

LETRAMENTOS E MULTILETRAMENTOS NA PRÉ-ESCOLA: O USO DE LOGOMARCAS NO PROCESSO DE LETRAMENTO ESCOLAR

Silvani Kátia Nascimento Santos¹

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar resultados finais de uma pesquisa de mestrado concluída, na qual se analisa-se possíveis diferenças socioculturais entre os alunos podem influenciar no processo de letramentos, observando como imagens e/ou códigos verbais são reconhecidos no processo de letramento de crianças na faixa etária de 5 anos e 11 meses de idade. Para tanto, realizou-se uma pesquisa de campo exploratória qualitativa e quantitativa, desenvolvida em duas escolas de Três Corações/ MG (uma da rede privada e outra da rede pública de ensino), tendo sido elaborado um catálogo de logomarcas nacionais e locais, no qual constam 20 logomarcas que foram apresentadas aos alunos. Aqui, faz-se um recorte das logomarcas referentes ao gênero alimentício. Os resultados apontam que os recursos multissêmóticos podem auxiliar o processo de alfabetização e letramento, assim como os níveis de letramento são definidos no contexto cultural, defendidos por Kleiman (1995), Soares (2017), Rojo (1995), entre outros autores.

PALAVRAS-CHAVE: Letramentos; Multiletramentos; Multimodalidade; Logomarca.

ABSTRACT: This article aims to present the final results of a completed master's research, in which possible socio-cultural differences between students are analyzed, which can influence the literacy process, observing how images and / or verbal codes are recognized in the process. literacy of children aged 5 years and 11 months. To this end, a qualitative and quantitative exploratory field research was carried out, carried out in two schools in Três Corações / MG (one in the private network and the other in the public school network), having created a catalog of national and local logos, in the which contains 20 logos that were presented to students. Here, a cut of the logos referring to the food genre is made. The results show that multisemiotic resources can help the process of literacy and literacy, as well as literacy levels are defined in the cultural context, defended by Kleiman (1995), Soares (2017), Rojo (1995), among other authors.

KEYWORDS: Literacies; Multi-tools; Multimodality; Logo.

Introdução

O presente artigo apresenta um recorte de uma pesquisa realizada sobre processos de multiletramentos e ensino, com o objetivo de aferir se as possíveis diferenças socioculturais entre os alunos de duas instituições, uma pública e outra privada, podem influenciar no processo de letramentos, além de observar como imagens e/ou códigos verbais são reconhecidos no processo de letramento de crianças que ainda não foram alfabetizadas. Neste recorte, a finalidade é discutir os conceitos de letramentos e multiletramentos em face dos resultados finais da pesquisa citada no que se refere ao uso de logomarcas na pré-escola. Para tanto, este artigo está dividido em três seções, além da introdução e das considerações finais. Na

1 Bolsista Prefeitura Municipal de Três Corações/Fundação Comunitária Tricordiana de Educação (PMTc/FCTE). Mestra em Letras – Linguagem, Cultura e Discurso na Universidade Vale do Rio Verde (UninCor); pesquisa sob orientação da Prof. Dra. Cilene M. Pereira. E-mail silvanikns@yahoo.com.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2901627273245200>

primeira, discute-se a importância dos processos de alfabetização e letramento na Pré-Escola. Na seção seguinte, expõe-se o método de construção do catálogo das logomarcas do gênero alimentício, parte do corpus da pesquisa. Na seção três do artigo, analisa-se os resultados do material coletado por meio de dois gráficos, um referente a cada escola examinada, destacando o uso de algumas logomarcas do gênero alimentício.

1. Letramentos e Multiletramentos na pré-escola

Compreende-se por letramento ou literacia o resultado da ação de ler e escrever, entendendo a linguagem como prática social. Dá-se, assim, quando os sujeitos se apropriam da escrita, criticamente, com a finalidade de interagirem e agirem nos diversos contextos sociais.

Mesmo que na pré-escola o processo de leitura por meio do código alfanumérico ainda não seja o objetivo central, as crianças tendem, por exemplo, a associar sentidos a cores e formas, o que torna essencial o trabalho com as várias semioses que são constituintes de qualquer texto.

Há, portanto, uma necessidade de se enriquecer as práticas pedagógicas, empreendendo discussões que possam embasar a elaboração de atividades que propiciem os multiletramentos, os letramentos multissemióticos e os letramentos críticos e protagonistas –, metas que Rojo (1995, p. 93) defende como fundamentais na escola, quando se faz necessário cultivar as culturas locais, já que atividades não enquadradas no contexto vivenciado pela criança não levam ao aprendizado significativo. De acordo com a autora, o docente deve estar atento às mudanças que ocorrem na sociedade, a fim de adequar suas práticas pedagógicas às necessidades dos educandos. Posicionamento semelhante é apresentado por Kleiman (1995, p. 51-52), ao sugerir que o letramento acadêmico seja contínuo; enfatizando, porém, que essa não é uma crítica ao trabalho dos professores, mas uma ação necessária.

Soares (2017, p. 36) salienta que, no Brasil, a discussão sobre letramentos geralmente é conduzida lado a lado com a problemática referente ao fracasso na alfabetização. Apesar da diferenciação sempre proposta na produção acadêmica; para a autora, os dois processos – alfabetização e letramentos – caminham juntos na perspectiva da prática pedagógica.

O professor tem autonomia para executar seus métodos, escolher se trabalha com a ideia de “grafemas” ou de “fonemas”. De acordo com Kato (1987, p. 17), “num primeiro momento, a fala influencia a escrita e, num segundo momento (quando o grau de letramentos aumenta), a

escrita passa a influenciar na fala”. Como neste artigo entende-se que o ato de ler ultrapassa os limites da (de)codificação do código alfanumérico, propõe-se a interface teórica entre os postulados da Linguística Aplicada sobre alfabetização, letramentos e multiletramentos.

É preciso ter um olhar atento aos condicionantes do processo de letramento, como por exemplo, contextos sociais, culturais e variações linguísticas daqueles alunos que precisam de um trabalho sistemático baseado no seu universo, a exemplo do contato com as logomarcas a que eles têm acesso. As práticas de letramento, nas quais os saberes são culturais, por exemplo cultura da novela, desenhos, filmes, leitura de livros, ambos saberes estão ligados, contribuindo para que estas crianças aprendam com maior facilidade.

O conceito de letramentos refere-se, de acordo com Soares (2016, p. 47), “à qualidade, à condição, ao estado que assume aquele que aprende a ler e a escrever”. Implícita nesse conceito está a ideia de que a escrita e a leitura trazem consequências sociais, culturais, políticas e econômicas, quer para o grupo social em que sejam introduzidas, quer para o indivíduo que aprenda a usá-las no seu dia a dia. Tfouni (2010) observa, no entanto, que

O sujeito em letramentos não é necessariamente alfabetizado, nem sempre, estão ao seu alcance certas práticas discursivas que se materializam em textos específicos, cujo domínio é fundamental para a efetiva participação nas práticas sociais. (TFOUNI, 2010, p.85)

O letramento focaliza os aspectos sócio históricos da aquisição de um sistema escrito por uma sociedade, os estudos sobre essa temática não se restringem somente àquelas pessoas que adquirem a escrita, consideradas como alfabetizadas, o que justifica-se, na pesquisa, o trabalho com crianças que ainda não passaram pelo processo formal do aprendizado da escrita. Busca-se discutir as relações leitura-escrita a fim de, entre outros aspectos, observar quais características da estrutura social têm relação com os meios por onde emergem os letramentos.

Analisando os pertences, ainda nessa etapa da vida, os letramentos se iniciam pela escolha dos nomes dos bebês; em prosseguimento, observa-se uma gama de opções de produtos voltados aos primeiros meses de vida com marcas e/ou logomarcas de fraldas, chupetas, medicações, alimentos. As logomarcas, portanto, acompanharão os recém-chegados ao mundo por toda a vida, transformando a leitura e a escrita em necessidade e lazer para todos.

Com isso, o educador, ao receber as crianças na educação infantil, não deve determinar o que ler ou escrever, mas oportunizar, ao aluno, o contato com diversos materiais de leitura (jornais, revistas, livros, logomarcas), analisando -se e respeitando-se o nível de letramentos e conhecimento prévio de cada um.

Soares (2016 p.18) conclui que “há vários conceitos de letramentos. Assim como de alfabetização, esses conceitos variam de acordo com as condições sociais específicas de dado tempo histórico e fase do desenvolvimento”. Considera-se, pois, que os letramentos integram um mecanismo para resultados positivos na formação das crianças antes mesmo de serem inseridas no contexto escolar, pelo fato de atuarem e participarem dos espaços socioculturais em cada período, desde o nascimento.

Seguindo esse pensamento, observa-se que a hipótese sugerida por muitos pesquisadores e defendida neste artigo segue a seguinte linha: para que uma alfabetização se concretize de forma eficaz, seria necessário caminhar junto com os letramentos.

O fenômeno dos letramentos extrapola o mundo da escrita tal qual ele é concebido pelas instituições que se encarregam de introduzir formalmente os sujeitos no mundo da escrita. Pode-se afirmar que a escola, a mais importante das agências de letramentos, preocupa-se não com os letramentos, prática social, mas com apenas um tipo de prática de letramentos, qual seja, a alfabetização, o processo de aquisição de códigos, (alfabético, numérico), processo geralmente concebido em termos de uma competência individual necessária para o sucesso e promoção na escola. Já outras agências de letramentos, como a família, a igreja, a rua – como lugar de trabalho –, mostram orientações de letramentos muito diferentes (KLEIMAN, 1995, p. 20)

Percebe-se, portanto, que a autora defende que a alfabetização é um tipo de letramento, e que alfabetização e letramentos não são sinônimos, são processos que perpassam cada etapa da vida da criança. A criança precisa entender que existe um propósito comunicativo para cada evento de linguagem e que será importante que identifique a função da leitura e da escrita em dado contexto social, como por exemplo, através de passeios com a família, ao se observar nomes dos estabelecimentos, produtos comercializados, lanches que levam para o recreio da escola, entre outras opções que identificam o quanto as logomarcas estão inseridas em sua realidade cotidiana.

Portanto, cabe à escola proporcionar aos seus alunos condições para que tenham acesso ao conhecimento da leitura como prática social. Nesse ciclo de criação do conhecimento próprio da vida escolar, a leitura ocupa, sem dúvida alguma, um lugar de destaque, já que ensinar a ler e a escrever é um meio básico para o desenvolvimento da capacidade de aprender, e constitui competências para a formação do aluno. Dessa forma, é possível incorporar a logomarca nas estratégias didáticas para uma atividade significativa, visando aos letramentos e à alfabetização.

A noção de letramentos surge como uma forma de explicar o impacto da escrita em todas as esferas de atividades, e não somente nas atividades escolares. Estar na escola envolve

a imersão da criança no mundo da escrita e, para conseguir essa conexão, o professor pode adotar práticas diárias de leitura livros, jornais, revistas em sala de aula; explorar encarte de lojas e supermercados; agrupar produtos de logomarcas diferentes e etc.

Os alunos precisam saber as funções e os objetivos dos gêneros discursivos com os quais têm contato, sem, é claro, entrar em discussões teóricas sobre o tema. Se o educador trazer os diversos gêneros utilizados nas práticas sociais para dentro da sala de aula, ampliará o acesso ao mundo letrado, cumprindo um papel importante na busca da igualdade de oportunidades.

Para garantir que ocorra, de fato, o aprendizado, pode-se criar um ambiente alfabetizador para a criança – o objeto de conhecimento do cotidiano do aluno –, estimulando, a vontade de interpretar o sistema de leitura/escrita, na formulação de hipóteses sobre os fatores sociais da escrita. Ao entrar na escola, a criança deve entender e sentir que o ambiente é familiar, além de ter acesso às informações novas. O quadro abaixo descreve alguns dos elementos básicos de eventos e práticas de letramentos que podem ser desenvolvidos com logomarcas, na pré-escola.

Quadro 1- Eventos e práticas de letramentos com logomarcas

EVENTOS DE LETRAMENTOS	PRÁTICAS DE LETRAMENTOS
Pesquisar várias logomarcas em casa e trazer para escola; Leituras diversificadas; (panfletos, placas, muros, nomes de estabelecimentos)	Realizar, com os alunos, levantamento de hipóteses para a antecipação do conteúdo: “Este texto trata de que assunto? É uma logomarca? É uma história? É uma notícia? Você conhece?”
Acesso a logomarcas pela internet. Observar logomarcas nos recreios, em casa e nos lugares de acesso à criança.	Diferentes logomarcas em diversos suportes, a serem exploradas pelos alunos, a partir das questões: a) para que servem; b) a que leitores se destinam; c) onde se apresentam; d) como se organizam; e) de que tratam;
Separar as logomarcas em categorias; (alimentos, higiene, entretenimento, placas, comércio etc.) Cantinho das embalagens,	Confeccionar cartaz; Alfabeto das logomarcas. (conhecida da sala) Gráfico de preferências de logomarcas. Relacionar, Alimentos saudáveis. Pseudoleitura de embalagens.
Modelagem com massinha; Releitura de logomarcas, através do desenho, pintura.	Criar produtos através de modelagem; Reproduzir logomarcas em folha ou no chão do pátio;

Escrita espontânea; Pintura, recorte e colagens	Atividades com logomarcas; (leitura de produtos juntos: exemplo as logomarcas “Veja” - “Quero” outro produto. Completando frases com logos exemplo: “Veja Quero Danone” e outras com construções de sentido.
Atividades com as logomarcas.	Bingo de letras, letras móveis, jogo da memória com letras. Atividades diversas, encontradas na internet, no contexto do trabalho em sala.
Idas à biblioteca, (observar escritas e identificar ou não logomarcas); Jogos didáticos e atividades lúdicas diversas.	Aproveitar diferentes espaços disponíveis na escola; Visitar com frequência à biblioteca da escola;

Fonte: SANTOS, 2019.

Entendemos que se faz necessário que o letramento antecede a vida escolar, pois se trata da relação com a interação familiar, desde o nascimento, sendo a família a primeira agência de letramento, relativos aos saberes pessoais, sociais, culturais e histórico de cada indivíduo. Para melhor compreensão, os saberes são desenvolvidos de dentro para fora, a criança carrega sua história, baseado na formação de eventos de letramentos, que relacionados se relacionam com práticas de letramentos, e essas ações são cultivadas naturalmente no contexto social, que é influenciado pela cultura particular de cada grupo.

O desenvolvimento das práticas vivenciadas pela criança deve ter relação com contexto de letramentos de todos os alunos, independentemente do nível de letramento familiar. Estamos dizendo com isso que famílias não são melhores nem piores umas das outras, como postula Soares (2007). Entretanto, essas diferenças dos níveis de letramentos devem ser identificadas pelo professor da classe, principalmente na fase da pré-alfabetização, como o primeiro passo para o processo de alfabetização.

Esses letramentos, no que se refere-se à educação infantil, dialogam com os multiletramentos, termo idealizado, em 1996, pelo The New London Group (apud Currículo Referência de Minas Gerais, 2019, p. 232). O Grupo de Nova Londres idealiza a ciência de multiletramentos e multimodalidades nos gêneros, sendo possível associar informações linguísticas a diversos textos. Alfabetizar Letrando é trabalhar com contexto, não com letras e palavras soltas.

A necessidade de expressar multiletramentos nos remete a importância de conceituar e compreender o momento histórico que surge e posicionar-se diante deste. Assim sendo, em uma visão simples, compreende-se multiletramentos como alfabetizar através das mídias. Não

obstante, seus indícios surgiram nas escolas desde 1996 com a globalização, sendo pensada a educação a partir da multiplicidade linguística e cultural da sociedade, levando em conta as multimodalidades (linguística, visual, gestual, espacial e de áudio) e a multiplicidade de significações e contextos culturais.

Logo, o multiletramento, amplia o campo de visão, extrapola o letramento, repensa a prática e dialoga com a cultura midiática. Preocuparmo-nos só com o letramento escrito é um erro, pois devemos nos lembrar que as figuras e as imagens digitais fazem parte do cotidiano dos alunos; surge, então, a necessidade de trabalhar dentro da sala de aula desde a Educação Infantil com os multiletramentos como mapas, infográficos, fotos, vídeos, obras de arte e outros elementos visuais, entre os quais defende-se o uso da logomarca, já que vivemos em uma sociedade com multiplicidade de linguagens, de mídias e de cultura. Daí, a necessidade de trabalhar com os pequenos essas multilinguagens, multiculturas (ROJO, 2009, p. 90-108)

A experiência com textos variados e de diferentes gêneros, segundo Koch (1997, p. 123), é fundamental para a promover a conscientização em meio a um contexto de escrita. Nesse sentido, os textos de logomarcas são modelos que se pode oferecer aos alunos para que aprendam e reflitam sobre a linguagem que se usa em determinados contextos para se atingir objetivos específicos.

A partir do exposto, o uso de logomarcas é uma importante ferramenta utilizada diariamente por milhares de pessoas, envolvendo, inclusive, crianças da segunda infância, que exploram o mundo à sua volta através da identificação por meio de associações de imagens, sons e outros meios de comunicação que as inteirem com a sociedade. Nessa perspectiva, a motivação para investigar esse tema se deve à prática pedagógica e à pesquisa de campo que fora desenvolvida, além da possibilidade prática de interagir com facilidade e encontrar logomarcas em diferentes contextos do cotidiano. Defende-se, portanto, que o trabalho sistemático com logomarcas ainda na pré-escola pode auxiliar no processo evolutivo da leitura e da escrita.

Para os profissionais de educação, especialmente os professores alfabetizadores, as logomarcas contêm informações e comunicações que agregam valores significativos para um trabalho de envolvimento com todas as crianças, oferecendo-lhes, assim, uma gama de ações e a possibilidade de trabalhar alguns pontos que contribuem para o desenvolvimento de habilidades individuais expressivas para a formação de uma criança nos mais diferentes contextos sociais. Relacionar os multiletramentos que podem ser desenvolvidos ainda na pré-

escola com propostas pedagógicas que envolvam os gêneros escolhidos, destaca-se o pensamento de Rojo (2012, p. 38), para quem a compreensão dos multiletramentos exige a observação da multimodalidade e a multiplicidade dos significados.

2. Construindo o material de pesquisa

Este item visa detalhar a etapa de construção do material de análise da pesquisa da qual deriva este artigo, fazendo um recorte das logomarcas referentes ao gênero alimentício. Os procedimentos seguidos para a confecção do catálogo de logomarcas apresentado aos alunos da pré-escola participantes da investigação, a coleta dos dados primeiramente, foram desenvolvidos em duas turmas da educação infantil de duas escolas situadas na cidade de Três Corações, no estado de Minas Gerais, sendo uma da rede pública e a outra da rede privada. Observa-se o consumo de produtos durante os recreios, com intuito de confeccionar o catálogo, para ser apresentado posteriormente às crianças. Com o descarte nas lixeiras, pós-consumo, alguns itens foram selecionados como ilustram as fotos a seguir:

Descartes nas Lixeiras

Figura 1 – Escola Pública



Figura 2 – Escola Particular



Fonte: SANTOS, 2019

Após o recreio, as lixeiras apresentavam embalagens de produtos variados: achocolatados, biscoitos, refrigerantes, sucos e salgadinhos de saquinho. Pode-se dizer que essas imagens, de certa forma, contêm informações relacionadas às práticas sociais de leitura desses alunos, uma vez que, desde muito cedo, as crianças já demonstram suas preferências nas

escolhas de algum produto, identificando-o, muitas vezes, por meio de elementos que compõem a embalagem.

Vale ressaltar que a escolha pelo trabalho com logomarca se justifica por se tratar de um gênero discursivo compacto, que associa elementos verbais e não-verbais. Como as crianças na pré-escola ainda não dominam a tecnologia da leitura/escrita, optou-se por esse gênero pelo fato de congregarem, concisamente, diversas informações facilmente identificáveis pelas cores, formas e ideogramas que apresenta e que a escolha das logomarcas baseia-se na realidade dos alunos, contemplando marcas locais e nacionalmente conhecidas, e alguns produtos alimentícios presentes no lanche.

A título de exemplificação, a seguir, as logomarcas conforme figuras 3 e 4, são apresentadas somente a imagem da logomarca. Salienta-se que, caso as crianças não reconheçam o produto, apresenta-se, em seguida, a imagens com logomarcas nas embalagens originais dos produtos, conforme ilustrações 5 e 6.

Exemplo de produto:

Figura 03 – Logomarca Frutty



Figura 04 – Logomarca Guaraná Antártica



Figura 05 – Imagem do produto com a logomarca



Figura 06 – Imagem do produto com logomarca



Fonte: <http://www.frutty.com.br/>

Fonte: <https://www.guaranaantarctica.com.br/>

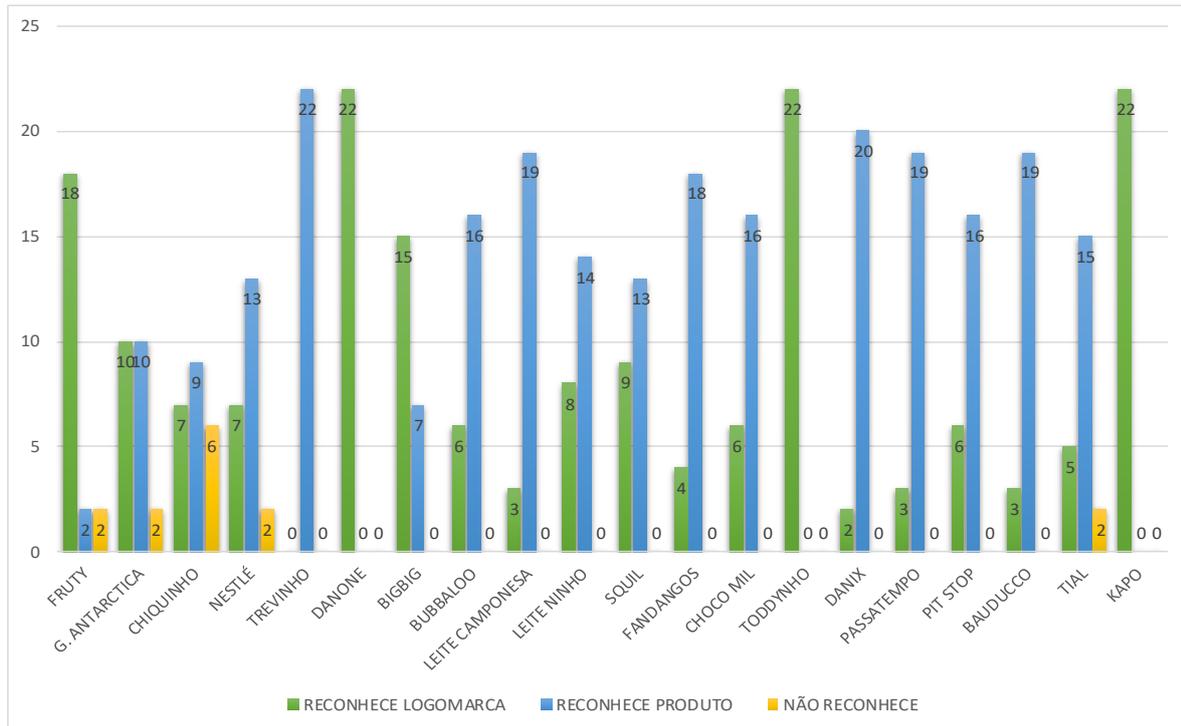
Assim, foram distribuídas a imagens de produtos alimentícios: vinte imagens apenas das logomarcas na frente da folha; e, na sequência, logomarcas no verso da folha com a respectiva embalagem.

Busca-se uma comparação dos índices de reconhecimento das logomarcas por ambas escolas, relacionando a semiose que estabelece uma relação direta com a informação. Para as respostas, atribuímos ao gráfico a legenda “Reconhece de forma Genérica”, procurando observar parte das falas registradas no diário da pesquisadora em relação às falas das crianças em cada imagem analisada.

3. Analisando os gráficos

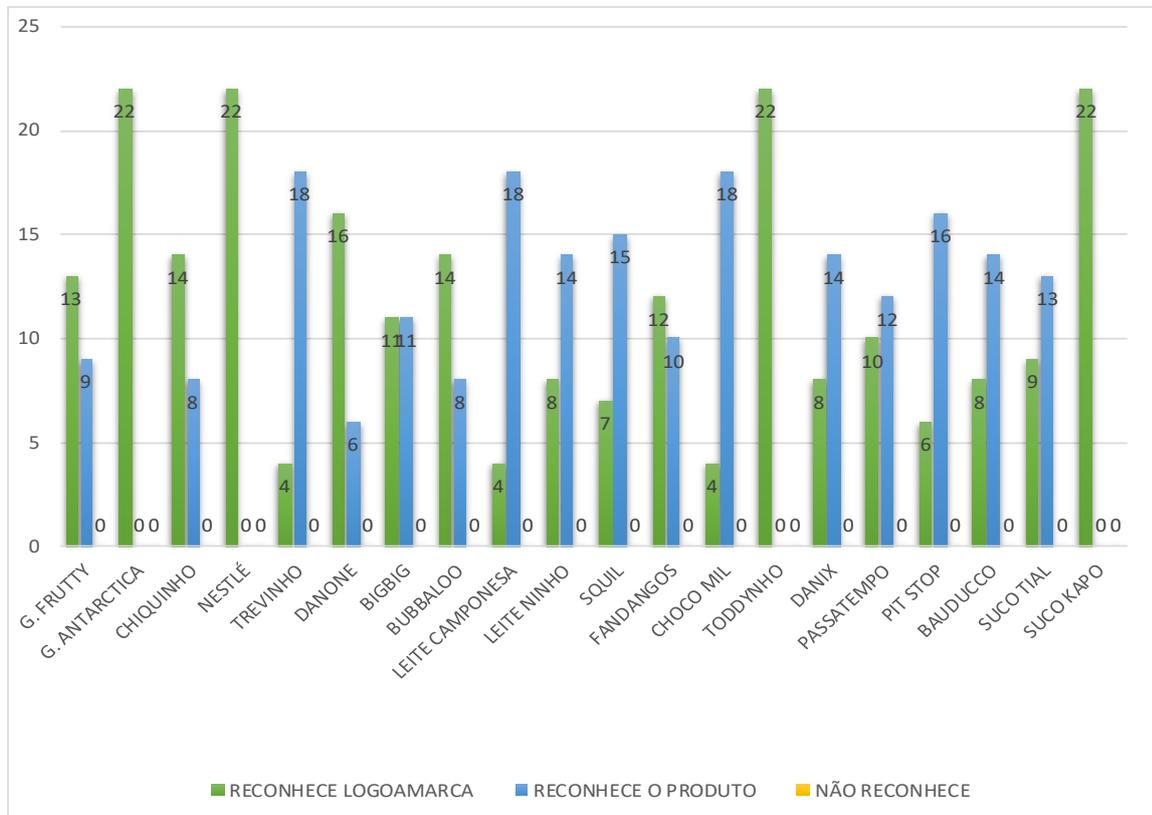
Este artigo, portanto, visa, com os procedimentos apresentados, a analisar a grande importância do imagético através da pseudoleitura pelos pequenos. Continuamente, cresce a necessidade de apropriação da língua escrita pelos alunos e aqueles que não a dominam são excluídos de diversos processos. A relação do não domínio pode estar ligada a não compreensão mecânica de identificação dos códigos. A importância do uso da leitura e da escrita tem exigido das crianças capacidades de processamento das informações de maneira cada vez mais complexa. Desse modo, o contato da criança com logomarcas, outra forma de interação no letramento, desde a educação infantil, pode contribuir na percepção da função escrita, oral e imagética. Esse processo, ao perpassar pelas diversas fases do ciclo escolar, faz com que o aluno adquira habilidades relacionadas ao universo que o envolve, provando que aprendemos com aquilo que temos contato dentro da nossa realidade.

Gráfico 1 – Categoria A - Escola da Rede Pública



Fonte: SANTOS, 2019.

Gráfico 2 – Categoria A – Escola da Rede Privada



Fonte: SANTOS, 2019.

Aborda-se, porém, somente os que mais chamaram a atenção, tanto no que se refere às estatísticas quanto no que tange ao contato com as crianças durante a coleta dos dados, informações essas devidamente registradas no diário da pesquisadora.

Inicialmente, cabe destacar que chama a atenção, quanto aos dados relativos à escola privada, que, em geral, os índices de reconhecimento dos produtos de marcas mais caras são maiores que os relacionados às marcas dos pares de produtos de preços mais baixos.

Quanto ao refrigerante, verifica-se que os alunos da escola privada, de forma geral, reconhecem tanto as logomarcas do *Guaraná Frutty*, marca de preço mais popular, quanto o *Guaraná Antártica*, produto de preço mais elevado, sem a necessidade de que sejam apresentadas as eles as embalagens desses produtos.

Figura 07 Logomarca de refrigerantes



Fonte: <http://www.frutty.com.br/>



Fonte: <https://www.guaranaantarctica.com.br/>

Ressalta-se, todavia, que dois estudantes da escola pública não associaram nem as logomarcas e nem as embalagens ao refrigerante – suspeita-se sobre a possibilidade de esse produto não fazer parte da rotina de consumo dessas crianças.

Para representar o sorvete, elege-se uma marca bem conhecida de Minas Gerais – a *Chiquinho Sorvetes* (origem *Frutal*) –, e outra nacionalmente conhecida – a *Nestlé*.

Figura 8 – Logomarcas de sorvetes



Fonte: <http://www.chiquinho.com.br/>



Fonte: <https://www.nestle.com.br/marcas/sorvetes-nestle>

Observa-se que, os vinte e dois (22) participantes da escola privada reconhecem a última logomarca de imediato. Em relação à logomarca *Chiquinho Sorvetes*, esse percentual de alunos diminui para catorze (14), o que representa, ainda, o dobro de reconhecimento da marca, verificado entre os alunos da escola pública, em que apenas 7 (sete) alunos dos 22 (vinte e dois) participantes da pesquisa reconheceram a marca, apesar de haver uma sorveteria dessa franquia bem no centro da cidade. Ao ser apresentada a embalagem, porém, oito (8) crianças da escola privada que não reconhecem a marca logo a associam ao produto. Quanto aos alunos da escola pública, mesmo sendo apresentada tal embalagem, apenas nove (9), associam-na como resposta “sorvete”, seis (6) crianças permanecem sem identificar. Acredita-se que esse não reconhecimento esteja relacionado ao fato de a embalagem estar representada por um pote de sorvete decorado com tropos e calda. Já para a embalagem da *Nestlé*, apresenta-se o tradicional cone com sorvete em bola, o que pode explicar a elevação da taxa de reconhecimento do produto de sete (7) para treze (13) da escola pública. Com a apresentação da embalagem, duas (2) crianças permanecem sem reconhecer o produto, ao se comparar isoladamente os dados referentes às marcas *Chiquinho Sorvetes* e *Nestlé* na escola pública.

Na sequência, são analisadas as bebidas lácteas *Trevinho* e *Danone* e os achocolatados líquidos *Chocomil* e *Toddyinho*. As primeiras logomarcas dos pares são regionalmente conhecidas; as segundas têm abrangência nacional. Destaca-se que, segundo anotações constantes no diário da pesquisadora, todos os alunos da escola pública chamam o produto iogurte pelo nome *Danone*, caso clássico do processo de formação de palavras denominados metonímia, na qual se troca o produto pela marca, como no caso deste estudo. Acredita-se que esse fato esteja relacionado à escola oferecer iogurtes como lanche e chamá-los de *Danone* –

marca tradicional no mercado e que conta com intensa publicidade –, o que se replica entre a população em geral.

Figura 09 – Logomarcas de iogurtes **Figura 10** – Logomarcas de achocolatados líquidos



Fontes: <http://www.trevoalimentos.com.br/>

<http://danonenutricao.com.br/nossos-sites>

<http://www.cemil.com.br/produtos/chocomil>

<https://www.toddyinho.com.br/>

A análise das imagens anteriores aponta para diversas semelhanças multissemióticas: fonte de letras bem parecidas, mesma cor e mesmo formato de embalagem. A mesma situação é verificada entre os achocolatados líquidos, em que a marca *Toddyinho* se torna sinônimo de diversos produtos dessa linha, como comprovam os dados do gráfico: na escola pública, dezesseis alunos, ao observarem a embalagem do achocolatado *Choco Mil*, relacionam-na ao nome *Toddyinho*; na escola privada, dezoito alunos fazem o mesmo. Vale ressaltar que, quando as crianças não identificam a logo isoladamente, apresenta-se a embalagem do produto, como figuras 10 e 11 acima.

Contudo, a escola deve trabalhar com o nome de cada marca, uma vez que essas crianças, em fase de aprendizado da leitura, muitas vezes, já fazem associações entre letras e

sons – as palavras *Trevinho* e *Danone*, por exemplo, em muito se afastam quanto à semelhança fonética.

Na pré-escola, precisa-se trabalhar com a consciência fonológica, as peculiaridades grafo-fonéticas da palavra escrita na logomarca. Pode-se dizer que uma situação parecida é observada com as gomas de mascar, em que os alunos fazem publicidade involuntária da marca *Chiclets*, ao chamarem, em geral, esse tipo de produto pelo nome dessa marca específica. Nesta pesquisa, as marcas *Big-Big* e *Bubbaloo* são escolhidas para representar essa guloseima, mas, segundo os dados estatísticos levantados, quando as logos não são identificadas, as crianças associam a embalagem ao nome *Chiclets*. Salienta-se que, como observado com outros produtos, a identificação específica do *Big-Big*, produto cujo preço é a metade do praticado na venda do *Bubbaloo*, é maior entre as crianças da escola pública; já na escola privada, a segunda marca é a mais reconhecida. Acredita-se, então, que as diferenças podem ter ligação com os valores de venda. Outro dado a ser ressaltado diz respeito à disposição das letras na construção das logos desses produtos, com curvatura no nome e emprego da letra B maiúscula, como o observado na figura a seguir:

Figura 11 – Logomarcas de gomas de mascar



Fonte:
<https://www.arcor.com.br/produtos/big-big-bolitas/>



Fonte:
<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/08/bubbaloo-full-of-surprises.html>

Ainda sobre os intentos de as crianças reconhecerem as logomarcas no contexto de já as terem experimentado, pode-se dizer que, na aproximação e na relação com o gênero, a diferença entre uma ou outra logomarca deva ser contemplada.

Considerações finais

Os resultados apresentados nos gráficos indicam, de modo geral, que as crianças que participaram deste trabalho apresentam níveis de letramentos variados. Assim como defendem Soares (2016), Rojo (1995) e Kleiman (1995), compactua-se com a ideia de que, de modo geral, as crianças participam e apresentam níveis de letramentos variados, sendo pouco comum não ter crianças que não apresentem algum grau de letramento, elas interpretam as logomarcas, as imagens e linguagem oral. Entretanto, os dados analisados são indicadores da necessidade de que novos olhares sejam lançados sobre esse objeto (logomarca) que se encontra quase sempre presente nas lixeiras, tanto na escola, praças, ruas, comércios, residências e cuja a importância foi atestada na pesquisa. Os gêneros logomarcas circulam socialmente de forma ampla, sugere-se em todas etapas escolares, não apenas nas classes de pré-escola, de forma superficial, mas com exploração adequada dos aspectos multissemióticos; cores, formas, letras etc. Para a formação e ampliação do processo ensino-aprendizado, aventamos que o trabalho deva ser sistematizado de forma progressiva, pois tal gênero demanda modos diferenciados de leitura. Além disso, a construção do sentido, conforme vimos no reconhecimento de forma genérica, quando apresentávamos a embalagem, com maiores informações, relaciona a mobilização de conhecimentos culturais, cuja responsabilidade supera os limites da leitura (codificar e decodificar) como simples ato da prática escolar e eleva a dimensão de uma prática social, ou seja, letramentos para alfabetização, com exploração em textos multimodais viabiliza o desenvolvimento das crianças na fase da pré-escola.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. 2. ed. Trad. Maria Ermantina Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- KATO, Mary A. *No mundo da escrita*. São Paulo: Ática, 1987.
- KATO, Mary A. *Estudos em Alfabetização: Retrospectivas nas Áreas da Psicologia e da Sociolinguística*. Kato, Mary A. / Nadja Ribeiro Moreira, Fernando Tarallo. – Campinas, SP: Pontes; Juiz de Fora, MG: Editora da Universidade Federal de Juiz de Fora, 1997.
- KLEIMAN, Ângela B. Modelos de e as práticas de alfabetização na escola. In: KLEIMAN, Ângela B. (org.). *Os Significados do Letramentos: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 1995.
- KLEIMAN, Ângela B. Preciso “Ensinar” o Letramentos? Não basta ensinar a ler e a escrever? Cefiel/IEL/UNICAMP, 2005-2010. Ministério da Educação.

ROJO, Roxane H. R. Pedagogia dos multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens na escola. In: ROJO, Roxane Helena Rodrigues; MOURA, Eduardo (org.). *Multiletramentos na Escola*. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

ROJO, Roxane. Concepções não-valorizadas de escrita: a escrita como um outro modo de falar. In: Kleiman, A. (org.). *Os Significados do Letramentos*. Campinas: Mercado de Letras, 1995.

SOARES, Magda. *Linguagem e escola: Uma perspectiva social*. São Paulo: Editora Ática S.A, 1995.

SOARES, Magda. *Letramentos: um tema em três gêneros*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SOARES, Magda. *Alfabetização e Letramentos*. 7ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

SOARES, Magda. *Alfabetização: a questão dos métodos*. São Paulo: Contexto, 2018.

TFOUNI, Leda Verdiani. *Letramentos e Alfabetização*. 9ª ed. São Paulo: Cortez, 2010.

SITES ACESSADOS:

LOGOMARCA ACHOCOLATADO CHOCOMIL. Disponível em: <<http://www.cemil.com.br/produtos/chocomil>>. Acesso em: 07 março. 2019.

LOGOMARCA ACHOCOLATADO TODYNHO. Disponível em: <<https://www.toddynho.com.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2019.

LOGOMARCA CHIQUINHO SORVETES. Disponível em: <<http://www.chiquinho.com.br/>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

LOGOMARCA FANDANGOS. Disponível em: <<https://www.lojapepsico.com.br/fandangos>>. Acesso em: 08 fev. 2019.

LOGOMARCA GOMA DE MASCAR BIGBIG. Disponível em: <<https://www.arcor.com.br/produtos/big-big-bolitas/>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

LOGOMARCA GOMA DE MASCAR BUBALOO. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/08/bubbaloo-full-of-surprises.html>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

LOGOMARCA GUARANÁ ANTARTICA. Disponível em: <<https://www.guaranaantarctica.com.br/>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

LOGOMARCA GUARANÁ FRUTTY. Disponível em: <<http://www.frutty.com.br/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

LOGOMARCA IOGURTE DANONE. Disponível em: <<http://danonenutricao.com.br/nossos-sites>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

LOGOMARCA IOGURTE TREVINHO. Disponível em: <<http://www.trevoalimentos.com.br/>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

LOGOMARCA MILHO VERDE QUERO. Disponível em: <<http://www.produtosquero.com.br/amido-de-milho/>>. Acesso em: 26 ago. 2019.

LOGOMARCA SORVETES NESTLÉ. Disponível em: <<https://www.nestle.com.br/marcas/sorvetes-nestle>>. Acesso em: 18 mai. 2019.

LOGOMARCA SUCO KAPO. Disponível em: <<https://www.savegnago.com.br/suco-pronto-del-valle-kapo-200ml-morango/>>. Acesso em: 18 maio. 2019.

LOGOMARCA SUCO TIAL. Disponível em: <<https://www.tial.com.br/>>. Acesso em: 18 maio. 2019.

**Artigo recebido em agosto de 2020.
Artigo aceito em setembro de 2020.**