



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DAPARAÍBA  
CAMPUS JOÃO PESSOA  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, INOVAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO  
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA  
UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL – UAB-IFPB  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA COMO  
2ª LÍNGUA PARA SURDOS NA MODALIDADE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**

**JOSÉ RODRIGUES DE LIMA JÚNIOR**

**O TRABALHO COM A INTERTEXTUALIDADE NOS TEXTOS PUBLICITÁRIOS:  
uma possível alternativa para o letramento do aluno surdo**

**JOÃO PESSOA - PB  
2021**

**JOSÉ RODRIGUES DE LIMA JÚNIOR**

**O TRABALHO COM A INTERTEXTUALIDADE NOS TEXTOS PUBLICITÁRIOS:  
uma possível alternativa para o letramento do aluno surdo**

TCC-Artigo apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus João Pessoa, Polo Livramento, para obtenção do título de Especialista em Ensino de Língua Portuguesa como 2ª língua para Surdos, sob a orientação do(a) Prof.(a). Me. Nídia Nunes Máximo.

**JOÃO PESSOA - PB**

**2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP  
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

L732t Lima Júnior, José Rodrigues de  
O trabalho com a intertextualidade nos textos publicitários :  
uma possível alternativa para o letramento do aluno surdo / José  
Rodrigues de Lima Júnior. – 2021.  
16 f.  
Artigo (Especialização em Ensino de Língua Portuguesa  
como 2ª Língua para Surdos) – Instituto Federal da Paraíba –  
IFPB / Pró-Reitoria de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação.  
Diretoria de Educação a Distância.  
Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Ma. Nídia Nunes Máximo.  
1. Língua portuguesa - Ensino. 2. Intertextualidade. 3. Le-  
tramento. 4. Aluno surdo. I. Título.  
CDU 811.134.3:376

**JOSÉ RODRIGUES DE LIMA JÚNIOR**

**O TRABALHO COM A INTERTEXTUALIDADE NOS TEXTOS PUBLICITÁRIOS:  
uma possível alternativa para o letramento do aluno surdo**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Banca Examinadora, do Instituto  
de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba  
(IFPB), para obtenção do título de Especialista  
em Ensino de Língua  
Portuguesa como 2ª Língua para Surdos.

João Pessoa, 09 de abril de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**



Nidia Nunes Máximo  
Coord. de Letras LIBRAS  
Departamento de Letras  
SIAPE: 2143407

---

Profa. Ma. Nídia Nunes Máximo

Orientadora – UFPE



---

Profa. Ma. Aparecida Joana da Silva Campos

Avaliadora



---

Prof. Dr. Neilson Alves de Medeiros

Avaliador – IFPB

# **O TRABALHO COM A INTERTEXTUALIDADE NOS TEXTOS PUBLICITÁRIOS: UMA POSSÍVEL ALTERNATIVA PARA O LETRAMENTO DO ALUNO SURDO**

José Rodrigues de Lima Júnior<sup>1</sup>  
Nídia Nunes Máximo<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este trabalho aborda o papel da intertextualidade nos textos publicitários no letramento do aluno surdo, no que tange à Língua Portuguesa, na modalidade escrita. Diante da escolha do tema temos como objetivo principal analisar como uma proposta de atividade com a intertextualidade pode ajudar no desenvolvimento da leitura e da escrita em L2 para surdos. Assim, seguimos com os objetivos específico: i) apresentar uma abordagem do letramento visual no ensino da leitura e da escrita para surdos; ii) propor atividades de letramento por meio da intertextualidade, que facilitem a aquisição do letramento em L2. Para tal, realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre os estudos do letramento e sobre o letramento da pessoa surda, visto que a Língua Portuguesa é a segunda língua para estes indivíduos. Em seguida, descrevemos e analisamos uma proposta didática que aborda a intertextualidade em anúncios publicitários, mostrando como a organização desta proposta pode ser uma alternativa para desenvolver o letramento do aluno surdo. Nessa perspectiva buscamos respaldo teórico na visão sociointeracionista da linguagem citada por Vygotsky (1991), sobre letramento buscamos apoio nas ideias de Magda Soares (1998), e sobre leitura apontamos Marchuschi (2008) como referência, desta forma, entendemos que o trabalho com o gênero textual deve ser a base do ensino de Língua Portuguesa para os discentes surdos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Intertextualidade; Anúncio publicitário; Letramento; Aluno surdo.

**ABSTRACT:** When choosing the theme, we have as main objective to analyze how an activity proposal with intertextuality can help in the development of reading and writing in L2 for deaf people. Thus, we continue with the specific objectives: i) to present an approach of visual literacy in the teaching of reading and writing for the deaf; ii) to propose literacy activities through intertextuality, which facilitate the acquisition of literacy in L2. To this end, we conducted a literature search on literacy studies and on the literacy of the deaf person, since the Portuguese language is the second language for these individuals. Then, we describe and analyze a didactic proposal that addresses intertextuality in advertisements, showing how the organization of this proposal can be an alternative to develop the literacy of deaf students. From the perspective of literacy, for this we seek theoretical support in the socio-interactionist view of language cited by Vygotsky (1991), about literacy we seek support in the ideas of Magda Soares (1998), and in reading we point to Marchuschi (2008) as a reference, in this way, we understand that the work with the textual genre must be the basis of the teaching of Portuguese Language for the deaf students.

**KEY-WORDS:** Intertextuality; Advertisements; Literacy; Deaf student.

---

<sup>1</sup> Aluno da especialização em Ensino de Língua Portuguesa como segunda língua para surdos (IFPB).

<sup>2</sup> Professora Assistente de Linguística da Universidade Federal de Pernambuco, Mestre em Linguística (UFPE), Graduada em Letras Português/Inglês (UFPE).

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>08</b>
2.1 LETRAMENTO E ALFABETIZAÇÃO.....	08
2.2 LETRAMENTO VISUAL NO ENSINO PARA SURDOS .....	09
2.3 A INTERTEXTUALIDADE COMO PROPOSTA DE LETRAMENTO NA AQUISIÇÃO DA L2 PARA SURDOS .....	11
<b>3. METODOLOGIA .....</b>	<b>13</b>
<b>4. ANÁLISE E DISCUSSÕES: uma possível proposta de trabalho com a intertextualidade no ensino da l2 para surdos.....</b>	<b>14</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>16</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>16</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As últimas décadas foram marcadas por importantes conquistas na luta dos surdos por um espaço social inclusivo. Um marco nessa luta foi a promulgação da Lei nº 13.146 de 06 de julho de 2015, a qual, já em seu Artigo 1º, garante:

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania. (BRASIL, 2015).

Mesmo diante da Lei supracitada, o nosso cenário educacional, infelizmente, ainda não é totalmente inclusivo, tratando-se, especificamente, do processo de ensino-aprendizagem do aluno surdo. Isso é perceptível dada à escassez de currículo e material didático adaptado para a educação bilíngue.

Durante os estudos feitos na área do ensino de PL como L2, foi perceptível a carência de materiais e atividades adaptadas adequadamente, foi daí que surgiu a ideia de trabalhar uma proposta com a intertextualidade utilizando o gênero publicitário. Sendo assim, dar-se a relevância dessa proposta de trabalho, a qual aborda estratégias de ensino da leitura e da escrita em Língua Portuguesa (LP) como segunda língua para surdos (L2).

Logo, tomaremos como base a visão sociointeracionista de Vygotsky (1991, p. 44) sobre a linguagem, o qual afirma que o processo de “[...] desenvolvimento do pensamento é determinado pela linguagem, isto é, pelos instrumentos linguísticos do pensamento e pela experiência sociocultural da criança.”. Partindo desse pressuposto, compreendemos que o processo de aquisição da linguagem, se dá pela interação com o meio, sendo assim, percebemos a importância de pensar em um ambiente escolar que coloque o aluno surdo no centro da aprendizagem, para isso é preciso que o professor tenha um olhar diferenciado para esse alunado, que faça uma adaptação curricular priorizando metodologias de ensino eficazes no letramento do aluno surdo.

Para o conceito de letramento, tomaremos como referência o pensamento de Magda Soares (1998, p. 40): “(...) é não só aquele que sabe ler e escrever, mas aquele que usa socialmente a leitura e a escrita, pratica a leitura e a escrita, responde adequadamente às demandas sociais de leitura e de escrita.”.

Partindo dessa concepção de letramento, sabemos que é papel da escola promover o letramento dos discentes surdos, no entanto, infelizmente, essa prática ainda é carente de

materiais didáticos adequados, pensando nessa necessidade é que nos dispomos a propor uma sequência de atividades com a intertextualidade e o gênero propaganda, buscando envolver o conhecimento de mundo dos alunos, facilitando tanto o letramento visual, quanto o letramento em L2. Buscamos um possível caminho para a questão problematizadora que norteia essa pesquisa: Como o trabalho com a intertextualidade pode auxiliar no ensino de LP como L2 para surdos?

Isto posto, perfilhamos como objetivo geral: analisar como uma proposta de atividade com a intertextualidade pode ajudar no desenvolvimento da leitura e da escrita em L2 para surdos. Já para os objetivos específicos, delimitamos: i) apresentar uma abordagem do letramento visual no ensino da leitura e da escrita para surdos; ii) propor atividades de letramento por meio da intertextualidade, que facilitem a aquisição do letramento em L2.

A metodologia adotada foi de cunho qualitativo com fonte bibliográfica, que se apoiou nas ideias de Vygotsky (1991) no tocante a visão sociointeracionista da linguagem, sobre o conceito de letramento buscamos respaldo em Magda Soares (1998), Marchuschi (2008) sobre o conceito de leitura.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 LETRAMENTO E ALFABETIZAÇÃO**

Considerando que vivemos em uma sociedade letrada, faz-se necessário dominar as habilidades de leitura e escrita, para que o indivíduo exerça bem seu papel de cidadão atuante. Com base nisso, a escola configura um importante papel no desenvolvimento das habilidades de letramento do aluno, como pré-requisito para uma atuação crítica diante do mundo.

Segundo Magda Soares (2005, p. 05), o termo letramento surgiu no Brasil na década de 1980, período no qual muitos países de Primeiro Mundo, como por exemplo, França e Estados Unidos, também se debruçavam em estudos sobre o tema. Desde essa época, que o termo alfabetização ganhou um direcionamento mais condicionado a ação de ensinar e aprender a ler e escrever, já o termo letramento é definido, pela mesma autora, como “o estado ou condição de quem não apenas sabe ler e escrever, mas cultiva as práticas sociais que usam a escrita” (SOARES, 2000, p. 47).

Sendo assim, em diversos estudos sobre alfabetização e letramento, compreende-se que apesar de serem práticas distintas estão de certo modo entrelaçadas, pois diante das necessidades de comunicação em uma sociedade letrada, na qual as informações emergem a



todo momento, não é suficiente ensinar apenas a ler e escrever, é preciso alfabetizar letrando, para que a escrita e a leitura sejam repletas de significados, de sentidos nas diferentes experiências do cotidiano do aluno.

O pensamento de Marchuschi (2008), sobre o ato de ler, dialoga com a concepção de letramento de Soares (2000), mostrando que a compreensão dos textos é um caminho que requer conhecimento de mundo, interpretação de fatos e habilidade de interação com a informação, com a mensagem contida no texto:

Compreender bem um texto não é uma atividade natural, nem uma herança genética; nem uma ação individual isolada do meio e da sociedade em que se vive. Compreender exige habilidade, interação e trabalho. Na realidade, sempre que ouvimos alguém ou lemos um texto, entendemos algo, mas nem sempre essa compreensão é bem-sucedida. Compreender não é uma ação apenas linguística ou cognitiva. É muito mais uma forma de inserção no mundo e um modo de agir sobre o mundo na relação com o outro dentro de uma cultura e uma sociedade. (MARCUSCHI, 2008, pp. 229-230).

Considerando a complexidade e importância do ensino da leitura e da escrita, em que a alfabetização e o letramento ocorrem simultaneamente, é preciso considerar que para essas práticas acontecerem de maneira exitosa, o professor precisa estar capacitado para a escolha das metodologias adequadas, principalmente quando se refere da aquisição da L2 para surdos, onde o letramento visual ganha destaque, sobre esse aspecto discutiremos em seguida.

## 2.2 LETRAMENTO VISUAL NO ENSINO PARA SURDOS

O letramento para surdos agrega a possibilidade de agrupar o trabalho com a Língua de Sinais (LS), considerada, no Brasil, como a primeira língua dos surdos desde que começou a vigorar a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, o que fora um marco na história por um espaço de reconhecimento da cultura surda no nosso país. Apesar disso a trajetória da educação para surdos sempre enfrentou muitas dificuldades até a construção de uma modalidade bilíngue, segundo Moura (2015):

O Bilinguismo almejado traz consigo tanto o repúdio pela percepção da surdez como doença, bem como a luta contra o apagamento das diferenças, subjacente à tentativa de impor uma única identidade, a do ouvinte. O principal argumento defendido é o direito que a criança Surda tem de adquirir uma língua natural, de pensar nessa língua, de se alfabetizar e construir seu letramento como qualquer outra criança. (MOURA, 2015, p. 29).

O Bilinguismo, citado acima, continua sendo uma conquista almejada, já que um dos maiores desafios é a adaptação curricular. Para garantir ao aluno surdo o direito do letramento é preciso considerar as especificidades que acarretam a condição de não ouvinte. Garantido por lei, outrora citada nesse trabalho, é papel da escola tornar o ensino inclusivo, por meio de metodologias que atendam às necessidades de todos os alunos, nisso se pauta uma das maiores lutas desse país, pois quem trabalha diretamente com a educação percebe que estamos há anos luz de uma educação que vise a equidade, a inclusão e o respeito às diferenças.

Diante desse posicionamento que aponta para o letramento como direito, é que nos deteremos a refletir sobre a importância do letramento visual, no processo de aquisição da leitura e da escrita em língua portuguesa como L2 para alunos surdos. Sendo assim faz-se necessário uma explicação sobre as características que o constituem, para Lebedeff (2010, p.179), o letramento visual é compreendido como a área de estudo que lida com o que pode ser visto e como se pode interpretar o que é visto.

O letramento visual é um importante instrumento na aquisição da L2, já que esse permite explorar a linguagem visual, colaborando com o uso da LS, pois nesse aspecto as imagens ganham um papel textual, deixando de ser compreendidas como meramente um recurso ilustrativo. Sobre isso, colabora o pensamento de Skliar:

Ao definir a surdez como experiência ‘visual’, que constitui e especifica a diferença, não estou restringindo o visual a uma capacidade de produção e compreensão especificamente linguística ou a uma modalidade singular de processamento cognitivo. Experiência visual envolve todo tipo de significações, representações e/ou produções, seja no campo intelectual, linguístico, ético, estético, artístico, cognitivo, cultural, etc. (SKLIAR, 1999, p. 11).

Diante dessa breve explanação sobre o conceito e importância de trabalhar o letramento visual durante o processo de aquisição da leitura e da escrita em língua portuguesa para surdo, mostramos a relevância de explorar as imagens buscando uma interligação com o contexto social, cultural e histórico de sua produção para assim inferir sentido à imagem lida.

Na próxima seção buscaremos propor sugestões de atividades de leitura e escrita para alunos surdos, envolvendo o letramento visual e a intertextualidade na produção do gênero textual anúncio publicitário, visando aperfeiçoar as habilidades desses discente no que se refere a interpretação e compreensão do mundo representado por meio do texto.

### 2.3 A INTERTEXTUALIDADE COMO PROPOSTA DE LETRAMENTO NA AQUISIÇÃO DA L2 PARA SURDOS

Dada a importância do letramento, vejamos como este é conceituado pelo pensamento de Rojo (2009):

(...) não basta conhecer e decodificar letras em sons/imagens da fala/escrita. Compreender o que se lê. Acionar o conhecimento de mundo para relacioná-lo com os temas do texto, inclusive o conhecimento de outros textos/discursos (intertextualizar), prever, hipotetizar, inferir, comparar informações, generalizar. Assim, precisa interpretar, criticar, dialogar com o texto: contrapor a ele seu próprio ponto de vista, detectando o ponto de vista e a ideologia do autor, situando o texto em seu contexto. (ROJO, 2009, p. 44).

Nessa perspectiva, notamos que o letramento ultrapassa a mera decodificação de signos linguísticos, ou seja, as práticas de leitura e de escrita precisam ser mecanismos usados para facilitar a vida cotidiana do indivíduo. Sendo assim, seria apropriado o trabalho com a intertextualidade, no gênero publicitário.

A intertextualidade, segundo dicionário de termos literários de Carlos Ceia (2005), é a relação entre textos. Essa relação pode acontecer de maneira explícita ou implícita a outros textos de cunho oral, escrito, visual, em que está vista nas artes plásticas, na música, na propaganda e etc. A intertextualidade está presente na publicidade com uma propositura argumentativa de persuadir o consumidor a adquirir um produto, uma ideia ou um serviço através da forma textual e linguística construída com material sociocultural.

Ela aproxima a mensagem publicitária dos textos que lemos em nosso dia-a-dia, contextualizando e facilitando a nossa interpretação gerando, assim, uma mensagem de venda eficiente. Com relação à intertextualidade aplicada aos textos publicitários é notável que a criatividade não seja o único aspecto usado para atrair consumidores, o poder de persuasão é também destaque nessa construção.

Nesse contexto é possível notar que o poder de persuasão, que é típico da publicidade em geral, ao ser transportado para a linguagem verbal e não verbal, através do suporte texto publicitário compõe um conjunto perfeito, pois desde outrora o recurso de persuadir o leitor através de ideias implícitas e explícitas acha-se presente em textos escritos, que sempre fora alvo de consumo por muitas pessoas, a exemplo dos livros de romance, jornais, revistas, livros infantis.

Quanto a construção do discurso persuasivo concordamos com Abreu (2006, p.25), “argumentar é a arte de convencer e persuadir. Convencer é saber gerenciar informação, é falar

à razão do outro, demonstrando, provando. Persuadir é saber gerenciar relação, é falar a emoção do outro”. O que de certa forma não deixa de estabelecer uma relação dialógica, intertextual com o pensamento e a emoção do outro, no caso do texto essa relação se delimita entre o produtor e o consumidor.

**Figura 1: Anúncio da Marca O Boticário que faz uma relação intertextual com o conto Chapeuzinho vermelho**



Fonte: Google imagens

**Figura 2: Intertextualidade com a propaganda de um produto da Hortifruti (rúcula) com o personagem O Incrível Hulk.**



Fonte: Google imagens

Na figura 1, podemos perceber na intertextualidade, em que o anúncio faz uma relação intertextual com o conto Chapeuzinho Vermelho de Monteiro Lobato. O aspecto visual do anúncio tenta persuadir o público feminino, pela forma em que a personagem se apresenta, tendo em vista um aspecto sedutor. Quanto ao enunciado verbal “Use O Boticário e ponha o Lobo Mau na coleira”, percebe-se que a mulher que usa os produtos da marca apresentada pela propaganda, pode ser caracterizada pelo aspecto da beleza e da sedução; ou seja, a fabricante tenta convencer o público consumidor que o seu produto poderá elevar sua autoestima e transportá-la para um papel de quem domina a situação, configurando uma ideia oposta à que é apresentada no conto tradicional, deixando subtendido que o papel feminino não configura a

posição de vítima do Lobo Mau, mas sim, que uma mulher empoderada que assume uma posição dominante na relação com o sexo oposto.

Na figura 2, a intertextualidade apresentada na propaganda que remete a divulgação de um produto (rúcula) da empresa Hortifruti, associando assim, a palavra rúcula ao personagem do Incrível Hulk. Dessa forma, a associação da verdura com o personagem transmite a ideia de que ao consumir o produto o indivíduo se torna “forte”, passando por um processo de transformação física, adquirindo resistência e um metabolismo melhorado.

### **3. METODOLOGIA**

A partir de Minayo (1993), o nosso trabalho se caracteriza como uma pesquisa bibliográfica ao nos debruçarmos sobre os teóricos que abordam a intertextualidade, o letramento e o letramento da pessoa surda, a fim de compreendermos como as contribuições teóricas já existentes podem nos ajudar a analisar o tema da nossa pesquisa.

O tipo de estudo empregado foi de base descritiva, pois descrevemos a organização de uma proposta didática, e de base explicativa, visto que buscamos dar um sentido para a organização desta proposta didática, a fim de compreendermos como o trabalho com a intertextualidade em textos publicitários pode contribuir para o letramento da pessoa surda em língua portuguesa, na modalidade escrita.

Também foi desenvolvida a partir de uma análise qualitativa, ao considerarmos as duas características desse tipo de pesquisa: a natureza descritiva do fenômeno selecionado, a intertextualidade em textos publicitários para o letramento da pessoa surda, pois optamos por apresentar a descrição de uma proposta didática com o tema; e a necessidade de enfatizar o processo em detrimento do produto, ao analisarmos a proposta didática que elaboramos.

A proposta foi elaborada por José Rodrigues de L. Júnior, a partir de sua experiência com o ensino de Língua Portuguesa. Descrevemos esta proposta e a analisamos em conformidade com os seguintes critérios, considerando os estudos de letramentos:

1. Trabalho com gênero textual texto publicitário;
2. Ações que suscitem a compreensão dos estudantes, como por exemplo, ampliar as informações do texto com base no conhecimento prévio do aluno;
3. Ações que visem a escrita do gênero, tendo por finalidade culminar com a produção de um anúncio publicitário;

4. Trabalho com elementos visuais do gênero, explorando as cores, figuras, personagens que aparecem nas imagens, utilizando esses recursos como estratégias de persuasão.

#### **4. ANÁLISE E DISCUSSÕES: uma possível proposta de trabalho com a intertextualidade no ensino da L2 para surdos**

Essa sugestão de atividade, foi pensada em contemplar os anos finais do ensino fundamental, já imaginando em contar com um público de uma maior experiência de letramento e conhecimento de mundo.

Pensando em uma proposta de atividade que integrasse o letramento visual e a intertextualidade, o passamos a sugerir uma sequência de estratégias pedagógicas para abordar o ensino de leitura e escrita em L2, por meio do gênero publicitário.

**Etapa 1:** Contextualização visual do texto - Na apresentação das imagens, os alunos serão instigados a listarem o que podem ver através das imagens. Em seguida, serão questionados sobre qual (is) elemento (s) das imagens os mesmos já viram em outro contexto ou local. Essa sondagem e socialização inicial dar-se-á por meio da comunicação em Libras, sendo que o aluno será estimulado a também transcrever em L2 a sua interpretação das imagens. Dessa forma estaremos articulando os conhecimentos dos alunos frente ao texto, como cita Koch (2011, p. 37) “ a leitura é uma atividade de construção de sentido que pressupõe a interação autor-texto-leitor, é preciso considerar que, nessa atividade, além das pistas e sinalizações que o texto oferece, entram em jogo os conhecimentos do leitor”.

**Etapa 2:** Exploração do conhecimento prévio e de elementos intertextuais - Será feito um levantamento prévio do conhecimento dos alunos sobre a imagem feminina (figura1) e sobre o personagem Hulk (figura 2). Ao observar o nível de conhecimento para com os personagens, serão questionados sobre os produtos anunciados para saber o conhecimento prévio, também dos mesmos, facilitando dessa maneira aproximar o texto à realidade do alunos, por como esclarece Koch (1993, p.60): “O estabelecimento de sentido de um texto depende em grande parte do conhecimento de mundo dos seus usuários, porque é só este conhecimento que vai permitir a realização de processos cruciais para a compreensão”.

**Etapa 3:** Identificação de elementos textuais e paratextuais significativos - Pedir aos alunos que listem através da escrita elementos explícitos e implícitos dos textos que confirmem a relação intertextual (as cores das imagens, objetos, personagens, jogo com as palavras, etc.). Esse resultado pode ser apresentado através da Libras.

**Etapa 4:** (Re) elaboração escrita com vista à sistematização da aprendizagem - Será proposto que os alunos possam redigir a verdadeira intencionalidade discursiva na ideia de persuadir os leitores/consumidores por meio dos personagens Chapeuzinho Vermelho e O Incrível Hulk, pois como bem cita Abreu (2005, p. 25) “Convencer é construir algo no campo das ideias. Quando convencemos alguém, esse alguém passa a pensar como nós.”. Após essa socialização, os alunos serão orientados a produzirem uma propaganda de determinado produto utilizando o recurso da intertextualidade, para isso eles poderão desenhar, colar e/ou editar imagens. As produções, serão digitalizadas e apresentadas em um data show na culminância da atividade, bem como no blog da escola.

Nesta proposta, observamos que está organizada em quatro partes que atendem a propósitos específicos para a compreensão e produção do gênero textual anúncio publicitário, nas ações de contextualização, exploração do conhecimento prévio do aluno e trabalho com a estrutura e sentidos do texto nas etapas 3 e 4.

Percebemos que a proposta traz um gênero textual, o que é importante na perspectiva do letramento, pois de acordo com Soares (2000), ler e escrever precisam ser ações que se configurem como práticas sociais, isto é, o indivíduo deve saber utilizar a leitura e a escrita para agir e interagir na sociedade letrada.

Neste sentido, a proposta didática acima descrita estimula os alunos a desenvolverem práticas de leitura e de escrita, principalmente na etapa 4, em que os alunos são convidados a produzirem o texto em uma possível situação de interação no meio digital, a qual faz parte das atividades da sociedade tecnológica contemporânea.

A partir de Rojo (2009), entendemos que a nossa proposta coaduna com práticas de letramento, visto que não incide apenas na decodificação e codificação da escrita. As etapas giram em torno do texto, em relação aos seus aspectos estruturais e semânticos. Assim, a intertextualidade é abordada e os alunos podem ser estimulados a recuperar, comparar e relacionar informações e efeitos de sentido.

Assim, as quatro etapas proporcionam tanto a compreensão do gênero e do fenômeno da intertextualidade quanto a produção desse gênero considerando o papel discursivo deste fenômeno no processo da escrita.

Ainda destacamos que, no que tange ao letramento da pessoa surda, a proposta didática estimula os estudantes a explorarem elementos visuais do gênero anúncio publicitário na etapa 3. Isso está alinhado como destaca Skliar (1999) sobre o papel da experiência visual no processamento da cognitivo da pessoa surda. Dessa forma, ao suscitarmos reflexões sobre as cores, imagens e personagens presentes nos anúncios publicitários na proposta e seu papel na

construção da intertextualidade, podemos contribuir nas práticas de letramento da pessoa surda, considerando sua forma visual de ver o mundo por conta da natureza visual e espacial da Libras.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste trabalho, vimos que os estudos do letramento, os quais pesquisam sobre as práticas sociais que envolvem a escrita, os usos diversos da escrita, as funções e efeitos dessa modalidade nos indivíduos e na sociedade de uma maneira geral, são relevantes na elaboração de propostas didáticas, para que o estudante surdo possa utilizar a leitura e a escrita a fim de interagir na sociedade.

Nessas pesquisas, a escrita está alicerçada nos gêneros textuais que são sócio, histórica e culturalmente construídos, a partir do próprio conceito de letramento, ou seja, a escrita está envolta nas práticas sociais em que utilizamos os gêneros textuais para interagirmos e agirmos na sociedade ao longo do tempo e do espaço.

O trabalho com anúncios publicitários sobre a fenômeno da intertextualidade na proposta didática que descrevemos e analisarmos mostra que não podemos entender o letramento em um sentido único, pois há uma diversidade de letramentos, os quais são fruto da diversidade de contextos sociais e culturais nas sociedades que adotam a escrita.

Assim, o letramento está intimamente ligado aos contextos discursivos, de forma que não podemos falar em sujeitos iletrados, visto que todos os indivíduos utilizam algum conhecimento da escrita para praticar alguma atividade social. Neste sentido, a proposta didática que foi objeto da nossa pesquisa, revela que a intertextualidade presente nos textos publicitários pode ajudar os estudantes surdos a alcançarem níveis cada vez mais elevados de letramento, visto que precisam aprender a resgatar e relacionar as informações e os sentidos criados pela forma que essas informações se estruturam no gênero textual.

Sendo assim, esperamos que os resultados apresentados nessa pesquisa possam colaborar com futuros estudos envolvendo a elaboração de atividades de letramentos para surdos, tendo em vista a escassez de propostas pedagógicas adequadas para essa especificidade de discentes.

#### **REFERÊNCIAS**



ABREU, Antonio Suárez. **A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção**. 8. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2005.

BRASIL, 2015, Lei n. 13.146, de 6 de jul. de 2015. Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm)>. Acesso em: 10 de dez. de 2020.

KOCH, I. V; ELIAS, V.M. **Ler e compreender os sentidos do texto**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

KOCH, Ingedore Grunfield Villaça; TRAVAGLIA, Luis Carlos. **Texto e coerência**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1993.

LEBEDEFF, T. B. “Aprendendo a ler ‘com outros olhos’: relatos de oficinas de letramento visual com professores surdos”. **Cadernos de Educação** | FaE/PPGE/UFPel | Pelotas [36]: 175 - 195, maio/agosto 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual e análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Editora Parábola, 2008.

MOURA, Débora Rodrigues. **Libras e leitura de língua portuguesa para surdos**. 1ª. ed. Curitiba: Appris, 2015.

ROJO, R. H. R. **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social**. São Paulo: Editora Parábola, 2009.

SKLIAR, C. A (Org.). **Atualidade da educação bilíngue para surdos**. 2ª. ed. 2v. Porto Alegre: Mediação, 1999.

SOARES, Magda. **Letramento: um tema em três gêneros**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SOARES, Magda. Letramento e alfabetização: as muitas facetas. **Revista Brasileira de Educação**, Mato Grosso do Sul-MG, nº 25, p. 05-07, 2005. <Disponível em <https://www.scielo.br/pdf/rbedu/n25/n25a01.pdf> > Acesso em: 14 de jan. de 2021.

VYGOTSKY, L. **Pensamento e linguagem**. Trad. De Jeferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.