algumas marcas tornarem-se sinônimos do produto, no caso, leite condensado. As crianças lembraram-se de outros, já tratados pela professora, como “gilete”, “brama” “bom bril”, etc.

A seguir, através de perguntas e respostas orais, obteve-se, junto à classe, as definições para rótulos e embalagens. As crianças participaram, falaram muito, defenderam suas convicções. Incentivou-se a participação de todos, principalmente dos mais tímidos, para que expusessem seus pontos de vista. O resultado final foi obtido com a síntese do que as crianças tinham descoberto, atingindo-se, portanto, os objetivos de conceituar rótulo e embalagem, fazer a distinção entre os termos e empregá-los adequadamente. As definições foram ditadas pela classe e colocadas na lousa, para que todos copiassem no caderno de atividades e foram as seguintes:

Embalagens: são latas, caixas, vidros, envelopes, sacos, copos, que contêm algum produto ou alguns produtos.

Rótulos: são partes da embalagem que indicam o que ela contém.

Durante a cópia e ao final houve verificação da grafia das palavras. Quando havia erro, pedia-se às crianças que verificassem a diferença entre o que elas escreviam e o modelo na lousa. Essa preocupação repetiu-se em todas as fases do trabalho e em todas as intervenções.

3ª fase

A seguir foi sugerido às crianças que confrontassem as definições obtidas pela classe com as de dois dicionários usados normalmente nas aulas: um de José Celso Luft e outro de Aurélio Buarque de Holanda. Como havia poucos dicionários, cada grupo trabalhou com um só. As crianças procuraram o significado – algumas ainda tinham dificuldade com a ordem alfabética, apesar de utilizarem muito o dicionário em sala de aula – e foram ajudados pelos companheiros de grupo. Os mais rápidos muitas vezes ficavam impacientes com a demora em se encontrar o significado, mas acabavam por esperar que o grupo, como um todo, encontrasse o que era pedido.



Foram colocados na lousa conceitos, um de cada vez, de acordo com os dois dicionários. A conceituação oficial ficou assim:

embalagem: *empacotamento; acondicionamento (Luft);*

ato ou efeito de embalar; invólucro (Aurélio)

rótulo: *etiqueta colocada nas embalagens e frascos com o nome, marca e outras indicações sobre o produto (Luft);*

papel que se cola sobre as embalagens e recipientes, com indicação sobre o conteúdo. (Aurélio)

As crianças ficaram muito satisfeitas ao verificar que os conceitos ou definições dados por elas não diferiam muito daquela obtida através da consulta aos dicionários. Podiam variar as palavras, mas a idéia era a mesma. As definições, tanto as obtidas em classe como as dos dicionários foram copiadas no caderno próprio.

Algumas palavras foram selecionadas para fazer parte do capital de palavras novas, como sendo específicas desse tipo de suporte textual, surgidas da leitura ou da atividade em si: nesta, selecionamos "rótulo, embalagem, conceito", que foram lidas, comentadas e copiadas no caderno de classe destinado a atividades de língua portuguesa, como um pequeno dicionário, que aumentava a cada intervenção.

4ª fase

A pergunta "o que aprendemos hoje", que finalizou todas as intervenções, procurou sempre resgatar o processo de aprendizagem ocorrido, do ponto de vista da criança, para conhecimento dela própria e da pesquisadora. Ela dá também uma exata noção de quais aspectos foram mais compreendidos pelas crianças e aqueles que apresentaram maior dificuldade. É o que se pode observar nas respostas abaixo:

Hoje aprendemos a diferenciar a embalagem do rótulo.

Aprendemos bastante palavras diferentes e ficamos sabendo que a mesma palavra pode ter mais de um significado.

Ficamos felizes em saber que nossa definição não estava errada, estava um pouco de acordo com a definição do dicionário.

Aprendemos hoje a diferença de embalagem e rótulo este trabalho hoje foi super legal.

Avaliação

Esta atividade inicial foi muito importante no sentido de preparar a classe para as demais intervenções e dar a elas uma noção sobre o tipo de trabalho que seria realizado durante o ano. Não houve nenhum caso de indisciplina ou má-vontade frente a ela.

A capacidade mais enfatizada foi a de falar, organizando idéias e a comunicação delas. Além dessa, as crianças foram levadas a pensar criticamente, combinando idéias - no caso de verificar semelhanças e diferenças entre o conceito que traziam e os do dicionário.

Para que isso ocorresse, foram criadas condições para que os grupos trabalhassem em harmonia, com muita troca de opiniões; quando necessário, as professoras atendiam os grupos no sentido de evitar a monopolização da discussão por alguma criança mais falante, permitindo a participação dos mais tímidos.

Tanto nessa como nas demais intervenções, a atitude da pesquisadora e da professora foi sempre a de não dar as respostas, esperando que as crianças se expressassem, lançassem hipóteses, trocassem idéias nos grupos e no grupo-classe.

Nesse ponto de vista, a avaliação da atividade não se deu apenas na cópia sem erros ou no fato de se evitar o erro de cópia. Os conceitos iniciais, incompletos, fragmentados, não foram nunca considerados errados, mas exatamente incompletos, carentes de maior definição. As tentativas de conceituação foram sempre bem vindas, no sentido de que, do conjunto de todas as participações se chegasse a um conceito mais completo pela observação, pelo raciocínio, pelas experiências anteriores das crianças com o material em questão.



É importante ressaltar que a riqueza da troca de idéias se perde na transposição do trabalho num relatório, por mais pormenorizado que ele seja. Esta observação vale para todas as demais intervenções. Apesar de terem sido gravadas algumas, no tipo de pesquisa que se propôs a fazer não houve como registrar os rostos concentrados, a mão erguida para indicar a vontade de falar, a alegria de confrontar o conceito obtido entre os alunos e o do dicionário.

Considera-se que a atividade transcorreu bem, atingindo os objetivos propostos (utilizar a linguagem oral com eficácia, adequando-a a intenções e situações comunicativas que requeiram a coerência na defesa de pontos de vista e na apresentação de argumentos; demonstrar interesse por ouvir e manifestar sentimentos, experiências, idéias e opiniões; demonstrar segurança na defesa de argumentos próprios e flexibilidade para modificá-los, quando for o caso), além de comparar conceitos espontâneos com os dados pelo dicionário e localizar, compreender e interpretar informações através da leitura. Quando as crianças são estimuladas com atividades diferenciadas, com objetivos definidos, organizadas com material interessante, sua participação é sempre entusiasta, espontânea.

Tema	Atividades
2. Classificação de R/E.	2.1. Classificação de R/E segundo critérios da própria criança – justificativa.
	2.2. Reclassificação de R/E.
Objetivo Classificar rótulos e embalagens usando critérios vários.	
Material necessário Embalagens variadas, coletadas pelas crianças e pelas professoras; caderno de atividades; folhas de exercício a serem preenchidas.	
Capital de palavras Classificação, reciclável.	

Encaminhamento

1ª fase

As crianças trabalharam em grupos. Foram distribuídas várias embalagens e rótulos entre eles, de maneira aleatória, sem preocupação com o tipo ou a quantidade de material para cada um. Como a distribuição foi feita por volume as quantidades foram diferentes, pois rótulos isolados ocupam menos espaço que embalagens maiores.

Num primeiro momento as crianças manusearam o material recebido por aproximadamente dez minutos. Todos os grupos receberam quantidade suficiente para trabalhar e esta primeira etapa foi de manuseio e reconhecimento do que tinham.

2ª fase

Para trabalhar a habilidade de classificação foi sugerido aos grupos que separassem o material recebido, da maneira que achassem mais interessante. Diante das dúvidas de alguns grupos, explicou-se o que se pretendia: se lhes fosse pedido que guardassem o material em gavetas, como fariam para separá-los, para saber onde estariam e encontrá-los depois, sem dificuldades.

A fase exploratória do material, que incluiu a leitura de R/E, foi essencial para o prosseguimento do trabalho, para procurar os critérios de separação. É importante ressaltar que tudo foi feito entre discussões acaloradas, nas quais foi possível começar a conhecer os mais tímidos, os mais convincentes, os que raciocinam em silêncio e os que o fazem verbalizando todas as etapas. Há os que ficam amuados quando suas opiniões não são aceitas, os que ameaçam partir para a agressão para impor suas idéias. Estando atento, percorrendo sempre todos os grupos, pode-se evitar a monopolização dos mais falantes e mais agressivos sobre os mais introvertidos e pacíficos.

Dado um certo tempo, as separações foram concluídas, baseadas em critérios estabelecidos pelo grupo. Alguns grupos realizaram muito rapidamente a tarefa, outros tiveram mais dificuldade, pois trata-se de encontrar conexões entre idéias (ou, como no



caso, entre objetos) aparentemente sem relação. A maior delas foi certamente a de terem encontrado, num primeiro momento, critérios que não abrangiam a totalidade do material recebido.

Um dos grupos usou, por exemplo, a separação entre “o que se guarda na geladeira” e “o que se guarda no armário”, mas as discussões levaram-no a desistir dela pois há muitos produtos que pode-se ou não comer gelado. Alguns argumentavam que biscoito, por exemplo, pode-se guardar na geladeira (por causa das formigas); o refrigerante, que parecia ser unanimidade, despertou dúvidas: e quando estamos resfriados?

Após muita discussão, avaliando e escolhendo as melhores alternativas, os grupos chegaram às seguintes classificações:

Grupo 1: *produtos de limpeza, coisas de comer, coisas de beber, coisas de usar (na casa).*

Grupo 2 : *produtos guardados na cozinha; produtos guardados no banheiro.*

Grupo 3 *produtos alimentícios; produtos de higiene; remédios; brinquedos.*

Grupo 4 : *produtos alimentícios; produtos de higiene; remédios e utensílios.*

Grupo 5 *produtos alimentícios; produtos de higiene; remédios; peças de bicicleta.*

Os alunos colaram a folha preenchida no caderno, de modo a facilitar o manuseio e visualização. Um exemplo de folha preenchida segue abaixo:

EE. Dr. Getúlio Vargas
 Grupo nº 1 Data: 13/05/1999
 Participantes: Vinicius, Juliana, Maria
Eloize, Glorria, Regiane.

Escreva na coluna 2 quantos rótulos e embalagens o grupo recebeu
 Escreva na coluna 3 a classificação que o grupo fez

1. Número do grupo	2. Quantos R/E	3. Classificação do grupo
grupo 1	35	Produtos de limpeza coisas de cômodos coisas de beber coisas de usar
grupo 2	19	Produtos guardados na cozinha produtos guardados no banheiro
grupo 3	47	Produtos alimentícios produtos de higiene remédios
grupo 4	26	brinquedos produtos alimentícios produtos de higiene remédios
grupo 5	17	utensílios produtos alimentícios produtos de higiene remédios peça de bicicleta

3ª fase

As crianças ficaram muito interessadas nos critérios encontrados pelos colegas. A troca de idéias entre os grupos possibilitou-lhes cumprir a segunda parte da tarefa, que era a de refazer a separação, usando outros e diferentes critérios, também encontrados por eles próprios. Ficaram muito alvoroçadas com a possibilidade de mudar e partiram rapidamente para amontoar novamente o material e reclassificá-lo.

A maioria dos grupos entendeu rapidamente a proposta; apenas um deles precisou ser auxiliado pelos demais, uma vez que não conseguia encontrar novos critérios que abrangessem todos os materiais que haviam recebido e tendo em vista que a proposta era de que não se usasse novamente os critérios da primeira seleção.

A segunda classificação trouxe os seguintes resultados: um dos grupos conseguiu colocar todos os R/E recebidos num só conjunto. Quando solicitado a justificar-se disse que todo o material era composto de materiais *recicláveis*, formando, portanto, um só bloco de materiais. Os demais grupos classificaram os R/E recebidos usando como critérios a *cor*, o *material utilizado* (dois grupos) e a distinção entre *rótulo/embalagem*, aprendida na aula anterior.

Novamente os grupos foram convidados a verbalizar para a classe os critérios utilizados. À medida que os grupos falavam, foi sendo riscado e preenchido na lousa um quadro idêntico à folha-tarefa que os alunos deveriam preencher. Uma vez completo, os alunos passaram a copiá-lo nas folhas recebidas, enquanto a pesquisadora e a professora percorriam a sala. Os erros notados eram mostrados para que a criança conferisse sua escrita com o escrito da lousa.

Pediu-se aos alunos que prestassem atenção e copiassem, separadamente, as palavras *classificação* e *reciclável*, surgidas durante a atividade, para integrar o capital de palavras novas.



4ª fase

À pergunta: “o que aprendemos hoje?” Angélica respondeu:

Hoje aprendemos o que é rótulo, aprendemos também a dividi-los de várias maneiras.

Eu achei muito legal a maneira que meus colegas dividiram.

Juliana respondeu:

Hoje aprendemos mais sobre rótulos e embalagens, aprendemos a separar rótulos e embalagens de várias maneiras.

Avaliação

Os objetivos específicos desta atividade: localizar, compreender, interpretar informações para executar tarefas através da leitura, utilizar a linguagem oral com eficácia, adequando-a a intenções e situações comunicativas que requeiram a coerência na defesa dos pontos de vista e na apresentação de argumentos, demonstrar interesse por ouvir e manifestar sentimentos, experiências, idéias e opiniões, segurança na defesa de argumentos próprios e flexibilidade para modificá-los, quando for o caso, organizar idéias, comunicar mensagens orais apropriadas, participar de discussão em grupo, estabelecer classificações feitas usando critérios vários e resolver o problema de descobrir uma regra ou princípio latente na relação entre dois ou mais objetos, parecem ter sido atingidos pela maioria dos alunos.

O trabalho ocorreu em meio a grande entusiasmo e participação das crianças. As classificações foram elaboradas depois de grandes discussões e troca de opiniões entre elas. Foi permitido que as crianças se expressassem livremente e encontrassem seus critérios de classificação sem interferência da pesquisadora ou da professora da classe.

As tarefas de classificar permitiram que as crianças trabalhassem, ao mesmo tempo, atividade de linguagem oral (discussão, verbalização dos critérios adotados), leitura (os R/E



precisavam ser conhecidos antes da classificação), escrita (na transposição para a ficha preparada) e matemática (classificar é atividade proposta nessa disciplina, como modo de desenvolver raciocínio lógico).

Ao mesmo tempo, ao permitir que as crianças trabalhem em grupo, encontrem e justifiquem seus próprios critérios, dá-se a elas a oportunidade de construir seu próprio conhecimento. O trabalho do professor é, no caso, organizar as situações de aprendizagem, de modo a permitir e facilitar a aquisição do conhecimento.

A professora regente, Marisa Nicolino, mostrou-se entusiasmada pela atividade: naquela mesma semana ela estava trabalhando com a questão de orçamento doméstico, renda familiar, gastos com alimentação. Com a atividade feita, os alunos estavam tendo uma nova oportunidade de reflexão, proporcionada pelo manuseio de rótulos e embalagens. Os produtos, alguns mais sofisticados, em embalagens mais atraentes, e mais caros, precisam ser avaliados antes de serem ou não incluídos na despesa doméstica.

Outra observação pertinente refere-se ao critério de reclassificação encontrado pelo grupo 1. A questão de reciclável ou não-reciclável está ligada à embalagem em si e não ao produto que ela contém. As demais classificações foram feitas tendo em vista o produto contido na embalagem. Como não se havia instituído a obrigatoriedade de se utilizar como referencial o produto ou a embalagem em si, a classificação do grupo foi considerada aceitável.

Tema	Atividade
3. Consumo e cidadania	3.1. Estudo e debate: "Gibi do Consumidor"
Objetivos Introduzir os alunos no exercício de um aspecto da cidadania. Ler com atenção o Gibi do Consumidor. Relacionar e discutir os direitos do consumidor, expressos nele.	
Material necessário Gibis do Consumidor, distribuídos pela Associação Brasileira de Anunciantes, caderno	

de atividades.

Capital de palavras

Clientes, produtos, fornecedores, consumidor, shopping, tá? Sacou? Dançou.

Encaminhamento

1ª fase

O trabalho do dia foi todo realizado tendo como base o “*Gibi sobre os Direitos do Consumidor*”. Este material chegou às mãos dos leitores do jornal *O Estado de S. Paulo* de 15 de março de 1999, em forma de encarte, elaborado pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA). Em contato telefônico com o jornal obteve-se a informação de que havia material excedente, em poder da ABA, que se prontificou a enviar 30 exemplares para serem usados em classe. Um exemplar desse material constitui o anexo 4.

O trabalho foi iniciado pela leitura atenta do gibi. Discutiu-se o sentido de algumas palavras. De modo geral o entendimento foi muito bom. O texto é bem simples, apelando muitas vezes para gírias (“mano”, “ficar esperto”, “você dança”, “sacou?”, “legal”) e transcrição da fala (“tá”). Depois da leitura, em conjunto com a classe, foi feita a relação dos direitos do consumidor expressos no gibi., objetivo específico desta atividade. A classe levantou os seguintes pontos:

Direitos do Consumidor:

- *ter garantia de conserto ou troca se o produto apresentar defeito, desde que haja nota fiscal;*
- *ver funcionando o produto antes de comprar;*
- *saber o prazo de validade do produto;*
- *receber o troco completo em dinheiro;*
- *pesquisar o preço em vários estabelecimentos;*
- *não aceitar produtos ou embalagens estragados;*
- *reclamar da propaganda enganosa;*

- *comunicar-se com as empresas através do Serviço de Atendimento ao Consumidor(SAC);*
- *saber exatamente o que há dentro da embalagem.*

Conversando sobre o texto, sobre os direitos que ele lista, organizando idéias e comunicando-as, participando em conversação, contribui-se para o exercício da cidadania. Os alunos contaram algumas experiências suas como consumidores - compras de produtos com defeito, tentativas de reparação. No início da atividade haviam sido explicados os conceitos de “produtor”, “fornecedor” e “consumidor”.

Explicou-se também que, como o texto foi elaborado por uma associação de anunciantes, a relação cliente/fornecedor/produtor está colocada como muito tranqüila e respeitosa, o que nem sempre é verdade. Muitas vezes o consumidor é lesado em seus direitos e nem sempre os reivindica, por desconhecimento.

Na última página do gibi havia uma série de 34 logotipos de várias empresas, patrocinadoras da publicação. As crianças reconheceram-nos, sabiam os produtos que as empresas fabricavam, excetuando-se os das firmas J. Macedo e Refinações de Milho Brasil.

Sobre o aspecto formal do texto tentamos estabelecer o motivo do uso de uma linguagem mais informal, com termos de gíria, palavras e expressões estrangeiras (“shopping”, “ok”): maior comunicação, mais entendimento por parte dos leitores. Os alunos listaram algumas palavras, consideradas “especiais”, para o capital de palavras: ok, shopping, você “dança”, “sacou?”. Além dessas, anotaram outros termos: clientes, produtos, fornecedores, consumidor.

2ª fase

Embora a pergunta “O que aprendemos hoje?” pudesse ser respondida em casa, alguns alunos apressaram-se em respondê-la, como Rafael, que escreveu:

“Aprendemos hoje que tem propaganda enganosa que faz as pessoas ficarem pensando que o cabelo vai ficar igual ao da mulher que aparece na propaganda de um shampoo e aprendemos palavras especiais”

A aluna Angélica respondeu:

“Hoje aprendemos muita coisa. Aprendemos muitos direitos do consumidor”.

Aprendemos gírias e até palavras estrangeiras.

A aula de hoje foi muito interessante, pois sempre aprendemos muitas palavras diferentes”.

O material usado foi recolhido para ser para ser usado na outra classe da professora Marisa Nicolino. Um exemplar do gibi está anexado ao trabalho, para leitura em detalhes.

As palavras selecionadas para o capital de palavras foram relidas, analisadas e copiadas no final do caderno de atividades: clientes, produtos, fornecedores, consumidor, shopping, tá? Sacou? Dançou

Avaliação

Pode-se considerar que a atividade alcançou o objetivo que se propunha: a leitura foi feita em profundidade, propiciou debates, lembrou experiências pessoais, esclareceu conceitos. Serviu também como aumento de informações para as crianças, pois muitas, além de obterem dados importantes sobre seus direitos como consumidor - cidadania - também puderam se inteirar do visual e do funcionamento de um shopping-center, que não existe na cidade.

Além disso, objetivos dos PCN e competências arroladas por Litto foram alcançados: compreender o sentido das mensagens escritas de que se é destinatário indireto, desenvolvendo a sensibilidade para reconhecer a intencionalidade implícita e conteúdos discriminatórios ou persuasivos; localizar, compreender e interpretar informação escrita, determinando a idéia principal; interesse, iniciativa e autonomia para ler texto informativo, interesse em compartilhar opiniões, idéias e preferências sobre leituras realizadas; utilizar a

linguagem oral com eficácia, adequando-a a uma situação comunicativa em que foram utilizadas a defesa de pontos de vista e a apresentação de argumentos, demonstrando segurança na defesa de argumentos próprios e flexibilidade para modificá-los, se fosse o caso.

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.1. Descoberta empírica dos elementos presentes em R/E.
Objetivos Identificar elementos verbais e não verbais presentes em rótulos e embalagens. Ler o verbal e o não verbal.	
Material necessário Embalagens variadas, coletadas pelas crianças e pelas professoras, caderno de atividades; folhas de exercício a serem preenchidas.	
Capital de palavras Ingredientes, prazo, código de barra.	

Encaminhamento

1ª fase

Neste exercício procurou-se detectar o que os alunos já identificam e notam nos R/E, através da leitura atenta em grupo, sem que se chamasse a atenção para nenhum detalhe em especial.

A classe foi dividida em grupos, cada um escolhendo um R/E: uma embalagem de cereal (grupo 1), uma de açúcar (grupo 2), uma de aveia (grupo 3), uma de pipoca pronta (grupo 4) uma de refrigerante (grupo 5) e uma de amido de milho - maisena- (grupo 6). Num primeiro momento, os grupos fizeram a leitura do rótulo ou embalagem recebido, para levantar os elementos presentes neles. Houve intensa discussão entre os integrantes.

Percorreu-se a sala e deu-se assistência aos grupos, tirou-se dúvidas, promoveu-se a busca do consenso, quando possível.

2ª fase

Esgotado o tempo necessário para a leitura dos R/E, os grupos foram ouvidos, em ordem, para que dissessem à classe o elemento que haviam identificado. A cada elemento encontrado por um grupo - como a marca, o fabricante, a data de validade, etc. -, os demais grupos verificavam a presença dele no R/E que tinham recebido. Na lousa foi riscado um quadro correspondente à folha de exercícios recebida pela classe. À medida que se preenchia o quadro na lousa, as crianças faziam o mesmo na folha que receberam, utilizando X ou traço. A folha do dia segue abaixo.



EE *De Polígrafo Unesp*

GRUPO

PARTICIPANTES *Wagner, Wagner, Wagner*DATA *19/08/1999*

O que encontramos em rótulos e embalagens

	Grupo 1 produto sacado	Grupo 2 produto sacado	Grupo 3 produto sacado	Grupo 4 produto pipoca	Grupo 5 produto sacado	Grupo 6 produto sacado
<i>ingredientes</i>	X	—	X	X	X	—
<i>quantidade</i>	X	X	X	X	X	X
<i>data de validade</i>	X	—	X	X	X	X
<i>origem do produto</i>	X	X	X	X	X	X
<i>informações adicionais</i>	—	—	—	X	X	X
<i>tipo de embalagem</i>	X	X	X	X	X	X
<i>marca</i>	X	X	X	X	X	X
SAC	X	—	X	X	X	X
<i>ingredientes</i>	X	—	X	X	—	X
<i>composição nutricional</i>	X	—	X	X	—	—
<i>fabricante</i>	X	X	X	X	X	X
<i>destino</i>	—	—	X	—	—	X
<i>informações adicionais</i>	X	X	X	X	X	X

55. A lista obtida revela a ordem de reconhecimento dos elementos e foi a seguinte:

ingredientes	quantidades
desenho/imagem	símbolo de reciclável
prazo de validade	marca
SAC	logotipo
composição nutricional	fabricante
receitas	código de barra
inscrição de indústria brasileira	

No levantamento dos elementos presentes nos R/E analisados e através do preenchimento da folha-tarefa, os alunos notaram que havia alguns mais constantes, presentes em todos eles, como "quantidade", "prazo de validade", "marca", "fabricante", "código de barra" e a inscrição "indústria brasileira". Outros elementos, apesar de importantes, não apareciam em todos, como a composição nutricional. A própria colocação dos ingredientes - fundamental em se tratando de alimentos - não aparecia em duas embalagens.

No início as crianças encararam a atividade como uma competição, procurando mostrar para os colegas elementos mais estranhos, pouco comuns, como o símbolo de reciclável, enquanto que outros elementos, mais corriqueiros - marca, fabricante - foram deixados para rodadas posteriores.

Foi de se notar o desapontamento do grupo nº 2, que leu uma embalagem de açúcar. Como se pôde observar, os produtos da cesta básica, de modo geral (arroz, feijão, farinha, sal, açúcar, óleo, sabão, fubá, entre outros) possuem embalagens simples, sem cores chamativas ou desenhos atraentes. Limitam-se a escrever nelas o essencial. Foi o que se notou: a embalagem analisada pelo grupo 2 trazia estampada a quantidade, o código de barra, o prazo de validade, a marca, o nome do fabricante e a inscrição "indústria brasileira". Como no início as crianças encararam a atividade como competição, o grupo se sentiu "lesado" pela ausência de elementos mais atrativos.

As palavras selecionadas para o capital de palavras foram relidas, analisadas e copiadas no final do caderno de atividades: ingredientes, prazo, código de barra.

3ª fase

A atividade foi encerrada com a questão: “o que aprendemos hoje”?, que obteve respostas como:

Eu aprendi que alguns rótulos e embalagens têm informações que outros não têm.

Aprendemos hoje a encontrar em um rótulo ou embalagem ingredientes, quantidades, desenhos, imagens, símbolo de reciclável, marca, SAC, logotipo, composição nutricional, fabricante, receita, código de barra e indústria brasileira.

Avaliação

Esta atividade foi importante para fixar o olhar da criança para os elementos gráficos e visuais que compõem uma embalagem, exercitando assim a capacidade de localizar, compreender e interpretar informações. Uma constatação flagrante é a de que muitos R/E são “poluídos visualmente”, com excesso de informações e propaganda, tornando difícil a leitura de dados essenciais ao consumidor. O objetivo específico da atividade - identificar elementos verbais e não verbais presentes em R/E, através da leitura atenta - parece ter sido alcançado plenamente.

A identificação dos elementos verbais e não verbais ocorreu no grupo, através da leitura - para obter a compreensão do sentido de mensagens escritas, que desenvolve sensibilidade para reconhecer a intencionalidade implícita e conteúdos persuasivos, no caso de rótulos e embalagens.

A atividade transcorreu como prevista e seus objetivos foram atingidos, uma vez que as crianças foram capazes de ler os R/E e encontrar os elementos mais visíveis neles colocados. O importante foi que a informação total (da aula) foi obtida coletivamente, pois a informação dos diversos grupos foi sendo acrescentada aos dados obtidos por cada grupo



em separado. Trabalhou-se, portanto, com a competência interpessoal de trabalhar cooperativamente com outros, contribuindo para o grupo com idéias, sugestões e esforço, valorizando-se a cooperação como forma de dar qualidade aos intercâmbios comunicativos. A atitude de preocupação com a comunicação nos intercâmbios, fazer-se entender e procurar entender os outros foi também muito enfatizada nessa oportunidade.

Uma ressalva precisa ser feita em relação à folha de exercício apresentada aos alunos. A divisão dos espaços poderia ter ficado melhor, se se tivesse deixado espaço maior para a primeira coluna (elementos identificados). As demais colunas poderiam ser menores, uma vez que o espaço necessário era apenas para a colocação de um X.

Tema	Atividades
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.2. Identificação de produto, marca e fabricante. 4.3. Conhecimento das fórmulas lingüísticas para identificação do fabricante.
Objetivos Identificar elementos presentes em rótulos e embalagens: produto, marca e fabricante. Identificar as formas lingüísticas específicas de escrita para cada elemento.	
Material necessário Embalagens variadas, coletadas pelas crianças e pelas professoras, caderno de atividades, folhas de exercício a serem preenchidas.	
Capital de palavras Produtor, fabricante, produzido, produto.	

Encaminhamento

1ª fase

Para esta intervenção, levou-se para estudo um rótulo de refrigerante (guaraná Tai) e uma embalagem de pó de café (Jaguari). Iniciou-se a atividade lembrando-se a necessidade

de o rótulo/embalagem trazer bem claro o que contém. Do contrário, fica impossível sabermos o que existe dentro das embalagens (a não ser nas de plástico transparente, mesmo assim sem detalhes de componentes).

Explicou-se que se iria procurar , nos rótulos e nas embalagens, a indicação do produto, do nome do produto e do fabricante. Enquanto se fazia oralmente a distinção entre esses elementos, a discussão chegou novamente aos produtos cujas marcas, de tão familiares, acabam se confundindo com o próprio produto. Esse processo metonímico, que ocorre em alguns produtos - Gillette, Modess, Danone, Ramona, Brahma - pode ser bem explorado em atividades de língua portuguesa.

Em determinado momento da discussão, surgiu uma questão: um dos alunos perguntou sobre a grafia correta de Brahma. Para não se dar a resposta pronta, foi sugerido que eles verificassem em alguma embalagem , dentre as que tinham juntado. Enquanto se efetuava a procura de alguma embalagem (lata) de cerveja ou guaraná desta marca, uma das crianças encontrou uma lata de guaraná Kuat. Antecipando-se à atividade do dia, tentou descobrir o fabricante. Não encontrou. Pediu ajuda ao seu próprio grupo, aos demais; não conseguiram encontrar o nome do fabricante. Realmente a embalagem é “poluída” demais, com excesso de traços, desenhos e mensagens escritas, o que dificulta muito a leitura. Uma outra criança descobriu, na embalagem, um número de telefone do SAC da empresa responsável pelo refrigerante: 0800 212121.

Um grupo de alunos, alegando que a ligação era gratuita (0800), pediu autorização à professora para descer até a secretaria e ligar para o serviço, tentando saber quem fabricava o refrigerante. Nesse meio tempo, um dos alunos encontrou, no rótulo de Taí, o mesmo número de SAC. Era da Coca-Cola Company. Deduziu-se, então, que os dois refrigerantes (Taí e Kuat) eram fabricados pela Coca-Cola, apesar dessa informação não constar na embalagem do segundo.

As crianças que tinham ido buscar a informação via telefone voltaram desapontadas: ninguém atendia no número encontrado na embalagem. Mas, como disse alguém, a classe

dispunha de detetives que já haviam encontrado a resposta! Foi grande o entusiasmo de todos ao constatar que haviam encontrado uma solução para uma dificuldade, sem ajuda de nenhum adulto, usando a iniciativa e o raciocínio lógico.

Quanto à grafia da palavra procurada, foi dada pela professora, já que as buscas haviam tomado outro rumo e os grupos acabaram quase por esquecer-se dela.

Havia um rótulo de Taí para cada grupo de crianças e apenas duas embalagens do pó de café para a classe toda. Mesmo assim foi possível que todos procurassem pela informação - ajudados pela professora e pela pesquisadora - que era localizar, nos rótulos, o que era pedido: o produto, o nome que o fabricante deu a ele e o nome do fabricante. Essas informações foram escritas na lousa e cada criança copiou no seu caderno. Mais uma vez a orientação foi deixar as crianças testarem suas próprias hipóteses, sem se dar a elas a resolução da situação problema. As crianças conversaram muito entre si, discutiram, lançaram hipóteses, pediram ajuda aos componentes do grupo e até aos grupos ao lado. Depois do tempo estipulado (10 minutos), os grupos chegaram ao resultado, que foi escrito na lousa:

Produto: guaraná

Nome dado pelo fabricante (marca): Taí

Fabricante: "The Coca-Cola Company"

Produto: pó de café

Nome dado pelo fabricante: Jaguari

Fabricante: Café Jaguari Ltda.

Neste momento, novamente tomou-se o cuidado de acompanhar a cópia, para se evitar erros. Os poucos que foram cometidos foram corrigidos dentro das regras já combinadas anteriormente (comparar a cópia com o original, verificar a diferença e corrigir).

2ª fase

Na segunda parte da atividade, formamos cinco grupos de crianças; cada um recebeu uma embalagem para análise e para encontrar neles os três elementos em questão: produto, nome dado pelo fabricante (marca), fabricante.

Apenas um dos grupos teve alguma dificuldade em encontrar o fabricante. Tratava-se de aveia fabricada pela companhia Quaker. O nome do fabricante realmente se esconde num canto inferior de uma das laterais da caixa do produto. Resolvida essa questão, foi possível completar o quadro passado na lousa e copiado na folha já preparada:



EE Dr. "Getúlio Vargas"

Grupo nº ^{3ª} Data: 20/05/1999Participantes: Joiana, Flávia, Jessé eWagner

Escreva na coluna 1 o produto que havia dentro da embalagem

Escreva na coluna 2 o nome que o fabricante deu ao produto

Escreva na coluna 3 o nome do fabricante do produto

1. produto	2. marca	3. fabricante
iogurte	Boncome	Baticínios Lagos de Caldas
leite inte- gral	Lider	Baticínios Nova Espé- rança
molho de tomate	Boncome- la	Cica
gelia em flocos	Quaker	Quaker Brasil Ltda
coroa	Duclhos	Kellogg

3ª fase

A apresentação lingüística do nome do fabricante (atividade 4.3, que pode ser feita separadamente) foi a mais difícil de ser identificada porque não é uniforme. Alguns produtos trazem a fórmula “*fabricado por*”, seguida do nome do fabricante. Outros apresentam a fórmula “*um produto de*” e poucos trazem a palavra “*fabricante*”, que as crianças esperavam encontrar. Esta atividade exigiu muita atenção na leitura. Os grupos se empenharam em descobrir e identificar o que fora pedido, para completar a ficha adequadamente. A dificuldade com as várias expressões desapareceu depois de mais alguns exemplos dados.

Uma aluna, Juliana, revelou curiosidade em saber o que representava o **Ltda.** no final dos nomes. Outra aluna, cujo pai é contador, ofereceu-se para perguntar-lhe o exato sentido da expressão e de trazer a explicação para a classe, o que foi feito na aula seguinte, segundo relato da professora Marisa.

Outra quis saber o que significava o “’s” no final de Kellog’s. Foi explicado que se tratava de um nome escrito em inglês, língua que tem estruturas diferentes da nossa, em alguns aspectos. O ‘s indica, na língua inglesa, a posse de alguma coisa. O produto é, pois, “da Kellog”.

As palavras selecionadas para o capital de palavras, surgidas durante o desenrolar da atividade, foram relidas, analisadas e copiadas no final do caderno de atividades: produtor, fabricante, produzido, produto.

4ª fase

Para a pergunta “o que aprendemos hoje?”, algumas respostas obtidas foram:

Aprendemos hoje sobre achar os nomes dos produtos, a achar o nome da embalagem e achar o fabricante.

Aprendemos hoje a procurar nomes de produtos nas embalagens e rótulos.



Aprendemos hoje sobre fabricantes, produto e nome.

Hoje aprendemos que devemos olhar nos rótulos e embalagens se tem o nome do produto, a marca e o fabricante.

Avaliação

As atividades transcorreram normalmente, proporcionando aos alunos oportunidades de ler, obter sentido de texto, encontrar informação pedida. As crianças puderam testar hipóteses e encontrar a solução para as situações-problema sugeridas. A capacidade cognitiva de resolver um problema, mesmo não tendo sido colocada anteriormente como objetivo a ser alcançado com uma atividade assim, acabou acontecendo quando os alunos procuraram a resposta a uma dúvida surgida durante a realização da atividade. A competência interpessoal de trabalhar cooperativamente com outros, contribuir para o grupo com idéias, sugestões e esforço foi enfatizada.

Com a realização de todas as etapas atingiram-se os objetivos específicos da atividade - identificar elementos e as formas lingüísticas específicas de escrita de um elemento importante de R/E.

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E	4.4. Produto e fabricante; localização do local de fabricação.
	4.5. Jogo: lugar de fabricação.
Objetivos Continuar a identificação de elementos presentes em R/E. Localizar localidades onde são fabricados alguns produtos. Participar de jogo sobre localidades de fabricação de produtos.	
Material necessário Mapa do Brasil em tamanho grande, mapas pequenos mimeografados (um para cada aluno), caderno de atividades.	
Capital de palavras	

Nomes de cidade: Pinhais, Dracena, Itu, Jundiaí, São Bernardo do Campo.

Encaminhamento

1ª fase

Num primeiro momento, trabalhou-se em grupos de três crianças. Cada grupo recebeu um R/E, no qual deveriam localizar, através da leitura, o nome do fabricante e a cidade e estado onde o produto é fabricado, objetivo específico desta atividade. Houve intensa troca de hipóteses, experimentações variadas. Mais uma vez a maior dificuldade foi a da expressão lingüística identificatória do fabricante e a localização, muitas vezes, inadequada dessa informação. A pesquisadora e a professora da classe auxiliaram os grupos nessa busca.

Localizado o local de fabricação do produto no R/E, os alunos dos grupos foram convidados a localizá-lo no mapa do Brasil colocado na parede da classe. Cada grupo por sua vez realizou essa parte, com alguma dificuldade em alguns casos. Quando as cidades eram paulistas, havia ao menos a idéia de qual parte do estado seria pesquisada. Nos outros estados, porém, às vezes tinha-se que procurar por toda a extensão do mapa. A mesma dificuldade ocorreu quando as cidades eram da periferia da cidade de São Paulo. O emaranhado de nomes atrapalhava a localização. Apesar dessas dificuldades, sempre se chegou ao resultado pretendido, resolvendo-se a situação desafiadora.

2ª fase

A seguir foi proposta outra atividade, desta vez individual. Cada aluno recebeu um R/E e um pequeno mapa mimeografado com os estados, as capitais e algumas cidades importantes de cada estado.





Após a leitura do R/E e após terem identificado o fabricante, a cidade e o estado onde se instalava, procuravam o local no mapa. A localização deu-se com o grupo trabalhando sozinho ou com ajuda das professoras. O local era marcado com caneta colorida. Houve correção individual para verificar se a localização estava correta.

3ª fase

Para finalizar o trabalho do dia, foi realizado um jogo envolvendo localização de fabricante. A classe foi dividida em dez grupos de três crianças cada um, formando duas equipes, A e B. A cada vez, dois grupos – um de cada lado, A e B – recebia um R/E, no qual tinha que localizar o fabricante e seu endereço, para preencher o quadro recebido, com a seguinte diagramação:

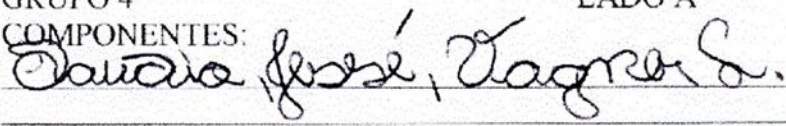
1. Em que cidade e estado é fabricado.(colocar o nome do produto).....?

Resposta:

Cidade:

Estado:

Um exemplo de trabalho feito nas duplas é o que se segue:

GRUPO 4	LADO A
COMPONENTES:	
	
2. Em que cidade e estado é fabricado o produto <u>Boal up</u> ?	
Resposta:	
Cidade	<u>Vinhedos</u>
Estado	<u>São Paulo</u>

De cada par de grupos, o que terminava primeiro a tarefa foi considerado vencedor. Nestas atividades, em suas várias fases, a integração com geografia foi marcante. Os alunos participaram com alegria e entusiasmo, revelando muita facilidade em localizar a informação pedida, uma vez que já haviam exercitado essa procura anteriormente, em outros R/E.

As palavras mais significativas da atividade foram anotadas no final do caderno, para fazerem parte do capital de palavras, e foram todas nomes de cidade: Pinhais, Dracena, Itu, Jundiaí, São Bernardo do Campo.

4ª fase

A finalização rotineira da atividade, com a pergunta: "o que aprendemos hoje?", obteve respostas como:

Aprendemos a procurar o nome da cidade do produto, procuramos no mapa e dona Cida deu um mapa xerocado para nós procurarmos e ficou um mapa na lousa para procurar também.

Hoje aprendemos onde localiza-se o nome do fabricante e onde achar as fábricas.

Avaliação

Houve trabalho cooperativo na resolução da atividade, cada qual contribuindo para o grupo com idéias, sugestões e esforço. Um aspecto enfatizado foi trabalhar a capacidade básica de localizar, compreender, interpretar informações em documentos (no caso, um mapa) para executar uma tarefa.

Os mapas utilizados para uso dos alunos revelaram-se inadequados pelo acúmulo de cidades colocadas. Seria melhor usar mapas mais simples, com a separação por estados e talvez as capitais. Mesmo com essa dificuldade os grupos trabalharam em ordem e conseguiram realizar a tarefa. Sugere-se que se use mapa simples, com poucos elementos, em classes do mesmo nível de idade e aprendizado.

Sugestão: aproveitando o mesmo material ou dando sequência à atividade seria interessante trabalhar: como faríamos se tivéssemos que comprar o produto diretamente de fábrica? (percurso, meios de transporte, meios de comunicação com ele).

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.6. Identificação do modo de apresentação dos produtos.
Objetivos Identificar os diferentes modos de apresentação dos produtos. Identificar as medidas utilizadas nos produtos industrializados.	
Material necessário Rótulos e embalagens já coletados, caderno de atividades, folhas de exercício.	
Capital de palavras	

Granulado, flocos.

Encaminhamento

1ª fase

Para iniciar a atividade e explicar o que seria pedido no exercício, levamos embalagens de dois produtos: Nescafé, café granulado solúvel, e arroz Tio João, produto que se apresenta em grãos. Discutiu-se sobre as outras possibilidades de apresentação dos produtos industrializados.

2ª fase

Os alunos foram então distribuídos em grupos, que receberam R/E variados, para identificarem, através da leitura, a forma como se apresenta o produto, bem como as várias formas de medi-lo. Algumas palavras específicas destes campos semânticos foram lidas e reconhecidas, como granulado, líquido, massa, creme, mililitros, quilos, gramas, unidades.

À medida que se obtinham os dados, nos grupos, eles eram ditados para a pesquisadora, que preenchia, na lousa, um quadro idêntico ao que os alunos haviam recebido como folha de exercício. Assim, os grupos puderam também preencher suas folhas, com elementos encontrados pela classe toda: produto, modo de apresentação e medida utilizada. O resultado final foi o que se vê abaixo:

E.E. Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 2Participantes Juliana, Letícia, Elaine e DianaData: 27/8/1999

Produto	Modo de apresentação	Medida utilizada
Sofi	pó	500 gramas
Cereal	flocos	300 gramas
Molho de tomate	polpa	340 gramas
iogurte	líquido	1000 gramas
arroz	grãos	5 quilos
gel dental	gel	90 gramas
rosquinha	rosquinha	1 quilo (kg)
amido de milho	pó	500 gramas
lincato	unidades	200 gramas
condicionador	líquido	220 mililitros
bolacha	unidades	20 unidades 1000 gramas
leite	líquido	200 mililitros

3ª fase

Além dessas, outras formas de apresentação apareceram: creme, farinha, polpa, flocos, creme, massa, granulado, em grãos, gel. Para a ração de cachorros não se encontrou nada melhor que "rosquinhas". Algumas formas são de difícil classificação, como as gelatinas, o macarrão (é massa, mesmo sendo dura?). Essas indagações propiciaram o exercício de organizar idéias e comunicar mensagens orais apropriadas, bem como de participar de discussão em grupo. As dúvidas surgidas nos grupos eram levadas ao grande grupo-classe e a solução dada por ele foi, em todos os casos, considerada satisfatória.

Aproveitando ainda os inúmeros R/E em mãos das crianças, foi feito oralmente e anotado na lousa um levantamento das formas de apresentação mais comuns, obtendo-se a seguinte variação: a forma de apresentação mais vista foi a em **"unidades"** (41 do total de 136); em seguida **"líquido"** (28 em 136); e em 3º lugar, **"em pó"** (29 de 136). Essa informação foi copiada pelas crianças no caderno de atividades, num exercício simples de redação.

Como em todas as atividades, foram selecionadas algumas palavras para fazerem parte do capital de palavras: granulado, flocos. Na análise que se faz agora percebe-se que muitas outras poderiam ter sido enfatizadas, como cereal, polpa, gel.

4ª fase

A atividade foi encerrada, como habitualmente, com a pergunta: "o que aprendemos hoje?", que obteve respostas como:

Hoje aprendemos sobre o nome do produto, o produto que encontramos e se é em grão, farinha, creme, unidades, líquido, massa, pó, flocos, granulado e polpa (Daiana).

Hoje aprendemos a diferenciar as formas (Patrick).



Avaliação

A atividade foi realizada com bastante interesse pelas crianças. Os objetivos propostos - trabalhar com linguagem oral de modo eficaz, adequando-a a intenções e situações comunicativas; ler para localizar, compreender e interpretar informações, identificar as diferentes formas pelas quais os produtos podem se apresentar, comunicar informação por escrito - foram alcançados. Enfatizou-se e valorizou-se a cooperação como forma de dar qualidade aos intercâmbios comunicativos. Também se procurou destacar o interesse, iniciativa e autonomia para ler textos informativos, resgatando, na atividade, a função social da escrita. É possível, quando se coloca a tarefa de forma lúdica e participativa, despertar o interesse da criança pela leitura de textos não convencionais, técnicos.

Uma observação à folha de exercício, reproduzida nesta descrição: encontra-se incompleta, sem as instruções necessárias ("preencher as colunas com o produto, modo de apresentação e medida utilizada"). As instruções foram dadas oralmente.

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.7.Problemas envolvendo quantidades (medidas utilizadas).
Objetivos Continuar a identificação de elementos presentes em R/E. Identificar as medidas mais comuns usadas nos produtos industrializados. Utilizá-las para propor e resolver problemas do dia-a-dia.	
Capacidade cognitiva Resolver problema: elaborar e implementar plano de ação para resolver uma situação desafiadora. Aritmética: executar computações básicas; usar conceitos básicos numéricos como números inteiros em situações práticas; abordar problemas práticos através de escolha apropriada de uma variedade de técnicas matemáticas; usar dados quantitativos para construir explanações lógicas para situações do mundo real; expressar idéias e conceitos	

matemáticos oralmente e por escrito.

Material necessário

Rótulos e embalagens variados, papel para elaboração e escrita de problemas, caderno de atividades.

Capital de palavras

Suficiente, mililitro, gramas.

Encaminhamento**1ª fase**

Tendo em mãos o levantamento feito pela classe dos modos de apresentação e das medidas utilizadas por produtos industrializados, foram propostos dois problemas simples envolvendo medidas. Os enunciados foram colocados na lousa, lidos e interpretados para se obter os dados que o problema oferecia e os que precisavam ser encontrados:

1. *Uma receita pede 500 gramas de farinha. Tenho um pacote com 1 kg.*

A- *É suficiente?*

B- *Sobra?*

C- *Falta?*

2. *Tenho uma garrafa com 600 ml de Coca-Cola.*

A. *Quanto falta para eu ter um litro?*

Após a leitura, as crianças puderam conversar e trocar idéias para resolver os problemas propostos. As soluções foram encontradas rapidamente no grupo, sem dificuldades, selecionando-se as operações matemáticas que poderiam dar as respostas pretendidas. Cada aluno copiou os problemas e suas soluções no caderno de atividades, sob supervisão da pesquisadora e da professora.

2ª fase

Ainda nesta intervenção, e enfatizando o aspecto matemático, os grupos foram convidados a elaborar problemas uns para os outros. Utilizou-se para isso folhas de papel sulfite cortadas ao meio, nas quais se escreviam os problemas a serem resolvidos pelos outros grupos. Assim, o grupo 1 fez um problema para o 2; o 2 para o 1; o 3 para o 4; o 4 para o 3; o 5 para o 6, o 6 para o 5. Foi ressaltado que os problemas fossem viáveis e que os grupos soubessem como resolvê-los, pois seriam corrigidos pelos proponentes.

Os problemas apresentados foram os seguintes:

Do grupo 1 para o grupo 2:

Compramos um pacote de salgadinho que se chama Doritos, que tem 30 gramas. Chegamos em casa e não tinha salgadinho dentro do pacotinho.

Ai ligamos para a fábrica que produziu o salgadinho e eles mandaram outro, que veio com 10 gramas. Quanto eles teriam que nos mandar para completar o que falta?

Resposta do grupo 2: "(o fabricante) teria que mandar mais 20 gramas para completar."

Do grupo 2 para o grupo 1:

Eu tenho dois quilos de farinha e preciso fazer dois bolos, em que a medida usada é 400 gramas cada um. Vai sobrar? Quanto?

O grupo 1 fez os cálculos e respondeu: Vai sobrar, sim. Não vai faltar. Quanto vai sobrar: 1600 gramas"

Do grupo 3 para o grupo 4:

Temos uma caixa com 24 garrafas de refrigerante, com 600 ml cada uma. Somando todas as garrafas, quantos ml temos?

O grupo 4 fez a multiplicação e obteve a resposta "14.400 ml."

Do grupo 4 para o grupo 3:

Tenho um litro de leite para dividir com 3 crianças. Nós queremos saber quanto cada criança vai receber.



O grupo 3 transformou 1 l em 1000 ml e fez a divisão, obtendo a resposta 333 mililitros para cada criança.

Do grupo 5 para o grupo 6:

Fui à feira para comprar morango. Era R\$1,50 o quilo. Quero comprar 700 gramas. Quanto pagarei?

O grupo 6 fez os cálculos e obteve a resposta R\$ 1,05 "

Do grupo 6 para o grupo 5:

Tenho 200 mililitros de leite. Para completar 5 litros, quantos mililitros faltam?

O grupo transformou 5 litros em mililitros (5000) e fez a subtração, obtendo a resposta 4 800 mililitros.

Um exemplo de problema proposto de um grupo a outro segue abaixo:

Do grupo 3 para o grupo 4

Temos uma caixa de 24 garrafas de 600 ml. Semanalmente, quantos ml tem?

$$\begin{array}{r}
 600 \\
 \times 24 \\
 \hline
 2400 \\
 12000 + \\
 \hline
 14400 \text{ ml}
 \end{array}$$

As correções, como combinado, foram feitas pelos grupos que haviam elaborado os problemas, tendo algumas delas ficado para momento posterior, na aula da professora Daniela, já que o tempo para a intervenção se esgotara. Na correção efetuada em classe não houve maiores dificuldades. Apenas um grupo teve dificuldade no entendimento do texto, como já foi ressaltado.

As palavras enfatizadas na atividade e que foram fazer parte do capital de palavras foram: suficiente, mililitro, gramas.

3ª fase

À pergunta "o que aprendemos hoje", Aline respondeu:

Nós aprendemos hoje a procurar na embalagem o nome do produto, modo de apresentação e medida utilizada.

Avaliação

Os grupos trabalharam animadamente na resolução dos problemas recebidos, desenvolvendo a competência interpessoal de trabalhar cooperativamente com outros, contribuindo para o grupo com idéias, sugestões e esforço. Mais uma vez se enfatizou a capacidade cognitiva de resolver problemas, elaborando e implementando plano de ação para resolver uma situação desafiadora (elaborar um problema para outro grupo).

Foram também exercitadas habilidades matemáticas necessárias para a tarefa de resolver problema enviado por outro grupo. Neste momento foi necessário executar computações básicas; usar conceitos básicos numéricos como números inteiros em situações práticas; escolher apropriadamente uma variedade de técnica matemática; usar dados quantitativos para construir explicações lógicas para situações do mundo real; expressar idéias e conceitos matemáticos oralmente e por escrito.



Alcançaram-se também, com esta atividade, objetivos específicos da área de matemática, ou seja: "resolver situação-problema, sabendo validar estratégias e resultados, desenvolvendo formas de raciocínio e processos, como dedução, indução, intuição, analogia, estimativa e utilizando procedimentos matemáticos" e "comunicar-se matematicamente, ou seja, descrever, representar e apresentar resultados com precisão e argumentar sobre suas conjecturas, fazendo uso da linguagem oral e estabelecendo relações entre ela e diferentes representações matemáticas"(Brasil, PCN, 1997, volume 2, p. 52)

A resposta equivocada do grupo 1 para o grupo 2 não foi notada pelos proponentes. Foi a correção da professora Daniela, responsável pela disciplina, que esclareceu a questão, já em outro momento, de aula regular.

Na oportunidade, não houve preocupação com a diagramação específica dos problemas. As folhas foram dadas aos grupos sem orientação para o uso adequado do espaço. Mesmo assim, os problemas apresentados pelos alunos estavam legíveis e inteligíveis, bem elaborados, de forma criativa.

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.8. Informação e problemas sobre prazo de validade.
Objetivos Continuar a identificação de elementos presentes em R/E. Discutir a importância da presença da data de fabricação e validade dos produtos industrializados. Identificar, em rótulos e embalagens diversos, o local onde aparece essa informação. Identificar as formas lingüísticas utilizadas para passar essa informação. Resolver e propor problemas envolvendo a data de validade.	
Capacidades cognitivas Resolver problema: elaborar e implementar plano de ação para resolver uma situação desafiadora. Aritmética: executar computações básicas; usar conceitos básicos numéricos como	

números inteiros em situações práticas; abordar problemas práticos através de escolha apropriada de uma variedade de técnicas matemáticas; usar dados quantitativos para construir explicações lógicas para situações do mundo real; expressar idéias e conceitos matemáticos oralmente e por escrito.

Material necessário

Rótulos e embalagens variados, caderno de atividades, folha de exercícios.

Capital de palavras

Prazo de validade, válido, limite, consumo, vencimento.

Encaminhamento**1ª fase**

Trabalhou-se, nessa sessão, com problemas relacionados a datas e prazos de validade. Os grupos de alunos retiraram vários R/E da caixa, sem critério ou exigência específica. Leram com atenção para localizar, compreender, interpretar informações para executar a tarefa específica de encontrar as datas e prazos de validade, necessária ao preenchimento da folha de exercício do dia.

Os objetivos específicos se referiam à localização e ao estudo do local onde esta informação importantíssima é colocada para constatar se ela é facilmente encontrável, se a data de fabricação e o limite de consumo estavam próximos, etc. Ao final deste primeiro momento a folha de exercício ficou assim preenchida:

o prazo de validade, se é junto e separado, data de fabricação e a data de validade, e o tempo para

E.E. Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 2

Participantes Mariana, Aline, Angelica, Flávia e Simone

Data: 31/01/1999

Vamos preencher o quadro abaixo com dados sobre o prazo de validade de alguns produtos

Produto e marca	Lugar na embalagem	Data de fabricação (onde?)	Validade (onde?)	Juntos ou separados?
leite batavo	parte superior	09.06.99 parte superior	4 meses parte superior	juntos
café granulada Nescafé	atrás do envelope	—	— atrás	—
suco natural Nestlé	tampa	13/08/99 às 11:57 tampa	30 dias tampa	juntos
queijo Danonino	lateral	21-6-99 lateral	45 dias lateral	juntos
refrigerante SCHIN	tampa	—	— tampa	—

Nota-se que o terceiro e quinto quadros dos últimos produtos não estão completados. Isto se justifica porque a indicação é apenas a da data limite de consumo, sem referência a quando o produto foi industrializado. Depois da realização da atividade conversou-se sobre esse aspecto da embalagem. As crianças notaram e verbalizaram o seguinte: em alguns

produtos os elementos buscados aparecem claramente identificados: a *data de fabricação e o vencimento*, separados e destacados, permitindo o cálculo de quanto tempo aquele produto permanece bom; alguns produtos dão, inclusive, a *hora da fabricação*.

No caso dos iogurtes, o cálculo é feito respeitando o fato de o mês ter ou não 30 dias; não se coloca “um mês”, mas, por exemplo, de 30-8-99 a 29-9-99. Em outros produtos aparece apenas a *data limite de consumo* (válido até ...). Outros trazem a informação: *fabricado em e válido por 45 dias*, por exemplo. Neste caso, cabe ao consumidor fazer os cálculos para saber se pode ou não consumir o produto, no ato da compra.

Essa informação importante, não aparece de maneira muito evidente em alguns produtos. Ora as letras são muito claras, dificultando a visão, ora o lugar é inadequado, ora as letras são miúdas demais (como na caixinha de chicletes examinada por um grupo), ora são fixadas em relevo nas tampas aluminizadas, sugerindo uma leitura pelo tato, como Braille!

À medida que os grupos falavam sobre o produto escolhido para a atividade, questões orais foram surgindo; quanto tempo vocês acham que um iogurte se conserva bom para consumo? Angélica, uma das alunas, declarou sem dúvida: 30 dias. É que ela não compra mais nenhum produto sem verificar a data de validade.

Marisa Nicolino ensinou o que chamou de “um truque”. Ao comprar iogurtes, queijos ou outro produto de validade curta, ela procura pegar os produtos que estão atrás, na prateleira. Segundo ela, os comerciantes tendem a colocar na frente os produtos mais velhos e deixam para trás os mais novos, para que os primeiros sejam consumidos dentro do prazo.

As crianças têm noção muito boa sobre prazo de validade: nunca respondiam absurdos, como dar um prazo de um ano para um queijo; um aluno acertou em cheio o prazo de validade do macarrão instantâneo: 3 anos.



2ª fase

A seguir foi escrito um problema na lousa. A solução foi encontrada facilmente em grupo e expressa oralmente:

Em 1-9-99 comprei uma garrafa de coca-cola.

A data de fabricação era 30-9-97.

O prazo de validade é de 2 anos.

Por quanto tempo ainda posso guardar?"

3ª fase

A seguir, em grupo, inventaram problemas para serem resolvidos pelos demais, como já havia sido feito com as quantidades. Os problemas seguem copiados abaixo e podem ser considerados muito criativos, fugindo dos modelos comumente usados pela escola:

1. Eu comprei um salgadinho; ele foi fabricado em 8-8-99 e valia por 13 meses. Por quanto tempo ainda posso guardar?

2. Eu comprei um pacote de Miojo. Sua data de fabricação é 23-9-97.

Vale 2 anos e vence a 23-9-.....

Descubra o número que falta.

3. Um creme dental pesa 90 gramas; por dia eu uso 3 g. O creme dental é válido só até o dia 12-9-99 e eu comprei no dia 10-9-99. Quantas gramas eu deixei de usar?

4 Em 5-1-2010 comprei 10 barras de chocolate. Cada um custou R\$3,50 e foi fabricado em 5-1-1999. É válido até 10 anos. Até quando posso comer?

(Resposta: Você não pode comer, pois quando comprou já estava vencido)



4. Comprei um pote de sorvete no dia 9-9-99 e quero comê-lo no dia 10-9-99. A data de fabricação é 9-10-99. Por quanto tempo posso guardar, se a data de validade é até o dia 9-9-200?

(Resposta: esse sorvete ainda não foi fabricado.)

Em 5-1-2010 comprei 10 barras de chocolate. Cada uma custou 3,50, foi fabricado em 5-1-1999. E é válido até 10 anos.
 Poderemos comer?
 Você não pode comer, pois quando você comprou já estava vencido.

Foi comentada a importância de se fazer uma boa diagramação dos problemas, para serem melhor entendidos. De modo geral os grupos obedeceram a essa exigência. O exemplo copiado mostra o uso de frases curtas, a pergunta separada dos dados do problema, facilitando o raciocínio. Outras observações interessantes são: a criação de problema cuja resolução não implica em "fazer contas" (problema 5); o uso de dados imaginários (comprar um sorvete que ainda não foi fabricado, no problema 5); uso de informações irrelevantes (problema 4).

A professora Daniela Ciciliati, responsável pela disciplina matemática, recolheu, analisou e corrigiu os problemas, que estão arquivados.

A atividade trouxe, para o capital de palavras, a expressão, "prazo de validade", além das palavras "válido, limite, consumo, vencimento" que foram, como sempre, relidas, analisadas e copiadas no local de costume. Uma sugestão de aproveitamento para as aulas de português: as expressões "válido até", "válido por..." e "data limite...", do campo semântico da atividade, podem ser utilizados para o estudo do valor das preposições.

4ª fase

Para a questão: "O que aprendemos hoje?", Cláudio respondeu:

Hoje aprendemos a procurar na embalagens e nos rótulos a data de fabricação e prazo de validade.

Avaliação

A atividade transcorreu sem dificuldades e propiciou ocasião para que os alunos inventassem livremente seus problemas, que fugiram, como se observou, dos padrões utilizados pela escola, de modo geral. Foram propostas situações diferenciadas, cálculos diversos, linhas de raciocínio não convencionais. Se eles tivessem mais oportunidades como essa, a escola poderia aprender com eles a ver outros ângulos de velhas situações.

Nesta proposta de atividade se oportunizou trabalhar cooperativamente com outros e contribuir para o grupo com idéias, sugestões e esforço. Enfatizou-se a preocupação com a comunicação nos intercâmbios, com o fazer-se entender e procurar entender os outros, valorizando-se a cooperação como forma de dar qualidade aos intercâmbios comunicativos.

Pode-se dizer que foram alcançados os objetivos específicos arrolados para esta atividade: executar computações básicas; usar conceitos básicos numéricos como números inteiros em situações práticas; abordar problemas práticos através de escolha apropriada de uma variedade de técnicas matemáticas; usar dados quantitativos para construir explanações lógicas para situações do mundo real; expressar idéias e conceitos matemáticos oralmente e por escrito.

Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.9. Elementos presentes em R/E de produtos de higiene pessoal.
Objetivos Continuar a identificação de elementos presentes em R/E, identificando os que	

aparecem em R/E de produtos de higiene pessoal.

Comparar essa informação com as vistas anteriormente, para perceber diferenças e semelhanças.

Material necessário:

Rótulos e embalagens de produtos de higiene pessoal, folha de exercício, caderno de atividades.

Capital de palavras

Uso externo, condicionador, xampu, shampoo, e.mail.

Encaminhamento

1ª fase

A atividade do dia consistiu em levantar elementos de R/E de produtos de higiene pessoal. Foram levados para a classe R/E de sabonete, sabonete líquido, condicionador para cabelo, desodorante, máscara capilar, colônia do Boticário, lenços umedecidos e outros. No "acervo" de embalagens e rótulos trazidos pelas crianças eram poucos os específicos de produtos de higiene pessoal. Como já foi ressaltado, as crianças preferiram, nitidamente, trazer R/E de produtos alimentícios.

Os grupos foram numerados e escolheram o produto que queriam analisar. Depois de alguns momentos de leitura dos R/E o primeiro grupo já notou a advertência "*manter longe do alcance das crianças*" que aparece em todos os produtos. Falou-se sobre isso, procurando os motivos: os alunos lembraram o fato de que as crianças pequenas tendem a levar tudo à boca e certas composições podem, literalmente, envenenar alguém.

Foram notadas outras maneira de chamar a atenção para esse aspecto (segurança), através de fórmulas lingüísticas diferenciadas: "*atenção!*", "*cuidados*", "*uso externo*" (não pode ser ingerido).

Quando um grupo levantou o dado de “composição” as crianças puderam constatar quanta química existe nesses produtos; dos ingredientes só se reconhecia “água e perfume”. Os demais eram uma lista de nomes estranhos, quase impronunciáveis: propileno glicol, propil parabeno, bactericida, EDTA, anfotérico, lanolina etoxilada (presentes nos lenços umedecidos). Lauri éter sulfato de sódio 2EQ, coco amido propi betaina, vitamina E, acetato, glicerina, monodistearato de etileno, goma guar quaternizada (presentes no sabonete líquido); cloreto de cetil trimetil amônio, álcool ceto-esterearílico, isotiazolinonas, perfume e ácido cítrico (presentes no condicionador).

Outros elementos foram notados nos R/E e apontados pelas crianças: modo de usar, uso externo, SAC (um deles até com um e. mail). Esses dados foram utilizados para preencher a folha de exercício do dia, que segue copiada abaixo:

99

E. E. Dr. Getúlio Vargas
Grupo nº: 1
Participantes: Flávia, Maria Eliza, Cíntia, Angélica
Data: 22/07/1999

O que encontramos nos R/E de produtos de higiene pessoal

	Grupo 1 Produto/ marca	Grupo 2 Produto/ marca	Grupo 3 Produto/ marca	Grupo 4 Produto/ marca	Grupo 5 Produto/ marca	Grupo 6 Produto/ marca
	Sabonete líquido in Blue	Shampoo Bulbo lido	Solvente líquido LUX	Lenço umedecido Bianca	Condicionador Bianca	Máscara capilar Lacian
<u>advertência:</u> <u>químicos</u>	X	X	X	X	X	X
<u>composição</u>	X	X	X	X	X	X
<u>modo de usar</u>	-	X	X	X	X	X
<u>uso</u> <u>externo</u>	-	-	-	X	X	X
<u>SAC</u>	X	X	X	X	X	-
<u>E. mail</u>	-	-	-	-	-	X

O capital de palavras dessa atividade foi extenso e interessante. Palavras desconhecidas, nomes de elementos químicos, despertaram a atenção das crianças, que tentaram lê-las em voz alta. Em particular, a palavra xampu (shampoo), que foi grafada de duas maneiras diferentes (exatamente como ocorre no uso social da escrita). Não foi pedido aos alunos que copiassem os nomes dos elementos químicos, apenas as que se seguem: - uso externo, condicionador, xampu, shampoo, e.mail.

2ª fase

Terminamos a atividade com a questão: o que aprendemos hoje?

Aprendemos a procurar em produtos de higiene a composição, o modo de usar, a advertência que era perigoso para crianças, uso externo, SAC e e.mail (Flávia).

Avaliação

A atividade, apesar da simplicidade da proposta, pôde acrescentar informações importantes para a criança, enquanto consumidora e cidadã. Mais uma vez a leitura foi utilizada com fins claramente delineados, possibilitando a retirada do sentido do texto e de informações específicas. As crianças puderam comparar R/E de produtos de higiene pessoal com as demais lidas até então. Através desta leitura procurou-se atingir os objetivos específicos de localizar, compreender, interpretar informações para executar tarefa (comparar).

Quanto ao quadro entregue aos alunos, poderia ser melhorado com a colocação da expressão "o que encontramos" sobre a primeira coluna e se fosse destinado espaço maior para o nome do produto.



Tema	Atividade
4. Identificação dos elementos básicos de R/E.	4.10: Estudo do código de barra.
Objetivos Identificar, localizar e analisar o código de barra. Compreender seu papel na embalagem. Compreender o critério para a colocação dos números.	
Raciocinar: descobrir uma regra ou princípio latente na relação entre dois ou mais objetos e aplicar na resolução de um problema; aplicar regra ou princípio numa nova situação.	
Material necessário Rótulos e embalagens de produtos variados, caderno de atividades, folha de exercício.	
Capital de palavras Código de barra.	

Encaminhamento

1ª fase

Os alunos foram divididos em 5 grupos. Para maior rapidez e para facilitar as conclusões, foram levados aos grupos, previamente selecionados, 3 produtos da fábrica Kolynos do Brasil Ltda, 4 produtos da Danone, 2 produtos da Gessy Lever Ltda, 5 produtos da Nestlé e 2 produtos (ração para cachorros) da F.M.B Inc e Cia..

Um gráfico idêntico à folha de exercício do dia foi reproduzido na lousa e os alunos foram colocando ordenadamente nele os números encontrados nos códigos de barra encontrados nos R/E que tinham em mãos. O quadro obtido foi copiado na folha de exercício.

E.E. Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº

Participantes Angélica, Flávia, Juliana, Elize e Mariana
AlmeidaData: 24/8/1999

Vamos preencher o quadro abaixo com dados sobre o "código de barras" encontrados nos R/E

Fabricante	Produto / marca	Número do código
Kelynos do Brasil LTDA	creme dental Sorriso	789 1528 0300 43
Kelynos do Brasil LTDA	creme dental Sorriso	789 1528 0301 42
Kelynos do Brasil LTDA	creme dental Kelynos	789 1528 0150 71
Danone SA	biscoito Danone	789 1025 430 222
Danone SA	inglês Danone	789 1025 116 110
Danone SA	biscoito Danone	789 1025 430 254
Danone SA	biscoito Danone	789 1025 430 162
Ind. Gessy de Lda	creme dental Chai up	789 1037 744 356
Ind. Gessy de Lda	creme dental Dental	789 1037 858 53
Nestlé	chocolate Nestlé	789 1000 371 701
Nestlé	chocolate Nestlé	789 1000 461 709
Nestlé	chocolate Nestlé	789 1000 461 600
Nestlé	suco + leite PRUTESS	789 1000 79 1509
Nestlé	suco + leite melão	789 1000 148 108
F.M.B. Inc e Cia	leite muller	789 6029 069 608
F.M.B. Inc e Cia	leite muller	789 6029 008 955

Observou-se o seguinte:

- todos os códigos analisados começavam por 3 algarismos iguais: 789 (identificam o país de fabricação, no caso, o Brasil);
- os 4 números seguintes também se repetiam *enquanto os produtos eram da mesma empresa*; identificam-na, portanto. A Nestlé, por exemplo, tem o número 1000; a Danone, 1025; a Kolynos do Brasil, 1528. Uma das alunas aventou a hipótese de que as empresas começariam todas pelo número 1. Uma pesquisa rápida entre outros R/E da caixa mostrou que a hipótese da aluna não procedia, pois os números variam;
- os 6 algarismos finais identificam o produto. Dois produtos da Danone (o mesmo biscoito, mas com sabor diferente e cores diferentes na embalagem) têm números parecidos, mas desiguais:

789 1025 430223 e

789 1025 430254.

As crianças puderam, através de intensa troca de opiniões entre os grupos, descobrir a regra ou princípio latente na relação entre os números encontrados e colocados na lousa e aplicar essa regra na resolução de um problema, que era tentar descobrir a ordem lógica dos números e seu significado.

O que se pôde então deduzir foi que esses números se referem ao produto contido na embalagem, sendo como um "registro geral" dele. Essa informação é importante para os fornecedores, que, com a informatização, podem identificar facilmente o produto, através das máquinas que fazem a leitura desses códigos.

Esta atividade, que trabalhou mais com leitura de números, trouxe apenas a expressão "código de barra" para o capital de palavras.

2ª fase

A questão "o que aprendemos hoje" foi assim respondida por Aline:

Aprendemos hoje a identificar o código de barra.



Avaliação

Com esta atividade se alcançou também um objetivo da área de matemática, ou seja, "interagir com seus pares de forma cooperativa, trabalhando coletivamente na busca de soluções para problemas propostos, identificando aspectos consensuais ou não na discussão de um assunto, respeitando o modo de pensar dos colegas e aprendendo com eles". (Brasil PCN, 1997, p. 52).

A atividade foi muito bem recebida pelas crianças, tendo durado mais do que o previsto. Apesar de não ter implicação direta na cidadania, foi um exercício interessante de dedução, envolvendo muita lógica e raciocínio. Revelou-se também uma oportunidade a mais para o reconhecimento de elementos presentes em R/E e que muitas vezes escapam a uma leitura superficial; mesmo quando é lido, muitas vezes o código de barra é mal interpretado pelo leitor.

Quanto ao quadro utilizado, pode ser melhorado deixando-se mais espaço entre as linhas, de modo a permitir que o nome/marca do produto seja escrito de maneira mais legível.

Tema	Atividade
5. Tipos de textos encontrados em R/E.	5.1. Receita: estudo da silhueta e do aspecto lingüístico.
Objetivos Ler, compreender e interessar-se por textos autêntico, de reconhecido uso social. Reconhecer a estrutura (aspecto formal) básica de uma receita. Identificar receitas em R/E. Copiar uma receita selecionada.	
Material necessário Rótulos e embalagens diversos, caderno de atividades, folha de exercício.	

Capital de palavras

Refogue, acrescente, adicione, fogo brando, encorpar, ingredientes.

Encaminhamento

1ª fase

Trabalhando em grupos, as crianças procuraram receitas diversas em R/E. Encontrando-as, leram em conjunto para identificar os elementos de sua estrutura: as quantidades, os nomes dos produtos necessários, o modo de fazer.

Observaram que a receita segue, na maioria das vezes, uma disposição gráfica peculiar: depois do nome da receita, há uma *lista* constando de números e nomes (as quantidades e os ingredientes), formando um bloco. Em seguida há outro bloco, separado do primeiro por um espaço, formado por uma série de orações imperativas, com as indicações *do modo de fazer*. Esta ordem pode ser explícita (verbos no imperativo) ou sugerida (verbos no infinitivo).

Havia grande quantidade de embalagens de molho de tomate e quando um dos grupos encontrou a receita de molho, os demais encontraram-na também e a copiaram na folha de exercício. Esta receita parece ter sido escolhida pela simplicidade e pela presença de poucos ingredientes. Observe-se que, apesar de manter a diagramação específica desse tipo de texto, no exemplo não aparecem as expressões "ingredientes" e "modo de fazer".

No momento da cópia foi ressaltada a importância de se manter a "silhueta" própria desse tipo de texto.

Molho de tomate Pomodoro

100 gramas	de cebola média picada
40 g	de óleo (4 colheres)

520 g de polpa de tomate
sal e tempero a gosto

Refogue a cebola com o óleo.

Acrescente Pomodoro e 8 colheres (sopa) de água.

Adicione o sal e o tempero.

Cozinhe em fogo brando até encorpar o molho.

Como se observa, os verbos do exemplo trabalhado estavam no imperativo (refogue, acrescente, adicione, cozinhe). Foi também ressaltado para as crianças que a receita serve também de veiculação de publicidade sobre o produto, uma vez que sugere (ou ordena) que se faça o molho usando o próprio produto contido na embalagem (no caso, molho de tomate).

E.E. Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1

Participantes: Emília, Rita, Juliana, Fabiana, Luciana

data: 21/10/1999

As receitas aparecem nos R/E assim:

Uma lista de números e substantivos (quantidades e nomes): os ingredientes

Uma série de ordens começadas por ações (verbos): o modo de fazer

Exemplo de receita encontrada no R/E do produto Palpa de Tamale
made Pamadora

Quantidades	Nomes
100 g	Carne média picada
40 g	Alho (4 colheiras)
520 g	Palpa de Tamale
	Sal e tempero a gosto

Modo de fazer

Refogue a carne com o alho
 acrescentando Pamadora e 8 colheres (sopa) de água.
 Adicione o sal e o tempero.
 Cozinhe em fogo brando até encorpar o molho.

2ª fase

Marisa Nicolino, em trabalho posterior com os alunos, localizou outros exemplos, com verbos no infinitivo. Esses exemplos foram copiados no caderno normal de classe.

Os termos escolhidos para o capital de palavras, apesar de pertencerem ao campo semântico de cozinha - refogue, acrescente, adicione, fogo brando, encorpar, ingredientes - foram bem recebidas pelos alunos, em virtude de estarem ligadas à atividade realizada.

3ª fase

A atividade foi encerrada com a pergunta "o que aprendemos hoje", que Fábio assim respondeu:

Hoje aprendemos a ver como se escreve uma receita nos rótulos e embalagens.

Avaliação

A atividade propiciou oportunidade de reconhecer, ler e identificar partes de um texto específico, de uso social destacado, como a receita. Além disso, os alunos puderam vê-la como um texto que faz parte de muitos R/E e aprenderam também sua silhueta específica.

Essa atividade pode ser desdobrada em outras, como:

- inventar uma receita correta;
- inventar uma receita "maluca";
- inventar uma receita poética;
- trazer receitas de pratos feitos normalmente em casa (integração com a família);
- discutir oralmente "como se prepara o arroz?" e depois transformar o resultado em uma receita com silhueta específica.

Quanto à folha de exercício preparada, traria melhor resultado estético se tivessem sido traçadas linhas, para melhor orientação da escrita. Nas instruções no alto do quadro seria conveniente deixar a linha destinada ao nome do produto separada da expressão "exemplo de receita encontrada no R/E do produto". Também poderia ter sido dito aos alunos que completassem a receita com as expressões "ingredientes" e "modo de fazer", que não aparecem no texto original.

É importante colocar que a cópia realizada não se revestiu da forma negativa que muitas vezes pode acarretar. Quando os alunos são convidados a copiar dentro de certos critérios, com objetivos claros e prestando atenção aos detalhes importantes, ela se constitui em oportunidade de aprendizagem e perde a característica de "castigo".

Tema	Atividade
5. Tipos de textos encontrados em R/E.	5.2. Lista de ingredientes: estudo da silhueta e do aspecto lingüístico.
Objetivos Ler, compreender e interessar-se por textos autêntico, de reconhecido uso social. Reconhecer a estrutura básica de uma lista de ingredientes e de valores nutricionais contidas em R/E. Identificar listas de ingredientes e de valores nutricionais em R/E. Copiar listas selecionadas.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, caderno de atividades, folha de exercício.	
Capital de palavras Valor energético, proteínas, fósforo, cálcio, carboidratos, lipídios, amido, fibra alimentar, glicídios, leite desnatado.	

Encaminhamento

1ª fase

A atividade elaborada tinha como finalidade destacar um tipo específico de texto, muito encontrado em R/E: as listas de componentes do produto. Elas podem conter substantivos concretos - fibras, gordura, amido, fósforo, cálcio, etc. - como também substantivos abstratos, que não dizem respeito a elementos físicos da composição, mas a efeitos obtidos com a ingestão do alimento - calorias, energia.

Essa dualidade especificamente gramatical (entre substantivos concretos e abstratos) não foi destacada na atividade, apesar dos alunos já terem alguma noção sobre ela, porque não era objetivo determinado. Pediu-se aos grupos que observassem, pela leitura, a presença dessa informação nos R/E, bem como sua distribuição espacial característica: uma lista de nomes ou substantivos seguida das quantidades. Não há verbos nessas listas.

Trabalhando em 5 grupos, os alunos leram atentamente os R/E que lhes cabia para preencherem a folha de exercício do dia. A atividade foi realizada sem dificuldades, a não ser quanto à pronúncia de determinados elementos desconhecidos dos alunos, como carboidratos, proteínas, glicídios, lipídios. A folha preenchida ficou assim:



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 5

Participantes Thais, Helang e Dianna.

data: 28/10/1999

Os ingredientes aparecem nos R/E assim:

Em colunas

Uma lista de substantivos.

Trazem depois dos nomes, as quantidades. Não há verbos (ações)

Exemplos:

Produto	Ingredientes
Intato fito Ruffles	Energia (Kcal) - 127 Proteínas (g) - 1,5 Vitaminas (C-mg) 3 Calcio (mg) 7,5
Doce vegetal Doço	Energia (Kcal) - 826 Proteínas (g) - 0 Glicídios (g) - 0 Lipídios (g) 192
Molho de tomate Pomazão	Energia (Kcal) - 54 Proteína - 1,21g Carboidratos - 9,5g gorduras - 1,2g
Leite desnatado Batavo	Glicídios - 5,24g Proteínas - 3,26g Lipídios - 0,50g Calcio - 120 mg
queijo Cottage	Água - 79,0 % Proteína - 14,0 % Gordura - 4,5 % Sal - 1,0 %

O vocabulário específico deste campo semântico despertou a curiosidade dos alunos, como já foi citado. Além de indagarem da pronúncia, leram em voz alta e copiaram as palavras e sintagmas selecionados - valor energético, proteínas, fósforo, cálcio, carboidratos, lipídios, amido, fibra alimentar, glicídios, leite desnatado - no local próprio.

2ª fase

Solicitados a responder à questão: "O que aprendemos hoje?", os alunos responderam:

Aprendemos a procurar ingredientes em colunas nas embalagens (Vinícios).

Hoje nós aprendemos que os ingredientes aparecem em uma lista de nomes e quantidades (Angélica).

Avaliação

Os objetivos gerais e específicos da atividade parecem ter sido plenamente atingidos: houve intensa interação nos grupos, leitura atenta de R/E, enfrentamento de situação-problema em grupo, resolução dessa situação pelo trabalho coletivo, conhecimento de um novo tipo específico de texto escrito funcional muito presente no cotidiano dos alunos, contato com vocabulário específico da área.

Tema	Atividade
5. Tipos de textos encontrados em R/E.	5.3. Informação e publicidade em R/E.
Objetivos Ler, compreender e interessar-se por textos autênticos, de reconhecido uso social. Reconhecer, em R/E, textos informativos e textos publicitários. Identificar o que é informação e o que é publicidade.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, caderno de atividades, folha de exercício.	
Capital de palavras Informações, publicidade, cereal matinal.	

Encaminhamento

1ª fase

A atividade foi realizada em grupo. Foram fornecidas explicações sobre o que é um texto informativo - aquele que dá informações que podem ser apuradas, constatadas. Escrito em linguagem mais simples e direta, não tem outra intenção senão a de informar.

Já o texto publicitário contém afirmativas nem sempre comprováveis ou inteiramente verdadeiras. É elaborado com o objetivo de influenciar o comportamento de quem lê, através de ordens diretas (verbo no imperativo: *compre, mude, experimente, aproveite*) ou indiretas (verbo no indicativo ou infinitivo: "*aqui tem qualidade*", "*contém tudo o que você precisa para ser saudável*").

Foram lidos e analisados vários tipos de R/E com mensagens desses dois tipos. Os grupos tentaram separar um tipo de outro, sempre em trabalho de equipe. A cada descoberta, os textos encontrados eram lidos para a classe.

2ª fase

A seguir, os grupos foram convidados a escrever na folha de exercício o que haviam descoberto: preencheram o quadro anexo com o nome do produto, a parte do texto do R/E que dá informações sobre ele e a parte que exalta as qualidades do produto (publicidade).

Assim, no produto Corn Flakes, da Kellogg's, separou-se informação (*cereal matinal de milho e contém 10 vitaminas e minerais*) e a publicidade (*o original e o melhor, o único com nutriferro*). No produto Nuggets de frango da Sadia a informação é *pedaços temperados, empanados e congelados de frango* e a publicidade *aqui tem quantidade e sabor*. Essas informações obtidas foram anotadas na folha de exercício reproduzida abaixo:

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1Participantes Luciana, Juliana, Angelica Leticia
Patricio data: 29/10/1999Os R/E possuem textos que dão informações sobre o produto" e textos que "falam bem" do produto (publicidade)

Produto	Informação/publicidade
Corn Flakes Kellogg's	Informação: Cereal Matinal de Milho. Contém 10 vitaminas e minerais. Publicidade: O original e o melhor! O unico com nutrientes
Produto	Informação/publicidade
Nuggets de frango Ladex.	Informação: pedações temperadas, empanadas e congeladas de carne de frango. Publicidade: Aqui tem quantidade e sabor.

Os termos selecionados para o capital de palavras - informações, publicidade, cereal matinal - foram lidos, analisados e copiados.

3ª fase

A pergunta "o que aprendemos hoje" foi respondida desta maneira por Juliana:

Hoje aprendemos a separar, em rótulos e embalagens, o que é informação e o que é publicidade.

Avaliação

A atividade revelou-se um pouco difícil para os alunos. Os grupos demoraram vários minutos para decidir o que deveria ser considerado informação e o que seria publicidade. O critério estabelecido - o que pode ser visto ou comprovado - nem sempre resolvia todas as questões. No caso dos "nuggets" é fácil constatar que são "pedaços temperados, empanados e congelados de frango". Fica mais complicado verificar, por outro lado, se possuem realmente "sabor" positivo como a mensagem publicitária apresenta, uma vez que o critério para julgamento de sabor é pessoal, subjetivo. Mesmo as informações *contém 10 vitaminas e minerais e o único com nutríferro* são de difícil comprovação.

Quanto ao preenchimento da folha-tarefa, o grupo não fez a melhor utilização do espaço, no quadro destinado ao segundo produto - nuggets de frango. Talvez a presença de linhas ou uma recomendação mais enfática tivessem evitado o amontoado de frases no lado direito do quadro.

Tema	Atividade
6. PROCON.	6.1. Preparo de entrevista: contatos e elaboração de perguntas.
Objetivos Obter informações sobre a pessoa responsável pelo PROCON, para convidá-la para vir à escola.	

Discriminar os passos para a realização de uma entrevista. Preparar as perguntas a serem feitas. Selecionar algumas crianças para fazerem as perguntas.
Material necessário Caderno de atividades.
Capital de palavras Entrevista, PROCON.

Encaminhamento

1ª fase

A pedido da pesquisadora as crianças localizaram a pessoa responsável pelo PROCON em Osvaldo Cruz, um funcionário da Prefeitura Municipal que exerce essa função. Tentou-se entrar em contato com ele várias vezes, mas sua atividade é mais fora do prédio da Prefeitura. Assim, foi preciso voltar várias vezes até que se conseguisse marcar o dia da visita. Antes que isso ocorresse, a classe foi preparada para recebê-lo.

Para a elaboração das perguntas a serem feitas, trabalhou-se inicialmente com linguagem oral. Os alunos iam sugerindo, oralmente, várias questões. Quando o consenso indicava as mais pertinentes, as que pudessem esclarecer dúvidas sobre o assunto, elas foram escritas na lousa, pela pesquisadora. Todos copiaram todas as perguntas - em número de treze - no caderno de classe.

A seguir foram selecionados alguns alunos para fazê-las ao encarregado e esta foi, certamente, a parte mais difícil. As crianças, todas soltas e desembaraçadas, queriam ser "repórteres". Uma vez que não se poderia fazer 30 perguntas, optou-se pelo sorteio das crianças que fariam, no dia marcado, cada uma das treze questões elaboradas:

1. Onde fica o PROCON de Osvaldo Cruz?
2. Quantos funcionários trabalham no PROCON?

3. Quantos consumidores o PROCON atende por dia?
4. As crianças também têm direito de reclamar no PROCON?
5. Faz parte de seu trabalho ir ao supermercado fiscalizar a validade dos produtos?
6. É comum haver produtos com o prazo de validade vencido?
7. No PROCON nós só podemos reclamar sobre os produtos alimentícios ou de eletrônicos também?
8. O PROCON só recebe reclamações dos produtos ou pode-se reclamar também de desrespeito ao consumidor?
9. É correto uma loja atender primeiro os adultos e por último as crianças?
10. O que o dono do supermercado deve fazer quando o consumidor vai devolver um produto com data de validade vencida?
11. Se o consumidor é alérgico a leite e compra um produto que contém leite, mas não está marcado nos ingredientes, o que o PROCON faz para defender esse consumidor?
12. Quais as reclamações mais comuns que o PROCON recebe?
13. Todos os problemas dos consumidores são resolvidos pelo PROCON?

Apesar de ter-se decidido que nem todos poderiam verbalizar as perguntas, elas foram copiadas por todos os alunos. Os sorteados para a entrevista teriam que estudá-las bem, para não vacilarem na hora de perguntar.

Os termos selecionados para o capital de palavras foram lidos em voz alta, seu significado foi explicado e fez-se a cópia no local apropriado.

A pergunta "o que aprendemos hoje?" foi respondida por Fábio da seguinte forma:
Hoje aprendemos a preparar bem as perguntas a fazer para uma pessoa que nos visita.

Avaliação

A atividade, além dos objetivos ligados à linguagem oral, levou as crianças a pensarem a questão do planejamento necessário a todas as etapas de um trabalho e o respeito pela decisão do grupo (na maneira pela qual se resolveu a questão de quem seriam os "entrevistadores").

Não houve oportunidade de "ensaio" das perguntas antes da entrevista, mas os próprios alunos se encarregaram de estudar bastante as questões, que não eram longas. Seria prudente, no entanto, em outra situação e com outra classe mais tímida, fazer uma prévia da técnica e da segurança dos entrevistadores.

Tema	Atividade
6 PROCON.	6.2 Entrevista com funcionário do PROCON.
Objetivos Receber com cortesia uma visita na classe. Participar de uma entrevista coletiva. Ouvir com atenção as informações trazidas pelo convidado. Conhecer seus direitos como consumidor. Saber a quem e como recorrer no caso de ter seus direitos como consumidor negados. Fazer perguntas para dirimir dúvidas. Expressar-se oralmente sem inibição. Esperar o momento de falar.	
Material necessário Caderno de atividades, gravador.	

Encaminhamento

1ª fase

Atendendo finalmente ao convite das crianças (duas vezes adiado), o representante do PROCON na cidade, Adenilsom Aparecido Barbosa, funcionário público municipal, esteve presente à escola, falando aos alunos das classes das professoras Marisa Nicolino e Daniela Cicilliati (as duas quartas séries que revezam as professoras).

A diretora e a coordenadora da escola estiveram presentes à entrevista e, a seu pedido, foram convidados também os alunos da classe de aceleração e sua professora. Todos os presentes foram acomodados na sala da coordenadora e os alunos mantiveram silêncio interessado durante todo o desenrolar da entrevista. O convidado foi apresentado a todos pela pesquisadora.

O encarregado do PROCON é um rapaz bem jovem, simpático e falante, que demonstrou grande prazer em estar com as crianças e responder a suas questões. Não demonstrou, em nenhum momento, impaciência ou aborrecimento. Falou de seu trabalho com muita alegria e deu explicações bem claras. Trouxe, mostrou e leu trechos do Código de Defesa do Consumidor.

2ª fase

Durante o desenrolar da entrevista, as crianças e as professoras presentes, incluindo a pesquisadora, também fizeram perguntas e tiraram dúvidas surgidas no momento.

Está transcrito abaixo um apanhado geral das respostas obtidas, resultado de anotações feitas pela pesquisadora na ocasião e da gravação também feita.

a) Onde fica o PROCON de Osvaldo Cruz?

Fica na Prefeitura Municipal - vizinha à escola -, funcionando numa sala própria, com ramal próprio também.

b) Quantos funcionários trabalham no PROCON?

Infelizmente só um, por enquanto.

c) Quantos consumidores o PROCON atende por dia?

Por telefone, umas doze, quinze; pessoalmente, só duas ou três. Quando as pessoas obtêm a resposta pelo telefone, muitos não retornam. A maior parte (99% dos casos), envolvendo questões com o comércio local, é resolvida sem problemas maiores.

d) As crianças também têm direito de reclamar no PROCON?

Com certeza, sim. Devem estar acompanhados dos pais. Vocês são os fiscais do PROCON. Ajudem os pais a fiscalizar, verificar a validade, vocês podem ajudar.

e) Faz parte de seu trabalho ir ao supermercado fiscalizar a validade dos produtos? É comum haver produtos com o prazo de validade vencido?

Faz parte. Fiz um curso no PROCON, posso fiscalizar, atuar, fazer atuação. Apesar de ser sozinho, ter acúmulo de serviço, tento fazer todas as tarefas. Autuar é buscar, preencher um documento onde se registra o ato detectado (prometeu enviar um modelo de auto de constatação e de atuação para as crianças conhecerem).

f) No PROCON nós só podemos reclamar sobre os produtos alimentícios ou de eletrônicos também?

De todos, alimentícios, eletrônicos. A maior parte das reclamações é sobre produtos eletrônicos, ligados à assistência técnica. (Explicou bem a questão da garantia, citou o artigo 18 da Lei do Consumidor, que determina o prazo de 30 dias para reparos. Não ocorrendo, o consumidor tem direito à substituição da peça ou a receber o valor pago, corrigido monetariamente). As grandes firmas atendem com presteza todas as solicitações feitas: preferem “ganhar o consumidor” a perdê-lo numa próxima compra. Como há muitas empresas fazendo o mesmo tipo de produto, fazem questão de ter consumidores fiéis, através do bom serviço.

g) O PROCON só recebe reclamações dos produtos ou pode-se reclamar também de desrespeito ao consumidor?

Pode, mas aí fica mais difícil; o mais fácil é produto e serviços. O caso do desrespeito já é de outra área. Cabe uma ação judicial. O documento maior é a nota fiscal, e nesse caso não há.

h) É correto uma loja atender primeiro os adultos e por último as crianças?

Correto não é; todo mundo é consumidor. É outra coisa que não cabe ao PROCON. É importante saber por que a loja não atendeu. O dono pode achar melhor não atender porque a criança está sozinha. Citou o caso de pessoa que, tendo tido problemas com uma determinada loja, anteriormente, e querendo comprar à vista, não é atendido. Nesse caso, o PROCON pode ajudar. Um problema anterior não pode impedir que alguém compre novamente na loja, sendo pagamento à vista. Pode-se recusar o crédito, mas não à vista – o que inclui cheque e cartão de crédito.

i) O que o dono do supermercado deve fazer quando o consumidor vai devolver um produto com data de validade vencida?

Deve de imediato, retirar esse produto da loja.

A pesquisadora lançou a pergunta não prevista no roteiro: é melhor ir direto ao PROCON ou tentar falar com o dono da loja? Resposta: é melhor ir direto ao PROCON ou à Vigilância Sanitária. Geralmente o dono recebe a reclamação, atende ao seu pedido e não retira o produto.

A professora Marisa perguntou se a denúncia fica anônima: respondeu que sim.

A pesquisadora perguntou se ele acreditava que os casos de data vencida são descuido ou má fé do comerciante. Respondeu que acredita que a maioria dos casos seja de má fé.

j) Se o consumidor é alérgico a leite e compra um produto que contém leite, mas não está marcado nos ingredientes, o que o PROCON faz para defender esse consumidor?

É outro caso difícil para o “Proconzinho” pequeno daqui. Há outros órgãos que podem ajudar: a Vigilância Sanitária e o INMETRO. A denúncia é feita no PROCON, mas esses

órgãos é que vão poder analisar. Nesse caso a “briga” não é com a loja, mas com o fabricante.

k) Quais as reclamações mais comuns que o PROCON recebe?

As mais comuns são as de garantia. Os campeões de reclamação são os eletroeletrônicos; são os produtos que apresentam defeito e vão para o conserto. Os serviços em casa – encanador, eletricista - teriam que ter um pequeno contrato.

l) Todos os problemas dos consumidores são resolvidos pelo PROCON?

Nem todos. O PROCON procura a melhor solução, funcionando como orientador. 99% dos casos pequenos, aqui em Osvaldo Cruz, são resolvidos. Os casos mais difíceis, como cartões de crédito, juros altos de banco, fogem ao alcance do PROCON daqui. É importante que os pedidos sejam feitos em conjunto, pois sozinho não se consegue nada. Alguns casos, como o de consumo de água e energia elétrica, são de difícil constatação, mas o PROCON indica os caminhos.

Foi perguntado também, mesmo fora do roteiro estabelecido, como ele chegou a ser funcionário do PROCON: era funcionário da Prefeitura, foi chamado para fazer o curso em São Paulo; está na função há seis meses. Algumas coisas ele ainda não sabe responder. Quando as questões são mais difíceis ele pede orientação a São Paulo (central). No PROCON ninguém tem “rabo preso” com ninguém. O PROCON realmente defende o consumidor. Como explicação final explicou os casos em que se pode romper contratos (temos sete dias para fazer isso)

3ª fase

Encerrada a entrevista, uma das alunas agradeceu a visita e os esclarecimentos, em nome da classe. Por se tratar excepcionalmente, de uma atividade envolvendo apenas a linguagem oral e a leitura, não houve oportunidade de se responder por escrito à pergunta habitual “o que aprendemos hoje” nem de anotar termos para o capital de palavras.

Avaliação

O entrevistado foi extremamente receptivo às perguntas das crianças, respondeu a todas e deu explicações adicionais, não solicitadas. As crianças ouviram a tudo em silêncio e interessadas nas respostas, anotaram os dados mais interessantes para a atividade posterior, a elaboração do relatório sobre a atividade, a ser feito em sala de aula.

A entrevista foi gravada, mas o resultado não foi muito bom, uma vez que o equipamento se mostrou inadequado para o tamanho da sala. Como as crianças sentaram-se em filas de cadeiras, as perguntas feitas por aquelas que estavam no final das fileiras não foram registradas com nitidez. As respostas do entrevistado também estavam com a qualidade prejudicada uma vez que ele andava pela classe o tempo todo, atitude aliás muito didática, pois procurou sempre estar próximo dos alunos.

Com uma gravação de qualidade, poderia ter sido feita uma série de desdobramentos da atividade, como:

- transcrição (parcial ou total) da entrevista;
- leitura dos momentos transcritos mais interessantes;
- escolha grupal de um trecho para leitura.

A atividade poderia ter sido fotografada e as fotos colocadas num painel para conhecimento da escola como um todo. Mesmo um jornal mural, se existente na escola, poderia receber a matéria obtida com a entrevista.

Outro desdobramento, que foi tentado, inclusive, seria a repetição da entrevista, desta vez com os pais dos alunos, para maior difusão dos direitos do consumidor. A grande dificuldade encontrada foi o estabelecimento de um horário que reunisse a maior quantidade de pais e mães e que fosse compatível com o horário do funcionário. Para os pais, o melhor horário é à noite, e este é impossível para o responsável pelo PROCON. Desta forma, a segunda entrevista não foi realizada.



Deixou-se também de fazer uma maior divulgação do fato através da imprensa local: três jornais e duas rádios. Essa divulgação poderia interessar outras escolas afazerem o mesmo trabalho, o que seria de grande valia para a maior difusão do órgão de proteção do consumidor.

Apesar dos problemas de ordem técnica e operacional, considera-se que a atividade tenha sido de grande valor no que diz respeito à cidadania. Os alunos estavam atentos a perguntas e respostas, propuseram questões não previstas, aprenderam muito sobre seus direitos como consumidores e como não ser lesados em compras e obtenção de serviços.

Tema	Atividade
6. PROCON	6.3. Elaboração de relatório da visita e entrevista.
Objetivos Conhecer a estrutura de um relatório. Elaborar um relatório sobre a entrevista dada pelo funcionário do PROCON, individualmente e sob orientação da professora Comunicar informação por escrito.	
Material necessário Caderno de atividades.	
Capital de palavras Relatório, consumidor, PROCON.	

Encaminhamento

1ª fase

A professora regente, Marisa Nicolino, sem a presença da pesquisadora, realizou com os alunos a atividade proposta. Num primeiro momento, discorreu sobre os elementos que devem estar presentes no relatório: evento, data, participantes, objetivos do evento, descrição das etapas encerramento, data e responsável pela redação. Todas as crianças presentes à entrevista fizeram o seu, no caderno de atividades, numa atividade de linguagem escrita.

A elaboração do relatório foi acompanhada pela professora, que fez também as correções necessárias. O que se apresenta a seguir é o texto final de 3 alunos, revistos e reescritos várias vezes até que se obtivesse esse efeito. Estão transcritos abaixo os relatórios elaborados pelos alunos Cláudio, Daiane e Jessé; nota-se que cada um considerou mais interessantes e, dignos de serem anotados determinados momentos da entrevista.

Relatório do Cláudio:

No dia 20 de setembro, às 15:30 horas, recebemos o funcionário do PROCON de Osvaldo Cruz, para nos dar uma aula na escola Dr. Getúlio Vargas.

Nesta aula fizemos várias perguntas que ele respondeu, dando-nos uma noção dos direitos do consumidor, quer seja ele adulto ou seja criança, quer seja sobre produtos ou atendimento.

Sabemos agora que podemos reclamar sobre produtos com validade vencida, produtos estragados, aparelhos eletrônicos com defeitos e também de mau atendimento.

Depois teve um bate papo, o senhor Adenilson agradeceu e foi embora.

Relatório da Daiane

No dia 20 de setembro às 15:30 hs, na escola Getúlio Vargas aconteceu uma palestra que preparamos com o senhor Adenilson do PROCON.

Começou tudo assim. Nós fizemos algumas perguntas e ele respondeu. Ele falou algumas coisas para nós e para as professoras, falou que ele vai aos mercados para ver os

produtos se estão vencidos. Disse também onde fica o PROCON para todos nós, porque não sabíamos. Disse que fica na Prefeitura.

O senhor Adenilson disse que os caixas dos mercados devem atender por ordem de chegada. E depois a minha amiguinha de classe Angélica agradeceu a ele e ele ficou muito agradecido e também agradeceu a todos nós por recebê-lo com todo coração. E acabou às 17:00 hs.

Obrigada

Relatório do Jessé

Hoje às 15:30 veio um funcionário do PROCON fazer uma palestra na escola.

O funcionário do PROCON falou sobre o direito do consumidor e também disse que as crianças podem reclamar no PROCON.

Os alunos fizeram várias perguntas para o senhor Adenilson.

Na palestra também estavam as professoras Marisa, Daniela e a Dona Cida.

No final teve um agradecimento feito pela Angélica e ela fez em nome da classe.

2ª fase

A questão "o que aprendemos hoje?" foi respondida por Thaís da seguinte forma:

Hoje a professora Marisa nos ajudou a escrever um relatório sobre a visita do moço do PROCON.

Avaliação

A atividade alcançou os objetivos a que se propôs, uma vez que os alunos corresponderam muito bem a todas as propostas. Houve interesse em relatar o fato acontecido na escola e que foi motivo de muita animação. Houve também oportunidade de redigir, sob orientação da professora, um tipo de texto que normalmente é pouco tratado na escola.

Tema	Atividade
6. PROCON.	6.4. Preenchimento de ficha do PROCON.
Objetivos Conhecer material oficial para fazer reclamação no PROCON. Conhecer as regras para seu preenchimento. Inventar um caso fictício de reclamação e descrevê-lo no documento.	
Material necessário Fichas do PROCON (em branco), caderno de atividades.	
Capital de palavras Reclamante, estabelecimento.	

Encaminhamento

1ª fase

O representante do PROCON enviou à escola, para serem entregues aos alunos, modelos em branco de uma ficha para reclamação. Enviou também, para nosso conhecimento, uma ficha já preenchida com um caso real. A professora Marisa Nicolino fez leitura do texto (ficha de reclamação) em voz alta. Os alunos ouviram atentamente e acharam muito interessante o caso relatado.

A proposta inicial era a de passar a ficha já preenchida como modelo, para que os alunos apenas a copiassem. Eles, no entanto, preferiram imaginar um caso diferente do que o descrito na ficha pronta.

No grande grupo da classe inventaram um **nome** (Filomena da Costa Galvão) e um endereço (Rua Ibirapitanga, 1340, Bairro São Vicente, CEP 12345 000, telefone 522 1783). Não há menção ao nome da cidade.

Como **reclamado** aparece Supermercado Maluquinho, com CGC/CPF 87 524 010/6021-99, rua das Loucuras, 280, Bairro Tietê, CEP 12 345 000, telefone 522 2832

No item **assunto** escreveram:

A reclamante compareceu neste PROCON afirmando ter comprado no Supermercado Maluquinho uma bandeja de iogurte marca Malke, com data de validade vencida em 15/09/99.

Conforme o cupom fiscal nº 5382, a reclamante prova ter consumido (*adquirido*) o produto no dia 6/10/99.

A mesma esteve no estabelecimento comercial, nesse mesmo dia, para trocar o produto, mas não foi atendida.

Há "assinaturas" da reclamante, do atendente e a data, como se vê no exemplo reproduzido abaixo.



GOVERNO DO
ESTADO DE SÃO PAULO**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE OSVALDO CRUZ**

ESTADO DE SÃO PAULO

PRAÇA HERMÍNIO ELORZA, 448 - FONE/FAX (018) 561-1011

PROCON/OC**PRO
CON**DEPARTAMENTO DE
PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**ATENDIMENTO DE RECLAMAÇÃO****DADOS DO RECLAMANTE**

Nome Edmundo da Costa Galvão
 Endereço Rua Barapitanga Nº 1340
 Bairro São Vicente CEP 12.345.000 Telefone 522-17-83

RECLAMADO

Supermercado Moluquinho CPF/CGC 87.524.010/6021-99
 Endereço Rua dos Loucos Nº 280
 Bairro Lido CEP 12.345.000 Telefone 522-2892

Comunicação: O reclamante, comprador no
 Xé PROCON, informando ter comprado
 no Supermercado Moluquinho uma lata
 de leite condensado marca Marka, com do-
 ta de validade vencida em 15-9-99.
 Posteriormente, após análise no PROCON, a
 denúncia foi encaminhada ao pro-
 dutor no dia 6-10-99.
 A mesma se trata de uma lata de leite
 condensado, marca Marka, com do-
 ta de validade vencida em 15-9-99.
 O mesmo se trata de uma lata de leite
 condensado, marca Marka, com do-
 ta de validade vencida em 15-9-99.

Assunto**Resultado esperado**

Ass. Reclamante		DATA
ATENDIDO POR <u>Edmundo da Costa Galvão</u>	RUBRICA	<u>6, 10, 99</u>
ORIGEM	CLASSIFICAÇÃO INICIAL	NÚMERO
		<u>C.A. /</u>

TRAMITAÇÃO: Atendimento - Controle - Encaminhamento - Controle

2ª fase

A aluna Daiane respondeu assim à pergunta "o que aprendemos hoje"?

Hoje aprendemos a preencher a folha de reclamações do PROCON

Avaliação

A professora Marisa Nicolino, que aplicou a atividade, declarou que as crianças divertiram-se muito com a encenação, agindo como se fossem funcionários do PROCON. Na elaboração do texto escrito procuraram seguir a estrutura e o tom administrativo-burocrático característico do modelo que receberam. O objetivo de ler e produzir texto de gênero diferenciado - no caso, uma ficha de reclamação - parece ter sido plenamente atingido.

Tema	Atividade
7. Logotipos.	7.1. Conceito de logotipo.
Objetivos Iniciar estudo de imagens em R/E. Reconhecer logotipo como um tipo de imagem para comunicação, utilizadas em R/E. Ligar logotipos aos produtos que o utilizam.	
Material necessário Cartaz com logotipos de empresas, ampliados para melhor visualização, rótulos e embalagens variados, folhas de exercício, caderno de atividades.	
Capital de palavras Logotipo.	

Encaminhamento

1ª fase

Foi levado à classe um cartaz em tamanho grande, com seis logotipos: da GM, da TV Bandeirantes, das Casas Pernambucanas, das Lojas Brasimac (uma firma da cidade) e do leite LECO. No aspecto formal, alguns são formados só por letras, como o das Casas Pernambucanas; outros só por desenhos, como o da emissora de televisão Bandeirantes e da empresa General Motors, cujos arabescos já não são mais identificados como letras; outros, enfim, misturam desenhos e letras, como o do Leite Lecco.

Os alunos, quando solicitados a identificar as firmas ou produtos representados por seus logotipos, fizeram-no sem dificuldades. Os logotipos são bastante conhecidos e funcionam como excelente meio de trazer imediatamente à memória a empresa ou o produto.

2ª fase

A seguir, em conversa dirigida, tentou-se saber a idéia que os alunos tinham de logotipo. A interação fez vir à baila conceitos espontâneos como: "jeito de escrever sempre igual"; "nome da firma"; "escrita do nome do produto com as cores certas"; "jeito sempre igual de escrever ou de desenhar o nome de um produto, uma loja, uma fábrica, uma empresa", etc. As definições obtidas foram escritas na lousa e copiadas.

3ª fase

O dicionário Delta Larousse, consultado em seguida, deu a seguinte definição para logotipo, lida em voz alta para a classe: do grego (logos, palavra+tipo). Grupo de letras, abreviações, etc., fundidas em um bloco único para acelerar a composição tipográfica; representação gráfica de uma marca comercial da sigla de uma instituição, etc.



4ª fase

Depois dessa etapa, foi lida para as crianças e escrita na lousa a definição dada pelo “Dicionário de Comunicação” de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães (São Paulo: Ática, 1987):

Logotipo: “símbolo constituído por uma palavra ou grupo de letras, apresentadas em desenho característico, destinado a funcionar como elemento de identidade visual de uma empresa, uma instituição, de um produto, etc”.

Mais uma vez os alunos ficaram satisfeitos em constatar que a definição que obtiveram espontaneamente e a definição técnica estavam bem próximas, variando apenas a exatidão dos termos empregados.

5ª fase

A primeira folha de exercício do dia foi preenchida em conjunto. Tinha como objetivo verificar se os alunos identificariam logotipos de alguns produtos - achocolatado, salgadinho, sabonete e refrigerante - para recortarem e colarem nos locais pré-estabelecidos. Para realizarem o que estava proposto, os alunos fizeram leitura de R/E em seu aspecto gráfico, recortaram e colaram, sob supervisão da pesquisadora e da professora. Uma folha preenchida está copiada abaixo.

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 2

Participantes

Jonathan, Patrícia, Jessé, Henrique P., David

data: 07/11/1999

Cole, à direita, um logotipo do produto indicado

Produto	Logotipo
Achocolatado	
Salgadinho	
Sabonete	
Refrigerante	

A segunda folha de exercício pedia que cada aluno passasse ao outro a tarefa de preenchê-la com outros logotipos recortados de produtos pré-determinados. O exemplo copiado abaixo foi elaborado por Aline, a pedido de Mariana:



Tota 10,00
Exatote

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

Participantes De Mariana para Tânia

data: 9/11/1999

Agora, cada grupo vai dar a outro uma tarefa como a que fizemos

Produto	Logotipo
Balgadinho	
Trame dental	
Biscoito	
Tapi	

6ª fase

A pergunta do dia "o que aprendemos hoje" foi assim respondida por Gunther:

Aprendemos a procurar nomes de produtos que tenham a forma sempre igual, isto é, logotipos.

Avaliação

A atividade propunha aos alunos que procurassem descobrir uma regra ou princípio latente na relação entre dois ou mais objetos, aplicando regras ou princípios numa nova situação para formar conceitos. Sua elaboração transcorreu sem dificuldades, com a participação de todos. Ela pode ser ligada à educação artística - através do pedido de que se tente copiar e pintar algum logotipo mais simples ou mesmo que se crie um logotipo para um produto ou firma fictícios.

Quanto à primeira folha de exercício, não apresentou problemas, mas poderia ter sido ampliada, pedindo-se também aos alunos que recotassem e colassem um logotipo de empresa e não apenas os de produtos específicos, como ocorreu. A segunda deveria ter instruções mais detalhadas (as explicações foram dadas oralmente): em vez de pedir que cada grupo pedisse ao outro "uma tarefa como a que fizemos", seria mais eficaz escrever: "escrever um nome de produto e colar na coluna à direita um logotipo dele".

A idéia de se levar um cartaz com os diferentes logotipos, usados na primeira fase da atividade parece ter sido boa, pois, por sugestão dos próprios alunos, ele ficou várias semanas afixado na sala de aula.

Tema	Atividade
7. Logotipos.	7.2. Identificação e formatos de logotipos.
Objetivos Utilizar as diferentes linguagens - verbal, matemática, gráfica, plástica e corporal - para interpretar produções culturais.	

Continuar estudo de imagens em R/E: logotipo.

Reconhecer o logotipo como um tipo de imagem para comunicação.

Identificar, recortar e colar e ligar logotipos a produtos de uso comum.

Material necessário

Folha de exercício, caderno de atividades.

Capital de palavras

Água sanitária, curativo, caldo de galinha.

Encaminhamento**1ª fase**

Continuando o estudo dos logotipos, a atividade proposta nesse dia foi a de que os alunos fizessem um exercício simples de ligar produtos de uso corriqueiro em muitas casas aos seus logotipos. Assim, a folha de exercícios já trazia copiados os logotipos de uma marca de gelatina, de sabão em pó, de caldo de carne, de uma água sanitária e um curativo. Do outro lado da folha, os nomes desses produtos. A proposta era fazer a ligação através de traços.

E.Dr. Getúlio Vargas

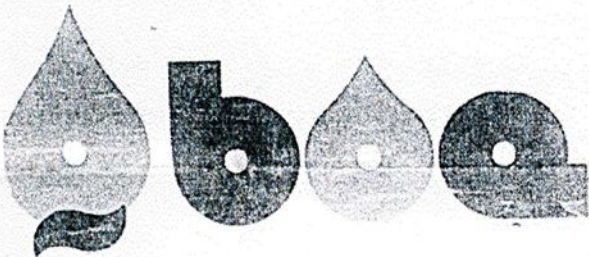
Grupo nº 03

Participantes Daiana Luciano, Minicinis, Delange

Clau, Daliane, Vences, Daiana data: 8/14/1999

As marcas (nomes) dos produtos são escritas sempre da mesma maneira, para que as reconheçamos logo

Ligue os símbolos ao produto

Símbolos	Produtos
	Água sanitária
	Caldo de galinha
	Gelatina
	Curativo
	Sabão em pó

Esta atividade, que supõe a leitura de logotipos como portadores de texto e uma forma de comunicação da empresa com o cliente, foi resolvida sem qualquer dificuldade pelos alunos, que reconheceram de imediato os logotipos como correspondentes aos produtos listados à direita. Embora a cópia xerocopiada tirasse a cor dos desenhos e letras, o formato específico e as marcas registradas, sobejamente conhecidas, permitiram a realização do que havia sido proposto.

As palavras e expressões selecionadas para maior atenção, e que fizeram parte do capital de palavras foram água sanitária, curativo, caldo de galinha.

2ª fase

A pergunta "o que aprendemos hoje" foi assim respondida:

Aprendemos hoje a ligar os produtos com seu logotipo (Luciano)

Avaliação

Trabalhando em grupos, cooperativamente com outros, e contribuindo para o grupo com idéias, sugestões e esforço, os alunos empenharam-se em resolver a tarefa do dia. A avaliação foi rápida e simples, uma vez que não houve maior dificuldade no preenchimento da folha, que pode, no entanto, ser aperfeiçoada: nas instruções, como já se havia conceituado logotipo, a palavra poderia aparecer no texto, que ficaria assim: "ligue os logotipos aos produtos".

Tema	Atividade
7. Logotipos.	7.3. Identificação de empresas e produtos através de logotipos.
Objetivos	

Continuar estudo de imagens em R/E.

Utilizar as diferentes linguagens - verbal, matemática, gráfica, plástica - para interpretar produções culturais.

Reconhecer o logotipo como um tipo de imagem para comunicação.

Reconhecer logotipos de empresas e ligá-los a produtos de sua fabricação.

Material necessário

Folha de exercício com atividade, caderno de atividades.

Capital de palavras

Gradiente, Sony, Enxuta, Brastemp, Walita.

Encaminhamento

1ª fase

Foram distribuídas aos grupos as folhas de exercício do dia, que constavam de uma série de logotipos bem conhecidos, de fábricas de eletrodomésticos: Sony, Gradiente, Brastemp, Walita e Enxuta. Em atividade de linguagem oral, na interação com os alunos, foi possível estabelecer o conhecimento que tinham sobre essas empresas e seus produtos. Como se trata de empresas grandes e conhecidas, os alunos deram as informações rapidamente, sem erros.

2ª fase

Foi explicada então a tarefa do dia: os alunos deveriam escrever na frente de cada logotipo, um produto da fábrica. A tarefa de encontrar os produtos e escrever foi resolvida em grupos.

E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 4.

Participantes Quatzen, Angélica, Edson e Daiana.

data: / /1999

As empresas têm seus logotipos para que nos lembremos sempre delas e de seus produtos. Colamos abaixo alguns logotipos, para que você identifique a empresa. A seguir, escreva na frente um produto que você conheça e que seja fabricado pela empresa que você reconheceu.

Empresa	Produto fabricado por ela
 O Primeiro Mundo no Brasil.	Caveirão de som — / / / —
	Videocassete. — / / / —
	Secadora de roupa — / / / —
 Não tem comparação.	Máquina de lavar roupa — / / / —
 Faz Com Carinho	Cafeteira

As palavras Gradiante, Sony, Enxuta, Brastemp, Walita, nomes das empresas cujos logotipos foram reconhecidos, foram selecionadas para fazer parte do capital de palavras.

3ª fase

A pergunta "o que aprendemos hoje" foi respondida desta maneira por Daniel:

...aprendemos a identificar os logotipos e descobrimos produtos que são fabricados por suas empresas.

Avaliação

Os alunos trabalharam cooperativamente, com a preocupação individual de sempre contribuir com idéias, sugestões e esforço para o grupo. Percebeu-se a preocupação com a comunicação nos intercâmbios, com o fazer-se entender e procurar entender os outros para que a tarefa fosse realizada a contento.

A atividade foi realizada e desenvolvida sem maiores dificuldades, provando que os logotipos realmente funcionam como bons recursos de memorização das marcas. As poucas dúvidas surgidas foram resolvidas no grupo, sem muita solicitação da ajuda da professora ou da pesquisadora. Houve intensa interação entre os elementos dos grupos para se encontrar a resposta da folha de exercício.

Tema	Atividade
8. Imagens.	8.1 Função da imagem em R/E; ligação produto/imagem.
Objetivos Continuar estudo de imagens em R/E - a imagem em si. Reconhecer que a imagem tem valor fundamental no processo persuasório que exercem R/E.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, folha de exercício, caderno de atividades.	
Capital de palavras Imagem, matinal, cereal.	

Encaminhamento

1ª fase

Os grupos se organizaram e receberam grande quantidade de R/E. Foi apresentada a atividade do dia, que consistia em detectar imagens interessantes do rótulo e tentar retirar dos alunos a resposta para a questão: o que aquele desenho (ou foto) tem a ver com o produto contido na embalagem? O texto da folha de exercício dizia: "As empresas enfeitam seus R/E com imagens, fotos e desenhos. Vamos procurar exemplos e tentar descobrir o que os desenhos ou imagens têm a ver com o produto".

No desenrolar da atividade os alunos perceberam que algumas imagens são redundantes e a ligação entre elas e o produto fica clara: ovos e trigo na embalagem de macarrão, grãos e cerejas nas embalagens de pó de café. Redundante é, por exemplo, a imagem estampada na caixinha de gelatina. Mostra a própria, com suas características de cor, brilho e consistência. Por essa razão, o grupo onde estava a aluna Eloíze só pôde escrever: "mostra como fica a gelatina depois de pronta".

Em outros exemplos, a ligação entre o produto e o desenho não se faz de forma tão clara. O sabonete "Encanto", cuja embalagem foi recortada pelo grupo onde se encontrava a aluna Juliana, traz duas imagens: a de uma casa em estilo alpino e um ramo de uma erva. Como o texto diz que há no produto "extrato de alecrim", a aluna deduziu e escreveu, em sua folha: significa "que o sabonete tem cheiro de alecrim e o pessoal da casa usa o sabonete".

O grupo raciocinou validamente e encontrou uma explicação plausível para a imagem, dentro de seu universo de conhecimento. A colocação de um chalé suíço como imagem para um sabonete remete às idéias de montanha, ar puro, higiene. Este referencial, no entanto, não é ainda "lido" pelos alunos.

Por sua vez, o sabonete infantil "Fofó" traz a imagem de um urso de pelúcia. O grupo da aluna Thaís deduziu que a imagem está lá porque "o sabonete é fofó igual ao ursinho". O desenho, reproduzido em seguida, passa a impressão de algo macio (a maciez dada pela espuma), gostoso, agradável e delicado. O ursinho tem aspecto infantil, visto ser o sabonete indicado para crianças.

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1

Participantes

data: / /1999

As empresas enfeitam seus R/E com imagens, fotos e desenhos. Vamos procurar exemplos e tentar descobrir o que os desenhos ou imagens têm a ver com o produto.

Produto	Imagem/desenho	Significado
Sabonete fofo		Porque é sabonete fofo igual ao ursinho

Outras imagens, no entanto, supõe um aprendizado anterior ou conhecimento léxico e semântico que nem sempre as crianças têm. Foi o caso, por exemplo, de um cereal cuja marca é "Matinal". A figura em destaque, na embalagem, é a de um galo colorido. As crianças apresentaram dificuldade em determinar a ligação entre o produto e a figurado galo porque desconheciam o sentido da palavra "matinal". Quando a dúvida foi desfeita, o significado surgiu: o cereal é comido, geralmente, na refeição da manhã.

2ª fase

Maria Eloize respondeu desta maneira à pergunta: "o que aprendemos hoje"?

Aprendemos hoje o significado dos desenhos dos rótulos e embalagens.

Avaliação

Como já foi salientado, a atividade exigiu bastante concentração dos alunos para a descoberta da relação figura/produto. Quando a relação não era clara, a intervenção da professora e da pesquisadora ajudou através de perguntas direcionadas ou do esclarecimento de algum elemento de imagem ou significado de palavra.

Tema	Atividade
8. Imagens.	8.2 Identificação de imagens específicas: ícone de reciclável.
Objetivos Reconhecer logotipo como um tipo de imagem para comunicação, utilizadas em R/E. Identificar logotipos presentes em alguns R/E, especificamente o que se refere ao destino dado às embalagens usadas. Trabalhar o tema transversal cidadania através da leitura criteriosa de textos e imagens de R/E.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, caderno de atividades, folha de exercício.	
Capital de palavras Reciclável.	

Encaminhamento

1ª fase

A folha de exercício a ser trabalhada no dia foi distribuída aos grupos. Continha a cópia de um ícone de recolhimento de embalagens usadas no lixo, seguida do texto: "Este símbolo, que tem a forma de um triângulo, significa que". O objetivo era o de que os alunos completassem a oração. A continuação obtida foi: "a embalagem é reciclável".

Foi ressaltado na oportunidade que esse símbolo se refere à embalagem, ou mais especificamente, ao material com que ela é fabricada, e não ao produto que ela contém. Os alunos já tinham clara essa idéia, que foi reforçada.

2ª fase

A seguir, ainda na mesma folha, foi pedido que as crianças encontrassem outros símbolos de reciclável, recortassem e colassem no espaço deixado. A busca foi realizada em grupos, mas cada aluno recortou e colou, individualmente, em sua folha, os símbolos encontrados.



E.E.Dr. Getúlio Vargas

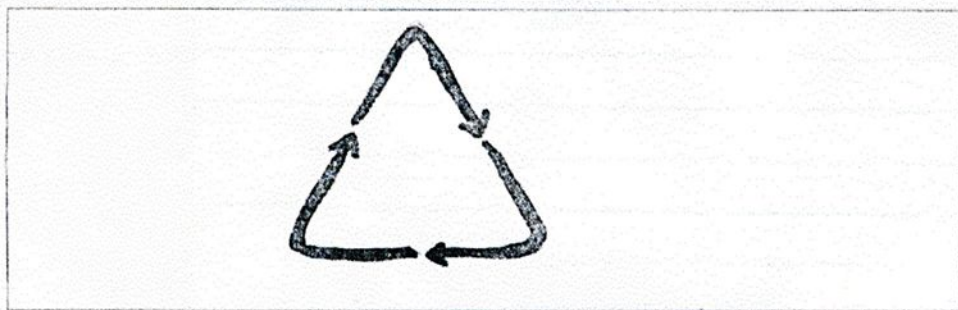
Grupo nº 1

Participantes

Guatier, Albio, Angelica, Edison e Dainara

data: 16/11/1999

Este símbolo,



que tem a forma de um triângulo, significa

que a embalagem é reciclável

Vamos encontrar alguns, nos R/E que temos e colar no quadro



3ª fase

Aproveitou-se a oportunidade para discutir mais acentuadamente a questão da cidadania, uma vez que na atividade ficou patente a ligação com os temas transversais meio ambiente e cidadania. O primeiro tema está ligado à atividade pois as embalagens plásticas, de papel, papelão, alumínio, vidro, se não forem devidamente recicladas, constituirão problema em futuro próximo devido ao acúmulo de lixo de decomposição muito lenta. O segundo tema está presente na preocupação de se formar futuros selecionadores de lixo reciclável.

4ª fase

Finalizou-se, como sempre, a atividade com a pergunta "o que aprendemos hoje", que Gunther respondeu assim:

Aprendemos que muitas embalagens têm um símbolo que representa uma embalagem reciclável.

Avaliação

Os alunos resolveram a tarefa com facilidade: reconhecem sem problemas o símbolo de reciclável, por isso encontraram rapidamente outros exemplos dele, encontrados em vários R/E.

Quanto à folha de exercício, a frase de instrução ficaria mais completa assim: "Vamos encontrar alguns *símbolos de reciclável* nos R/E que temos e colar no quadro".

A menção ao destino de lixo pode também propiciar ligação com geografia, através da elaboração de um mapa com a localização dos recipientes para lixo próximos à escola, por exemplo.



Tema	Atividade
8. Imagens.	8.3 Identificação de imagens específicas: logotipo do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).
Objetivos Reconhecer logotipo como um tipo de imagem para comunicação, utilizadas em R/E. Identificar logotipos presentes em alguns R/E, especificamente o utilizado para o atendimento ao consumidor. Trabalhar o tema transversal cidadania através de leitura de R/E.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, caderno de atividades, folha de exercício.	
Capital de palavras Serviço de Atendimento ao Consumidor.	

Encaminhamento

1ª fase

Em prosseguimento ao estudo de imagens em R/E, procurou-se chamar a atenção dos alunos para o ícone de atendimento ao consumidor, presente com grande frequência nos R/E trazidos para o trabalho em classe.

Trabalhando em grupos, os alunos leram os R/E que escolheram, procurando por essa informação específica, o ícone de reciclável. Localizaram-na sem dificuldades. Comentaram suas diferentes formas:

- há conjuntos de desenhos e textos, alguns poucos textos sem desenho;
- de modo geral esse ícone, que faz a interação empresa/consumidor, vale-se de imagens (às vezes estilizadas) de cartas e telefones;
- quando se trata de telefone, os números são, via de regra, de fácil memorização;
- a maior parte oferece serviços gratuitos, através do número 0800;

- algumas empresas já colocam, junto a esses meios de comunicação mais conhecidos, endereços eletrônicos para quem tem acesso a computadores.

Foi ressaltado, nessa fase, o significado da colocação desses números telefônicos e endereços. As empresas se preocupam cada vez mais com a opinião de seus consumidores sobre a qualidade dos produtos que oferecem. Muitos alunos, a professora Marisa Nicolino e a pesquisadora relataram casos de acesso a esses serviços. Na grande maioria dos relatos a resposta dos produtores foi satisfatória.

2ª fase

As crianças trabalharam em grupos e resolveram a tarefa colocada na ficha do dia, que dizia: "As empresas que desejam comunicar-se com seus clientes, colocam mensagens ou sinais em seus R/E. Observe o exemplo. A seguir, encontre outros, recorte e cole no quadro abaixo". Na folha já constava a figura do Serviço de Informações da empresa Hikari. Com o desenho estilizado de uma telefone e a mensagem escrita: "CHIC - Central Hikari de Informações ao Consumidor - 0800-158866 - Caixa Postal 44349 - CEP 03003 - 000 - SP".

Os grupos recortaram e colaram outros ícones do Serviço de Atendimento ao Consumidor. Os exemplos encontrados e utilizados pelos grupos de crianças referem-se a empresas conhecidas, como Nestlé, Elma Chips, Klabin, Bom Apetit, Triunfo, Bocadoitos, Alegritos, Batavo, Mococa, Kolynos, entre outros. As crianças realizaram facilmente a tarefa proposta.



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1Participantes Juliana, Elaines, Elaine, Daiane e Thaísdata: 1 / 1 / 1999

As empresas que desejam comunicar-se com seus clientes, colocam mensagens ou sinais em seus R/E. Observe o exemplo. A seguir, encontre outros, recorte e cole no quadro abaixo:

Empresa	Mensagem para o cliente
Hikari	 CHIC - Central HIKARI de Informações ao Consumidor 0800-158866 Caixa Postal 44349 CEP 05463-000-SP
melitta	 SERVIÇO DE INFORMAÇÃO MELITTA CE - POSTAL 60525 SP - CEP 05804-970 A SUA OPINIÃO VALE MUITO PARA NÓS LIGUE GRÁTIS... 0800 340203 www.melitta.com.br
relni	 Para obter maiores informações, ligue grátis: 0800-115855 ou acesse para Caixa Postal 1391 CEP 13060-300 - Campinas - SP
quaker	 SERVIÇO DE INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR QUAKER Caixa Postal 11456 - CEP 05422-970 - SP

3ª fase

A partir da identificação, recorte e colagem desse elemento de R/E, foi-se chamando a atenção dos alunos para a estrutura desse texto, que é sempre muito parecida:

- *uma mensagem bem curta*. Exemplos: Disk Chips; Serviço de Atendimento Batavo; Mococa Atendimento ao Consumidor; Atendimento ao Consumidor - em caso de dúvidas, sugestões ou reclamações, ligue para; Centro Triunfo de Atendimento ao Consumidor;
- *um número de telefone*. Quase sempre de fácil memorização, como 0800 - 116611, da Elma Chips, 0800 162255, da Mococa, 0800 158866, da Hikari;
- *ou número de caixa postal*;
- e até *e-mails*, em alguns R/E.

4ª fase

Aproveitou-se a oportunidade para se debater a questão da cidadania, uma vez que, como consumidores, temos o direito de receber bons produtos e serviços pelo que pagamos. Foram lembradas as orientações obtidas na entrevista com o funcionário do PROCON. Lembrou-se também que as empresas, se todos os usuários insatisfeitos reclamarem, serão obrigadas a melhorar a qualidade do atendimento, para não perderem clientes para as concorrentes.

Terminou-se a intervenção com a pergunta "o que aprendemos hoje", que Juliana respondeu assim:

Aprendemos a recortar e colar a mensagem da empresa para o consumidor.

Avaliação

A atividade revelou-se motivadora, concentrando a atenção dos alunos. Houve grande interesse em relatar experiências com o uso desse serviço, que foi considerado por muitos alunos como respeito das empresas em relação a seus consumidores, além de uma estratégia de mercado em tempos de grande concorrência. A questão da cidadania ficou fortemente enfatizada nessa atividade.

Como desdobramento pode-se sugerir:

- a) listar os números encontrados, verificando a facilidade de memorização;



- b) fazer uma ligação para um dos números encontrados, explicando os motivos;
- c) listar os números que não atenderam ou deram atendimento inadequado.

Tema	Atividade
8. Imagens.	8.4 Identificação de imagens específicas: ícone de jogar embalagem usada no lixo.
Objetivos Reconhecer logotipo como um tipo de imagem para comunicação, utilizadas em R/E. Identificar logotipos presentes em alguns R/E, especificamente o que se refere ao destino dado às embalagens usadas. Trabalhar o tema transversal cidadania através da leitura criteriosa de textos e imagens de R/E.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, folha de exercício, caderno de atividades.	
Capital de palavras Reciclável.	

Encaminhamento

1ª fase

Num primeiro momento foi solicitado aos grupos que procurassem, nos R/E que tinham em mãos, o desenho estilizado que mostra uma pessoa atirando (o que parece ser) um pedaço de papel num cesto de lixo. As embalagens que mais apresentam esse ícone são as latas descartáveis de refrigerante e os R/E de sorvetes. Todos os grupos conseguiram encontrar um exemplo, após algum tempo de pesquisa no material.

2ª fase

Esta etapa constituiu-se na resolução da folha de exercício do dia, constituída de uma imagem copiada de embalagem, reproduzindo, em tamanho maior, o desenho estilizado de uma pessoa atirando uma embalagem usada no cesto do lixo, como o que os alunos haviam localizado em alguns R/E.

Os alunos reconheceram o ícone e discutiram em grupo antes de completar a frase iniciada na folha de exercício: "Você já viu esta imagem nos R/E?". Ela significa". Os alunos Cláudia e Patrick completaram, respectivamente: *que quando alguma pessoa consumir algum produto, quando terminar tem que jogar o rótulo ou a embalagem no lixo e essa imagem significa para mantermos a cidade limpa*. A redação bem elaborada se deve à orientação dada pela pesquisadora e pela professora durante a elaboração pelos grupos.

Havia ainda, na folha de exercício, a pergunta: "Qual seria a causa que levaria os donos de empresas a colocarem essa imagem nos R/E?". Os mesmos alunos responderam: *Eles estão preocupados por que os rótulos e as embalagens estão poluindo o meio ambiente e A causa seria que os donos das empresas estão preocupados com o lixo, que prejudica o meio ambiente*.

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 01

Participantes Daiane, Eliane, Juliana e Flávia

data: / / 1999

Você já viu esta imagem nos R/E?



Ela significa

Que quando alguma pessoa
consumir produto, quando terminar
tem que jogar o resíduo em a lixeira
lógica no lixo.

Qual seria a causa que levaria os donos de empresas a colocarem essa imagem nos R/E?

Eles estão preocupados por que os res-
íduos e embalagens estão poluindo o meio
ambiente.

3ª fase

Na resposta à pergunta habitual "o que aprendemos hoje" a mesma análise pode ser feita. Observe-se a resposta de Luciano:

Aprendemos que devemos jogar rótulos e embalagens no lixo para não poluir o meio ambiente.

Avaliação

Os alunos revelaram grande interesse pela atividade. A pesquisa para descobrir o desenho nos R/E trazidos para a classe foi intensa. A preocupação com as questões de meio ambiente e a colaboração de cada um para o bem estar coletivo parecem estar bastante arraigadas nas palavras e nas atitudes dos alunos, que completaram o texto usando palavras específicas: manter, prejudica, consumir, poluir, mesmo sem intervenção da professora e da pesquisadora.

Tema	Atividade
9. Estudo do anúncio/cartaz.	9.1. Definição de cartaz e anúncio. 9.2. Análise de cartazes e anúncios.
Objetivos Ler e analisar em profundidade cartazes e anúncios. Identificar R/E como um tipo especial de cartaz. Reconhecer traços comuns entre um cartaz e R/E através da leitura criteriosa de textos e imagens encontrados em ambos. Preparar para o estudo da diagramação de R/E.	
Material necessário Cartazes em formatos e objetivos variados, caderno de atividades.	
Capital de palavras Cartaz.	

Encaminhamento

1ª fase

Iniciou-se a atividade apresentando vários tipos de cartazes, com diferentes objetivos, diferentes formatos e diferentes públicos-alvo.

O primeiro era um cartaz retangular, de 20X81 cm, com uma única imagem, a de um trombone, colocada no sentido do comprimento e tomando toda a extensão dele. Há também o texto: "Bote a boca no trombone. Hoje o consumidor brasileiro é um consumidor mais consciente. Ele procura preço, exige qualidade, reclama quando necessário, e tudo isso estimula a concorrência, ajudando a melhorar o Brasil. Ligue. Faça sugestões. Solicite informações. Defenda seus direitos sempre. Os serviços de atendimento ao consumidor das empresas existem para isso mesmo. Direito do Consumidor. Bom para quem vende. Melhor para quem compra". O material foi preparado pela Associação Brasileira de Anunciantes (a mesma do "Gibi do Consumidor"), em comemoração ao dia do consumidor, 15 de março.

O segundo era um cartaz também retangular (20X80 cm) de divulgação do produto "Toppyc", um pediculicida. Em cores fortes, traz como imagem principal o desenho de um enorme piolho pintado em vermelho e marrom. O texto convida a "acabar com esse pestinha" e didaticamente, responde a várias questões: "Como se pega (piolho)?" "Como prevenir?", "Meu filho pegou piolho. E agora?" É somente na parte final do cartaz que aparece o nome do produto e o convite a participar de um concurso cujo prêmio é uma viagem à Disneylândia.

O restante do material era formado por anúncios de página inteira de revistas, medindo todos 20X27 cm. Um deles, de propaganda de biscoitos, traz a foto de um robô inteiramente construído com biscoitos de diferentes formatos, todos produzidos pela mesma empresa. O texto é mínimo: refere-se apenas aos nomes dos biscoitos utilizados e a frase: "Biscoitos Parmalat. Comer e inventar é só começar".



Outra página era veículo de propaganda de camisetas. As cores são também fortes (vermelho e laranja).no canto superior esquerdo aparece o logotipo da fábrica, dois peixes cruzados. Na parte maior, inferior, forma-se um "carrossel" de listas, nas quais estão as fotos dos produtos. O texto é mínimo: "Primavera/verão 99. Desde 9,99. Hering". Ao lado das fotos das camisetas, informações sobre os modelos (T-shirt gola V) e o preço.

O anúncio seguinte fazia propaganda de vacina contra catapora. A figura, em tons de vermelho, mostra um bebê atacado pela doença. Seu rosto traz sinais de desconforto causado pelas lesões. O anúncio é muito didático: dá o conceito de catapora, suas manifestações, possíveis complicações. Ao final, dá conselhos sobre a imunização feita através da vacina.

O sexto anúncio faz propaganda de uma rádio (CBN). Não apresenta cores. Uma foto em branco e preto mostra um cachorro carregando um rádio na boca. O início do texto esclarece o inusitado da situação: "Ensine seu cachorro a trazer notícias mais atuais". A seguir, em letras menores, a texto enumera as qualidades da rádio anunciada, terminando assim: "Ouça a CBN. Mesmo que você não tenha cachorro".

O último anúncio mostrado tem cores discretas: predomina o cinza, no qual se destaca o rosado da face e das mãos de uma criança. O menino veste uma fantasia de elefante e toma, de canudinho, o leite fermentado propagado pelo anúncio. Tem o olhar brilhante, alegre, e há um esboço de sorriso e sua boca. O texto, uma vez mais, é mínimo: "Não deixe seu mamífero chupando dedo. Leite fermentado dos mamíferos. É saudável, suave, gostoso e já vem com o canudinho. Parmalat. Porque nós somos mamíferos".

Nos diferentes cartazes, e anúncios procurou-se distinguir e analisar:

- o tipo de escrita encontrado e o lugar onde se vê os cartazes e anúncios;
- que tipo de escrita se encontra em cartazes;
- qual a verdadeira mensagem dos cartazes;
- que tipo de papel é usado;
- que códigos ele usa: escrita, desenhos, esquemas, símbolos;

- a colocação de desenhos e textos na página;
- as articulações lógicas do texto, os jogos fonológicos, os tipos de frase.

As questões propostas visavam fazer os alunos perceberem que cartaz ou anúncio são "papel de tamanho grande; tem geralmente um grande desenho; a escrita ocupa freqüentemente menos espaço que as imagens; não se destina a uma pessoa em particular, mas a todo mundo" (Tisset, 1994, p. 150). O rótulo/embalagem pode ser considerado também "um suporte ideal para fazer emergir as hipóteses, deduzir informações e dar aos alunos ocasião para se ter uma verdadeira atitude de leitor" (Tisset, 1994, p. 148).

2ª fase

Num segundo momento procurou-se fazer com que os alunos percebessem que R/E, muitas vezes, funcionam como cartazes ou anúncios, uma vez que, como eles:

- trazem informações e publicidade sobre o produto que contêm;
- são elaborados com critérios precisos quanto ao uso de imagens e cores;
- geralmente dão mais espaço à imagem (desenhos, fotos, símbolos, esquemas) do que aos textos;
- a disposição desses elementos geralmente é diferente dos cartazes e anúncios, que usam muito o sistema "saia-e-blusa": foto em cima, texto em baixo. Rótulos e embalagens apresentam extrema diversidade de diagramação: texto superpondo-se à imagem, alternância de um elemento e outro, colocação aleatória de texto e imagem. Uma constatação é a de que, na grande maioria das embalagens, uma área é considerada frontal (mesmo nas latas de refrigerante, de forma cilíndrica) e nela se investe mais em termos de imagens e texto publicitário, ficando as informações "obrigatórias" geralmente na parte "de trás".
- são elaborados realmente exaltando as qualidades do produto, para vendê-lo;
- os textos evidenciados são os que se destinam ao apelo de compra;
- têm uma disposição gráfica especial e cuidados com diagramação;
- o material usado é tanto melhor quanto mais caro, sofisticado ou supérfluo for o produto;



- dirigem-se ao público consumidor no sentido de atraí-lo e seduzi-lo.

3ª fase

Na verificação sobre "o que aprendemos hoje?", os alunos colocaram:

Aprendemos a ver as diferenças dos cartazes, a ler os cartazes, o jeito que os cartazes têm. (Flávia)

Aprendemos a ler e ver as diferenças de um cartaz do outro e as informações que ele anuncia a nós. (Daiane)

Avaliação

A atividade foi basicamente de linguagem oral e trabalhou-se o tempo todo com o grupo da classe, sem divisão em grupos menores.

Os cartazes e anúncios mais apreciados pelos alunos foram os de biscoito e leite fermentado. O cartaz sobre pediculose assustou-os, já que esse problema é comum na escola e a figura do piolho, em tamanho grande, fez pensar sobre o fato de carregá-los em grande número na cabeça.

Também a figura do bebê atacado pela catapora não foi das mais apreciadas pela classe. Por sua vez, o anúncio da rádio não foi compreendido num primeiro momento, visto que não foi feita a ligação com o fato de cães trazerem o jornal na boca aos donos, pela manhã. Somente após essa informação foi que se pôde entender e apreciar o inusitado da foto.

A participação foi boa, com os alunos colocando seus pontos de vista e ouvindo atentos às explicações.



Tema	Atividade
9. Estudo do anúncio/cartaz.	9.3. Quebra-cabeças com anúncio.
Objetivos Ler e analisar em profundidade cartazes e anúncios. Identificar R/E como um tipo especial de cartaz. Montar quebra-cabeças com anúncio, para posterior análise.	
Material necessário Anúncios recortados em 8, 10 ou 12 pedaços, cartolina, caderno de atividades.	
Capital de palavras Quebra-cabeças.	

Encaminhamento

1ª fase

Para esta atividade, sugerida no texto de Tisset, 1992, à pág. 154, foram feitas 5 cópias em xerox colorido de um anúncio de alimento para cães. As cópias foram coladas em cartolina para maior firmeza e recortadas em partes desiguais. Uma cópia do anúncio foi recortada em 8 partes, duas em 10 partes, duas em 12 partes.

Os quebra-cabeças, colocados em envelopes, foram então entregues aos grupos, que trataram de montá-los. Essa etapa foi realizada com grande animação. Depois de montado o seu quebra-cabeças, os grupos pediram para montar os outros, que haviam sido entregues aos demais grupos, recortados em quantidades diferentes de pedaços. Mesmo os que apresentavam o mesmo número de pedaços eram recortados em desenhos desiguais, de modo que nenhum quebra-cabeças era igual ao outro. Foi permitido, então, que os quebra-cabeças circulassem pelos grupos. Todos tiveram, assim, a oportunidade de montar todos os cinco modelos.

2ª fase

Uma vez montado o anúncio, fez-se a análise oral do mesmo quanto à diagramação, ao uso das cores, às imagens, aos objetivos que tinha (vender alimento para cães).

Como se pode perceber na cópia que acompanha este trabalho, o anúncio prima pela sensação de energia e de movimento. O menino e o cachorro, em pleno ar, os rostos alegres, acompanham o movimento e a energia da água do mar, que aparece em segundo plano. O balão revela o espanto do cachorro frente ao entusiasmo do menino: "Nossa, que pique! Será que ele comeu Friskies?". A humanização do cachorro está presente na capacidade de tirar conclusões: o alimento é energético, o menino está cheio de energia, logo, deve ter comido o alimento para cães, que, segundo o texto colocado na parte inferior do anúncio (modelo "saia-e-blusa"), é a melhor refeição que você pode dar para o seu amigão se desenvolver forte e cheio de vida...Friskies é cheio de vida!". Assim como o menino fotografado.





NOSSA, QUE PIQUE! SERÁ QUE ELE COMEU FRISKIES?

Friskies Alpo é a melhor refeição que você pode dar para o seu amigo se desenvolver forte e cheio de vida. Porque Friskies é a marca mundial da Nestlé de alimentos para animais domésticos de estimação que garante uma nutrição 100% completa e dá muito mais vitalidade. Dê Friskies Alpo para o amigo que você tem em casa. Ele vai ter fôlego de sobra para acompanhar seu pique o dia inteiro.

Friskies É CHEIO DE VIDA! É FRISKIES.



O uso de palavras e expressões do cotidiano e a imagem conhecida facilitaram o entendimento do anúncio pelos alunos. O inusitado fica por conta do "pensamento" humanizado do cachorro. O uso de crianças e de seus animais prediletos (como o cão), em cartazes, anúncio e também em rótulos e embalagens é garantia de leitura mais atenta.

3ª fase

A pergunta "o que aprendemos hoje?" foi respondida desta maneira, por Aline:

Nós aprendemos a montar quebra-cabeças com anúncio de comida de cachorro.

Avaliação

A proposta de solucionar um problema - montar um cartaz recortado - foi aceita pelos alunos, que trabalharam em conjunto e encontraram a solução. A análise oral foi realizada com a participação de todos. Houve preocupação com a comunicação nos intercâmbios, em fazer-se entender e procurar entender os outros, tendo os grupos trabalhado cooperativamente e todos contribuindo para o grupo com idéias, sugestões e esforço.

Tema	Atividade
9. Estudo do anúncio/cartaz.	9.4. "O anúncio escondido".
Objetivos Ler e analisar em profundidade cartazes e anúncios. Identificar R/E como um tipo especial de cartaz. Descobrir o anúncio encoberto através de "janelas" abertas no texto. Ler e analisar o anúncio revelado.	
Material necessário Anúncio de uma livraria, coberto com papel pardo, no qual foram recortadas "janelas" em pontos estratégicos.	
Capital de palavras Infantis, juvenis.	

Encaminhamento

1ª fase

Nesta atividade foi apresentado à classe um anúncio de uma livraria especializada em livros infantis e juvenis. O formato do anúncio é diferente: é retangular, (30 cm de largura por 64 cm de comprimento). O texto e os desenhos estão colocados em três blocos, no sentido do comprimento: "Cadê o sorvete que estava aqui? O gato comeu" (sobre o desenho de um gato lambendo os beiços). "Cadê o livro que estava aqui? Está aqui!" (sobre o desenho de um menino sorridente, que aponta a própria cabeça). "Formato. Livros infantis e juvenis. Rua Januária, 437- (031)442 2955 - BH- MG". O texto e os desenhos, (de autoria de Cláudio Martins), muito coloridos e sugestivos, estão impressos em papel brilhante preto. O cartaz é, na verdade, um catálogo de livros da Livraria Formato, apresentado de forma muito criativa e original.

O cartaz estava coberto por papel pardo. Foi dito aos alunos que, embaixo do papel havia um anúncio, um cartaz, mas não se adiantou o que ele anunciava, se produto, loja ou serviço. Os alunos deveriam levantar hipóteses sobre o que haveria, à medida que as "janelas" recortadas e numeradas fossem abertas.

A atividade foi baseada em instruções de Tisset (1994, p. 154), que escreve: "a cada vez que um aluno abre uma janela, os outros descobrem um pedaço do anúncio. Eles descrevem o melhor possível o que vêem e tentam deduzir o que não vêem, argumentando e explicando a ligação que estabelecem entre o pedaço descoberto e o resto escondido. À medida que os pedaços são descobertos, as indicações vão convergindo para a mesma explicação".

No caso do anúncio escolhido, os alunos tiveram que esperar o cartaz totalmente descoberto para perceber a ligação entre texto, imagem e mensagem. O desenho do gato, por exemplo, fez surgir hipóteses de que se tratava de alimentos para esses animais. A palavra "sorvete", por sua vez, levou-os a imaginar que se tratava de anúncio de sorvete.



3ª fase

Obtendo-se a totalidade do cartaz, os alunos analisaram-no do ponto de vista de cor, formato, disposição dos textos, ligação desenho/texto/mensagem publicitária. Foi unânime a opinião de que se tratava de um anúncio original, diferenciado no conjunto de cores, imagens e objetivo.

Por se tratar de atividade eminentemente de linguagem oral, foi dispensada a resposta escrita à pergunta "o que aprendemos hoje", mas os alunos verbalizaram o que sentiram na análise do cartaz, sendo as observações todas positivas.

Avaliação

A atividade despertou o interesse e a atenção dos alunos. Todos se empenharam em tentar descobrir, antes do cartaz inteiramente descoberto, o tema de sua elaboração. As hipóteses eram levantadas e, a cada nova informação, comprovadas ou rejeitadas. No final, o anúncio foi considerado bonito, inteligente e diferente.

Tema	Atividade
9. Estudo do anúncio/cartaz.	9.5. Informação e publicidade no cartaz. 9.6. Importância das cores.
Objetivo Ler e analisar um anúncio sob o ponto de vista de informação, publicidade e uso das cores.	
Material necessário Cartaz de divulgação de uma companhia produtora de lápis, caderno de atividades.	
Capital de palavras Reflorestamento.	

Encaminhamento

1ª fase

Foi apresentado à classe um cartaz que se referia-se a uma empresa produtora de lápis. De grande dimensão (40 por 75 cm), podia ser visto de longe. Foi escolhido para a atividade porque havia vários na própria escola e os alunos já o haviam visto nas paredes dos corredores. Bastante didático, o cartaz trazia inúmeras informações sobre o processo de fabricação de lápis pretos e coloridos. Enfatizava o trabalho de reflorestamento da empresa, preocupada com o meio ambiente.

Em conjunto com a classe, foi-se relacionando os elementos do cartaz. Do ponto de vista da cor, são usadas cores vibrantes, alegres, prevalecendo o vermelho, verde forte, amarelo e preto. As imagens são muitas, mostrando as diversas etapas da fabricação do lápis e sua distribuição aos pontos de venda.

Na conversa estabelecida com os alunos, apesar do cuidado evidenciado em todos esses aspectos, o cartaz, para eles, foi considerado pouco eficaz. Segundo eles, há excesso de informação, as letras são pequenas demais para serem vistas a distância, e o tom "didático" produzido pelo texto não convida à leitura. Muitos alunos não souberam repetir, com segurança, as informações contidas nele, apesar dele ter estado em exposição nos corredores da escola durante algum tempo.

Também oralmente, os alunos concluíram que, graficamente, há uma relativa "poluição visual", com excesso de imagens pequenas, que acabam se revelando pouco visíveis a distância (condição importante em se tratando de cartaz). Poucos alunos revelaram o empenho necessário para acompanhar a trajetória da fabricação e transporte do lápis sugerida pelos desenhos e pelo texto esclarecedor.



2ª fase

Quanto à questão da informação e publicidade, presentes no cartaz, os alunos consideraram que o texto era todo informativo. Realmente há pouco uso de adjetivos, mas o conjunto do texto compõe um todo positivo, sem apresentar nenhuma característica que pudesse "denegrir" a imagem da empresa, aparentemente preocupada com qualidade, bons serviços, preservação do meio ambiente, etc.

Por se tratar também de atividade eminentemente de linguagem oral, foi dispensada a resposta escrita à pergunta "o que aprendemos hoje". No desenrolar da atividade, no entanto, os alunos verbalizaram o que sentiram na análise do cartaz, com as observações colocadas na descrição feita acima.

Avaliação

Como o cartaz apresentou problema para leitura a distância, seria proveitoso fazer folhas individuais com os números e os títulos de cada trecho escrito: 1.viveiro de mudas; 2.plantio; 3.após 3 anos; 4.colheita e replantio; 5.devolução de nutrientes ao solo; 6.madeira para lápis; 7.madeira para energia; 8.industrialização da madeira; 9.tudo se aproveita; 10.tratamento; 11.descanso de 60 dias; 12.produção do lápis. Chamar os alunos para ler para a classe um trecho, mesmo resumi-lo ou interpretá-lo.

Pôde-se verificar que os alunos já começam a ter olhos mais críticos ao analisar um cartaz, como fizeram. Quanto ao aspecto formal, as inadequações de texto e imagem foram percebidas mais facilmente. Já o conteúdo "positivo" mesclado ao tom aparentemente objetivo do texto não foi detectado com facilidade. Somente um trabalho mais sistematizado com esse objetivo - separar o que é informação e o que é publicidade, como esses dois aspectos podem estar mesclados, dificultando a identificação de um e de outro - pode dar aos alunos essa capacidade.

10. Lingüística aplicada.	10.1. Identificação de elementos gramaticais nos textos de R/E.
Objetivo geral Analisar textos de R/E do ponto de vista gramatical (identificação de classes gramaticais). Rever conhecimentos de língua portuguesa através da leitura de R/E. Reconhecer, em trechos de textos de R/E, substantivos, adjetivos e verbos.	
Material necessário Rótulos e embalagens variados, folhas de exercício, caderno de atividades.	
Capital de palavras Achocolatado, infusão, saboroso, recheado.	

Encaminhamento

1ª fase

Esta atividade foi realizada pela professora Marisa Nicolino, orientada pela pesquisadora. A folha-tarefa pedia que os alunos reconhecessem, em frases retiradas de R/E, palavras de diferentes classes gramaticais: substantivos (nomes), adjetivos (qualidades) e verbos (ações).

A folha de exercício apresentada aos alunos já continha os seguintes exemplos de frases, com a identificação dos substantivos, adjetivos e verbos:

Energia que dá gosto (achocolatado Nescau);

conservar em local fresco e seco (mistura para infusão Hikari);

achou, ganhou uma jóia (milho verde Jurema);

veja porque FROLIC é tão saboroso (alimento para cães Frolic).

2ª fase

Foi então solicitado aos alunos que lessem vários rótulos e embalagens, procurando neles outras frases que apresentassem esses elementos. Sob a supervisão da professora, os alunos realizaram a tarefa, encontrando as frases e fazendo a identificação das palavras do ponto de vista morfológico. O restante da folha de exercício foi assim preenchido:



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 6Participantes Diana, Letícia, Celine e Eloize.data 22/10 /1999

<u>Produto</u>	<u>Contexto</u>	<u>Substantivo(s)</u> (nomes)	<u>Adjetivo(s)</u> (qualidades)	<u>Verbo(s)</u> (ações)
Achocolatado Nescau	Energia que dá gosto	Energia Gosto	-	Dá
Mistura para infusão Hikari	Conservar em local fresco e seco	Local	Fresco Seco	Conservar
Milho verde no vapor Jurema	Achou, ganhou uma jóia	Jóia	-	Achou Ganhou
Alimento para cães Frollic	Veja por que FROLIC é tão saboroso	FROLIC	Saboroso	Veja É
Cereal Kellogg's	Liga as braçadeiras de um superatleta	braçadeiras superatleta		liga
Melão de Tomate Hornarola	O melão que fica com a sua cara	melão cara		fica
Biscoitos recheados Biskin	Cheou, ganhou			achou ganhou
Bolo recheado Bauducco	Dia família Bauducco para a sua família	família Bauducco		
Chimenes para gatos Whiskas	Nova receita mais saborosa, mais saudável	receita	nova saborosa saudável	
Frango em pedaços Sadia	Aqui tem quantidade de e sabor	quantidade de de sabor		Tem

A atividade foi finalizada com a pergunta "o que aprendemos hoje", que Daiane respondeu assim:

Aprendemos a procurar no contexto os substantivo, os adjetivos e os verbos.

Avaliação

Segundo relato da professora, a atividade desenvolveu-se sem dificuldade, com os grupos trabalhando em intensa interação para encontrar o que era pedido. Foi uma oportunidade de rever conceitos gramaticais já sistematizados, apresentados de maneira diferente. A atividade serviu para mostrar aos alunos que a língua se encontra utilizada em diferentes suportes, com todas as características de organização gramatical necessária à comunicação eficaz.

Quanto à folha de exercício, apresentou inadequação na distribuição dos espaços. Ficaria mais equilibrada se houvesse sido destinado mais espaço para as duas primeiras colunas, onde o aluno copiou o nome do produto e o contexto das palavras analisadas.

Tema	Atividade
11. Criação individual.	11.1. Criação de um produto e seu logotipo. 11.2. Elaboração de uma frase informativa ou publicitária para acompanhar o produto.
Objetivos Desenvolver o conhecimento ajustado de si mesmo e o sentimento de confiança em suas capacidades afetiva, física, cognitiva, ética e estética. Utilizar as diferentes linguagens - verbal, matemática, gráfica, plástica e corporal - como meio para produzir, expressar e comunicar suas idéias. Expressar-se graficamente na criação de algo novo. Imaginar e elaborar um logotipo para um produto fictício. Elaborar frase informativa e/ou publicitária para acompanhar o logotipo imaginado.	

Capacidades básicas**Redação**

Compor e criar documento.

Usar linguagem, estilo, organização e formato apropriados ao assunto em pauta, seu propósito e provável destinação.

Capacidades cognitivas

Pensar criticamente (usar a imaginação livremente, combinando idéias ou informações em maneiras novas; fazer conexão entre idéias).

Ver coisas com imaginação organizar e processar símbolos, imagens, gráficos, objetos ou outra informação.

Material necessário

Caderno de atividades, folhas de exercício, lápis de cor, canetinhas ou outro material para ilustração.

Encaminhamento**1ª fase**

A pedido da pesquisadora, desta vez se trabalhou em duplas. Foram distribuídas as folhas de exercício e explicou-se o que se pretendia que os alunos fizessem.

Tendo em vista todas as informações já obtidas sobre o uso de cores e imagens, a importância do nome de cada produto ser escrito de maneira própria, particular, os alunos foram solicitados a imaginar um produto e a criar um logotipo, (considerando-o como uma maneira só sua de escrever o nome imaginado para ele). O produto final deveria ser um logotipo para ser facilmente identificável, bem como uma mensagem escrita curta e incisiva, de informação e/ou publicitária.

No exemplo que acompanha esse relatório, as alunas Aline e Mariana preocuparam-se em criar um nome sugestivo (uma *griffe*) para as roupas que imaginaram: AM, formado com as iniciais de seus nomes. Elaboraram também um jeito colorido e alegre de escrevê-lo, juntaram as estrelas para indicar que a roupa "tem brilho", segundo seu relato. Da

mesma forma, os textos são específicos: o primeiro deles, publicitário, garante que o fato de usar as roupas AM coloca "você sempre na moda". O outro informa que os modelos podem ser comprados em duas lojas da cidade.



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1Participantes Mariana e Tlize

data: / /1999

Crie um produto**Faça um logotipo para ele****Escreva uma frase sobre ele, explicando se é informação ou publicidade**

ROUPAS
A+M
VOCÊ
SEMPRE
NA
MODA

é vendida nos lojas Laranjeiras e M.V.

Outras duplas criaram os seguintes produtos, seus logotipos, texto publicitário e texto informativo que os acompanhavam:

Produto	Publicidade	Informação
carro	THUNDERBIRD - o carro mais turbinado.	Vendido no Japão, na França e na Itália
sorvete	KREMOZY - quem resiste a essa delícia?	À venda em vários sabores
sabonete	LAYS - deixa sua pele mais limpa e perfumada	Com hidratante
televisor	TV BAD - a melhor TV do mundo.	Tem 399 polegadas
biscoito	BOLACHA TANGUE - que dá água na boca!!!!	Com ou sem recheio
bolsa	BOLSAS SAPECA - comprou, sapeca ficou	Encontrada em várias cores
lápiz	LÁPIS ESTRELA - deixa a sua letra uma beleza	A ponta é bem macia
bombom	BOMBOMBITS - não existe outro igual	Dois tipos: chocolate branco e marrom
pilha	PILHAS RYON - não tem potência igual	Pequenas, médias e grandes
sal	SAL MARAVILHA - este é mesmo uma maravilha.	Vendido em todo o Brasil
iogurte	IOGURT BLIG- é de lamber os beijos	Com a polpa da fruta.

Ao final da criação, cada dupla foi à frente à classe para mostrar seu desenho, ler os textos e explicar porque o consideraram informativo ou publicitário.

Alguns outros exemplos, considerados mais criativos, seguem abaixo.

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1

Participantes Thaís e Delany

data: 07/12/1999

Crie um produto

Faça um logotipo para ele

Escreva uma frase sobre ele, explicando se é informação ou publicidade

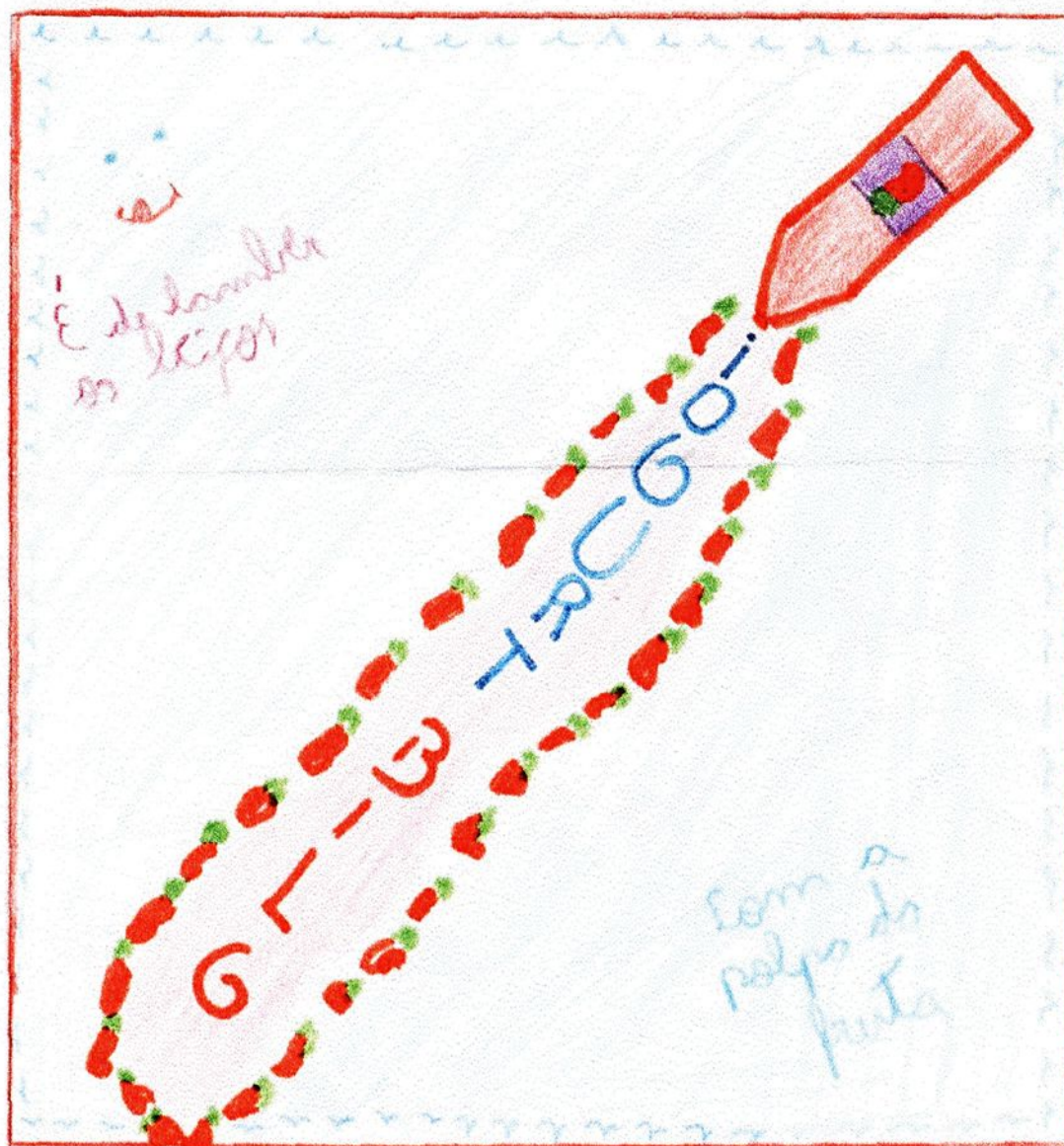


E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

Participantes _____

data: ____/____/1999

Crie um produto**Faça um logotipo para ele****Escreva uma frase sobre ele, explicando se é informação ou publicidade**

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1

Participantes

Wagner P. e Patrick

data: 7/12/1999

Crie um produto

Faça um logotipo para ele

Escreva uma frase sobre ele, explicando se é informação ou publicidade



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº 1Participantes Thamara e Lucianodata: 8/2/1999**Crie um produto****Faça um logotipo para ele****Escreva uma frase sobre ele, explicando se é informação ou publicidade**

Avaliação

A atividade proporcionou momentos de muita descontração e os alunos corresponderam plenamente ao solicitado. Trabalhando em duplas, foram muito criativos, desembaraçados,

preocupando-se com o fato de que os lápis e outros materiais de que dispunham não serem os mais indicados para a tarefa.

Os objetivos propostos parecem ter sido alcançados em grande parte. Como se observou em alguns trabalhos, a noção de diagramação ainda não estava muito clara para algumas duplas. Talvez seja esta a parte que demande maior tempo para que os alunos percebam. Colocada no final das intervenções (ela não teria sentido antes do estudo exploratório realizado), sobrou pouco tempo para o estudo mais sistemático. Talvez se obtivesse resultado melhor se o pedido fosse para a elaboração já em formato de rótulo ou embalagem. Mesmo com a limitação apontada o resultado final pôde ser considerado bom.

A folha de exercício não deixou claro que se pretendia que os alunos escrevessem duas frases e não apenas uma. Este engano, assim como o fato de não se ter reservado lugar para a escrita da frase considerada informativa e a frase considerada publicitária foram desfeitos oralmente, no decorrer da atividade. Os alunos foram além do que havia sido pedido: como não havia lugar para escrever as frases pedidas, colocaram-na no próprio espaço da atividade.

Usaram uma variedade grande de letras, cores, não houve repetição de resultados entre as duplas, cada uma tendo encontrado sua própria maneira de expressar-se. Além do logotipo e da frase, a maioria colocou imagens na atividade. Na organização do espaço a maioria optou pela disposição horizontal do logotipo. Apenas três usaram a disposição em diagonal.

Uma observação se faz necessária: os alunos, que tiveram dificuldade em separar informação e publicidade nos R/E alheios, ao criarem seus próprios textos, distinguiram perfeitamente os dois tipos, como se pode observar pela leitura de seus trabalhos.

A produção de texto pedida junto ao trabalho mais ligado à educação artística, teve resposta imediata e muito adequada por parte dos alunos. Quando a atividade foi realizada, eles não haviam recebido orientação formal sobre os aspectos técnicos de diagramação



(essa preocupação não constava nos objetivos da pesquisa). Os trabalhos, portanto, são fruto da criatividade e da assimilação de padrões visuais fornecidos pelo marketing dos produtos.

Reproduzimos a seguir alguns trabalhos elaborados.

Tema	Atividade
11. Criação individual.	11. 3. Criação de um produto e sua embalagem.
Objetivos Desenvolver o conhecimento ajustado de si mesmo e o sentimento de confiança em suas capacidades afetiva, física, cognitiva, ética e estética. Utilizar as diferentes linguagens - verbal, matemática, gráfica, plástica e corporal - como meio para produzir, expressar e comunicar suas idéias. Expressar-se graficamente na criação de algo novo. Imaginar e elaborar uma embalagem para um produto fictício. Colocar nessa embalagem o maior número possível de elementos presentes em R/E, estudados durante o ano.	
Capacidades básicas Redação Compor e criar documento. Usar linguagem, estilo, organização e formato apropriados ao assunto em pauta, seu propósito e provável destinação. Capacidades cognitivas Pensar criticamente (usar a imaginação livremente, combinando idéias ou informações em maneiras novas; fazer conexão entre idéias). Ver coisas com imaginação organizar e processar símbolos, imagens, gráficos, objetos ou outra informação.	
Material necessário Caderno de atividades, folhas de exercício, lápis de cor, canetinhas ou outro material para ilustração.	

Encaminhamento

1ª fase

Os alunos foram divididos em duplas. Apresentou-se a folha de exercícios do dia, que pedia que se imaginasse um produto e se criasse uma embalagem para ele, finalizando todo o trabalho do ano, em que se fez profundo reconhecimento das partes integrantes de um rótulo ou uma embalagem. Lembrou-se oralmente o que havia sido destacado nas diferentes atividades desenvolvidas.

Os alunos aceitaram sem restrição a tarefa. Alguns optaram por trabalhar individualmente. Desenharam e coloriram embalagens para produtos que imaginaram. A pesquisadora e a professora percorreram a sala, dando informações, incentivando, mas sem interferir na criação. Muitos alunos usaram uma folha adicional pois queriam mostrar as duas faces da embalagem. Os produtos imaginados e os elementos colocados no desenho foram os seguintes:

Aluno(s)	Produto	Elementos
Daiane e Giovana	Perfume	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, advertência, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade.
Patrik	Limonada	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, data de fabricação, prazo de validade.
Daiana e Eloíze	Condicionador	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, indicação, modo de usar, composição, advertência, código de barra, prazo de validade, fabricante, endereço.
Cláudio e Fábio	Pó de café	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade, SAC.

Edson		Bolinhas recheadas	Imagem, marca, logotipo, quantidade, código de barra, prazo de validade, fabricante, endereço, SAC.
Flávia Letícia	e	Balas	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, ingredientes, sabor, fabricante, código de barra, prazo de validade, SAC.
Juliana		Panetone	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade, modo de conservação, receita.
Solange Thaís	e	Sorvete	Imagem, marca, logotipo, slogan, fabricante, endereço, código de barra, prazo de validade, instrução para conservação.
Daniel Jessé	e	Leite achocolatado	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade, SAC, modo de conservação.
Gunther		Leite longa vida	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade, receita.
Mariana Aline	e	Bolo diet	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, indústria brasileira, prazo de validade, informações nutricionais, SAC, ícone de jogar a embalagem no lixo.
Simone Gisele	e	Bombom	Imagem, marca, logotipo, slogan, ingredientes, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, prazo de validade, SAC.
Luciano		Salgadinho	Imagem, marca, logotipo, sabor, quantidade, fabricante, endereço, código de barra, SAC, nutrientes, instrução para abrir, ícones de reciclável e de jogar a embalagem no lixo.
Solange		Guaraná	Imagem, marca, logotipo, slogan, quantidade, ingredientes, fabricante, endereço, código de barra, prazo de validade, SAC, ícones de reciclável e jogar a embalagem usada no lixo (com a recomendação: Proteja o meio ambiente).

Estão reproduzidos abaixo alguns trabalhos dos alunos, que apresentam alguma característica digna de nota:

- o mais completo de todos, cujo autor (Gunther) desenhou até o formato da embalagem (Tetraplac).
- outros bons exemplos: o envelope do Café Pretinho, com cores e imagens apropriados e o verso completo;
- a embalagem das balas Raizers, com seus desenhos o verso da embalagem, delimitado pela própria dupla;
- respingos do leite a saltarem do copo;
- a "poluição" intencional da "lata" de guaraná SENI (guaraná da natureza), reproduzindo o freqüente excesso de desenhos e textos nas latas verdadeiras.

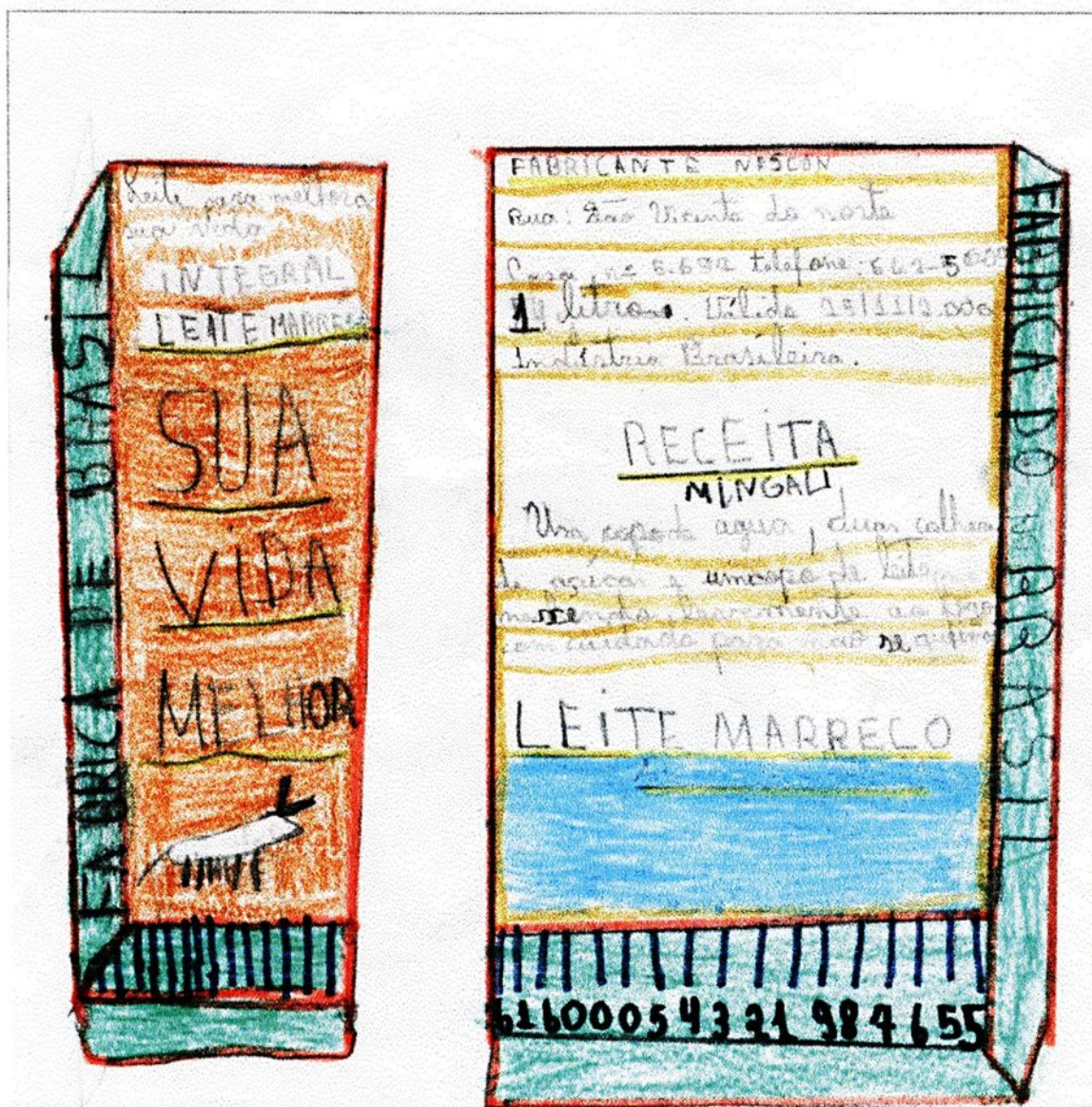
O último exemplo foi considerado incompleto, tendo as alunas se limitado apenas à colocação de uma marca e um slogan (como nas atividades anteriores, 11.1 e 11.2).

E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº

Participantes guntherdata: 08/10/1999**Imagine um produto**

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

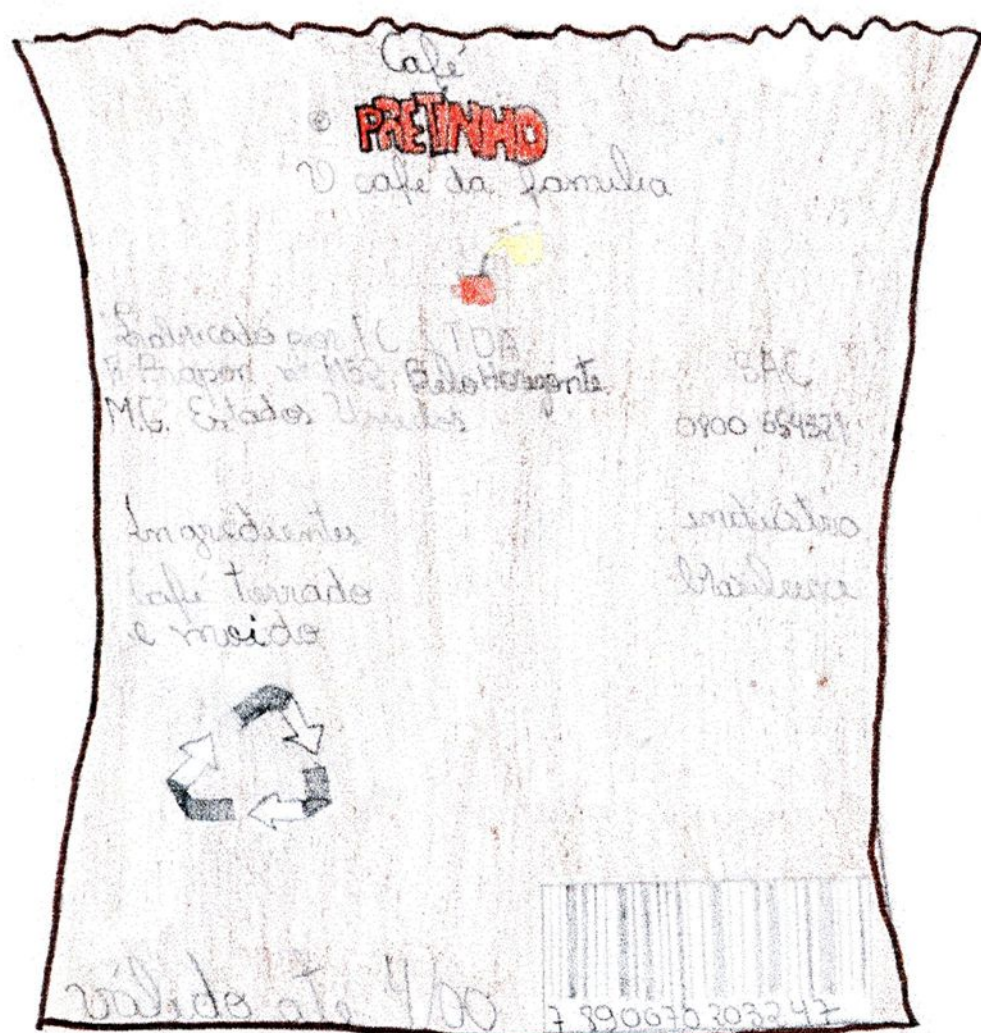
Participantes Fabio Claudio

data: 8/12/1999

Imagine um produto

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)



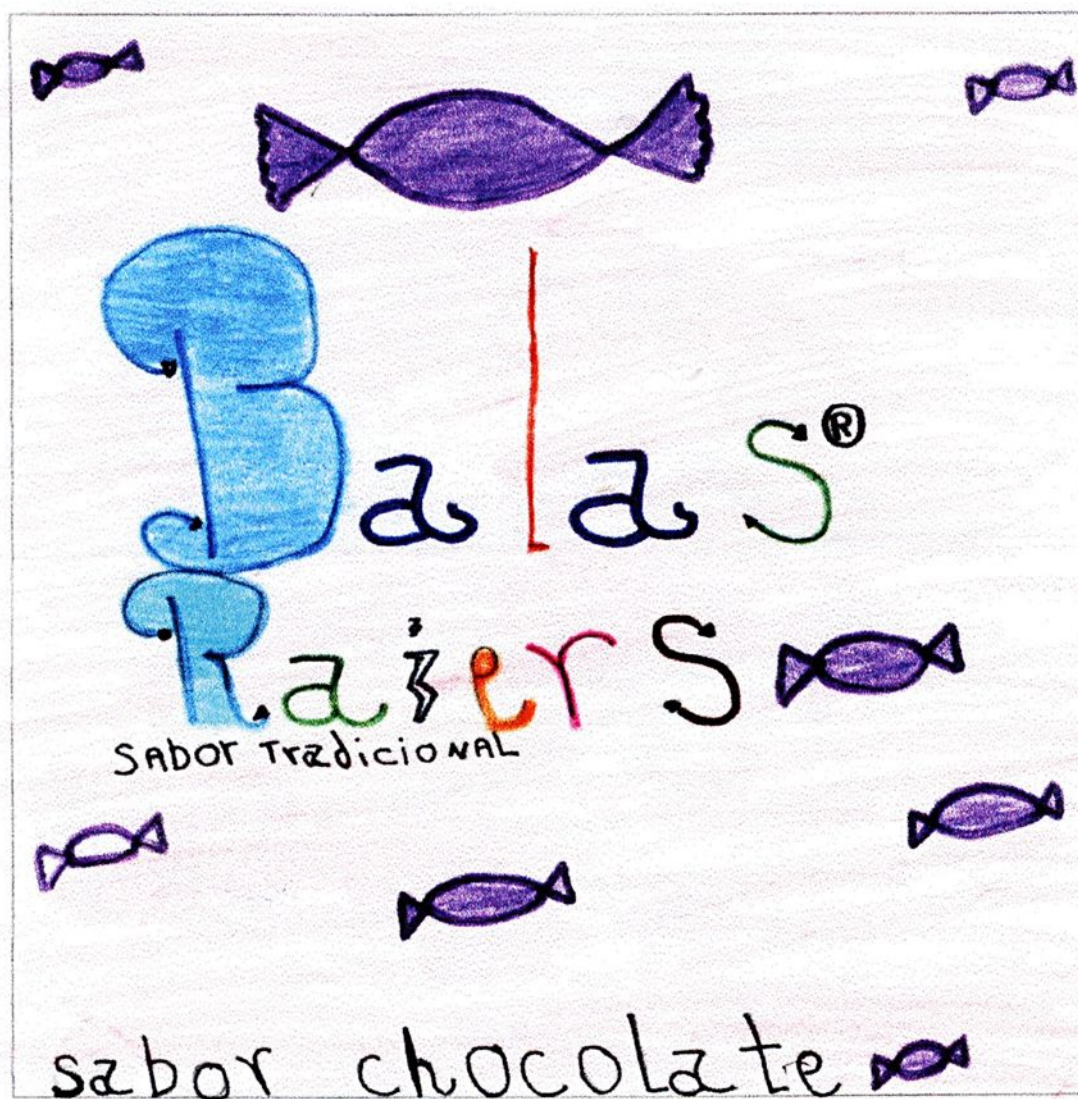


E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

Participantes Letícia e Glóriadata: 8/12/1999**Imagine um produto**

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)





Fabricado pela CHOCOLATERS

Desaconselhável para menores de 3 anos.

INGREDIENTES:

- chocolate
- açúcar
- água
- corante artificial
- glicose

VÁLIDO ATÉ 2.000



7 89 1000 36 1603

CONTÉM 50 balas



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

Participantes Manuel e Jessedata: 08/12 /1999**Imagine um produto**

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Grupo nº _____

Participantes _____

data: 08/12/1999

Imagine um produto

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)



E.E.Dr. Getúlio Vargas

Participantes

Belange e Shais

data: 08/12/1999

Imagine um produto

Crie a embalagem para ele (não se esqueça de colocar: a marca, informações sobre o produto, sobre o fabricante, a quantidade, o código de barras, usar cores próprias, tipos de letras diferentes, imagens, e o que mais você lembrar)

SORVETE

KIBOM

Quem resiste a essa
delícia?

Belange

Avaliação

A atividade foi realizada em ambiente entusiasmado, com intensa interação nas duplas e mesmo no grupo-classe. O resultado final, os rótulos e embalagens criados e a colocação de muitos elementos estudados nas intervenções, parece indicar que eles já distinguem o que é essencial, sem se esquecer também daqueles não muito freqüentes.

É compreensível que, numa primeira tentativa de criação algumas inadequações tivessem surgido. A folha de exercício não esclarecia que se fizesse mais de uma parte da embalagem (frente e verso). Alguns alunos solicitaram uma segunda folha, outros improvisaram com folha de caderno. Essa folha não apresentava, portanto, uma margem limite. Assim, os alunos colocaram aleatoriamente os dados de que se lembravam, sem muita estética e sem cuidados com a diagramação. Uma observação mais atenta e orientação mais presente teriam impedido esse erro.

Outra observação se faz oportuna. No início de todas as atividades, logo após a conceituação de R/E, teria sido interessante pedir aos alunos que desenhasssem um R/E para um produto fictício. Esse material, guardado, seria elemento valioso para uma avaliação do aprendizado, através da comparação do que os alunos sabiam ao início das atividades e no final. Fica registrada a sugestão.



Capítulo III

Considerações gerais sobre as atividades realizadas



Ao final da aplicação de 37 atividades, ao longo de dois semestres letivos, sempre com a mesma classe e tendo como observadoras a pesquisadora e a professora regente, confrontando com a teoria subjacente a essa prática, pode-se estabelecer alguns pontos para análise e reflexão.

Embora a boa vontade da professora regente fosse flagrante, não se sentiu em nenhum momento uma atitude de iniciativa ou de reformulação de atividade. No início havia interesse em repetir a aplicação das atividades na segunda classe de 4ª série com que trabalhava, mas com o passar do tempo esse interesse diminuiu. O trabalho com R/E era da pesquisadora, separado, não se incorporou ao trabalho rotineiro da classe (não havia esse objetivo explícito, uma vez que todas as situações eram de teste).

A diretora, embora tivesse demonstrado interesse e boa vontade em que o projeto se realizasse na escola, não participou de nenhuma atividade, de sua aplicação ou avaliação, não se preocupou em saber como se desenrolavam as etapas. Chegou uma vez a perguntar se não havia algo para o jornal da cidade sobre o "projeto do Leite Ninho"!

Também a coordenadora pedagógica, empenhada e interessada no assunto, eminentemente pedagógico, pôde participar pouco da efetiva realização, pelo acúmulo de tarefas que lhe são exigidas pela função.

Os alunos sempre receberam a pesquisadora com alegria e entusiasmo, participando de todos os momentos com o mesmo empenho. Quanto mais "diferente" o pedido, quanto mais o elemento trabalhado nos R/E era desconhecido, mais concentração. Pareciam sentir-se valorizados pela dificuldade ou pelo maior esforço exigido. Isso, no entanto, não significava obrigatoriedade de respostas adequadas. Muitas das tentativas se revelavam inadequadas, provocando frustração, algumas vezes desapontamento, até choro de alunos. Mas em nenhum momento percebemos uma atitude de rejeição ao trabalho.



A disciplina estabelecida na classe era dinâmica, de interação, o que muitas vezes significava menos silêncio. Apesar dos alunos já terem muita experiência anterior com trabalho em grupo, a interação intra e entre grupos nem sempre ocorreu de maneira harmoniosa, sendo a interferência da pesquisadora e da professora necessária muitas vezes. Por outro lado, em outros momentos, em que havia uma reflexão particular, procura de elementos das folhas de exercício, conclusões pessoais, o relativo silêncio não significava apatia ou falta de atividade.

Uma avaliação mais objetiva do resultado das intervenções poderá ser feita a longo prazo, com a atitude mais consciente desses alunos em sua vida pessoal. Mas algumas deduções já se mostraram explícitas, tanto através da observação da pesquisadora como no depoimento escrito mesclado às respostas ao *"O que aprendemos hoje"* que encerrava todas as intervenções.

A interação foi uma constante no trabalho. Como todas as tarefas se realizaram em grupos, houve sempre intensa comunicação entre os sujeitos. Isso não significou, necessariamente, uma comunicação sempre positiva: houve momentos de incompatibilidade, de desacordo, de imposição da opinião dos mais eloquentes. Enfim, houve necessidade de administrar conflitos.

O maior valor da proposta parece ter sido a sua inovação, sua originalidade. Os alunos nunca haviam olhado para R/E como portadores de texto ou como importantes para a questão da cidadania. Quando foram solicitados a isso, souberam corresponder.

A questão interdisciplinar ficou, em muitos momentos, diluída na questão maior de leitura, de desvelamento de sentido, de estabelecimento das características desse texto diferenciado, agora olhado mais proximamente. Talvez essa questão possa ser mais ampliada em trabalhos posteriores, uma vez que o aqui descrito não conseguiu, nas condições em que foi realizado, dar conta, em profundidade, de todos os desdobramentos que se podem obter, com o conjunto de disciplinas, trabalhando mais



verticalmente os vários aspectos que se pode vislumbrar no estudo aprofundado de R/E. O que se pretendeu foi exatamente abrir caminhos, propor alternativas, testar hipóteses.

De qualquer modo, considerando-se o tempo dedicado ao trabalho na programação e execução dessa proposta e a presença da pesquisadora e atuação "de fora" nas atividades da classe, não havia possibilidade de integrar professores em atividades de outras disciplinas que fossem além do trabalho com linguagens, tão enfatizado nas orientações pedagógicas dos anos 90 e em particular nos PCNs. Entretanto, no decorrer da prática, foram surgindo sugestões de desdobramentos que poderiam ser desenvolvidos pela área de matemática e ciência (esta, sobretudo), além da geografia e artes plásticas.

Pode-se assinalar algumas considerações sobre o conjunto de atividades realizadas. Aspectos importantes foram observados nas ações e reações dos alunos e estão organizados na lista abaixo.

- a) O *espírito crítico*: as atividades serviram para despertar e/ou desenvolver o espírito crítico dos alunos, pois eles tiveram oportunidade (e a aproveitaram) de opinar sobre diferentes assuntos que a leitura de R/E suscitou.
- b) A *observação atenta*: a leitura de R/E foi sistematizada, aprofundada, era instrumento para revelar aspectos antes não notados.
- c) A *organização de trabalhos*: a preocupação com a organização das folhas de exercício, o cuidado com o caderno de atividades, a colagem das folhas preenchidas no caderno constituíram-se em oportunidades de aprendizagem da importância na ordenação das atividades, de sua organização geral nos cadernos, da necessidade de uma diagramação da página e da importância da conservação dos trabalhos escolares, aspectos hoje pouco valorizados entre alunos.
- d) A *experiência de vida*: o contato mais próximo com R/E estudados em classe proporcionou aos alunos oportunidade de conhecer melhor, sistematizar idéias

e transferir esse conhecimento para todos os demais R/E com que tivessem contato, a partir de então.

- e) O *caráter lúdico*: sempre que possível, as atividades revestiam-se desse caráter, de modo a prender a atenção dos alunos e se tornarem estimulantes. Esse fator mostrou-se muito importante, relevante como estímulo, interferindo na própria disposição dos alunos para a tarefa. Sempre que havia qualquer menção a jogo, desafio, obtinha-se mais empenho ainda dos alunos na resolução das tarefas. sendo todas as tarefas realizadas em grupo, essa atmosfera lúdica esteve presente na quase totalidade das intervenções, auxiliando inclusive, na obtenção de uma adequada disciplina de trabalho e de bons resultados.
- f) *Aprendizagem*: pôde-se notar que os alunos apreciavam as propostas de atividade porque iam, gradativamente, aprendendo a ver os detalhes importantes presentes em R/E, a conhecer sua organização, a criticar aspectos como estética, organização, número de informações, facilidade em obtê-las, etc.
- g) O *trabalho em grupo*: um dos itens do "código da modernidade" preconiza esse tipo de trabalho; atendendo a essa exigência, todas as atividades envolveram o esforço coletivo. Os próprios alunos reclamam e pedem a ajuda dos demais elementos do grupo para o prosseguimento e a realização das atividades. Se essa sistemática pode acarretar uma relativa demora em se obter os resultados previstos, por outro lado são reconhecidas as vantagens que tal procedimento proporciona.
- h) O *trabalho com as imagens*, que despertou a atenção dos alunos, não tornou menos interessante o estudo dos aspectos particulares da linguagem verbal: estruturas de textos, informações contidas, etc.
- i) O trabalho com R/E pode atingir *a família* dos alunos. As atividades descritas neste trabalho iniciaram-se com o pedido de ajuda aos pais para que colaborassem no envio de R/E para a escola. Um bilhete com esse pedido foi a primeira providência a ser tomada quando do início do trabalho em sala de aula e foi inteiramente correspondida.

- j) *A leitura de R/E não será, por certo, a panacéia universal para todos os males da educação*, especialmente no esforço de ensinar leitura e escrita. Apesar disso, ela poderá constituir-se em caminho seguro e prazeroso no sentido de fornecer elementos para uma leitura mais clara e lúcida do mundo. É preciso, no entanto, que ela se estabeleça como uma metodologia, com precisa colocação de objetivos e avaliação consistente.
- k) A abertura de espaço para a leitura crítica de R/E pode favorecer a *construção coletiva do conhecimento*, desde que a escola proporcione a efetiva mediação para isso. Um trabalho mais sistemático nesse sentido não precisa, necessariamente se sobrepor ao planejamento já estabelecido pela escola no trato com a leitura e produção textual, mas pode perfeitamente ser concatenado com ele. A reflexão sobre R/E como portadores de texto e "poderosas ferramentas de *marketing*" pode ser modulada pelos professores, de acordo com as oportunidades de relação com outras noções objetivadas no curso normal das atividades pedagógicas.
- l) No decorrer do trabalho, pode-se, como foi mostrado, não descartar o *uso pretextual de R/E*; os textos ocorrentes neles podem servir de suporte para uma sistematização gramatical pretendida. O que não se pode perder de vista é o risco de reduzir esses exemplos de escrita como objeto social em mais um texto do qual se faça um uso escolar convencional apenas.
- m) A experiência com a leitura crítica de R/E pode ser considerada terreno propício para a consolidação do *perfil de professor* exigido pelos novos tempos e pela nova escola. Já é voz corrente que a escola, hoje, não é mais o único lugar onde se aprende. A sociedade oferece agora uma multiplicidade de ocasiões, espaços e agentes educativos, entre os quais a mídia. O que o professor pode (e deve) fazer é, conhecendo os meandros desses agentes, repartir com seus alunos o conhecimento que tenha a respeito deles, de modo a permitir a sua leitura crítica. Através do aprofundamento da leitura de R/E o professor pode se transformar em alguém capaz de mediar e desvelar, construir sentidos a partir de experiências individuais e coletivas, socializando-as em seguida com seus alunos.

- n) O *aparato teórico* utilizado para o estudo de R/E revelou-se um suporte adequado para a operacionalização de atividades pedagógicas utilizáveis em sala de aula, de modo a favorecer o conhecimento mais aprofundado desses suportes de texto, por parte dos alunos. Mesmo sendo necessários ajustes, adequações, desdobramentos mais enriquecedores, as atividades propostas proporcionaram oportunidade de real aprendizagem.
- o) Exercícios mais específicos, e em adequada quantidade, podem ajudar o aluno a perceber o papel de cores e imagens nos R/E. Procurou-se enfatizar a ligação texto/imagem/cor, de modo a oferecer a apreensão da totalidade dos R/E como ferramentas de *marketing* e, portanto, instrumentos de persuasão de compra. Sabe-se que este é um campo novo e que, por certo, outras experiências podem vir completar o trabalho aqui delineado, de modo a ajudar os alunos a perceberem a pertinência, a sutileza e as estratégias de sua utilização.
- p) A análise de R/E inclui os exercícios de *ler texto, imagem e cor*. Esses dois últimos elementos talvez se revistam de maior importância no contexto. A mensagem veiculada por R/E só é conseguida no conjunto desses elementos e se dá com maior grau de acerto, nesse conjunto. É preciso, pois, que se ajude o aluno a ler essa unidade e não apenas os elementos essencialmente lingüísticos.
- q) A necessidade de propor *critérios para a seleção* dos aspectos de R/E que seriam analisados, impõe opções de aprofundamento de cada uma. Diante do tempo determinado para o estudo, considerou-se fundamental o estudo mais detalhado dos elementos presentes na maioria deles. Mesmo diante dessa decisão, outras dúvidas surgem, pela extrema diversidade de estrutura e silhueta dos R/E atuais. Aplicada em tempo convencional, numa sala de aula, é possível um aprofundamento maior do estudo de cores e imagens, por exemplo, bem como o detalhamento de elementos como valores energéticos e nutricionais, prazos de validade, etc.
- r) O professor precisa estar preparado para o *tratamento pedagógico* de R/E, selecionando de antemão alguns elementos verbais e não verbais, como a

seqüência de números no código de barra, por exemplo. Sem a devida seleção de produtos com as seqüências ideais, fica difícil para o aluno reconhecer a lógica de colocação, como a observada nos diferentes tipos de biscoitos, cuja variação de sabor provoca uma variação nos números finais do código.

- s) É necessário haver uma aproximação gradual do aluno aos *termos técnicos específicos* desses suportes de texto. Os alunos têm condição de perceber o significado, nos contextos reais, de termos como "diagramação, prazo de validade, valor nutricional", entre outros.
- t) O texto final (rótulo ou embalagem para um produto fictício) mostrou que os alunos *assimilaram e compreenderam bem o papel de cada componente estudado*. De modo geral os trabalhos estão criativos, ao mesmo tempo em que conservam e apresentam os elementos básicos de R/E, demonstrando que já reconhecem a importância da presença desses elementos.
- u) Condição indispensável ao trabalho pedagógico com R/E é o *conhecimento anterior do professor sobre esses materiais* e a predisposição a um trabalho de leitura e escrita que foge do convencional, com dinâmica e disciplina próprios. Pela extrema variedade de formatos, diagramação e silhueta, já citada, sempre existirá a possibilidade de "surpresas" para as dúvidas dos alunos e a orientação do professor. Essa constatação, no entanto, não deve bloquear esse estudo, uma vez que essa fuga de rotina e uma certa imprevisibilidade sejam alguns de seus pontos positivos mais marcantes.
- v) Outra preocupação que deve estar presente é a da *adequada frequência e o número ideal de sessões* de estudo de R/E. É preciso estar atento a que o conhecimento aprofundado não se dê à custa de saturação. Parece evidente que o conhecimento sobre esses suportes não se dará de modo compacto, mas se espace ao longo do ano, podendo ser retomado no ano seguinte, com a apresentação de elementos ainda não analisados ou com aprofundamento de alguns aspectos já estudados.
- w) Houve claro empenho dos alunos em *perceber os detalhes e características* de R/E, objetivo fundamental das atividades. Tal fato mostra que esse tipo de sistemática, que tem por objetivo o detalhamento e a análise pormenorizada

desses suportes de texto, pode constituir-se em exercício escolar proporcionador de uma cidadania mais firme e esclarecida; tais constatações indicam que esse trabalho tem hora e lugar na sistemática da escola no esforço de atingir muitos dos objetivos propostos para sua prática.

Como já foi escrito acima, as respostas dadas pelos alunos à questão "O que aprendemos hoje?" puderam mostrar aspectos diferentes do resultado obtido com o trabalho sistematizado com R/E. O conhecimento intelectual, informativo, não foi o único que se pôde perceber. Perceberam-se também atitudes, habilidades, posturas diante da vida.

Algumas respostas mostram mais diretamente ligados à *aquisição de novos conhecimentos*. Essa aquisição, também, pode ser entendida como:

a) Aprendizagem de modo geral, não especificada:

...aprendemos novamente a verificar e descobrir coisas novas.

...lendo os rótulos e embalagens a gente vai descobrindo porque ler é aprender

Aprendemos bastante palavras diferentes e ficamos sabendo que a mesma palavra pode ter mais de um significado.

...sempre aprendemos muitas palavras diferentes.

Aprendemos a nos informar mais com os rótulos e embalagens.

Hoje aprendemos umas palavras (gírias).

...aprendemos novamente a verificar e descobrir coisas novas.

b) Conhecimentos sobre rótulos e embalagens em si:

...o que é rótulo, aprendemos também a dividi-los de várias maneiras.

que há rótulos e embalagens

Aprendemos o que é rótulo e embalagens: para que servem ou como se usa.

....a fazer vários tipos de separações com rótulos e embalagens.

Aprendemos a nos informar mais com os rótulos e embalagens.

c) Conhecimentos sobre componentes de rótulos e embalagens:

...a olhar as gramas e quilos e aprendemos uma coisa muito importante que uma embalagem de sorvete também é grama.

...a pesquisar nas embalagens o nome dos produtos e fabricante...

A dona Cida levou um mapa e a gente procurou o produto, fábrica (onde ele foi fabricado) e no fim da aula nós jogamos um jogo.

Aprendemos que muitas embalagens têm um símbolo de um triângulo que representa uma embalagem reciclável

SAC: a mensagem da empresa para o consumidor.

... que há informações que outros não têm e que há algumas que existem em todas.

... a identificar os números no código de barra e o que representa cada um deles.

...que os ingredientes aparecem numa lista de nomes e quantidades.

A recortar as mensagens da empresa do atendimento ao consumidor.

Aprendemos a identificar os logotipos e descobrimos produtos que são fabricados por suas empresas

...como é o produto, o modo de apresentação e medida utilizada pelo produto, se é em grama, quilo, mililitros ou unidade. Esses são os jeitos que o produto vem dentro da embalagem.

...a procurar em rótulos e embalagens os ingredientes, que elas se apresentam em colunas e que na frente do substantivo há a quantidade do produto.

...a procurar nos rótulos e embalagens o modo de apresentação e medida utilizada, depois fizemos alguns probleminhas de matemática.

... pegamos uma embalagem e procuramos o nome dos produtos, a cidade onde fabricado e o estado.



... a ser mais espertos com os rótulos e embalagens, olhando o produto, modo de apresentação e a medida utilizada; aprendemos a somar os mililitros, gramas, unidades, quilos, etc.

...a achar a cidade onde foi fabricado o produto e procuramos no mapa e brincamos de um joguinho.

...a ler os rótulos com mais atenção...prazo de validade para ver se está vencido ou não.

...a pesquisar nas embalagens o nome dos produtos e fabricante...

d) Conhecimentos sobre PROCON:

Eu aprendi a saber melhor o que é o PROCON, saber para que serve e o que ele faz...

... também informou quais são as regras em que o PROCON pode ajudar em alguns casos, lendo um livrinho das leis de defesa do consumidor.

O senhor Adenilson disse que o PROCON de Osvaldo Cruz é pequeno, mas 99% das denúncias são resolvidas.

Eu aprendi a saber melhor o que é o PROCON, saber para que serve e o que ele faz...Nós aprendemos o que é PROCON e isso é muito importante.

O PROCON é um órgão que defende o consumidor.

...ele (o funcionário do PROCON) demonstrou que gosta muito do seu trabalho e quando ele não sabe das coisas ele liga para outros PROCONs que possam informá-lo. Disse que se quisermos comprar o livrinho dos direitos do consumidor, que tem nas bancas.

e) Conhecimentos e atitudes frente à cidadania:

...na palestra eu aprendi que agente quando compra tem que ler os rótulos e embalagens.

Também aprendemos os direitos do consumidor

...e quando a gente vai comprar em uma loja não é só para ir em uma loja, vai em outra porque pode estar mais barato...e quando vai comprar um rádio manda eles testarem porque pode estar estragado e pedir a garantia.

...e outra coisa que aprendemos os direitos do consumidor, que temos que ficar com os olhos bem abertos.

...aprendemos que devemos jogar os rótulos e embalagens no lixo para não poluir o meio ambiente.

Quando a gente for fazer uma compra a primeira loja que você ver não vai nela, vai nas outras.

O direito do consumidor é você ficar esperto com as compras e verificar tudo no rótulo.

...sabemos agora que podemos reclamar sobre produtos com validade vencida, produtos estragados, aparelhos eletrônicos com defeitos e também de mau atendimento.

...a ficar espertos nas compras, como usar os nossos direitos...

...ele falou que nós crianças temos o direito de reclamar no PROCON. Na palestra eu aprendi que a gente quando compra tem que ler os rótulos e embalagens.

Aprendemos que o consumidor tem seus direitos.

...que tem algumas propagandas que são enganosas

Nós aprendemos os direitos do consumidor e não é só isso não, também aprendemos que nós não precisamos ficar só em uma loja, podemos ir em outras porque o consumidor tem os seus direitos.

f) Conhecimentos sobre o cartaz:

Aprendemos que os cartazes têm diferentes tipos de tamanho e largura. E que eles informam muitas coisas.

Hoje aprendemos a ver o que o cartaz quer nos mostrar, serve para informar, ajudar, etc.

Aprendemos a ver o que os cartazes querem nos informar

g) Incorporação do projeto e das atividades como algo pertencente ao grupo e por isso, valorizado:

...fizemos perguntas sobre o PROCON e sobre o que interessava para o nosso projeto rótulos e embalagens.

...depois, nós, da classe, fizemos perguntas que fazem parte do nosso trabalho com rótulos e embalagens.

Os alunos fizeram, junto com a constatação do que haviam aprendido nas atividades, uma avaliação mais abrangente de tudo o que acontecia. Procurou-se selecionar abaixo alguns depoimentos que se constituem numa apreciação espontânea sobre a atividade em si, sobre o que representou para os que dela participaram, sobre a importância delas, incluindo até mesmo os sentimentos envolvidos na realização das tarefas e na interação em que elas se desenrolaram:

Gostei muito dessa aula e quero aprender mais.

Brincamos, foi super legal. Da primeira vez eu perdi e fiquei com raiva, depois morri de dar risada.

... eu achei que foi super, hiper, oper legal, na verdade todos acharam e foi d+ mesmo.

Nós aprendemos hoje sobre o consumidor, eu acho esse trabalho muito importante para nós.

Hoje nós fizemos muita coisa legal. Eu achei super 1000. A dona Cida levou um mapa e a gente procurou o produto, fábrica (onde ele foi fabricado) e no fim da aula nós jogamos um jogo.

... aprendi várias coisas, a procurar e a diferenciar as embalagens. Procurar o nome e fazer muitas coisas gostosas que a dona Cida veio nos ensinar para nós aprendermos a fazer na vida, porque todas as pessoas poderão um dia usar em sua vida.

Ficamos felizes em saber que nossa definição não estava errada, estava um pouco de acordo com a definição do dicionário.

A aula de hoje foi muito interessante...

*...o que é rótulo, aprendemos também a dividi-los de várias maneiras.
Eu achei muito legal a maneira que meus colegas dividiram.*

*Eu acho esse trabalho que estamos fazendo muito importante. A dona
Cida e a professora Marisa estão ensinando bastante coisas importantes.*

Foi muito divertida esta aula.

Pode-se até afirmar que houve o estabelecimento de vínculos afetivos entre pesquisadora e alunos, comprovados por declarações escritas espontâneas, como as que se seguem:

*Dona Cida, você é a minha melhor amiga do meu coração e do meu
carinho. Ass: Solange 4ª C. beijos de sua aluna;*

Dona Cida, você é melhor da classe;

*A professora e a dona Cida as duas mais queridas do mundo. Que Deus
te proteja e guarde para sempre.*

*Dona Cida, eu gosto muito de você, mas não sei se você gosta de mim.
Ass. Leticia*

Sabe-se que toda a dinâmica de atividades como estas, mesmo sendo atentamente observadas, não pode ser realmente reproduzida numa síntese escrita. Também toda a aprendizagem ocorrida é de difícil detecção e medida. Nos depoimentos acima pôde-se ter uma idéia parcial desses processos. Como já foi colocado, a verdadeira aprendizagem é fenômeno tão complexo que não pode ser aquilatada a curto prazo e nem sempre através de comportamentos observáveis. Talvez a aluna Flávia tenha a palavra que melhor sintetiza essa dificuldade:

Aprendemos muita coisa e não dá para contar nesta resposta.



Conclusão

**Cidadania se aprende (interdisciplinarmente)
na escola**

Entramos já no século XXI. Um tempo esperado, que se nos apresenta muitas vezes de forma assustadora pelo acúmulo de transformações cada vez mais velozes. Vivemos um tempo de abundância de informações, de complexidade crescente, de criação de novas linguagens e de novas relações entre grupos e pessoas.

As transformações, cada vez mais rápidas, tanto no avanço tecnológico como nas mudanças de comportamento, exigem que a escola se adapte a elas. Muitos acreditam que a rapidez das mudanças históricas e das transformações sociais não tem encontrado eco na escola, que, ao contrário, permanece a mesma nas últimas décadas. As novas linguagens como a Internet, o ciberespaço, a explosão de informações em todos os níveis, não têm sido, via de regra, absorvidos pela escola, que precisa repensar o seu papel frente a esses novos desafios.

Por outro lado, o surgimento de uma nova LDB, a adaptação dos currículos, as novas posturas diante da avaliação, a ênfase numa metodologia mais integradora, o surgimento de cursos mais específicos - como a exigência da formação superior para os professores das séries iniciais -, o estabelecimento dos códigos da modernidade, dos Parâmetros Curriculares Nacionais, das competências listadas por Litto nos mostram algumas das necessidades desse novo tempo e são, ao mesmo tempo, mostras de que a escola sente as novas tendências e procura, mesmo num relativo descompasso, adaptar-se a elas.

No caso do ensino de língua materna, por exemplo, os documentos oficiais, notadamente os Parâmetros Curriculares Nacionais, enfatizam a necessidade de se trabalhar com uma grande diversidade de textos, cada qual com suas características. As diferenças podem manifestar-se em termos de especificidade de conteúdo, de silhueta, de aspectos lingüísticos, de seleção vocabular, da objetividade ou ambigüidade da mensagem, dos objetivos claros/implícitos, do receptor que se pretende atingir.



Embora sem a necessária frequência, alguns textos diferenciados - publicitários, religiosos, informativos, instrucionais, jornalísticos - chegam à escola, trazidos pelo professor ou pelas crianças. Premido pela curiosidade destas, pela necessidade de alguns segmentos em fazer chegar informações - sobre saúde, lazer, eventos -, pelo interesse de outros em difundir produtos e serviços, o professor se vê, em seu trabalho diário, frente a textos diferentes daqueles do livro didático.

O trabalho de leitura, entendimento, interpretação e análise destes textos, no entanto, muitas vezes é feito tradicionalmente, como se eles fossem do mesmo feitio do texto escolar. Como não há indicação precisa, metodologia detalhada para seu aproveitamento didático, trabalha-se com eles de maneira convencional, sem se levar em conta a obtenção do sentido. A leitura - desses e de outros textos presentes na escola - raramente passa de decodificação letra a letra, palavra a palavra, enfim, de uma leitura sem compreensão em profundidade.

A consequência dessa prática pedagógica tradicional em leitura e escrita é uma distância entre o que se aprende na escola e o que se necessita para a prática das coisas da vida. E isso se constitui em um sintoma de que a escola não cumpre sua função social mais ampla, que, além das competências básicas ligadas à escrita, leitura, conhecimentos de geografia, história e ciências, deve incluir também o desenvolvimento de outras competências, como o senso crítico, a compreensão das relações sociais, incluindo o ensino de comportamentos éticos e valores.

Uma moderna abordagem de leitura deve contemplar esses aspectos e levar, como pedem os PCNs, à formação do leitor competente: alguém que, por iniciativa própria, é capaz de escolher, dentre os textos que circulam no mundo social, das relações, aquele ou aqueles que podem atender a uma necessidade sua. Esse leitor, se competente, tendo escolhido o texto, consegue utilizar as estratégias de leitura mais indicadas e adequadas para abordá-los de forma a atender à necessidade detectada.



Os Parâmetros Curriculares Nacionais, quando se referem ao trabalho com língua portuguesa, estabelecem objetivos claros e o trabalho aqui descrito procurou ter sempre como alvos as capacidades de ler autonomamente diferentes textos dos gêneros, incluindo os expositivos; compreender os textos escritos com os quais o aluno se defronta, seja na escola, seja na vida social; ler, compreender e interessar-se por textos autênticos, de reconhecido valor social; utilizar a linguagem oral com eficácia, adequando-a a intenções e situações comunicativas que requeiram a coerência na defesa de pontos de vista e na apresentação de argumentos; compreender o sentido e demonstrar atitude crítica diante das mensagens comunicativas e textos persuasivos de que é destinatário direto ou indireto; demonstrar segurança na defesa de argumentos próprios e flexibilidade para modificá-los, quando for o caso.

Ao mesmo tempo, não se descuidou daquelas que Litto chama de "capacidades fundamentais" a serem trabalhadas na escola: leitura, redação, aritmética, matemática, escutar, falar. Foram, da mesma forma, enfatizadas outras capacidades, como a cognitiva, que se concretiza no "pensar criticamente, tomar decisões, solucionar problemas, ver coisas com imaginação, saber como aprender, raciocinar". Também se procurou alcançar, através do trabalho planejado, as qualidades pessoais de responsabilidade, auto-estima, sociabilidade, autogerenciamento e integridade/honestidade, assim como as competências ligadas a recursos, como saber alocar tempo, a competência interpessoal de saber participar como membro de equipe, saber exercer a liderança e as competências ligadas a saber adquirir e avaliar uma situação, saber organizar, manter, interpretar e comunicar a informação.

Escolheu-se como fonte de leitura os rótulos e embalagens; estes elementos estão chegando à escola como objetos portadores de texto. No caso de sua leitura, é exigida uma abordagem específica, pois são suportes com características próprias. Muitas vezes perdidas entre imagens chamativas e cores gritantes, estão as informações essenciais, os aspectos ligados à cidadania, a que todos deveriam ter acesso. Ocorre que as empresas, no objetivo de seduzir para a compra, investem espaço, recursos e apelo visual no que para ela é

fundamental: a publicidade do produto, a exaltação de suas características mais positivas, reais ou fictícias.

Rótulos e embalagens transformam-se, desta maneira, em minicartazes, peças publicitárias elaboradas com os modernos recursos da tecnologia das ciências humanas - como a psicologia e a semiótica -, com o intuito principal de levar à compra. A embalagem, como se viu no corpo deste trabalho, está sendo vista e utilizada, hoje, pelas empresas, como um elemento valioso de *marketing*. Isto significa que ela está sendo explorada como canal de comunicação direto dos interesses da empresa em relação aos consumidores. Rótulos e embalagens constituem-se em mídia extremamente dirigida, uma vez que atingem com precisão o consumidor, entrando em sua casa. E mesmo que o consumidor não compre o produto embalado, tem muita chance de ver a embalagem no ponto-de-venda: a disputa pelos melhores espaços para os produtos, em gôndolas e corredores, é sempre acirrada.

Quando esses suportes chegam à escola e se transformam em material de leitura, esta se assemelha muito da sistemática de abordagem dos hipertextos da Internet. Destes, como de rótulos e embalagens, não se faz uma leitura linear, de começo, meio e fim. Se o comprador é crítico e bem informado, procura, sem seqüência pré-estabelecida, aspectos específicos que lhe interessam no momento: marca, preço, composição, ingredientes, etc. Como se constatou na análise feita das partes constitutivas de um R/E, algumas são sobejamente conhecidas de todos os consumidores, pois atraem seu olhar ao primeiro contato. Outras, importantes, são camufladas ou escondidas em locais de difícil localização. Se o comprador é pouco crítico ou informado, pode ser arrastado, antes de alcançá-las, pelo aspecto atraente do projeto gráfico, elaborado com o objetivo de espetacularizar a apresentação do produto e levar à compra, não pela necessidade, mas pela sedução.

Em suma, rótulos e embalagens de produtos alimentícios, de higiene e limpeza, além de estarem nas gôndolas dos supermercados, estão também nas casas e nas mãos dos alunos. Constituem-se em material de leitura, são objetos portadores de texto. A atração que exercem deve-se às cores cientificamente usadas, às imagens atraentes, ao texto sedutor,



que podem induzir apenas à recepção da mensagem publicitária neles inserida. E as informações úteis, que o emissor - produtor - precisa dar aos cidadãos, passam despercebidas, escondidas que estão, muitas vezes, em locais inacessíveis ao primeiro olhar.

O que se pretendeu neste trabalho foi estabelecer algumas linhas gerais de aproveitamento pedagógico para a leitura de rótulos e embalagens. As três dezenas de atividades aqui descritas e analisadas podem se constituir em material inicial para uma intervenção mais sistemática por parte dos professores que se sintam encorajados a descobrir as especificidades destes suportes de texto e fazer deles um estudo em profundidade.

As conclusões obtidas na pesquisa para o mestrado ofereceram algumas linhas diretivas para uma intervenção que levasse a uma linha de estudos e sugestões metodológicas, uma vez que não existe, nos documentos oficiais analisados, nenhuma orientação consistente sobre esse tipo de leitura.

As atividades seguiram uma sequência considerada a mais lógica, de descobrimento dos elementos gerais presentes em rótulos e embalagens de produtos alimentícios, de higiene e limpeza, até sua identificação como minicartazes publicitários. No decorrer do processo, com duração de um ano letivo, algumas circunstâncias alteraram datas previstas, mostraram necessidades ou dificuldades não detectadas anteriormente, mas o processo imaginado pela pesquisa pôde se completar.

No trabalho que aqui se encerra, procurou-se oferecer um roteiro de trabalho que se abrisse caminhos para a interdisciplinaridade e abrangesse os temas transversais consumo e cidadania, propostos pelos PCNs. Como contribuição ao trabalho didático, principalmente na rede pública de ensino, procurou-se elaborar uma linha de trabalho com leitura que levasse à formação do leitor competente exigida da escola.: alguém que seja capaz de retirar os múltiplos significados e identificar a função social dos textos que lê.



A identificação dos elementos básicos revelou sutilezas de ordem estratégica e lingüística, fez os alunos entrarem em contato com léxico específico e construções diferenciadas. Ou ainda a iniciativas próprias, como ligar para os Serviços de Atendimento ao Consumidor para obter mais informações, reclamar ou tentar descobrir o fabricante de determinado produto.

O trabalho sistematizado com cores e imagens, que pode ser ampliado na prática cotidiana do professor, abriu para os alunos a possibilidade de vislumbrar mensagens ocultas passadas por rótulos e embalagens. Cores fortes, energizantes, atraem a atenção e o desejo de consumir. Imagens bem produzidas, alteradas mesmo, sedutoras, alegres, preñes de significados, passam mensagens nem sempre perceptíveis no nível racional e consciente, uma vez que são dirigidas aos planos emocionais ou inconscientes. Toda essa psicologia aplicada tem como objetivo fazer o leitor consumir o produto protegido por rótulos e embalagens, transformando o que é um direito numa compulsão ou num impulso irrefletido.

Rótulos e embalagens trazem mensagens publicitárias, assim como o fazem os outdoors, os anúncios, os cartazes. Os primeiros mesclam essas mensagens às informações que são obrigadas, por lei, a ostentar. Com a sofisticação alcançada pela moderna tecnologia, são cada vez mais coloridos, atraentes, cheios de figuras muitas vezes conhecidas pelo público (principalmente o infantil), e estão colocadas nas prateleiras como isca aos olhos dos consumidores. Fugir delas e de sua atração sedutora, é cada vez mais difícil.

Usados cada vez mais como suporte de texto publicitário, os rótulos e embalagens, se não compreendidos e desvelados, constituem-se em elementos poderosos no esforço contínuo da sociedade de consumo em fazer novos adeptos. Ler criticamente rótulos e embalagens significa compreendê-los melhor, conhecer seus elementos de composição, perceber seus objetivos implícitos e explícitos, atenuá-los por pouco que seja, discriminar o que interessa ao consumidor que paga pelo produto – informações importantes – e o que é apenas subterfúgio para o consumo – a mensagem publicitária.



Por todas essas considerações, pode-se deduzir que a leitura dos elementos verbais e a análise dos elementos não verbais de rótulos e embalagens, textos de circulação social que são, pode ser instrumento valioso para o exercício consciente da cidadania. Todo o conhecimento que a escola puder ajudar a ser construído pelo aluno, será extremamente útil no sentido de fazer dele um consumidor mais consciente, que compre o que precisa, o que deseja, movido por suas necessidades e desejos e não pelos interesses e do vendedor.

Uma outra consideração se faz oportuna: o conhecimento anterior do professor sobre rótulos e embalagens como suportes de texto, o planejamento de intervenções pedagógicas com objetivos claros, podem concretizar essas considerações teóricas em atividades prazerosas, que despertem o interesse dos alunos e os leve a trabalhar harmonicamente em grupos, reunindo conhecimento e prazer numa mesma oportunidade.

É preciso lembrar sempre que professores, assim como publicitários, jornalistas, escritores, religiosos, são formadores de opinião. Através do trabalho pedagógico realizado com competência, podem colaborar, e muito, para o estabelecimento, no aluno, de atitudes mais críticas e questionadoras, essenciais para o exercício da verdadeira cidadania.

Dentre as práticas escolares mais valiosas ao estabelecimento dessas atitudes, a leitura é instrumento fundamental. Ao abrirem-se os olhos para a leitura em profundidade de rótulos e embalagens, quando se conhecem melhor seus mecanismos de sedução, é possível ficar-se um pouco mais resguardado de suas teias de envolvimento. Alunos preparados para essa leitura serão, certamente, menos influenciáveis e exercerão com mais critério e responsabilidade seu direito de consumir. Espera-se que, sendo assim alertados, sejam menos facilmente rotulados, embalados ou seduzidos.

Ao se terminar um trabalho como este, a constatação mais forte é a de que muito mais se deveria ter feito. No entanto, foram esses os resultados obtidos dentro do conhecimento, do tempo e das condições de que se dispunha. Tem-se a impressão de que muitos outros aspectos importantes, que poderiam ter sido abordados, acabaram por ficar sem referência ou escaparam de uma análise mais acurada. Na incompletude de todo

trabalho acadêmico ficam portas a serem abertas por outros educadores comprometidos com a questão da leitura do mundo. Que eles vislumbrem, no trabalho que iniciamos com esta pesquisa, o mundo de persuasão que se pode encontrar no espaço às vezes exíguo de rótulos embalagens e façam, com seus alunos, a continuação do trajeto do qual relatamos aqui apenas os passos iniciais.



Referências bibliográficas

- ARENA, Dagoberto Buim. **A leitura no Início da escolaridade: ouvir ou ver.** Tese de doutorado. Marília: UNESP. 1996.
- BARBOSA, Juvêncio. **Alfabetização e Leitura.** São Paulo: Ática, 1994.
- BARTHES, Roland. **Mitologias.** 10ª ed. Rio de Janeiro: BDC União de Editoras S.A., 1999.
- _____. **O óbvio e o obtuso.** Tradução de Isabel Pascoal. Lisboa: Edições 70, 1984.
- BRASIL, Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: introdução aos parâmetros curriculares nacionais/** Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997 (volume 1).
- BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares nacionais: Língua Portuguesa.** Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997 (volume 2).
- BRENTANO, Christina. Para que servem os aditivos. In: **Folha de S. Paulo** (sd).
- CAMARGO, M.A. Bosschaerts de. **Escrita como objeto social. Diagnóstico do uso de textos alternativos na prática docente do professor alfabetizador nas escolas de Osvaldo Cruz.** Dissertação de Mestrado. Marília: UNESP, 1997.
- CANÁRIO, Rui. **ECO: um processo estratégico de mudança.** Lisboa: Instituto de Inovação Educacional, 1994.
- CARVALHO, Nelly de. Publicidade. **A linguagem da sedução.** São Paulo: Ática, 1996.
- CHARTIER, Anne-Marie & Hébrard, Jean. **Discursos sobre a Leitura: 1880-1980.** São Paulo: Ática, 1995.
- CHARTIER, Anne-Marie, CLESSE, Christiane & HÉBRARD, Jean. **Ler e Escrever: Entrando no Mundo da Escrita.** Trad. Carla Valduga. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- COLLARO, A.C. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação.** São Paulo: Summus, 1987.
- CORGOZINHO, Jair Alves Filho. A literatura e nós. In: **Presença Pedagógica.** Belo Horizonte, MG. v.3, nº 15, maio/junho 1997.



- DIAS, Genebaldo Freire. **Atividades interdisciplinares de educação ambiental**. São Paulo: Global/Gaia, 1994, p. XXI a XXII.
- DIMENSTEIN, Gilberto. Ignorância intoxicada. In: **Folha de S. Paulo**. 1º de agosto de 1999. Caderno Cotidiano.3.6.
- DONDIS, Donis. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DURAN, Marília C.G. Ciclo básico em jornada única; uma nova concepção de alfabetização. In: São Paulo (Estado) Secretaria da Educação. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. In: **Ciclo Básico em Jornada Única: uma Nova Concepção em Trabalho Pedagógico**. São Paulo: SE/CENP, 1990, vol. 1.
- FERREIRA, Aurelio Buarque de Holanda. **Minidicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.
- FERREIRO, Emília. El Proyecto Principal de Educación y la Alfabetización de Niños: um Análisis Cualitativo. In **Páginas para el Docente** (Boletín Informativo de Aique Grupo Editor) nº 17, março de 1989.
- HADJI, Charles. A formação permanente de professores. Uma necessidade da era da profissionalização. In: **Pátio**. Porto Alegre, RS. Ano V, nº 17, mai/jul 2001p. 13-16.
- JOLIBERT, Josette (org.) **Formando Crianças Leitoras**. Trad. Bruno C. Magne. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.
- KRAMER, Sônia. Dando vez ao Mestre. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, MG julho/agosto 1995.
- LEITE, Lígia Chiappini M. Pesquisa-ação: um método particular de pesquisa educacional? In: **IDÉIAS**, São Paulo: FDE, 1988, v. 3.
- LITTO, Fredric M. Um modelo para prioridades educacionais numa sociedade de informação. In: **Pátio**. Porto Alegre, RS. ano I, nº 3, nov97/jan 98, p. 15 a 21.
- LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário Luft**. 11ª ed. São Paulo: Ática, 1996.
- MARINHO, Marildes e CARVALHO Gilcinei. A Língua Portuguesa nos Currículos Brasileiros. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, MG, v.2 nº 7 jan/fev. 1996 p. 41 a 53.
- MELLO, Guiomar Namo de. **Cidadania e competitividade**. Desafios educacionais do terceiro milênio. 6ª ed. São Paulo: Cortez, 1997



- MESTRINER, Fábio. **Ênfase no uso da embalagem como ferramenta de marketing**. São Paulo: ABRE - Associação Brasileira de Embalagem, 2000.
- MOREIRA, Nadjá da Costa R. Portadores de Texto: Concepções de Crianças quanto a Atributos, Funções e Conteúdo. In Mary A. Kato (org.) **A Concepção da Escrita pela Criança**. 2ª ed. Campinas, SP: Pontes, 1994.
- ORTIZ, Renato. Identidades culturais no contexto da globalização. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo, SP, [11]:68 a 80, maio/ago.2000.
- ORLANDO, Eni Pulcinelli. **Discurso e Leitura**. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988 (Coleção Passando a Limpo).
- PERRENOUD, Philippe. Dez novas competências para uma nova profissão. In: **Pátio**. Porto Alegre, RS: ano V, nº 17, mai/jul 2001p. 8-12
- PRADO, Ricardo. Um "trem bão" chamado interdisciplinaridade. In: **Nova Escola**. São Paulo, ano XV nº 122, maio/1999.
- PORTO, Tania Maria Esperon. A organização do trabalho na escola: pedagogia da comunicação. In: **Presença Pedagógica**. Porto Alegre, RS. V. 6, nº 35, set./out. 2000.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.
- SANDMANN, Antônio. **A linguagem da propaganda**. 3ª ed. -São Paulo: Contexto, 1999.
- SÃO PAULO (Estado) Secretaria da educação. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Ciclo Básico em Jornada Única: uma Nova Concepção em Trabalho Pedagógico**. São Paulo: SE/CENP, 1990, volumes 1 e 2.
- _____. Departamento de Educação. Chefia do Ensino Primário. **Programa da Escola Primária do Estado de São Paulo**. São Paulo: SE, 1968.
- _____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. Departamento de Recursos Humanos. **Por um ensino melhor de 1º grau por multimeios; módulo Alfabetização**. Coordenação de Gilda de Lima. São Paulo: MEC/SE/CENP/DRHU/FPA, 1978.
- _____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. Departamento de Recursos Humanos Recuperação. **Língua Portuguesa e Matemática. 1ª série do primeiro grau**. Coordenação de Magaly Suano. São Paulo: SE/CENP/DRHU, 1978.
- _____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógica. **Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau: 3ª série**; coord. Idméa Semeghini Próspero Machado de Siqueira. 2ª ed. São Paulo: SE/CENP/DRHU, 1979, 272 p.



_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 1ª e 2ª séries; sugestões de atividades para uso das pranchas didáticas, das fitas cassete e para o processo de alfabetização.** 4ª ed. coord. Marieta Lúcia Machado Nicolau. São Paulo: SE/CENP, 1981, 295 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Subsídios para a implementação do guia curricular de Língua Portuguesa para o 1º grau – 2ª série.** 3ª ed. coord. Marieta Lúcia Machado Nicolau. São Paulo: SE/CENP, 1981, 200 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Orientação do ensino de Língua Portuguesa – 2ª a 4ª séries. 1º grau; leitura – ampliação do vocabulário.** coord. Guiomar Fanganiello Calçada. São Paulo: SE/CENP, 1982, 236 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Programação de Língua Portuguesa para a 2ª série do 1º grau.** Coord. Guiomar Fanganiello Calçada. São Paulo: SE/CENP, 1983, 287 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **O Texto: da teoria à prática: subsídios à proposta curricular para o ensino de língua portuguesa- 1º grau.** 3ª ed. São Paulo: SE/CENP, 1992, 97 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Ciclo Básico: 1º grau.** 2ª ed. São Paulo: SE/CENP, 1994. V. 1 (Prática Pedagógica) 149 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Prática Pedagógica: 3ª e 4ª séries: 1º grau.** São Paulo: SE/CENP, 1994. V. 191 p.

_____. Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas. **Ciclo Básico em Jornada Única. Uma nova concepção em trabalho pedagógico.** Volume 1. São Paulo: SE/CENP, 1990.

_____. Fundação para o Desenvolvimento da Educação. **Reorganização da Trajetória Escolar no Ensino Fundamental. Classes de Aceleração. Proposta Pedagógica Curricular.** São Paulo: FDE, 1998.

SERRÃO, Margarida & BALEEIRO, M. Clarice. **Aprendendo a ser e a conviver.** 2ª ed. São Paulo: FTD, 1999.

SEVERINO, Antônio Joaquim. O lugar do professor na sociedade contemporânea. In: **Revista de Educação.** São Paulo, APEOESP. n 8, fevereiro de 1996.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa.** São Paulo: Summus, 1985.

SLAVEZ, Milka Helena Carilho. **A imprensa na escola: o aprendizado da leitura do jornal como proposta metodológica.** Dissertação de mestrado. Marília: UNESP, 2000.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Para uma leitura crítica da publicidade**. São Paulo: Paulinas, 1988.

SOARES, Magda. Para Além do Discurso. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, MG. março/abril de 1995.

_____. Letramento e alfabetismo. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte. jul./ago. 1996, v. 2 nº 10, p. 83 a 89.

_____. É preciso formar professores que ensinem o aluno a aprender a aprender. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, nov 99/jan 2000, ano 3, nº 11, p. 31 a 33.

SUASSUNA, Livia. O que são, por que e como se escreveram os Parâmetros Curriculares Nacionais de Língua Portuguesa – o professor como leitor de propostas oficiais de ensino. in: SUASSUNA, Livia. **Leituras do professor**. Campinas: Mercado de Letras. 1998.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1986.

TISET, Carole & LÉON, Renée. **Enseigner le français à l'école**. Trad. livre da autora. Paris. Hachette Éducation, 1992.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita**. Trad. Clarisse Madureira Sabóia. 11ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

VOTRE, Sebastião J. Discurso e sintaxe de iniciação à leitura. In: Clemente, Elvo. **Linguística Aplicada ao ensino de português**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1987.

ZANCHETTA Jr., Juvenal. **Telejornal e educação: uma experiência em escolas públicas**. Tese de doutorado. Marília: UNESP, 2001.

Bibliografia

AGUIAR, Vera T. de, BORDINI, Maria da Glória. **Literatura: a formação do leitor: alternativas metodológicas**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1988.

ALVES, Rubem. **Filosofia da ciência**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa (Portugal): Edições 70, Ltda, 1994.

BATISTA, Antonio Augusto Gomes. Os professores são "não-leitores"? in: MARINHO, Marildes e SILVA, Ceris Ribas da. **Leituras do professor**. Campinas: Mercado das Letras, 1998. P. 23 a 60.



- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- CARR, Wilfred e Kemmis, Stephen. **Teoria Crítica de la Enseñanza**. Barcelona (Espanha): Editora Martinez Roca, 1988.
- CARVALHO, Maria Cecília M. (Org.) **Construindo o Saber: Metodologia Científica - Fundamentos e Técnicas**. Campinas: Papirus, 1994.
- CHARMEUX, Eveline. **Aprender a Ler: Vencendo o Fracasso**. Tradução de Maria José do Amaral Ferreira. São Paulo: Cortez, 1994.
- DEMO, Pedro. **Introdução à Metodologia da Ciência**. São Paulo: Editora Atlas, 1987.
- EZPELETA, Justa. **Pesquisa Participante**. Trad. Francisco Salatiel de Alencar Barbosa. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1989.
- FARIA, Maria Alice de Oliveira. **Alfabetização: Ler Rótulos e Embalagens**. Mimeo.
- FAZENDA, Ivani C.A. (org.) **Metodologia da Pesquisa Educacional**. São Paulo: Cortez Editora, 1989.
- FERREIRO, Emília. **Com Todas as Letras**. 4ª ed. Tradução de Maria Zilda da Cunha Lopes: retradução e cotejo de textos: Dandra Trabuco Valenzuela. São Paulo: Cortez, 1993 (Biblioteca da Educação - Série 8 - Atualidades em Educação).
- FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação**. Trad. Beatriz Affonso Neves. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- GONÇALVES, Francisca dos Santos. Interdisciplinaridade e construção coletiva do conhecimento: concepção pedagógica desafiadora. in: **Educação e sociedade**. São Paulo, nº 49 (ano XV), dezembro/94, p. 468 a 484.
- GROUPE EVA. **Evaluer les Écrits à l'École**. Paris, Hachette Éducation, 1991.
- JOLIBERT, Josette (org.). **Formando Crianças Produtoras de Texto**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.
- LANZA, Avani Avelar Xavier, LEAL, Leiva de Figueiredo Viana & GARCIA, Maria Mello. Saber ler. Exercício de cidadania. In: **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, MG. nov/dez 1997, v. 3 nº 18.
- LUDKE, Menga e André, Marli E.D. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.
- OSORIO, Maria del Carmen. **El lenguaje usado para persuadir: la propaganda y su aprovechamiento escolar**. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra, (sd).



PEREIRA, Maria Clara Infante, LEITE, Maria Tereza de Moura & CAVOUR, Regina Maria Annibal. A interdisciplinaridade no fazer pedagógico. In: **Educação e Sociedade**. São Paulo, ano XII, nº 39, agosto/91.

PONTUSCKHKA, Nídia Nacib (org). **Ousadia no diálogo. Interdisciplinaridade na escola pública**. São Paulo: Loyola, 1993.

TEBEROSKY, Ana. **Psicopedagogia da Linguagem Escrita**. 3ª ed. Tradução de Beatriz Cardoso. São Paulo. São Paulo: Trajetória Cultural. 1990.

_____ e Cardoso, Beatriz (org.). **Reflexões sobre o Ensino da Leitura e da Escrita**. Tradução de Beatriz Cardoso. São Paulo: Trajetória Cultural, 1990.



ANEXO 1

**Levantamento de elementos
presentes em R/E dos produtos
da cesta básica.
Ordem:**

- 1) informações referentes ao produto; marca; o que é; fabricante; logotipo da fábrica; endereço; país do produto; CGC/CNPJ; registro Min. Agric.; Garantia; selo e código de barra.
- 2) informações ligadas à cidadania: ingredientes, valor nutricional; prazo de validade; quantidade; SAC; instruções de uso.
- 3) textos: receita; instruções para abrir.
- 4) publicidade: cores, imagens, solgan; texto.
- 5) embalagem: tipo; fábrica; ícone de reciclável; ícone de lixo.

Levantamento da elementar
presença em emblemas
trabalhadas pelos alunos
e algumas dificuldades.

Ordem

ANEXO 2

Levantamento de elementos presentes em embalagens trabalhadas pelos alunos e algumas diferenciadas.

Ordem:

- 1) informações referentes ao produto; marca; o que é; fabricante; logotipo da fábrica; endereço; país do produto; CGC/CNPJ; registro Min. Agric.; Garantia; selo e código de barra.
- 2) informações ligadas à cidadania: ingredientes, valor nutricional; prazo de validade; quantidade; SAC; instruções de uso.
- 3) textos: receita; instruções para abrir.
- 4) publicidade: cores, imagens, solgan; texto.
- 5) embalagem: tipo; fábrica; ícone de reciclável; ícone de lixo.

ANEXO 3

Levantamento de elementos presentes em R/E de produtos de higiene pessoal e limpeza. Ordem:

- 1) informações referentes ao produto; marca; o que é; fabricante; logotipo da fábrica; endereço; país do produto; CGC/CNPJ; registro Min. Agric.; Garantia; selo e código de barra.
- 2) informações ligadas à cidadania: ingredientes, valor nutricional; prazo de validade; quantidade; SAC; instruções de uso.
- 3) textos: receita; instruções para abrir.
- 4) publicidade: cores, imagens, solgan; texto.
- 5) embalagem: tipo; fábrica; ícone de reciclável; ícone de lixo.

	Creme Dental	Sabonete	Sabonete	Xampu	Creme de enxaguar	Desodo- rante Corporal	Desodo- rante	Desodo- rante	Sabão em pó	Lava- louças	Água Sanitária	Desinfe- tante	Limpador	Amaciante	Inseticida
1 Informações Referentes ao Produto															
Marca	Sorriso	Lux	Francis Light	Vital Ervas	Darling	Boticário	Nivea	Paris	Omo	Ypê	Q Boa	New Kim	Veja	Q Suave	SBP
O que é	Gel dental com flúor	Sabonete em unidade	Sabonete de luxo azul	Shampoo	Condicio- nador	Loção cremosa universal	Creme Desodo- rante	Creme Desodo- rante	Deter- gente em pó	Deter- gente líquido	Alvejante Desinfe- tante	Desinfe- tante	Limpador Multiuso	Amaciante de roupas	Multi- Inseticida
Fabri- cante	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Logo Fábrica	-	-	-	-	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	X
Ende- reço	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
País Produto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CGC/ CNPJ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Garantia	ABO	-	-	-	-	-	-	-	Várias Empresas	-	ABIAS	-	-	-	-
Código Barra	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2 Informações Ligadas à Cidadania															
Ingredi- entes	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Prazo Validade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X
Quanti- dade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SAC	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Instr. Uso	-	-	-	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X
3 Textos Diversos															
Instr. Abrir	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	X	-	-	X
4 Publicidade															
Cores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Imagens	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pub. Escrita	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pub. Outros produtos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-
5 A Embalagem															
Tipo Emba- lagem	Caixa Papelão	Papel plastifi- cado	Papel duplo	Tubo plástico	Tubo plástico	Tubo plástico	Pote plástico	Tubo plástico	Caixa papelão	“Garrafa” plástica	Garrafa plástica	Garrafão plástico	Tubo plástico	Garrafão plástico	Lata de Aço
Fábrica Emba- lagem	-	-	X	X	X	X	X	-	-	X	-	X	X	-	-
Ícone Reciclável	-	-	-	X	X	X	-	-	X	X	X	X	X	X	X
Recomendações/ precauções	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X
Responsável Técnico	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X

	Arroz	Açúcar	Feijão	Pó de Café	Óleo	Fuba	Farinha de Mandioca	Farinha de Trigo	Biscoito	Macarrão	Extrato de Tomate	Creme Dental	Sabão	Sabonete
1 Informações Referentes ao Produto														
Marca	Brejeiro	Dolce	Prudentão	Café do Ponto	Salada	Sinhá	Dafap's	Nita	Dunga	Basilar	Cica	Signal	Ypê	Palmolive
O que é	Arroz em grãos	Açúcar Refinado	Feijão em grãos	Café torrado e moido	Óleo de Soja	Fubá mimoso	Farinha de mandioca torrada	Farinha de trigo especial	Cream Crackers	Espaguete tipo 2	Extrato de Tomate	Creme Dental	Sabão em barra	Sabonete em unida.
Fabricante	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Endereço	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
País do produto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CGC/CNPJ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Registro Min. Saúde	X	-	X	-	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-
Garantia	-	-	-	ABIC	-	-	-	-	-	ABIMA	-	-	-	-
Selo	-	ABRINQ	-	Excellentia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Informações ligada à Cidadania														
Código de barras	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ingredientes	-	-	-	-	X	X	-	-	X	X	X	X	-	X
Valor Nutricional	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-	-	-
Prazo Validade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Quantidade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SAC	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X
Instruç. De uso	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-
Instruç. Conserv.	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-	X	-	-	-
3 Textos Diversos														
Receita	X	X	X	-	-	X	X	-	-	X	X	-	-	-
Instru. para Abrir.	-	-	-	-	(O bico)	-	-	-	-	-	-	-	-	X
4 Publicidade														
Cores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Imagens	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X
Slogan	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	X	-
Publi. Outros Prod.	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indicaç. Outras Línguas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publici. Escrita	X	-	-	X	X	-	-	-	-	-	X	X	X	-
5 A Embalagem														
Tipo de Embalagem	Saco plástico reforçado	Saco plástico	Saco plástico	Envelope plástico aluminizado	Rótulo plástico sobre lata de alumínio	Saco plástico	Saco plástico	Saco de papel	Saco plástico	Envelope plástico	Lata	Caixa de papelão	Plástico	Papel Duplo
Fábrica embalagem						-	-	-	-	-	-	-	X	-
Ícone reciclável	X	X	X	-	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-
Ícone de lixo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	logurte	Chocolate	Lasagna	Sorvete	Creme de Cebola	Água Mineral	Biscoito Recheado	Macarrão Basilar	Sucrilhos	Suco de laranja	Achocolatado	Refrigerante	Refrigerante	Refrigerante	Refrigerante	Bala
1 Informações Referentes ao Produto																
Marca	Danone	Nestlé Classic	Petybon	Yopa	Maggi	Minalba	Marilan	Basilar	Kellogg's	Jussy	Nescau	Coca-cola	Mirinda	Taí	Guaraná Champagne Antartica	Erlan Uva
O que é	Iorgurte com polpa de frutas	Chocolate com leite e caju	Lasagna pré-cozida	Picolé de limão	Preparado para sopa	Água Mineral	Biscoito recheado sabor doce de leite	Espaguete	Flocos de milho	Suco industrializado	Achocolatado	Refrigerante de cola	Refrigerante de laranja	Refrigerante de guaraná	Refrigerante de guaraná	Caramelo mastigável
Fabricante	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Logotipo Fabricante	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	-	-	X	-
Endereço	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
País do produto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CGC/CNPJ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Garantia	-	-	Abima	-	-	-	-	Abima	INMETRO	-	-	-	-	-	-	-
Código Barra	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-

2 Informações Ligadas à Cidadania																
Ingrediente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Valor Nutricional	X	X	X	-	X	-	X	-	X	X	X	-	-	-	-	-
Prazo Validade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Não no rótulo	X
Quantidade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-
SAC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	-
Instr. Uso	X	-	X	-	X	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-
Instr. Consumo	X	X	X	X	-	X	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-

3 Textos Diversos																
Receita	-	-	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instr. Abrir	X	-	-	-	X	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-
Brindes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-

4 Publicidade																
Cores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Imagens	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X
Pub. Escrita	-	X	X	-	-	-	-	-	X	X	X	-	X	-	-	-
Sloga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Energia que dá gosto	X	-	-	-	-
Pub. Outros Produtos Ind.	-	X	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Línguas	-	Espanhol	-	-	Espanhol	-	Inglês Espanhol	-	-	-	-	-	-	-	-	Inglês

5 A Embalagem																
Tipo Embalagem	Caixa Tetra Pack	Papel plástico laminado	Envelope aluminizado	Envelope laminado	Envelope plástico aluminizado	Garrafa plástica	Papel PVC (duplo)	Envelope plástico	Saco plástico dentro de caixa de papelão	Caixa Tetra Pack	Lata	Lata alumínio	Lata alumínio	Lata alumínio	Lata alumínio	Papel plastificado
Fábrica Embalagem	X	-	-	-	-	-	X	X	-	X	-	-	-	-	-	-
Ícone Reciclável	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	X	X	-
Ícone Lixo	-	X	-	-	-	-	X	-	-	-	X	X	-	X	X	-

ANEXO 4



GABRIEL, O
COMPRADOR

EM

AVENTURA NO SHOPPING

ESTE GIBI DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR É UMA INICIATIVA DA ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES - PELA CONSCIENTIZAÇÃO DOS DIREITOS E RESPONSABILIDADES DOS FUTUROS CONSUMIDORES DO PAÍS.



CARAMBA! QUANTA
GENTE HOJE NO
SHOPPING!

E AÍ, MANO?
SOU GABRIEL, O
COMPRADOR, E
TAMBÉM VIM
FAZER UMAS
COMPRINHAS!

SPACCA
99

MAS VOCÊ PENSA
QUE É SÓ ENTRAR
NA LOJA E JÁ
IR COMPRANDO?

NADA DISSO! TEM QUE FICAR
ESPERTO E TOMAR UMA
SÉRIE DE
CUIDADOS,
SENÃO...

...VOCÊ
DANÇA!



PRA COMEÇAR, NUNCA COMPRE
NA PRIMEIRA LOJA QUE
APARECER. PODE SER QUE EM
OUTRA ESTEJA MAIS BARATO!



OLHA SÓ,
O BONEQUINHO
QUE VOCÊ QUERIA!

É, MAS NA TV,
ELE VOAVA, LUTAVA
E SOLTAVA RAIO!
BUÉ!

A PROPAGANDA,
ALÉM DE MEXER COM A
NOSSA IMAGINAÇÃO...

...TAMBÉM INFORMA E
ORIENTA O CONSUMIDOR!





