

Importância da compreensão leitora para adesão a campanhas publicitárias do Ministério da Saúde

Symara Abrantes Albuquerque de Oliveira Cabral ^[1], Sayonara Abrantes de Oliveira Uchoa ^[2], Bruno Albuquerque Gondim Cabral ^[3]

[1] symara_abrantes@hotmail.com. Santa Casa de Misericórdia de São Paulo. [2] sayonara.uchoa@ifpb.edu.br. IFPB-Cajazeiras. [3] brunoalbuquerquecz@hotmail.com. Secretaria Municipal de Educação – Cajazeiras-PB.

RESUMO

Esta pesquisa analisa a capacidade de compreensão leitora de alunos do Ensino Fundamental quanto às mensagens de campanhas publicitárias do Ministério da Saúde, ressaltando a gênese da incompreensão leitora desses gêneros. A discussão parte do pressuposto de que a leitura é essencial à prática social e, por tal, ancora-se nos estudos da Linguística Textual e Letramentos. Trata-se de uma pesquisa de campo, exploratória, prospectiva, com abordagem quantitativa dos dados, amparada por estudo do tipo survey interseccional, realizada no município de Cajazeiras – PB, no âmbito educacional, haja vista o caráter de busca pela compreensão de aspectos relativos à capacidade leitora. Os resultados apontam para o fato de que as campanhas do Ministério da Saúde, utilizando meio impresso através de propagandas, podem não alcançar os objetivos a que se propõem pelo simples fato de que os indivíduos não compreendem as mensagens utilizadas, sendo necessários meios eficazes para mudança de tal perspectiva.

Palavras-chave: Leitura. Letramento. Propaganda. Saúde.

ABSTRACT

This research analyzes the reading comprehension capacity of elementary school students regarding the messages of advertising campaigns of the Ministry of Health, emphasizing the genesis of reader misunderstanding of these genres. The discussion starts with the assumption that reading is essential to social practice and, therefore, it is anchored in the studies of Text Linguistics and Literacies. This is an exploratory, prospective field research study, that uses a quantitative approach of data, supported by an interseccional survey study conducted in the municipality of Cajazeiras-PB, in the educational scope, considering the need to understand aspects related to reading capacity. The results indicate that the campaigns of the Ministry of Health, using printed media through advertisements, may not achieve its objectives because people do not understand the messages used and it is necessary effective means to change this perspective.

Keywords: Reading. Literacy. Advertising. Health.

1 Introdução

O processo de letramento envolve a utilização da leitura na prática social, ou seja, dá-se à leitura e à utilização da língua, como também aos processos literários, o sentido social tão necessário à motivação da aprendizagem, de modo que quaisquer usos dos signos, verbais ou não verbais, são utilizados para a prática de compreensão de mundo e, assim, para a promoção da socialização, da interação do sujeito com o meio que o cerca, inserindo-se como ser capaz de interagir ou, se possível, ser agente de transformação/melhoria do seu contexto social (KLEIMAN, 2002).

A importância da relação entre língua e leitura fundamenta-se no fato de que quaisquer ações realizadas sem um devido sentido, sem um sentimento que denote o desejo e o apego, tornam-se opacas e sem significado sentimental, o que as torna extremamente difíceis de serem realizadas. (KLEIMAN, 2002).

Neste contexto, a educação deve tratar do processo de motivação, visto que não é fácil estimular os alunos para a leitura e, conseqüentemente, para a escrita, mais ainda pelo fato de que esta última depende intrinsecamente da primeira. Assim sendo, para expressar-se por meio de textos escritos, bem elaborados, é imprescindível que o autor disponha de habilidades de leitura e ainda uma consolidada leitura de mundo.

Contrária a essa visão, a falta de motivação provoca um déficit considerável na compreensão leitora, interferindo na própria qualidade de vida, seja pela dificuldade de socialização ou mesmo pela adesão a ações que denotem melhoria de vida, como as do Ministério da Saúde. Cabe-nos questionar: o déficit de adesão a campanhas educativas em saúde é resultado da falta de compreensão leitora?

Neste sentido, o presente trabalho parte da hipótese de que a não adesão a campanhas de saúde pode ser resultado da compreensão ineficaz do enunciado, seja pela linguagem escrita ou pelas imagens representativas.

O despertar para o tema parte do princípio defendido por Perrenoud (2000, p. 36) “[...] A dinâmica de uma pesquisa é sempre simultaneamente intelectual, emocional e relacional [...]”.

A partir dos resultados da presente pesquisa e mediante o questionamento posto, as informações obtidas poderão subsidiar novos estudos e ações para resolução do problema, na certeza de que “[...]

os dogmas têm de ser transformados em dúvidas, as respostas, em questionamentos, os pontos de chegada, em pontos de partida [...]” (ALVES, 2012, p. 107).

Neste sentido, a pesquisa teve por objetivo geral analisar a capacidade de compreensão leitora de distintos grupos quanto às mensagens de campanhas publicitárias do Ministério da Saúde. Já, como objetivos específicos: identificar déficits de compreensão leitora das campanhas publicitárias do Ministério da Saúde, por alunos do Ensino Fundamental; e, ainda, avaliar a gênese da incompreensão leitora de campanhas publicitárias desse Ministério.

2 Bases teóricas

Sabe-se que, ao chegar à escola, a criança não é um ser isento de conhecimentos; pelo contrário, traz do seu mundo uma gama de informações, percepções, concepções e conceitos bem estabelecidos e que devem ser respeitados pelo docente. Este, por sua vez, precisa compreender que o processo educacional transpõe a simples transferência de conhecimentos, devendo ser um processo contínuo de construção mútua; só assim é possível garantir a boa adesão ao processo educacional (FREIRE, 2014).

O respeito aos conhecimentos prévios por parte do docente é mais do que simplesmente tomar conhecimento de fragilidades e tentar atuar para saná-las, mas parte do princípio da reestruturação dos seus sistemas de compreensão de mundo, como bem defende Perrenoud (2000), de modo que, ao docente cabe executar seu trabalho a partir dos conhecimentos dos alunos.

Contribuindo com a compreensão da função docente explicitada, Rubem Alves (2012) traça distintas concepções que designam o que é o ser sujeito responsável pela função de promover ou despertar a aprendizagem.

Fundar mundos, mediar esperanças e pastorear projetos é um desafio na atual sociedade, tendo em vista a velocidade das mudanças, das evoluções e transformações. Essa velocidade é tão intensa que, muitas vezes, se torna improvável que o professor consiga, nesse mesmo frenesi, transpor as dificuldades inerentes ao processo de ensinar de forma significativa. Neste sentido, com a evolução e os novos interesses, especialmente pelos frutos da era digital, torna-se essencial que o educador utilize, para o processo de aprendizagem, ferramentas capazes de despertar no aluno o interesse pela leitura e o encantamento pelo mundo das letras.

Deste modo, consolida-se a compreensão de que a aprendizagem é importante e, para que aconteça, deve ser um processo significativo, fruto do interesse de quem a busca. Como a compreensão leitora não é um processo distinto, há a necessidade de aprendizagem para que ela se processe, e o mais importante é compreender a sua relevância.

De acordo com Lajolo (2002), a linguagem, escrita ou não, é fundamental para todos os aspectos da vida do sujeito, sejam sociais, educacionais ou profissionais. Esses aspectos são influenciados, direta ou indiretamente pela leitura, de modo que qualquer projeto educacional deve levar em conta a habilidade leitora como essencial, por ser subsídio necessário a quaisquer outros processos de aprendizagem, especialmente ao da escrita, considerada código oficial da sociedade moderna.

Ao falarmos sobre sociedade moderna e na escrita como código oficial, é importante destacar que vivenciamos nos dias atuais o período com maior utilização de códigos escritos nas redes sociais, seja pelo uso das letras seja por imagens como geradoras de mensagens de impacto, o que justifica ainda mais a necessidade de compreensão leitora pela sociedade atual.

Neste sentido, cabe ao docente buscar meios que se traduzam em oportunidades de aprendizagem para seus alunos, sustentadas pela utilização daquilo de que dispõem e mediadas pelo real desejo de aprender e utilizar o que foi aprendido para aplicar em sua vida real.

2.1 Compreensão leitora e os desafios atuais

O uso da linguagem transcende seus fins educacionais ou de aprendizagem, sendo, sobretudo, uma atividade social, de modo que, ao ingressar na escola, a criança já é um falante nato, com uma bagagem bem consolidada de usos da língua materna. Espera-se da escola, portanto, a ampliação da sua capacidade leitora (CAGLIARI, 2011).

Por este limiar, o ato de ensinar a ler por ler, como um processo mecânico apenas, sem fundamento lógico ou base sentimental, traduz-se no desenvolvimento da simples decodificação de sinais, dificultando consideravelmente a capacidade de compreensão e, ainda mais, a capacidade de elaboração de textos.

Tal afirmação se fundamenta na seguinte ideia: mesmo que ainda não alfabetizada, uma criança é capaz de identificar algumas propagandas veiculadas

pela mídia, ou mesmo sabe identificar produtos conhecidos apenas pela simples correlação daquilo de que ela gosta com os símbolos expressos por logomarcas. Em suma: tudo deve ter um sentido para que seja realmente instigante.

Assim, espera-se que o processo educacional atual consiga transpor a simples decodificação de símbolos. Importante considerar que, “[...] etimologicamente, o termo alfabetização não ultrapassa o significado de ‘levar à aquisição do alfabeto’” (SOARES, 2004, p. 15), ou seja, as práticas de alfabetização ainda se limitam à decodificação de símbolos, sem a devida compreensão de significados e respeito aos conhecimentos prévios, o que pode ser o gerador de falta de estímulo.

A criança que não tem estímulo para ir à escola e faz dessa ação uma obrigação a ser cumprida, provavelmente terá dificuldades de aprendizagem e, considerando que a leitura é essencial para a aquisição de diversas informações que se traduzem em aprendizagens, tem-se, então, uma grande cascata de processos que resultam em provável fracasso escolar.

Constata-se, portanto, que, para compreender a linguagem escrita, a leitura é essencial e que a compreensão resulta da interação entre a capacidade leitora e a bagagem de fundamentos pessoais, reflexos das vivências e conhecimentos prévios, pensamento que se alinha, de forma clara, com Alves (2012, p. 45) ao afirmar que “[...] Quanto mais separado da experiência um determinado conteúdo, maiores e mais complicadas as mediações verbais [...]”.

Os desdobramentos da capacidade leitora situam-se na capacidade produtiva. Assim, a partir do momento em que o sujeito é capaz de produzir e, assim, transmitir seus sentimentos, pensamentos, compreensões e conhecimentos, torna-se sujeito ativo no seu próprio processo de aprendizagem e como parte de um meio social mediado pela comunicação, seja oral ou escrita.

Recente estudo desenvolvido por Schmitt; Freitas; Gonçalves (2017) reafirma a complexidade existente no processo de aprendizagem e consolidação da capacidade leitora, afirmando o envolvimento de uma fluidez de sentidos e significações que requerem dos educadores uma mediação eficaz, sendo o grande desafio da educação atual a formação de pessoas com capacidade de significar tudo o que as envolve enquanto sujeitos ativos.

Trata-se, pois, do processo de letramento. Sobre isso, Rojo (2009) traz críticas que envolvem o descrédito, por parte da escola, do letramento

social, apontando que a instituição educacional, nesse processo, tem, tradicionalmente como fundamentos característicos “[...] objetivar a linguagem em textos escritos, despertar a consciência para os fatos da linguagem, analisar a linguagem em sua composição por partes (frases, palavras, sílabas, letras)” (ROJO, 2009, p. 76).

Em contraponto ao que se disse acima, lançamos a pergunta: Por que, então, é tão importante despertar a capacidade de compreensão? Justamente pelo fato de que nem tudo está posto como na verdade o é. Diversas mensagens ou enunciados são postos justamente para despertar a interpretação de modo subjetivo, permitindo, assim, distintas e diversas inferências.

É válido considerar que nem toda dificuldade surge da falta de interesse do discente ou da forma como a situação de ensino e aprendizagem é mediada pelo educador. Em alguns casos, os obstáculos são resultados de outros problemas. Tal conhecimento traz ainda mais responsabilidades ao docente, que precisa ser capaz de identificá-los e avaliar aqueles sobre os quais pode intervir sozinho e aqueles que necessitam de intervenções conjuntas com outros profissionais, como pedagogos ou terapeutas.

2.2 Gêneros, Multimodalidade e a Comunicação atual

Tomando por base que o letramento é processo essencial na conjuntura comunicativa atual, tento em vista a utilização em massa de meios dotados de diversos recursos semióticos, trazemos uma reflexão sobre multiletramento, abordagem que vê o indivíduo como sujeito ativo no seu processo de aprendizagem, logo capaz de compreender sua posição e desenvolver-se a partir de sua participação efetiva nesse processo.

Antes de determinar o estudo da multimodalidade, importante se faz compreender os aspectos que a compõem e, neste sentido, abordar os gêneros textuais. Tomando por base Fiorin (2008, p. 61), “O gênero estabelece, pois, uma interconexão da linguagem com a vida social. A linguagem penetra na vida por meio dos enunciados concretos e, ao mesmo tempo, pelos enunciados a vida se introduz na linguagem”. Assim: “[...] a vontade discursiva do falante se realiza, antes de tudo, na escolha de um certo gênero do discurso” (BAKHTIN, 2003, p. 282).

De acordo com Bueno (2011), o processo de interação social comunicativa entre indivíduos, independente de grau de instrução, é propiciado

através da utilização e produção de textos categorizados nos mais diversos gêneros textuais, a depender das situações comunicativas em que podem ser utilizados.

Tem-se, assim, que os gêneros textuais dependem do meio comunicativo ao qual são destinados, e, para sua produção, é importante considerar a população para a qual se direciona e por quem é produzido, carregando, deste modo, considerável influência social. Assim, entendemos que “[...] se não arriscarmos tudo na confiança de que a palavra tem um poder criador, resta nos então uma única opção: o silêncio [...]” (ALVES, 2012, p. 34).

O processo de comunicação é realizado, pois, a partir da objetividade da mensagem, dispondo tal processo, para sua realização, de diversos meios para buscar a compreensão dos indivíduos aos quais se destina.

Configura-se, portanto, uma grande responsabilidade para a comunicação atual, especialmente no que concerne à publicidade e propaganda: a de garantir meios multimodais de disseminação de informações capazes de garantir a compreensão e adesão do maior número de pessoas, particularmente às campanhas de grande importância, como da área de saúde que, na sua grande maioria, são produzidas pelo Ministério da Saúde, órgão diretamente responsável pela saúde pública do nosso país.

2.3 A Propaganda e suas peculiaridades

Antes de apresentar o presente estudo –de modo mais específico o tema proposto, ou seja, as campanhas publicitárias do Ministério da Saúde –, importante se faz tecer algumas considerações sobre o gênero *propaganda*, este que traz em seu escopo a argumentação com vistas a atender aos objetivos do emissor através da manipulação, do convencimento ou mudança de opinião (CARVALHO, 1996).

Importante, ainda, é considerar que há uma clara distinção entre *propaganda* e *publicidade* – a primeira é mais abrangente que a segunda. Sobre a publicidade podemos dizer que se restringe a fins comerciais (CARVALHO, 1996), enquanto que propaganda pode ser utilizada para mudança de opinião – como é o caso das campanhas promovidas pelo Ministério da Saúde.

O Sistema Único de Saúde (SUS), que hoje temos consolidado no nosso país, é um dos únicos do mundo que provê a garantia da saúde pública, gratuita e de qualidade a todos os indivíduos, sendo resultado de

intensas lutas da sociedade organizada, empreendidas em Conferências de Saúde e que culminaram com a consolidação de tais direitos a partir da Constituição Federal de 1988, que assegura a saúde como direito de todos e dever do estado.

A Lei nº 8.080 de 19 de setembro de 1990: “Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências” (BRASIL, 1990).

Sob esse arcabouço jurídico, uma das ações do Ministério da Saúde diz respeito ao empoderamento para o autocuidado, especialmente a partir de campanhas que garantam a necessidade de mudanças ou fortalecimento de hábitos saudáveis, capazes de produzir efeitos consideráveis nos índices de morbidade e mortalidade.

As ações do Ministério da Saúde para a garantia da saúde como um direito fundamental do ser humano são garantidas pela prevenção primária, especialmente pelas ações da Atenção Básica realizadas no âmbito da Saúde da Família, asseguradas através da Política Nacional de Atenção Básica (BRASIL, 2017).

Assim, para garantir princípios e diretrizes básicos na proteção à saúde, o Ministério da Saúde assume a responsabilidade de respeitar as concepções, conhecimentos e informações prévias e buscar a consolidação da saúde através de ações e serviços, através da Educação Popular em Saúde, com base na Política Nacional de Educação Popular em Saúde (PNEP-SUS) que, por sua vez, contribui com metodologias, tecnologias e saberes para a constituição de novos sentidos e práticas no âmbito da saúde (BRASIL, 2013).

É, portanto, para além de uma estratégia de busca pela garantia da saúde, uma obrigação do Ministério citado disseminar informações para a população. A este respeito, Freire afirma que “[...] conscientizar é um compromisso histórico, implicando o engajamento de homens que assumam o papel de sujeitos que fazem e refazem o mundo” (1980, p. 26).

Importante se faz compreender que “[...] educação e conscientização se implicam mutuamente [...]. Educar, pois, é conscientizar e conscientizar equivale a buscar essa plenitude da condição humana [...] as estruturas podem aprisionar o homem ou propiciar sua libertação [...]” (FIORI, 1986, p. 3).

Numa aproximação com a ideia acima, vê-se que o Ministério da Saúde tem investido fortemente em publicidade como forma de consolidar a educação

em saúde, de levar à população informações sobre estratégias de melhoria da saúde. E isso tem sido feito com ajuda ou a partir de outros instrumentos, entre eles a Comunicação. De acordo com Araújo; Cardoso (2007), dentre inúmeras ações intersetoriais realizadas pelo Ministério da Saúde, a principal delas diz respeito exatamente à Comunicação.

O que nos chama a atenção é o fato de que tal comunicação é, muitas vezes, negligenciada pela população, seja por déficit de interesse ou mesmo de compreensão. Existe uma gama de estudos que denotam tal pensamento, como o recente estudo, realizado por Rossete *et al.* (2017), que objetivou analisar o conteúdo de campanhas publicitárias sobre a tuberculose, concluindo que as imagens utilizadas como elementos constitutivos das mensagens eram pouco representativas para o universo das pessoas acometidas pela doença.

É em busca da confirmação da hipótese levantada – de que grande parte das propagandas, voltadas à disseminação de orientações em saúde tornam-se ineficazes, visto que os leitores não compreendem a mensagem apresentada – que fundamentaremos esta nossa discussão.

3 Percorso metodológico

A metodologia aqui empregada diz respeito a uma pesquisa de campo, exploratória, prospectiva, com abordagem quantitativa dos dados, amparada por um estudo do tipo *survey interseccional* que, tomando por base Babbie (2001), constitui-se em um método que se processa pela coleta de dados, em um certo momento, de uma determinada amostra de indivíduos, e capaz de descrever características de uma população específica.

A pesquisa foi realizada em Cajazeiras, município situado na região oeste do estado da Paraíba. Quanto a sua população, a estimativa do IBGE-Cidades, em 2017, é de 62.187 pessoas. O município conta com uma cobertura de 100% da Atenção Básica, considerando a Estratégia Saúde da Família.

A pesquisa foi realizada no âmbito educacional, haja vista buscar compreender aspectos relativos à capacidade leitora, tendo como campo uma Escola Municipal de Ensino Fundamental da cidade de Cajazeiras. Esta escola é constituída pelos alunos das séries finais do Ensino Fundamental II. Entre estes alunos, 21 (vinte e um) se dispuseram a participar da pesquisa, sendo 13 (treze) do 8º (oitavo) ano, e 8 (oito) do 9º (nono) ano.

Foi utilizado como instrumento de coleta de dados o questionário estruturado, que contou com questões objetivas, com vistas a alcançar informações que contemplassem os objetivos propostos, aplicado no tempo de cinquenta minutos, com orientações prévias.

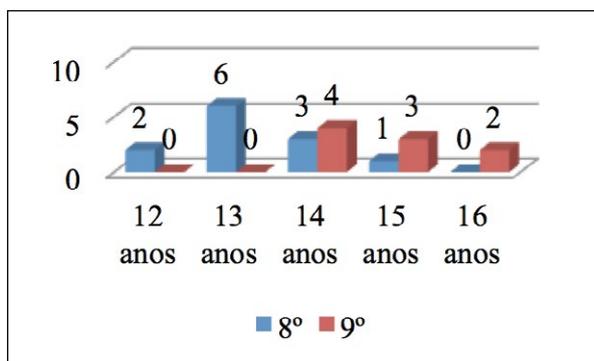
Os dados foram coletados na própria escola e, posteriormente, consolidados e distribuídos em gráficos e tabelas que permitiram uma melhor compreensão, utilizando-se, para tal, o programa Microsoft Excel.

Para o desenvolvimento da pesquisa, foram seguidos todos os preceitos éticos e legais da pesquisa com seres humanos, considerando a não-maleficência e o anonimato. A pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa, via Plataforma Brasil. Para a coleta de dados, foi utilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), entregue aos participantes.

4 Resultados da pesquisa

Antes de iniciar a abordagem da análise dos resultados, faz-se importante considerar a faixa etária dos participantes – média de 13,9 anos, representada no gráfico a seguir:

Gráfico 01 – Idade dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 01, há uma diversidade de idades nas duas séries. Deve-se considerar, entretanto, a legislação educacional vigente: Lei N° 11274/2006 (BRASIL, 2006, Lei 11.114/2005, (BRASIL, 2005), PL 144/2005 (BRASIL, 2005), Parecer CNE/CEB N° 18/2005 (BRASIL, 2005); Parecer CNE/CEB N° 6/2005 (BRASIL, 2005), Resolução CNE/CEB N° 3/2005, (BRASIL, 2005) – que define normas nacionais para a ampliação do Ensino Fundamental para nove anos. Deste modo, sabendo-se que, para os anos finais a faixa etária deve ser de 11 a 14 anos, observa-se que, na escola campo, ao considerar a média, os alunos parecem estar dentro da faixa etária, mas isso não se

confirma, segundo se vê no Gráfico 01, anteriormente apresentado, já que há alunos com 15 e 16 anos.

Os motivos que embasam o fato de os alunos saírem da faixa etária regular envolvem a reprovação e evasão, a distância entre a escola e a residência e a desmotivação para os estudos. Quanto à reprovação e evasão, tem-se uma proporção de repetência de 17,4% no 7º ano e 22,6% no 8º ano, o que pode motivar a evasão (SILVA *et al.*, 2015).

É fato preocupante e considerável que 15% dos alunos relataram a dupla jornada de atividades, devido à necessidade de exercerem trabalho remunerado, infringindo os Direitos da Criança e do Adolescente, o que é extremamente inadequado, considerando-se a idade dos participantes.

Buscando alcançar os objetivos propostos, o instrumento de coleta de dados – questionário – abordou 05 (cinco) propagandas públicas divulgadas pelo Ministério da Saúde. As propagandas foram escolhidas considerando-se o público-alvo e os temas que seriam de interesse para a população definida. É importante destacar que, para a elaboração do referido instrumento, foi utilizada a norma culta padrão da Língua Portuguesa, embora buscando-se aplicar termos mais simples que facilitassem a compreensão da população do estudo.

Para todos os anúncios, foram definidas afirmativas concernentes a cada um deles de forma específica, para que os participantes da pesquisa opinassem se estas eram verdadeiras ou falsas; para as questões falsas, solicitou-se que justificassem a resposta.

O primeiro anúncio veiculador de propaganda remeteu ao tema vacinação para o HPV e Meningite C, sendo duas vacinas direcionadas aos adolescentes, conforme Figura 01.

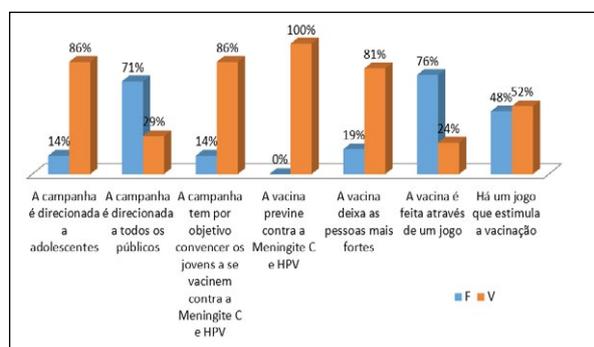
Figura 01 – Campanha publicitária para vacinação contra meningite C e HPV



Fonte: <http://portalms.saude.gov.br/campanhas>. Acesso em: 15/08/2018.

Foram consideradas, para o anúncio da Figura 01, sete afirmativas. Observa-se, no Gráfico 02, a distribuição das respostas dos participantes, por grupos.

Gráfico 02 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 01



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

De acordo com o Gráfico 02, observa-se que há predominância da primeira afirmativa como verdadeira, o que está correto (86%). A segunda afirmativa retoma a primeira, entretanto observa-se que, embora a maioria dos participantes entenda que *a campanha é direcionada a adolescentes*, 29% deles considera que campanha é *direcionada a todos os públicos*. Sob tal perspectiva, vê-se um entendimento contraditório, equivocados, que pode confundir a população em geral, já que, entendendo a informação apresentada como um indicativo de que a vacinação pode ocorrer em qualquer idade, as pessoas podem escolher, equivocadamente, um prazo qualquer e perder a oportunidade de serem imunizadas, além de sobrecarregar a equipe responsável pelo serviço de vacinação.

A terceira e quarta afirmativas trazem o objetivo da campanha. Para a terceira, que se refere ao objetivo direcionado ao convencimento dos jovens, tem-se respostas coerentes, com 86% de considerações verdadeiras. Para a quarta afirmação, que aborda mais sistematicamente a utilização da vacina, há total compreensão (100%). As respostas consideradas falsas não foram justificadas.

Acerca da compreensão demonstrada pelos alunos de que *a vacina deixa as pessoas mais fortes*, é preocupante observar que a percepção de grande parte dos estudantes ou sua capacidade de leitura ou compreensão da informação é limitada, haja vista considerarem correta uma afirmação que não diz que a vacina torna as pessoas mais fortes, mas sim que

se destina a prevenir a ocorrência de determinadas patologias.

Ao serem questionados se a vacina seria *feita através de um jogo*, observa-se que a maioria dos participantes responde, corretamente, que não. É expressiva, entretanto, a quantidade de participantes (24%) que ainda considerou a afirmativa verdadeira. A substituição do termo “aplicada” por “feita”, que diz respeito à administração da vacina, foi necessária para melhor compreensão dos sujeitos.

Ao serem questionados se existia um jogo que estimulava a vacinação, as respostas tiveram similaridade, com predominância de respostas verdadeiras e coerentes (52%), podendo-se considerar que os jogos chamam a atenção da população alvo, remetendo à compreensão daquilo que a envolve.

Observa-se que as tecnologias são grandes aliadas no processo educacional atual. Muitos docentes, todavia, ainda não sabem ou não querem lidar com elas, restringindo o aluno à compreensão de que os jogos são concebidos como frutos das novas tecnologias com fins puramente lúdicos.

Findando a análise inicial e considerando que os instrumentos de pesquisa foram aplicados em séries diferentes, importante é, ainda, verificar se a progressão de série e idade são condicionantes para melhoria da compreensão, de modo que, para tanto, as afirmativas foram dispostas, no Gráfico 03, agora divididas por séries.

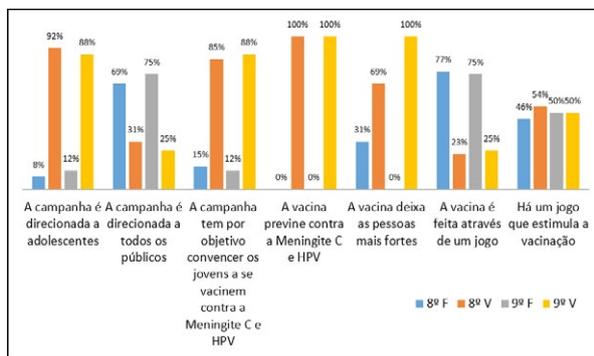
Assim, tomando por base os dados do Gráfico 03 (na página seguinte), é possível observar que os alunos do 8º ano apresentaram respostas coerentes nas afirmativas: “a campanha é direcionada a adolescentes” (92%); “A vacina deixa as pessoas mais fortes” (31%); “A vacina é feita através de um jogo” (77%); e “Há um jogo que estimula a vacinação” (54%). Considerando-se as sete afirmativas, observa-se que, delas, quatro foram mais coerentemente respondidas pelos alunos do 8º ano.

Com base em tais resultados, importante se faz considerar que a leitura, e mesmo o seu sentido mais amplo, ou seja, a compreensão, constitui-se de “[...] uma atividade na qual se levam em conta as experiências e os conhecimentos do leitor [...]” (KLEIMAN, 2013, p. 11).

É importante, pois, valorizar a compreensão de mundo e a base de informações que cada um dos alunos traz em si. Para tanto, foi proposta uma segunda propaganda com um tema mais abrangente, a doação de sangue, tema amplamente divulgado em todas as

redes sociais e que tem como público alvo pessoas de diversas idades (Figura 02). Neste momento, foram pontuadas apenas quatro afirmativas – os percentuais de respostas apresentadas pelos alunos estão registrados no Gráfico 04.

Gráfico 03 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 01, divididos por idade



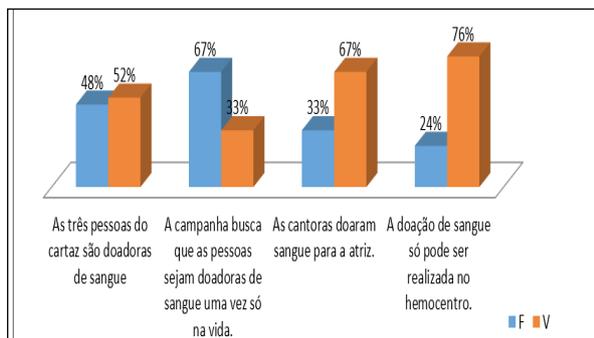
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Figura 02 – Campanha publicitária pela doação de sangue



Fonte: <http://portalms.saude.gov.br/campanhas>. Acesso em: 15/08/2018.

Gráfico 04 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 02



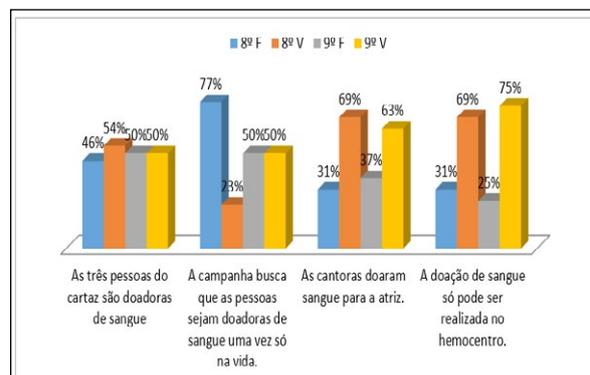
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Observa-se, na Figura 04, que, para a primeira afirmativa, os alunos deveriam atentar para o enunciado do anúncio o qual informa que “Simone e Simaria não conhecem Priscila Lindemberg, mas, graças a elas, doadoras de sangue, Priscila terá um novo futuro pela frente [...]”, entretanto, a maioria dos alunos compreendeu que as três pessoas do cartaz são doadoras de sangue (52%). Já, ao analisar a afirmativa “A campanha busca que as pessoas sejam doadoras de sangue uma vez só na vida”, um maior percentual dos alunos conseguiu perceber a mensagem que diz “[...] Faça como Simone e Simaria: abrace essa causa e seja um doador regular”, alcançando esta afirmação, portanto, um bom índice de respostas corretas (67%).

A terceira afirmativa – “As cantoras doaram sangue para a atriz” – é complementar à ideia da primeira e foi considerada verdadeira pela maioria dos alunos (67%). Já para a última afirmativa, foi referendado o quadro “procure um hemocentro e seja um doador regular”, mensagem que foi compreendida pela maioria dos alunos (76%).

Avaliando-se a compreensão dos alunos por séries distintas, tem-se no Gráfico 05 uma reafirmação de que a progressão das séries não foi um indicativo de melhoria de compreensão da propaganda.

Gráfico 05 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 02, divididos por idade



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A Figura 03, por sua vez, foi escolhida pela necessidade de compreensão atrelada ao conhecimento prévio da patologia e, ainda, pelo fato de que, pelo conhecimento da área geográfica onde os alunos moram, existe uma grande incidência de Hanseníase, o que demanda realmente um conhecimento prévio que possibilite fundamentar ações preventivas.

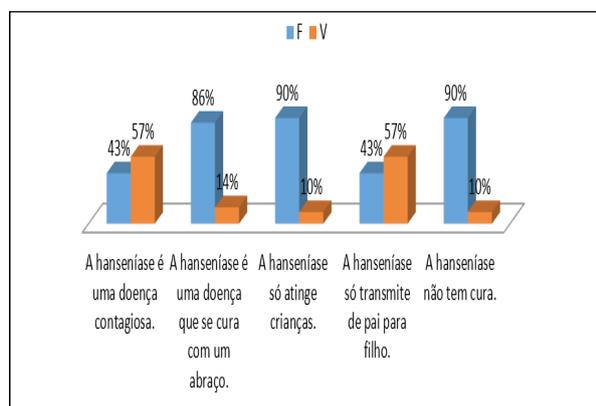
Figura 03 – Campanha publicitária para prevenção da hanseníase



Fonte: <http://portalm.s.saude.gov.br/campanhas>. Acesso em: 12/05/2018.

Tomando por base as respostas e o anúncio 03, observam-se, no Gráfico 06, as respostas frente às afirmativas propostas.

Gráfico 06 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 03



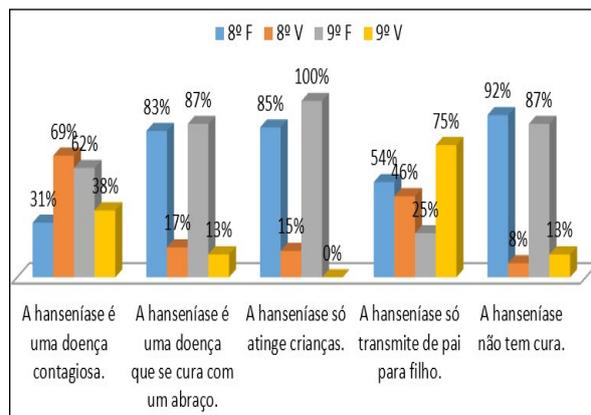
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A imagem do homem abraçando a criança, trazendo ao anúncio um caráter fraternal, fundamentou as afirmativas: “a hanseníase é uma doença contagiosa”, “a hanseníase é uma doença que se cura com um abraço” e “a hanseníase só [se] transmite de pai para filho”. Com base na primeira afirmativa, os alunos coerentemente a consideraram verdadeira (57%); também acertadamente afirmaram ser falsa a segunda afirmativa (89%), compreensão que pode resultar justamente da ampla disseminação de informações na área de moradia dos alunos. Para a terceira afirmativa observou-se, no entanto, déficit de compreensão, ao exporem que a transmissão só acontece de pai para filho (57%). Para as demais afirmativas, os alunos também foram coerentes em

suas respostas, demonstrando compreensão do tema a partir de conhecimentos prévios.

Mesmo diante de uma maior compreensão do anúncio, de forma geral, observou-se que os alunos do 9º ano, mais uma vez, apresentaram maior incidência de respostas incorretas que os alunos do 8º ano, conforme registramos no Gráfico 07.

Gráfico 07 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 03, divididos por idade



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tomando como referência o grupo etário objeto de pesquisa, um dos temas de relevância é a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. Considera-se que a adolescência é uma fase de intensas mudanças hormonais, de busca pela descoberta de novas sensações – como as relativas à sexualidade. Se carentes de informações ou de esclarecimentos, os jovens podem iniciar ou manter sua vida sem a devida proteção, o que pode acarretar problemas para si e para outras pessoas. Conforme estudo desenvolvido por Garbin *et al.* (2010), o método de maior eficácia preventiva de tais doenças é a camisinha, entretanto muitos adolescentes não fazem uso desse recurso por desconhecimento ou mesmo pela falta de acesso a ele.

O Ministério da Saúde facilita a aquisição das camisinhas masculina e feminina através da distribuição contínua nas Unidades de Saúde da Família, nas escolas e, periodicamente, em festas sociais, entendendo que nestas há maior probabilidade de ocorrência de sexo sem prevenção. E se utiliza de tais temas em suas propagandas, como podemos ver na Figura 04.

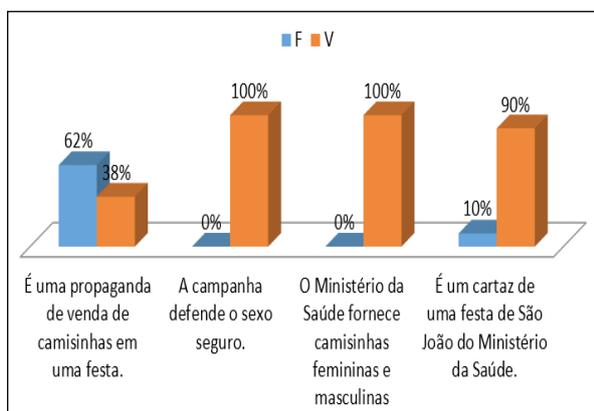
Figura 04 – Campanha publicitária pelo uso da camisinha



Fonte: <http://portal.ms.saude.gov.br/campanhas>. Acesso em: 15/05/2018.

Tem-se, no Gráfico 08, as respostas referentes a quatro afirmativas, tomando por base o cartaz disposto na Figura 04.

Gráfico 08 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 04



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

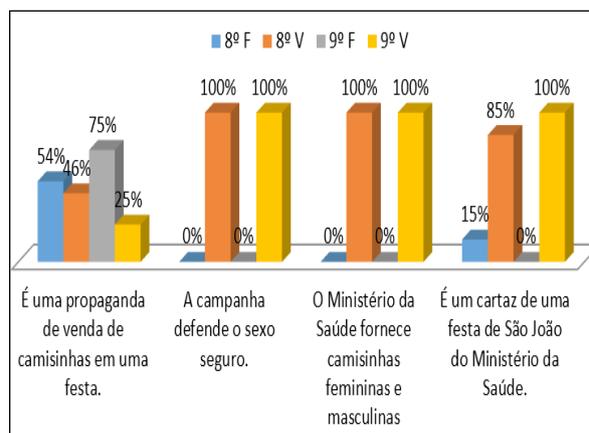
Para a primeira afirmativa, observa-se que a maioria dos alunos (62%) considerou ser uma propaganda de venda de camisinhas, explicitando a falta de observação (ou de leitura correta) do cartaz, que não traz informações sobre venda ou preço. Já a afirmativa de que o Ministério da Saúde fornece camisinhas femininas e masculinas foi considerada correta pela totalidade dos alunos.

Todos perceberam, ainda, que a campanha defende o sexo seguro (100%), deixando claro que os alunos consideram a camisinha como um meio preventivo eficaz. Mesmo respondendo coerentemente às questões anteriores, 90% dos alunos viram, na última afirmativa, o cartaz como sendo uma propaganda de festa do Ministério da Saúde, demonstrando pouca

compreensão do gênero publicitário e do próprio teor da mensagem, pois, no cartaz, não há informações de nenhuma festa.

Importante considerar que “[...] Os homens respondem não apenas aos aspectos físicos de uma situação, mas também e, por vezes, primariamente, ao sentido que essa situação tem para eles” (ALVES, 2012, p. 63). Diante desta assertiva, a compreensão do cartaz como uma festa pode ser reflexo da cultura que vivem, aliando seu entendimento à visualização dos aspectos não verbais dispostos no texto, representados por bandeirolas, balões e até pela menção direta da frase “tem camisinha na festa”.

Gráfico 09 – Distribuição das respostas frente ao anúncio 04, divididos por idade



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 09, vê-se uma distinção entre as respostas, pois, na primeira afirmativa, observa-se maior compreensão dos alunos do 9º ano, provavelmente pelo fato de que os adolescentes têm idade mais avançada e maior conhecimento prévio do tema. Na última afirmativa, contudo, que demanda compreensão leitora e conhecimento prévio acerca do gênero publicitário, observa-se menor compreensão por parte desses mesmos alunos.

Tendo em vista a realidade apresentada, é crucial que o docente busque, na sua prática de sala de aula, desenvolver, nos seus discentes, estratégias cognitivas já que,

[...] embora as estratégias cognitivas da leitura não possam ser modeladas, uma vez que o conhecimento que a elas subjaz não está sobre o nosso controle e reflexão conscientes, podemos mediante o ensino, promover condições para que o leitor desenvolva as

habilidades em que estão apoiadas (KLEIMAN, 2013, p. 123).

Entendemos que o docente não tem, sozinho, a capacidade de desenvolver no aluno habilidades de compreensão leitora, ou mesmo a reflexão crítica para o desenvolvimento de tal habilidade, especialmente nas séries finais do Ensino Fundamental ou do Ensino Médio, as quais são formadas de alunos que já vêm de um sistema educacional tradicionalista.

Deste modo, o docente tem nas mãos o compromisso de desenvolver nos alunos a capacidade leitora a partir da compreensão de textos diversos (orais, escritos, verbais não verbais), entretanto, “[...] Infelizmente, nem todos os professores apaixonados dão-se o direito de partilhar sua paixão, nem todos os professores curiosos conseguem tornar seu amor pelo conhecimento inteligível e contagioso [...]” (PERRENOUD, 2000, p. 37). Ficam nítidos os muitos desafios da educação atual, especialmente quando se trata de escolas públicas em bairros periféricos, cujas ruas oferecem, na compreensão ingênua e equivocada de muitos adolescentes e jovens, melhores oportunidades do que as próprias escolas.

5 Reflexões finais

O presente estudo buscou cumprir os objetivos de analisar a capacidade de compreensão leitora, identificar déficits dessa compreensão e, ainda, avaliar a gênese desse fenômeno, a partir da aplicação de questionário estruturado, a alunos do Ensino Fundamental (8º e 9º anos), em uma Escola de Ensino Fundamental, na cidade de Cajazeiras-PB. O material de análise foram mensagens de campanhas publicitárias do Ministério da Saúde.

Diante dos resultados da pesquisa, observou-se que as campanhas do Ministério da Saúde, divulgadas por meio impresso, através de propagandas, com vistas a mudar a opinião da população para a adoção de meios de vida mais saudáveis, podem não alcançar os objetivos a que se propõem, pelo simples fato de que os indivíduos não compreendem as mensagens utilizadas.

Observou-se, no estudo, que os alunos dos anos finais do Ensino Fundamental II, demonstraram pouca compreensão das mensagens divulgadas, não só em relação aos elementos textuais como em relação às imagens. Uma análise mais aprofundada revelou que, acrescido ao déficit de compreensão leitora, os alunos apresentam conhecimento prévio restrito.

Para além de tais aspectos, observou-se, ainda, que a evolução dos alunos a partir da progressão dos anos não é fator determinante para a melhoria de compreensão leitora – apenas em uma das figuras apresentadas, observou-se melhor conhecimento prévio.

A partir de tais resultados, fica clara a urgente necessidade de melhorar os aspectos de compreensão leitora nos processos educacionais vigentes bem como há a premência em se investir em outros meios de divulgação de informações de saúde pelo Ministério da Saúde e pelas Unidades de Saúde da Família – estas vistas como a ponta de todo o processo –, para, assim, tentar-se obter resultados significativos a partir da melhoria de vida da população pela adoção de hábitos mais saudáveis.

Ao contrário do que ocorre, as propagandas, por sua riqueza constitutiva, deveriam favorecer diversas oportunidades de desenvolvimento da capacidade leitora, por disporem de elementos textuais e não textuais com caráter informacional rico e construtivo, capazes de modificar e melhorar a qualidade de vida, principalmente daqueles que têm acesso a esse material.

REFERÊNCIAS

- ALVES, R. **Conversas com quem gosta de ensinar**. Campinas, SP: Papyrus, 2012.
- ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; 2007.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG; 2001.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Editora WMF. Martins Fontes, 2003.
- BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. **II Caderno de educação popular em saúde**. Brasília: Ministério da Saúde: 2014.
- BRASIL. Gabinete do Ministro. **Portaria nº .2.761, de 19 de novembro de 2013**. Institui a Política Nacional de Educação Popular em Saúde no Âmbito do Sistema Único de Saúde (PNEPS-SUS).
- BRASIL. Gabinete do Ministro. **Lei nº .8.080, de 19 de setembro de 1990**. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Brasília, 1990.

- BRASIL. Gabinete do Ministro. **Portaria nº 2.436, de 21 de setembro de 2017**. Aprova a Política Nacional de Atenção Básica, estabelecendo a revisão de diretrizes para a organização da Atenção Básica, no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS). Brasil, 2017.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Parâmetros Curriculares Nacionais de Língua Portuguesa**, 3º e 4º Ciclos do Ensino fundamental. Secretaria de Educação Fundamental – Brasília – MEC/SEF, 1998.
- BUENO, Luzia. **Os gêneros jornalísticos e os livros didáticos**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011.
- CAGLIARI, L. C. **Alfabetização e Linguística**. São Paulo: Scipione, 2011.
- CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 1996.
- FIORI, Ernani Maria. **Conscientização e educação. Educação e Realidade**, 11 (1): 3-10, 1986.
- FIORIN, J. L. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008.
- FREIRE, P. **Conscientização: teoria e prática da libertação: uma introdução ao pensamento de Paulo Freire**. 3. ed. São Paulo: Moraes, 1980.
- _____. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 49. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.
- GARBIN, A. S. C. *et al.* Percepção de adolescentes em relação a doenças sexualmente transmissíveis e métodos contraceptivos. **DST – j. bras. doenças sex. transm.**, Rio de Janeiro, 2010; 22(2): 60-63 - ISSN: 0103-4065 - ISSN on-line: 2177-8264.
- KLEIMAN, A. **Oficina de leitura: teoria e prática**, 15. ed. Campinas/SP: Fontes, 2013.
- KLEIMAN, A. **Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura**. Campinas: Pontes, 2002.
- LAJOLO, Marisa. **Do mundo da leitura para a leitura mundo**. 6. ed. São Paulo Ática, 2002.
- PERRENOUD, P. **Dez novas competências para ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 2000.
- ROJO, R. **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.
- ROSSETTO, M. *et al.* Comunicação para promoção da saúde: as campanhas publicitárias sobre tuberculose no Brasil. **Revista de enfermagem. UFSM**, 2017. Jan/Fev.; 7 (1): 18-28.
- SCHMITT, B.; FREITAS, E. C.; GONÇALVES, I. G. R. Práticas de letramento e compreensão leitora na escola: a multimodalidade em perspectiva. **Rev. Cad. Comun. Santa Maria**, v. 21, n. 3, art. 1, p. 14 de 31, set/dez. 2017.
- SILVA, F. L. *et al.* **O currículo na educação de jovens e adultos no 2º segmento: proposta para reduzir a evasão escolar no centro de ensino fundamental. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Educação na Diversidade e Cidadania)**. Brasília: Universidade de Brasília. Brasília, 2015.
- SOARES, M. **Alfabetização e letramento**. São Paulo: Contexto, 2004.