



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE LICENCIATURA EM PEDAGOGIA**

CAMILA ZANOTELLI

FERNANDA NICOLINI TONIOLO

**NA ARENA DA LEITURA: POLÍTICAS CORPORATIVAS PARA
FORMAÇÃO DE LEITORES**

**CHAPECÓ
2016**

CAMILA ZANOTELLI

FERNANDA NICOLINI TONIOLO

**NA ARENA DA LEITURA: POLÍTICAS CORPORATIVAS PARA
FORMAÇÃO DE LEITORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao curso de Pedagogia da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS como requisito para obtenção do título de Licenciado em Pedagogia sob a orientação da Prof.^a Dra. Camila Caracelli Scherma.

**CHAPECÓ
2016**

CAMILA ZANOTELLI
FERNANDA NICOLINI TONIOLO


NA ARENA DA LEITURA: POLÍTICAS CORPORATIVAS PARA FORMAÇÃO DE
LEITORES.

Artigo apresentado ao programa de Graduação em Pedagogia
Da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS. Para obtenção do título de Licenciatura
em Pedagogia, defendido em banca examinadora em 24/06/2016.

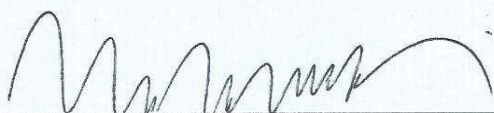
Orientador (a): Prof. Dr. Camila Caracelli Scherma

Aprovado em: 24 / 06 / 2016


BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Camila Caracelli Scherma – UFFS



Prof. Dr. Oto João Petry – UFFS



Prof. Dra. Irene Cristina Kohler – Rede Estadual de SC

Chapecó/SC, Junho de 2016.

NA ARENA DA LEITURA: POLÍTICAS CORPORATIVAS PARA FORMAÇÃO DE LEITORES

Camila Zanotelli*

Fernanda Nicolini Toniolo*

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender algumas vozes de discursos que sustentam políticas corporativas de incentivo à leitura no Brasil, mais especificamente do Projeto “Leia para uma criança”, lançado pela Instituição bancária. Fundamentado nos estudos discursivos, buscamos analisar como se constroem, pelos discursos, os sentidos em relação à formação de leitores; compreender a presença de interesses hegemônicos globais nos discursos de incentivos à leitura no Brasil; além de conhecer outras faces do papel de projetos de empresas privadas em relação à leitura. Para fazer o estudo dos discursos selecionados, baseamo-nos nos pressupostos teóricos de Mikhail Bakhtin no que diz respeito ao uso do discurso e de autores que dialogam com esses pressupostos para compreender as práticas de leitura, como João Wanderley Geraldi e Paulo Freire. Buscamos compreender, analisar e discutir o projeto aplicado através de políticas corporativas, sua influência e a disputa por espaço na formação de leitores.

Palavras-chave: Discursos. Práticas de leitura. Políticas Corporativas.

ABSTRACT

This article aims to understand some voices of discourse of corporate reading incentive policies in Brazil, more specifically the Project "Read to a child", launched by the banking institution. Based in discursive studies, we analyze how to build, the speeches, the directions for the training of players; understand the presence of global hegemonic interests in reading incentive speeches in Brazil; besides knowing other aspects of the role of private business projects in relation to reading. To make the study of selected speeches, we rely on theoretical assumptions of Mikhail Bakhtin regarding the use of speech and authors that dialogue with these assumptions to understand the reading practices, as John Wanderley Geraldi and Paulo Freire. We seek to understand, analyze and discuss the applied project through corporate policies, its influence and competition for space in the formation of readers.

Keywords: Speeches. reading practices. Corporate Policies.

* Acadêmicas do curso de Licenciatura em Pedagogia da Universidade Federal da Fronteira Sul
caahzanotelli@hotmail.com; fernanda_n_t@hotmail.com

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender algunas voces del discurso de las políticas de incentivo de lectura corporativa en Brasil, más específicamente el Proyecto "Leer a un niño", puesto en marcha por la institución bancaria. Con base en los estudios discursivos, analizamos cómo construir, los discursos, las instrucciones para la formación de los jugadores; entender la presencia de intereses hegemónicos globales en la lectura de discursos de incentivos en Brasil; además de conocer otros aspectos de la función de los proyectos empresariales privadas en relación a la lectura. Para realizar el estudio de los discursos seleccionados, nos basamos en los supuestos teóricos de Mijail Bajtin con respecto al uso de la palabra y el diálogo con los autores en que estos supuestos para comprender las prácticas de lectura, como John Wanderley Geraldi y Paulo Freire. Buscamos entender, analizar y discutir el proyecto aplicado a través de las políticas corporativas, su influencia y competencia por el espacio en la formación de lectores.

Palabras clave: discursos. prácticas de lectura. Políticas corporativas.

1. INTRODUÇÃO

Quando se trata do incentivo às práticas de leitura, sabemos que há um discurso consensual a esse respeito e que, portanto, dificilmente encontraremos discursos contrários a esta iniciativa. Porém, tomamos os discursos sempre como uma arena de disputas de interesses e, quando olhamos para políticas corporativas que apresentam programas de incentivo à formação de leitores, buscamos nelas interesses hegemônicos globais.

Para desenvolvermos este trabalho, abordamos o projeto de incentivo à leitura "Leia para uma criança", desenvolvido pelo Banco Itaú, para construir compreensões acerca das vozes que compõem os discursos destes programas na relação com interesses globais no que diz respeito à formação de leitores.

No contexto da educação, especialmente no que diz respeito à leitura, há um campo de disputa de interesses, gerando conflitos e tensões sobre o ato de ler. Com base na importância da leitura, políticas corporativas de empresas privadas veem um caminho para sua promoção e para propagação de interesses hegemônicos globais.

Ao escolhermos uma dessas políticas corporativas, buscamos a ideia de que elas se beneficiam de um discurso consensual, que é a necessidade de se formarem leitores, para o fortalecimento destes interesses globais. O projeto "Leia para uma

criança” da Instituição bancária é muito divulgado pela mídia, atraindo muitos usuários – clientes e consumidores.

Pensamos nas disputas de interesses pelo incentivo à prática da leitura, porque há interesses distintos nesse projeto, interesses estes que visam, além do lucro da instituição, a propagação e o fortalecimento destes interesses na formação de leitores em uma determinada perspectiva, não necessariamente leitores autônomos, capazes de construir seu próprio ponto de vista sobre o mundo, mas leitores que atendam a um determinado jeito de ver o mundo e de atuar nele; esses interesses dialogam com perspectivas hegemônicas globais de formação de mão-de-obra, por exemplo.

Concebemos o discurso como arena de disputa, pois ao tratar do projeto “Leia para uma criança”, dialogamos com os pressupostos de Bakhtin (2010) ao afirmar que as relações dialógicas são extralinguísticas, ou seja, ao olharmos para os discursos sobre o projeto, olharemos também aquilo que está fora dos textos, as relações extralinguísticas, para compreendermos de que maneira a Instituição bancária se serve de políticas corporativas de se formar leitores para concretizarem seus objetivos. Temos aí a disputa, pois será a partir da importância do ato de ler que essa corporação buscará estratégias para fortalecer sua rede de interesses.

Lembramos aqui o dizer de Freire (1993, p. 31): “Educação não transforma o mundo. Educação muda pessoas. Pessoas transformam o mundo”. Podemos comparar à frase do slogan de divulgação do projeto: “Ler para uma criança muda o mundo”, eventualmente ler para uma criança não mudará o mundo, a leitura para crianças poderá influenciar na apropriação do ato de ler, como uma fonte para desenvolver seu lado crítico e de interpretação. Além disso, trazendo elementos extralinguísticos para essa análise, poderíamos pensar: Quais mudanças são almejadas por essa corporação, quando expressa que deseja mudar o mundo? Como seria o mundo que a Instituição bancária, por meio dessa política de formação de leitores, quer construir? Partiremos, assim, do contexto de como se articulam os discursos dessa política corporativa baseada em interesses hegemônicos globais como o da formação de leitores. Para isso, nosso objetivo principal será compreender como se articula o discurso acerca do incentivo à leitura no Brasil propagado pelo Banco Itaú, além de identificar alguns outros sujeitos e instituições incentivadoras da leitura, buscando a presença de interesses hegemônicos globais em discursos acerca da importância do ato de ler.

Com base nesses apontamentos, organizamos este artigo da seguinte maneira: Buscamos compreender as contribuições de alguns autores referente às práticas de leitura, suas abordagens acerca da importância do ato de ler, com base, especialmente, em Geraldi e Freire. Em seguida, analisamos o discurso proposto pela Instituição bancária em seu projeto “Leia para uma criança” que diz ter como objetivo a formação de leitores, entender como funciona, qual sua influência e objetivo na formação de leitores.

2. ACERCA DA IMPORTÂNCIA DO ATO DE LER

No momento atual vivenciado pela nossa sociedade, são propagados muitos discursos e muitas iniciativas para a formação de leitores, demonstrando uma visão de consenso sobre a importância do ato de ler. O próprio Estado oferece diversas propostas e políticas que visam o incentivo à formação de leitores, entretanto também algumas empresas privadas aproveitam-se desta necessidade global para se promover e para fortalecer interesses hegemônicos globais.

A questão que nos colocamos é sobre que perspectiva de leitura se está falando quando se apresentam projetos para a formação de leitores. Pensando nisso, gostaríamos de colocar aqui quais os autores que nos embasam quando pensamos no ato de ler e na formação de leitores.

A leitura é um dos caminhos para a formação de cidadãos críticos, podemos destacar que a prática de leitura auxilia no desenvolvimento cognitivo e social do indivíduo. Geraldi (1996) nos remete a pensar que, quando falamos em leitura, construímos um processo continuado de novos conhecimentos.

A bagagem sócio-cultural também nos ajuda a fazer diversos tipos de leituras, livros, imagens, sons e isso determina a construção do ser como leitor. Freire (1981) destaca que a leitura do mundo vem antes da leitura da palavra e aprendendo a leitura da palavra, implica na continuidade da leitura do mundo.

A leitura não deve ser considerada como uma atividade mecânica ou passiva. Ainda de acordo com Geraldi,

Em surdina nas profundezas de um mar social em ebulição na superfície, na desvalorização da escola, a maioria de nossos companheiros professores temos compartilhados textos e compreensões, temos partilhado ideias e linguagens, porque temos compreendido que ler e escrever não são atos mecânicos de reconhecimento, mas processos de construção dos objetos, do mundo e das pessoas. (GERALDI, 1996, p. 83).

O autor apresenta a necessidade de não se trabalhar a leitura de forma mecânica, mas de pensar nessa prática como um processo de construção dos objetos, do mundo e das pessoas. Desse modo, para o autor, ler é também construir sentidos, além de apreender aqueles já contidos nos textos lidos. Aí a importância da leitura ser crítica e participativa. A leitura nos leva a compreensões diferentes de mundo, e por isso se faz extremamente importante o incentivo dessa prática e da formação de sujeitos leitores.

Quando falamos da formação de leitores, nos remetemos a pensar realidades diferenciadas, vividas por esses futuros leitores, partindo de seu meio, de seus interesses, buscando conhecer ainda mais o que já se conhece e descobrir o desconhecido por meio das palavras. O ato de ler é considerado por Geraldi (1996) uma necessidade social, pois nos dá um direito de expressão: assim como na escrita, a leitura do que é produzido se torna a construção de compreensões diferentes, aumentando os propósitos das possibilidades de cada um. A formação de um ser leitor envolve a compreensão crítica do que se está lendo, não apenas a decodificação da palavra escrita, mas sim, o desenvolvimento da aprendizagem.

Para Bakhtin (2006, p, 03), “[...] o ser humano se constitui através da linguagem, que reflete e refrata a realidade da sociedade [...]”, consideramos então que a linguagem é uma construção social ou “[...] o produto da atividade humana coletiva.” (Bakhtin, 1992, p.227). Portanto, a linguagem deriva das relações entre os indivíduos e dos significados que eles atribuem a elas. Ainda segundo Bakhtin (1992), a palavra é um signo ideológico que permite desenvolver um pensamento ou interpretar a realidade. Continuando nesta linha de pensamento, podemos identificar o uso das palavras, textos e livros como uma forma de influência ou incentivo para determinada compreensão, ou seja, “o ‘uso e abuso’ dos textos para transmitir valores das classes hegemônicas, pela leitura, [...] mereceu já inúmeras reflexões. Também textos não escolares destinados à leitura da infância, são exemplarmente explícitos no preenchimento desta função.” (GERALDI, 1990, p.177).

Esta transmissão de valores dita por Geraldi nos remete ao contexto atual, em que somos diretamente influenciados por aquilo a que temos fácil acesso e que mais nos convém. Geraldi (1990) aponta também que os textos distribuídos para leitura são precursores de pensamentos ou ações, propostas por classes hegemônicas dominantes. Fazemos a leitura visualizando, imaginando e atribuindo ao contexto

que já conhecemos. Podemos pensar o fato de a Instituição bancária distribuir os exemplares de livros para crianças, contribuindo para preencher sua função de propagadores de interesses das classes dominantes no modo como as crianças vão se constituindo leitoras.

Ainda tratando de leitura, queremos trazer para este diálogo a concepção de Paulo Freire (1981), quando destaca que “a leitura do mundo precede a leitura da palavra”, ou seja, antes de ler a palavra, a criança lê o mundo através de gestos, imagens, olhares, expressões faciais, entre outros. Elas leem o mundo por meio dos sentidos; através desta leitura, a criança começa a identificar as relações existentes no seu cotidiano. Desse modo, as ilustrações e os modelos que encontramos em *folders*, por exemplo, surgem como objetivo de estratégias para buscar ações em fortalecer o gosto pela leitura e/ou preencher a função de transmitir valores de classes, moldando, de certa forma, o modo como elas veem o mundo.

Até o momento, apontamos algumas concepções acerca da importância do ato de ler, dialogando com dois autores principais em quem nos embasamos, iremos tratar, no item seguinte, da concepção bakhtiniana de discurso para pensarmos a articulação dos discursos sobre a importância do ato de ler e o uso de políticas corporativas de formação de leitores.

3. ACERCA DOS DISCURSOS

Para nossas compreensões neste trabalho, trabalharemos com discursos de uma corporação – o Banco Itaú. Desse modo, queremos trazer aqui algumas concepções acerca do discurso, ancoradas em Mikhail Bakhtin. Para o filósofo, o discurso “[...] só pode existir de fato na forma de enunciações concretas de determinados falantes, sujeitos do discurso. O discurso sempre está fundido em forma de enunciado pertencente a um determinado sujeito do discurso, e dessa forma não pode existir.” (BAKHTIN, 2003, p. 274).

Discursos são os valores e conhecimentos dos indivíduos, enquanto sujeitos sociais. Esses valores e saberes só podem se manifestar através de enunciados, isto é, aquilo que é efetivamente dito em um processo de enunciação concreta.

Enunciado/ enunciação são termos ligados ao discurso verbal, a palavra e ao evento.

O locutor termina seu enunciado para passar a palavra ao outro ou para dar lugar á compreensão responsiva ativa do outro. O enunciado não é uma unidade convencional, mas uma unidade real [...]. (Bakhtin, 1997, p.35).

Tratando do discurso, Todorov, no prefácio do livro “A estética da criação verbal”, afirma que “Para Bakhtin, o discurso é uma ponte lançada entre duas pessoas socialmente organizadas (TODOROV, 1997, p.15)”. A comunicação discursiva, portanto, é o enunciado, é aquilo que podemos ver ou o que podemos ouvir; a materialidade linguística é o enunciado, ou seja, ele pode ser repetido em outras situações comunicativas e dialógicas. Portanto, toda vez que o enunciado for repetido, ganhará outro sentido, pois estará em outra situação, com isso não tem como separar o enunciado da situação.

O olhar para o discurso passa pelo conhecimento do enunciado, que é produto da interação social e, “[...] qualquer que seja o aspecto da expressão-enunciação considerado, ele será determinado pelas condições reais de enunciação em questão, isto é, antes de tudo pela situação social mais imediata.” (BAKHTIN, 2006, p. 116).

É pensando nessa relação do enunciado com a situação social mais imediata que relacionamos essa compreensão aos gêneros do discurso, que são tipos relativamente estáveis de enunciados que se moldam historicamente. As situações sociais de interação modelam-se e, a partir delas, modelam os enunciados que as materializam. Estes não funcionam apenas em determinada esfera social, mas também incorporam os objetivos, as ideologias e as relações dialógicas que constituem dessa esfera.

O discurso é, portanto, a língua em sua integridade concreta e viva, obtido por meio de uma abstração absolutamente legítima e necessária de alguns aspectos da vida concreta do discurso (BAKHTIN, 1992, p. 181). Entendemos então discurso como sendo um conjunto de enunciados, pois são os enunciados que compõem o discurso.

Além disso, neste nosso artigo, queremos compreender o discurso como arena de disputas. Nesse caminho, as palavras de Bakhtin nos ajudam:

Na realidade, como já dissemos, todo enunciado, além do objeto de seu teor, sempre responde (no sentido lato da palavra), de uma forma ou de outra, a enunciados do outro anteriores. O locutor não é um Adão, e por isso o objeto de seu discurso se torna, inevitavelmente, o ponto onde se encontram as opiniões de interlocutores imediatos (numa conversa ou numa discussão acerca de qualquer acontecimento da vida cotidiana) ou

então as visões do mundo, as tendências, as teorias, etc. (na esfera da comunicação cultural). A visão do mundo, a tendência, o ponto de vista, a opinião têm sempre sua expressão verbal. E isso que constitui o discurso do outro (de uma forma pessoal ou impessoal), e esse discurso não pode deixar de repercutir no enunciado. O enunciado está voltado não só para o seu objeto, mas também para o discurso do outro acerca desse objeto. (BAKTHIN, 1997, p 319-320).

Sabendo, então, que no enunciado se encontram diferentes palavras, diferentes visões de mundo, diferentes tendências, pontos de vista, opiniões, queremos olhar para o discurso sobre a formação de leitores do ponto de vista do projeto “Leia para uma criança”, sobre o qual falaremos no item seguinte.

4. DISCURSOS SOBRE A FORMAÇÃO DE LEITORES E POLÍTICAS CORPORATIVAS: O PROJETO “LEIA PARA UMA CRIANÇA”

Para compreendermos a visão sobre formação de leitores do ponto de vista de uma política corporativa, escolhemos olhar para o discurso do Banco Itaú, na enunciação do projeto “Leia para uma criança”, que é o nosso ponto de partida. Esse projeto é organizado pela fundação Itaú Social, que foi criada especificamente para estruturar e por em prática os investimentos sociais da Instituição bancária. Segundo o discurso da Instituição bancária, a Fundação Itaú Social tem atuação em todo o território brasileiro, seu foco é o apoio, a elaboração e o fortalecimento de programas que visam o progresso das políticas públicas de educação por meio da cultura de voluntariado, e a avaliação sistematizada de projetos sociais. “Assim, vem formulando e disseminando metodologias voltadas à melhoria de políticas públicas na área educacional, sempre em conjunto com governos, empresas e organizações não governamentais” (ITAÚ, 2016).

Contudo, olhando para esses enunciados como um lugar de encontro de pontos de vista, de interesses, vemos aí a atitude da Instituição bancária não ajudando na melhoria de políticas públicas e sim tentando mostrar para a sociedade que a educação, por exemplo, não é apenas responsabilidade pública, mas também da Instituição bancária. Esse é um encontro com discursos que afirmam que o Estado não tem capacidade suficiente para cuidar da educação e que precisa de ajuda de instituições privadas e grandes corporações, como é o caso dessa instituição bancária, para fazer isso.

Dados disponíveis no site da fundação afirmam que durante os anos de atuação da Fundação já foram distribuídos mais de 40 milhões de livros para todo o país. Cabe aqui citar que o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP) tem no Brasil mais de 6.000 (seis mil) unidades de bibliotecas públicas, ou seja, o poder público tem capacidade e força para distribuição e disponibilização de livros.

Lembramos aqui que o Banco Itaú é uma empresa privada, uma corporação brasileira, mas que atua em mais de 20 países. O banco possui projetos destinados à Educação básica para crianças e jovens em todo Brasil.

Por meio da Fundação Itaú Social, desenvolve metodologias voltadas à melhoria de políticas públicas na área de educação. As propostas desenvolvidas em todo território nacional têm como foco a Educação Integral, a Gestão Educacional, a Avaliação de Projetos Sociais e a Mobilização Social. Isso nos remete a pensar que, pelos sentidos construídos pelo discurso dessa corporação, as políticas públicas, os estados, os municípios em si, não conseguiriam sozinhos alcançar a meta de uma educação de qualidade, como se fosse preciso o auxílio das empresas privadas, que invistam nas instituições, para assim darem um ensino de qualidade aos alunos frequentadores das entidades públicas.

Aqui, existe um diálogo dos interesses da a Instituição bancária com interesses hegemônicos globais de enfraquecimento do poder público. Por isso que sempre ouvimos em vários discursos na mídia brasileira sobre a necessidade de se construir as parcerias público-privadas para a melhoria da qualidade nos serviços prestados. É nesse ponto que vemos o discurso da instituição bancária carregado de discursos dominantes no mundo todo a partir da globalização.

Outro ponto que não podemos deixar de ressaltar é que por trás do projeto existe um propósito, podemos assim dizer de uma forma comercial: entendendo o universo das crianças, o Banco busca infiltrar sua imagem no que é do interesse das crianças. Pensamos também em algumas vantagens tidas pela instituição bancária ao aplicar projetos na área educacional, como abatimento de impostos, por exemplo, pois pensamos o Itaú como uma empresa de grande porte em nosso país, e assim imaginamos os altos valores que seriam destinados aos impostos e que, por meio desses projetos, deixam de ser arrecadados e ainda contribuem para o fortalecimento dos discursos que divulgam os interesses dominantes.

Voltando a tratar do Projeto “Leia para uma criança”, ele é divulgado pela internet e por canais da TV aberta, exibindo sua propaganda nos diversos horários;

abrange, além da internet, recursos avançados de tecnologia, como aplicativos para celulares, que levam, com formas diferenciadas, a contação de histórias para crianças. Isso distingue o público alvo, já que sabemos que nem toda a população tem acesso a essas tecnologias. Atualmente, as crianças são intensamente ligadas às tecnologias, como televisão, internet, celulares entre outros, e podemos de certa forma, aliar este avanço da tecnologia com a crise em relação à leitura que vivemos nos dias atuais.

O processo de seleção dos livros conta com profissionais da área da Educação e ocorre em etapas: uma triagem inicial feita pela equipe do programa Itaú Criança, com o apoio da consultoria A Cor da Letra¹, e análise de mais duas comissões de especialistas em literatura infantil. Para essa triagem são considerados critérios como: “foco na faixa etária de 0 a 5 anos; livros que despertam o interesse das crianças e também dos adultos que leem para e com elas; títulos, autores e editoras diferentes das edições anteriores do Itaú Criança; livros que apresentam temas universais, considerando a diversidade e características regionais e culturais do Brasil; pelo menos um livro de autor nacional” (ITAÚ, 2016).

No ano de 2015 foram distribuídas duas obras, “Dorme, menino, Dorme”, de Laura Herrera, que conta a história de um menino sem sono para quem oferecem de tudo para dormir, mas o que ele realmente precisa é de carinho (ou seria da instituição?) histórias como esta nos fazem perceber o que há de oculto no propósito da distribuição de materiais, seria muita ironia afirmarmos que na grande maioria das obras ofertadas, trazem histórias de ajuda, de colaboração e cooperação entre os personagens. Também está nesta coleção o livro “Tatu Balão”, de Sonia Barros, que conta a história de um tatu que tem um sonho, ser um balão, e encontra um amigo que pode ajudá-lo a realizar esse sonho. O fato de o tatu ter um sonho, que é ser um balão, que pode parecer impossível para um tatu, mas se alguém ajudá-lo nos faz pensar o fato de que as pessoas podem sonhar ser o que quiserem que, se tiver alguém do lado para ajudar – ou alguma instituição, como uma instituição bancária, por exemplo, esse sonho será possível. Esse tipo de história vai ajudando a fortalecer a ideologia de que todos nós somos capazes de sermos o que

¹ Fundada em 1998, A Cor da Letra - Centro de Estudos, Pesquisa e Assessoria em Leitura, Literatura e Juventude desenvolve projetos nas áreas de cultura, educação e saúde, focando particularmente a população de jovens e crianças. Trabalha diretamente na formação de profissionais que atuam em instituições que atendem crianças e adolescentes em situação de risco, organizações não governamentais, escolas públicas e particulares, hospitais e empresas interessadas na implantação de projetos de leitura e bibliotecas.

quisermos desde que tenhamos do lado alguém ou alguma instituição para ajudar e que, no mundo em que vivemos, basta sonhar e acreditar no sonho que conseguiremos. Parece uma história inocente, mas vai trabalhando no imaginário infantil que o mundo apresenta oportunidades iguais para todos, basta ter foco. Sabemos que não é isso que realmente acontece.

Em coleções anteriores, há obras como: “Gato pra cá, rato pra lá”, de Sylvia Orthof; “Papai”, de Philippe Corentin; “Adivinha Quanto Eu Te Amo”, de Sam McBratney; “Chapeuzinho Amarelo”, de Chico Buarque; “A Festa No Céu”, de Angela Lago; “O Ratinho, O Morango Vermelho Maduro E O Grande Urso Esfomeado” de Don e Audrey Wood; “Lino”, de André Neves; “Poesia Na Varanda”, de Sonia Junqueira (ANEXO 1). Todas elas são obras que levam lições sobre valores humanos, o que também contribui para dizermos que esse projeto é uma forma de carregar interesses dominantes na sociedade para o universo infantil através da leitura. Por isso que olhamos para esse projeto para enxergarmos a disputa de interesses que existe dentro desse discurso, porque, ao levar essas mensagens de valores para as crianças e também para os pais, o Banco vai contribuindo para moldar a forma de enxergar o mundo dessas famílias.

E esse discurso entra com facilidade no cotidiano das famílias. A participação no projeto e o recebimento do material consistem em um processo simples: apenas é necessário fazer a solicitação através do site da Instituição bancária; alguns dados são solicitados, como nome completo, CPF, nº. de identidade, endereço para entrega, e são feitos questionamentos também para saber para quantas crianças serão lidos os livros, instituição e faixa etária das crianças. Uma forma de a instituição bancária saber onde estão sendo inseridos os materiais ofertados pelo projeto. Mas até que ponto a instituição busca saber qual é o real uso de seus materiais no incentivo à leitura? Não encontramos fontes em que são aplicados os resultados do projeto, nem o número real de pessoas que se inscreveram para receber o material. Portanto, o banco se preocupa em divulgar, em fazer a propaganda, mas o projeto vai até aí. Além disso, esses dados dos que solicitam os materiais do projeto também podem ser utilizados como banco de dados.

Para compor sua estratégia de marketing, o Banco Itaú utiliza de uma estética com imagens e cores, que são signos. É para esses signos que passamos a olhar a seguir.

5. SIGNOS IMAGÉTICOS

Nosso estudo sobre a política corporativa de formação de leitores da Instituição bancária passa pela análise dos enunciados que compõem o discurso desse projeto. Esses enunciados são criados por signos. Para Bakhtin,

Cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade. Todo fenômeno que funciona como signo ideológico tem uma encarnação material, seja como som, como massa física, como cor, como movimento do corpo ou como outra coisa qualquer. (BAKHTIN, 2006, p.31).

Para esse estudo da “encarnação material” dos signos do discurso da instituição bancária, começamos analisando a estética do *folder* de divulgação do projeto “Leia para uma criança”, seria coincidência o mago usado nessa divulgação vestir roupas estampadas com as cores do banco? No *folder*, o mago veste um vestido azul com estrelas e luas amarelas que nos levam a assimilar com a propaganda, pois são estas as cores do signo do banco. Sabemos que para as crianças a estética é fundamental, pois isso chama a atenção de nossos pequenos leitores, uma figura estereotipada em um lugar lindo, a figura do mago com aparência de uma pessoa de mais idade, mais experiente, com mais conhecimento, usando as cores da instituição bancária que são azul e amarelo, em uma floresta encantada; tudo isso poderia levar o futuro leitor, alvo deste projeto, a pensar no banco como um lugar assim, cheio de encantos e magias como na floresta.

Para Bakhtin (2006) os signos constituem um universo particular ao lado do universo dos fenômenos e objetos naturais, mas comportam características específicas, porém todo produto natural pode se tornar um signo. Um signo tanto pode distorcer a realidade como ser-lhe fiel ou apreendê-la de um ponto de vista específico. Dessa forma, as imagens utilizadas pela instituição, como o cenário da natureza, o mago, também fazem parte desse ponto de vista que essa corporação quer impor aos seus leitores.

Observamos também outras características da imagem: o poder saindo das mãos do mago, por exemplo, pode-se dizer que este mago está dando o poder de ler para uma criança. E não podemos esquecer o signo do banco (ANEXO 1), impresso nas capas de todas as obras literárias entregues pelo projeto, fixando,

assim, na memória os pequenos leitores a importância do banco, pois ele está na capa dos livros.

Figura 1 – Folder do projeto “Leia para uma criança”



Histórias ajudam a compreender o mundo.

Para mudar o mundo, as crianças precisam imaginar um mundo melhor. Por isso, o Itaú já distribuiu gratuitamente mais de 40 milhões de livros e, em 2015, vai levar novas histórias para clientes e não clientes. Mas a parte mais importante depende de você: leia para uma criança.

Histórias ensinam novas palavras.

De 0 a 5 anos, as crianças vivem uma etapa decisiva na sua formação intelectual e emocional. Nesta fase, ouvir a leitura de histórias desenvolve o raciocínio, estimula a formação de opinião e amplia os horizontes. As histórias também fortalecem a ligação entre o adulto que lê e a criança que escuta.

Histórias facilitam o aprendizado.

A educação muda o mundo. E, ao contrário do que muita gente pensa, a educação não é responsabilidade só da escola. Pais, avós, tios e todos os adultos que têm uma criança por perto podem e devem ajudar no seu desenvolvimento. Ler para uma criança é uma ótima maneira de fazer isso.

Histórias estimulam a criatividade.

Os livros têm o poder de despertar na criança o interesse pela narrativa. Ela aprende a nomear o mundo à sua volta.

Histórias fortalecem a ligação entre o adulto e a criança.

Quando você lê para uma criança, está mudando de verdade o mundo dela. E também está fortalecendo a relação entre vocês. Uma ligação que pode durar para sempre.

Leia para uma criança

Fonte: ITAÚ, 2016.

Bakhtin também afirma que “O próprio signo e todos os seus efeitos (todas as ações, reações e novos signos que ele gera no meio social circundante) aparecem na experiência exterior.” Quando há um discurso de consenso sobre a importância dos livros, ao ver o signo do banco na capa de todos os livros, a criança pode, instantaneamente, associar a imagem do banco como algo importante porque está no livro. O texto para crianças deve ser pleno de imagens que ilustram o que está sendo dito no texto, e o signo do banco, entre essas imagens, cria certa cumplicidade nessa relação da criança com o livro e o banco. Além desses signos imagéticos, há outras vozes do banco que trabalham para construir um discurso sobre a importância do ato de ler. No item seguinte trataremos dessas vozes.

6. AS VOZES DO ITAÚ SOBRE A IMPORTÂNCIA DE LER

Mas por que é importante ler para as crianças? Encontramos algumas respostas dadas pelo projeto em seu *folder* de divulgação, disponível no site do banco². Em um primeiro ponto, o discurso do banco afirma que o projeto e seus idealizadores acreditam que as histórias ajudam as crianças a compreender o mundo, descobrindo novas palavras. Seguindo a ideia do *folder*, se as crianças imaginarem um mundo melhor é possível mudá-lo. Aqui, destacamos quanto poder é dado por parte da instituição bancária à imaginação das crianças. Dialogando com Paulo Freire (1993, p. 31) “Educação não transforma o mundo. Educação muda as pessoas. Pessoas transformam o mundo”. Mas como seria este mundo melhor, apresentado na proposta do projeto? Um mundo em que o Banco Itaú estivesse presente? Ou esse mundo melhor é aquele que atende aos interesses da classe economicamente dominante no mundo?

Outra informação descrita no *folder*, lemos que o Banco Itaú já distribuiu (destacando a palavra “gratuitamente”) mais de 40 milhões de livros e no ano de 2015 levou novas histórias para clientes e não clientes. Comparamos esses dados, aqui, com dados do projeto “Leia mais, seja mais”, que é financiado pelo governo Federal e integra o Plano Nacional de Livro e Leitura (PNLL): sua meta é estimular a leitura principalmente, entre as famílias das classes C, D e E, que concentram cerca de 40% da população e a maioria dos não leitores no país, segundo levantamento do Instituto Pró-Livro. O objetivo é fomentar e valorizar os hábitos de leitura, além de

² <https://www.itaubank.com.br/crianca/>

incentivar o uso das bibliotecas públicas em todo o país. A ênfase é chamar a atenção para a leitura como uma atividade prazerosa e também como um caminho para o crescimento pessoal dos leitores. Trouxemos essa comparação aqui para mostrar que há também políticas públicas que tratam de levar livros e de formar leitores pelo país. A distribuição de livros não é somente feita por políticas corporativas.

Interessa ressaltar, também, esta distinção feita pela instituição entre clientes e não clientes, separados em duas categorias; os sujeitos não são tratados leitores ou cidadãos, mas como clientes e não clientes, a categoria das pessoas que dão lucro ao banco e as que ainda não estão dando lucro ao banco, mas que, por meio da influência das crianças com a imagem do banco pode-se, de alguma forma, atrair os pais também.

E por fim é destacado que o sujeito mais importante deste processo é você, que vai adquirir os livros, e ser o sujeito que irá ler para uma criança. Ao adulto é dada a responsabilidade de fazer a leitura para as crianças, orientar a criança para imaginar um mundo melhor e assim mudar o mundo em que ela vive, e o que não está sendo descrito. Mas é o que nos remete a pensar é que esse mundo deve ser moldado de acordo com interesses específicos de um jeito de ver o mundo, que o jeito de corporativo. Lembramos aqui do conceito de enunciado e enunciação proposto por Bakhtin (1985), que nos traz que a palavra é o modo mais puro e sensível da relação social, ela se constitui no veículo para formação da consciência e de ideologias. Tratando que todo enunciado tem um destinatário e este será de diferentes tipos e graus de proximidade.

Não estamos negando a importância de projetos como este, que distribuem gratuitamente livros para todo o público, não apenas para seus colaboradores, mas queremos também lembrar que o projeto não investe apenas visando mudar o mundo, mas atende a um processo global para a manutenção e reprodução da atual ordem das coisas. Segundo Freire (1981, p. 09) “A leitura do mundo precede a leitura da palavra” daí a importância de se levar às crianças obras literárias que as ajudem a compreender a realidade existente no mundo, de uma forma lúdica e inspiradora que desperte o interesse por livros e leituras, mas acima de tudo instigue seu lado crítico e compreensivo.

Sabemos que, do 0 aos 5 anos, as crianças vivem uma etapa muito importante em seu desenvolvimento intelectual e emocional. Tratando das zonas de

desenvolvimento trazidas por Vygotsky, nesta etapa, a criança está entre a Zona de Desenvolvimento Real (ZDR), que é aquela em que o conhecimento já foi consolidado pelo indivíduo e o torna capaz de resolver situações de forma autônoma, para a Zona de Desenvolvimento Proximal (ZDP), que determina as habilidades que o indivíduo já possui, porém estão em processo de desenvolvimento, que o sujeito poderá construir com a ajuda e intervenção de outros sujeitos mais experientes, este será seu mediador. Para nós, este sujeito mediador é a pessoa que irá ler para a criança. Entendemos que a leitura para as crianças é fundamental para seu desenvolvimento cognitivo, já que através da leitura também é uma forma de conhecimento e comunicação com o mundo.

Ouvir leituras desenvolverá o raciocínio, estimulará a formação de opiniões e fortalecerá a ligação entre o adulto que lê e a criança que escuta. É evidente que o ato de ouvir a leitura estimula a compreensão, abre caminhos para a imaginação bem como contribui para a afetividade, é um momento de intensa interação entre leitor e ouvinte. “Sabemos que as histórias também facilitam a aprendizagem e estimulam a criatividade, pois podem despertar o interesse pela narrativa, proporcionar a aprendizagem da nomeação do mundo pela criança” (ITAÚ, 2016). Sente-se neste ponto uma pressão atribuída aos adultos que convivem com crianças, como se fosse “obrigação”, só se é um bom pai, mãe, tio, quando lê para a criança para assim estimulá-la. A relação entre o leitor e a criança se tornará um afeto, um momento, uma lembrança daquele acontecimento, talvez uma ligação para sempre; associamos essa ligação com a instituição bancária, a criança é o adulto de amanhã, futuro cliente do banco, empresa privada que está trazendo as mudanças para o mundo sem mudar as pessoas.

Quando o Banco Itaú afirma que “os livros têm o poder de despertar na criança o interesse pela narrativa”, isso nos mostra como a propaganda está induzindo o cliente a solicitar o livro para a mágica acontecer. Podemos dizer “mágica”, pois é isso que sentimos ao ler que os livros têm poderes, enfim, idealiza o leitor partindo para o consumismo. Quando a criança aprende a nomear o mundo a sua volta? É lendo um livro? Ou é estereotipando as histórias, adicionando o signo na capa para conhecer o banco? Estão induzindo a clientela? São tantas perguntas, mas nós acreditamos que a leitura é necessária e de fato se torna importante para as crianças no seu desenvolvimento e aprendizagem, mas acreditamos ser questionável a maneira como o banco se posiciona a respeito da educação de forma

equivocada, provocando o consumismo e em muitas vezes de certa forma tirando a força do estado em manter-se à frente dos projetos aplicados nas instituições de ensino.

Em outro ponto, o discurso da instituição afirma: “ao contrário de que muita gente pensa, a educação não é responsabilidade só da escola...” e da família, também é responsabilidade do banco que está investindo neste processo de educação. Com o discurso de que apoia a educação, o banco fortalece a ideologia de que o Estado não tem mais força para tratar da educação e que a escola está desvalorizada e é incapaz de educar. Mais uma vez, trazemos para contrapor a essa ideia um projeto público: lembramos aqui “*A Biblioteca Escolar*”, um projeto do governo que tem a meta de atender mais de 2 milhões de alunos de 10 mil escolas, com um acervo de 115 obras do PNBE de 1998, totalizando a distribuição de 1,2 milhão de livros, a serem reeditados pelo FNDE. No acervo, destacam-se livros de ficção e de não ficção, com ênfase na formação histórica, econômica e política do Brasil. Vale também lembrar que, todos os anos, as escolas da rede pública são entregues livros didáticos e literários, selecionados por especialistas do Ministério da Educação (MEC) para todas as séries ofertadas pela rede.

Além desses nossos questionamentos, precisamos destacar que os livros da última coleção do Projeto da Instituição bancária foram selecionados por um conjunto de especialistas³ filiados a órgãos globais que ditam regras a nível mundial, como Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Organização para a Educação, a Ciência e a Cultura das Nações Unidas (UNESCO), *International*

³ Bia Gouveia, Formadora do Instituto Avisa Lá e consultora da Rede Além das Letras, iniciativa do Instituto, da Fundação Avina e do Instituto Razão Social, com apoio do Unicef, Unesco, Undime, Ashoka e MBC.

Cláudia Santa Rosa, Professora do curso de Pedagogia da Universidade Potiguar (UnP), integra os quadros da Secretaria da Educação e da Cultura do Estado do Rio Grande do Norte, coordena o projeto Casa de Saberes da Escola Estadual Hegésippo Reis. Coordenadora do Instituto de Desenvolvimento da Educação

Elisa Machado, Professora adjunta II do Departamento de Estudos e Processos Biblioteconômicos (DEPB), do Centro de Ciências Humanas e Sociais (CCH), da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e Coordenadora Geral do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP) do Ministério da Cultura (MinC).

Fabíola Farias, Mestre e doutoranda em Ciência da Informação pela UFMG. Membro do Movimento por um Brasil literário e coordenadora da rede de bibliotecas e projetos para a promoção da leitura da Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte.

Graciela Maria Reyna Quijano, Professora Convidada da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, em Foz do Iguaçu - PR.

Peter O' Sagae, Doutor em Letras (USP), consultor editorial e jurado em edições do Prêmio Brasília, Barco a Vapor, Jabuti e seleção de livros infantis da Revista Crescer.

Renata Junqueira, Professora visitante da Universidade do Minho e professora assistente doutora da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.

Sandra Medrano, Coordenadora pedagógica na OSCIP Comunidade Educativa – CEDAC.

Business Machines (IBM), Ashoka, algumas universidades privadas, além de Organizações não governamentais (ONG's). Lembramos aqui que esse projeto contribui para a reprodução de uma ordem global. Sendo assim, colabora com a atuação de interesses globais. Por meio desses mecanismos e estratégias, o projeto denomina a escola como fraca, que necessita da incrementação de programas financiados por empresas privadas tirando assim a credibilidade do Estado em relação à implantação de programas como este nas escolas públicas.

A instituição bancária ainda busca trazer a voz dos usuários do projeto para divulgá-lo, solicitando aos leitores fotos deles praticando a leitura para as crianças; essas mesmas fotos são divulgadas na página da Instituição bancária, com o intuito de mostrar a alegria ao estar com o livro em mãos, mas a maioria das fotos postadas na página é da criança segurando o livro fechado, mostrando a capa para a câmera em que aparece nitidamente o signo da Instituição bancária, e como as cores chamam a atenção, cores vivas, fortes, com isso o signo aparece bem nítido. Podemos pensar nesta atitude como uma forma de exposição infantil. A Instituição bancária está usando as imagens das crianças para promover e divulgar seu projeto.

O Banco Itaú não é o único que promove projetos desse tipo. Encontramos, por exemplo, o projeto financiado pelo banco mundial – *Biblioteca De Desenvolvimento*, aplicado na Indonésia, que visa o “desenvolvimento de abordagens inovadoras, para aumentar o uso de materiais de leitura em comunidades e bibliotecas de escolas primárias” (Banco Mundial). Para assim motivar os alunos e as comunidades no uso de informações contidas nos livros e, contudo, desenvolver uma estratégia de apoio entre os envolvidos, que são as comunidades, organizações não governamentais (ONGs) e governos locais. Os principais componentes incluem: a atribuição de subsídios para participantes, pequenas bibliotecas, selecionadas com base em uma organização formal reconhecida. A equipe da biblioteca foi responsável pela gestão, seleção e aquisição de livros, ou outros itens, e compartilhou experiências com outras bibliotecas comunitárias. Um projeto que envolveu toda uma comunidade participante com órgãos públicos e privados, sem promover comercialmente nenhum dos envolvidos, mas com o mesmo propósito, despertar a paixão e o interesse pela leitura.

Essa escuta das vozes da Instituição bancária sobre a importância do ato de ler, relacionando com vozes de outros agentes, nos permitiram afirmar que projetos

como esse fazem parte de uma rede de interesses e são as arenas em que as vozes dominantes vão se firmando.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em nossos estudos, feitos sobre o projeto “*Leia para uma Criança*”, tivemos a oportunidade de conhecer diversos programas de incentivo à leitura para as crianças, em maioria ofertados pelo poder público ou órgãos governamentais, o que nos mostra que políticas públicas de incentivo à leitura também estão chegando à população.

A partir das nossas compreensões, a importância da leitura aparece como um discurso consensual na sociedade atual e, usando esse discurso, o projeto da Instituição bancária constrói estratégias de marketing para a busca de clientela, ligam-se os adultos às crianças como uma prática comercial. Uma maneira de construir um discurso sobre o fazer o bem, mas não deixar de lado a propaganda, dando prestígio a essa instituição. A divulgação com imagens das crianças tem o intuito de chamar a atenção na esfera midiática. A mídia está ligada o tempo todo, o que faz com que a presença da instituição bancária seja constante em lugares diversos.

Um projeto aparentemente bem elaborado, que usa de um discurso tão forte na sociedade – como o discurso sobre a importância do ato de ler – parece estar voltado para contribuir com a educação; contudo, existe o lado comercial, a intenção de chamar para o banco o público que ainda não é seu cliente através de uma prática social que, de maneira geral o povo considera importante para a sociedade.

Compreendemos, também, por este nosso estudo, que políticas e projetos corporativos como esse da Instituição bancária se valem de um discurso consensual na sociedade contemporânea para contribuir para a reprodução de uma ordem global, fortalecendo interesses dominantes em nível mundial – como a formação de uma mão-de-obra que lê mais e que, por isso, seja capaz de operar melhor suas funções no mercado de trabalho, por exemplo. Além disso, esse tipo de ação tenta enfraquecer, pelo discurso, a capacidade de atuação do Estado. Contudo, vimos que o poder público também apresenta projetos de formação de leitores e de incentivo à leitura embora projetos corporativos tenham intenções de reprodução da dominação global.

A leitura, no momento social em que vivemos, é de extrema importância; precisamos aguçar a paixão e despertar o interesse pelo mundo da leitura. Analisando os dizeres dos autores estudados, cabe a nós observarmos que, na sociedade, a leitura é valorizada como estratégia fundamental para as pessoas compreenderem, de forma crítica, as suas realidades cotidianas no meio em que estão inseridos. O mundo da leitura deve ser um mundo de liberdade intelectual e, considerando o processo de formação de leitores críticos, as escolas assumem um papel essencial, que não pode ser desvalorizado, enfraquecido por discursos dominantes, ou deixado de lado, porque ela abre um leque de possibilidades para transformar os seus alunos em leitores. A atuação do Estado, da sociedade e da escola em relação à formação do leitor é fundamental. Assim, as políticas públicas de incentivo à leitura devem ser fortalecidas e valorizadas, para que sejam relacionadas ao contexto do processo ensino-aprendizagem, dando oportunidade aos sujeitos envolvidos de entrarem no universo transformador da leitura e não no universo reprodutor de conhecimentos, de poder e de dominação pensado por políticas que atendem a interesses dominantes globais.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.
- _____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- _____. “Os gêneros do discurso”. In: _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BANCO ITAÚ. **Projeto Leia para uma Criança**. Disponível em: <https://www.itaubr.com.br/crianca/>. Acesso em: 03 Mar. 2016.
- BANCO MUNDIAL. **Biblioteca de Projetos de Desenvolvimento**. Disponível em: <http://www.worldbank.org/projects/P068949/library-development-project?lang=pt>. Acesso em: 05 Nov. 2015.
- Ministério da Cultura. **Leia mais, seja mais**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/urlTitle=leia-mais-seja-mais6566&redirect> Acesso em: 12 Mar. 2016
- BRAIT, Beth. MELO, Rosineide. **Enunciado/enunciado concreto/ enunciação**. 5 ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. 51 ed. São Paulo. Cortez, 2011.
- _____. **A Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- GERALDI, João W. (org). **O Texto na sala de aula**. 4 ed. São Paulo: Ática, 2006.
- _____. Ler e Escrever – Uma Mera Exigência Escolar? **Revista do SELL**, Campinas, v. 1, n. 1, p. 01 – 12, 2008. Disponível em: <http://www.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/sell/article/view/20> > Acesso em: 25 mar 2016
- _____. **Linguagem e Ensino: exercícios de militância e divulgação**. Campinas, SP. Mercado de letras: Associação de Leitura do Brasil. 1996.
- _____. **Linguagem, interação e ensino**. 334 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências, Instituto de Estudo da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1990.
- _____. A prática da leitura na escola. Rev. **Leitura: teoria e prática**, [S.L.], v.3, n. 3, p. 1-12, 1984.
- SIGNORINI, Inês (org.). **[RE] Discutir: texto, gênero e discurso**. São Paul: Parábola Editorial, 2008.

SOUSA, Waldênia Klésia Maciel Vargas. FERNANDES, Eliane Marquez da Fonseca. **O Humor:** Enunciado, Enunciação e Produção de Sentido. 16 ed. Goiás. Revista Linguagem. 2009.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. **Pensamento e linguagem.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

_____. **A formação social da mente.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ANEXO 1 – Capas das obras literárias distribuídas pelo projeto.

