

# LINGUAGEM, CULTURA E MARKETING: PRÁTICAS DE LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS

Fernanda Kreuz Machado<sup>1</sup>

Ana Beatriz Dias<sup>2</sup>

Dionéia Dalcin<sup>3</sup>

O presente trabalho tem como objetivo socializar e divulgar atividades que desenvolvemos durante a vigência do projeto de extensão “Linguagem, cultura e marketing: práticas de leitura e produção de textos” (aprovado pelo edital nº 287/UFFS/Cerro Largo), o qual foi proposto por docentes dos cursos de Graduação em Letras e de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS – Campus Cerro Largo), em parceria com a Empresa Júnior Integração Júnior – Associação de Consultoria dos Alunos de Administração (UFFS/Cerro Largo). Realizado entre abril de 2015 e julho de 2016, o projeto teve como finalidade oferecer capacitação e suporte quanto a práticas discursivas de comunicação estratégica do marketing, principalmente, aquelas veiculadas em propagandas. Mais especificamente, buscou desenvolver atividades de leitura e produção textual centradas nos processos semióticos de produção de sentidos empregados como parte das estratégias discursivas do marketing. Para tanto, buscamos criar condições, ao longo do projeto, para que o texto fosse compreendido em sua ligação estreita e necessária com as relações sociais, o horizonte social de um grupo, a construção de identidades, a manutenção ou transformação de visões de mundo. No decorrer da capacitação, oferecida por meio de 10 módulos, os participantes do curso (no total, 38 sujeitos frequentaram módulos; desses em sua maioria estudantes dos cursos de Letras e Administração) participaram ativamente dos diálogos, mobilizando conceitos para desenvolver leituras críticas de discursos. Durante o curso e também no preenchimento das fichas de avaliação dos módulos, os participantes consideraram que a leitura vai além de decodificação de palavras descoladas de seu contexto: é uma prática que possibilita uma visão crítica da sociedade e dos discursos que a sustentam. Discutiram, ao longo dos módulos, as estratégias e táticas empregadas pelo marketing que, ao propor venda e consumo de produtos, materializa visões de mundo em seus textos. Além disso, cabe destacar que a integração entre os participantes, proponentes e bolsistas foi fundamental construção coletiva do conhecimento.

**Palavras-chave:** Discursos. Signos ideológicos. Propagandas.

---

<sup>1</sup> Estudante da 8ª fase do Curso de Graduação em Letras: Português e Espanhol – Licenciatura, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *Campus* Cerro Largo. Bolsista projeto de extensão UFFS/2015. E-mail: fer\_kreuz@hotmail.com.

<sup>2</sup> Professora Adjunta no Curso de Graduação em Letras: Português e Espanhol – Licenciatura, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *Campus* Cerro Largo. E-mail: ana.dias@uffs.edu.br.

<sup>3</sup> Professora Adjunta no Curso de Administração - Bacharelado, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *Campus* Cerro Largo. E-mail: dioneia.dalcin@uffs.edu.br.