



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE LETRAS E LINGUÍSTICA
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS**



GLÁUCIA KELLY MOREIRA FRANCO

**ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DO GÊNERO PROPAGANDA:
CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA
ARGUMENTATIVA E DO LETRAMENTO CRÍTICO**

UBERLÂNDIA, MG

2024

GLÁUCIA KELLY MOREIRA FRANCO

**ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DO GÊNERO PROPAGANDA:
CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA
ARGUMENTATIVA E DO LETRAMENTO CRÍTICO**

Dissertação, como trabalho de conclusão final, apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS) da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do grau de mestre.

Área de concentração: “Linguagens e Letramentos”.

Área de atuação: “Leitura e Produção Textual: diversidade social e práticas docentes”.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni

UBERLÂNDIA, MG

2024

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

F825 2024	<p>Franco, Gláucia Kely Moreira, 1979- ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DO GÊNERO PROPAGANDA: CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA ARGUMENTATIVA E DO LETRAMENTO CRÍTICO [recurso eletrônico] / Gláucia Kely Moreira Franco. - 2024.</p> <p>Orientadora: Maria Aparecida Resende Ottoni Ottoni. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Letras. Modo de acesso: Internet. Disponível em: http://doi.org/10.14393/ufu.di.2024.271 Inclui bibliografia.</p> <p>1. Linguística. I. Ottoni, Maria Aparecida Resende Ottoni, 1966-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós-graduação em Letras. III. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU: 801</p>
--------------	---

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:

Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091
Nelson Marcos Ferreira - CRB6/3074



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Letras
Av. João Naves de Ávila, nº 2121, Bloco 1G, Sala 1G207 - Bairro Santa Mônica,
Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: (34) 3291-8323 - www.profletras.ileel.ufu.br - secprofletras@ileel.ufu.br



ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em:	Mestrado Profissional em Letras				
Defesa de:	Dissertação de Mestrado Profissional				
Data:	26 de março de 2024	Hora de início:	14:00	Hora de encerramento:	17:30
Matrícula do Discente:	12212MPL005				
Nome do Discente:	Gláucia Kely Moreira Franco				
Título do Trabalho:	Uma proposta de ensino de língua portuguesa por meio do gênero propaganda: contribuições para o desenvolvimento da competência argumentativa e do letramento crítico				
Área de concentração:	Linguagens e Letramentos				
Linha de pesquisa:	Estudos da Linguagem e Práticas Sociais				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	Gêneros, discursos e identidades em diferentes práticas sociais				

Reuniu-se, remotamente, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Mestrado Profissional em Letras, assim composta: Professores Doutores: Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa, Doutor em Linguística pela Universidade Federal do Ceará – UFC; Prof. Dr. José Ribamar Lopes Batista Júnior, Doutor em Linguística pela Universidade de Brasília – UNB; Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni, Doutora em Linguística pela Universidade de Brasília – UNB, orientadora da candidata.

Iniciando os trabalhos a presidente da mesa, Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni, apresentou a Comissão Examinadora e a candidato(a), agradeceu a presença do público, e concedeu à Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhora presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos examinadores, que passaram a arguir a candidata. Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando a candidata:

Aprovada.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de **Mestre**.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Maria Aparecida Resende Ottoni, Professor(a) do Magistério Superior**, em 26/03/2024, às 16:18, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Roberto Alves Barbosa, Usuário Externo**, em 26/03/2024, às 16:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Ribamar Lopes Batista Júnior, Usuário Externo**, em 26/03/2024, às 22:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5301454** e o código CRC **5E020429**.

Referência: Processo nº 23117.022639/2024-10

SEI nº 5301454

AGRADECIMENTOS

O Programa de Pós-graduação Mestrado Profissional em Letras - Profletras -, para mim, transcendeu a simples obtenção de um título de mestrado profissional. Foi uma jornada de realização imensurável, uma transformação que moldou a pessoa e a profissional que sou hoje.

Para sua concretização, inúmeras pessoas estiveram ao meu lado, enfrentaram desafios, lutaram incansavelmente e permaneceram comigo. Assim, o sentimento que me envolve agora é de profunda gratidão a cada uma delas. Embora algumas sejam mencionadas aqui, é imperativo reconhecer que todas que contribuíram para essa trajetória, de maneira direta ou indireta, são verdadeiramente especiais, e por isso, serei eternamente grata a todas.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por seu apoio e amor indiscutíveis. Em meio às minhas dúvidas e momentos de incredulidade, sua presença se fez notar por meio de manifestações de carinho inesperados e abraços de pessoas que surgiram quando mais necessitei.

Sequencialmente, agradeço às minhas filhas, Mariana e Ana Clara, que, mesmo a distância, foram meu apoio constante, encorajando-me a continuar os estudos apesar das adversidades existentes devido à carga de trabalho exaustiva e aos desafios de saúde que enfrentei. Sua contribuição tecnológica, vale ressaltar, foi crucial, facilitando o avanço nas atividades acadêmicas em um universo virtual que, por minha ignorância, muitas vezes atrasava minhas tarefas diárias.

À minha filha caçula, Maria Cecília, que suportou minhas ausências durante os momentos de estudo e escrita, sem receber a atenção que merecia em algumas ocasiões.

Ao meu esposo, Ronair, que desempenhou um papel fundamental no enfrentamento das demandas domésticas estressantes do dia a dia, mesmo tendo suas próprias responsabilidades no exercício do magistério. Seu incentivo constante foi vital para que eu persistisse nas atividades do mestrado, mesmo diante de fragilidades emocionais e de saúde.

À colega Mirlene, que me incentivou a ingressar no Mestrado Profissional em Letras pela Universidade Federal de Uberlândia, mostrando-me que eu tinha a capacidade de superar desafios temporais e adversidades imprevisíveis.

Aos colegas de trabalho, professores, gestores, militares e comunidade escolar, que colaboraram incessantemente para o sucesso de todas as etapas deste trabalho.

Aos colegas parceiros, amigos, irmãos e professores - Ana Paula, Joelma, Liliane e Marcos - pelo apoio indispensável ao longo deste percurso.

Expresso, também, minha imensa gratidão à Profa. Dra. Maria Aparecida Resende

Otoni, minha orientadora, pela dedicação, cuidado e paciência. Sua orientação foi valiosa além da elaboração deste trabalho, ensinando-me a encarar a escrita com curiosidade, atenção, crítica e desconfiança - exatamente o que eu buscava instigar nos meus alunos. Ser-lhe-ei eternamente grata.

À Profa. Dra. Eliana Dias, pelas contribuições valiosas nas aulas de Texto e Ensino, no exame de qualificação e por aceitar integrar a banca examinadora. Muito obrigada!

À Profa. Dra. Marlúcia Maria Alves, pelas preciosas contribuições nas aulas de Fonologia, Variação e Ensino, e pelo carinho e cuidado dedicados a todas/os nós, mestrandas/os.

Ao Prof. Dr. José Roberto Alves Barbosa, pelas valiosas contribuições no exame de qualificação e por aceitar fazer parte da banca examinadora. Muito obrigada!

Ao Prof. Dr. José Ribamar Lopes Batista Junior, pelas valiosas contribuições e por aceitar fazer parte da banca examinadora. Muito obrigada!

Às colegas da VIII turma do Profletras-UFU, em especial àquelas que se tornaram amigas para a vida toda. Não posso deixar de mencionar aquelas que, ao longo de todo o processo, foram mais do que amigas - foram verdadeiras companheiras que não permitiram que eu desistisse, zelando por mim com amor, carinho e cuidado imensuráveis. Divina, Luciene e Marisa, jamais serão esquecidas!

A todos, minha gratidão será eterna!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ciclo do Re-design.	51
Figura 2 - Questões críticas.	52
Figura 3 - Participantes durante devolutiva relativa à sondagem de conhecimentos	100
Figura 4 - Diários de campo produzidos pelos discentes	113
Figura 5 - Participantes lendo e analisando exemplares do gênero propaganda	114
Figura 6 - Registro sobre trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.....	126
Figura 7 - Registro sobre o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.....	126
Figura 8 - Registro sobre minhas impressões acerca do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.	127
Figura 9 - Estudantes realizando a atividade de leitura e análise das propagandas.	128
Figura 10 - Registro sobre as impressões acerca da análise das propagandas.	139
Figura 11 - Estudantes na sala de multimídia assistindo às propagandas em vídeo.....	141
Figura 12 - Propaganda selecionada pelos alunos: A22/A31.	149
Figura 13 - Propaganda selecionada pelos alunos: A23/A25.	149
Figura 14 - Propaganda selecionada pelos alunos: A9/A37.	150
Figura 15 - Propaganda selecionada pelos alunos: A5/A38.	150
Figura 16 - Propaganda selecionada pelos alunos: A3/A10.	150
Figura 17 - Propaganda selecionada pelos alunos: A32/A35.	151
Figura 18 - Propaganda selecionada pela docente.	164
Figura 19 - Propaganda selecionada pela docente.	165
Figura 20 - Propaganda selecionada pela docente.	165
Figura 21 - Propaganda selecionada pela docente.	165
Figura 22 - Propaganda selecionada pela docente.	166
Figura 23 - Estudantes, analisando exemplares de propagandas.....	166
Figura 24 - Estudantes na biblioteca, planejando a propaganda social.	181
Figura 25 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 1.....	182
Figura 26 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 2.....	183
Figura 27 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 3.....	184
Figura 28 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 4.....	184
Figura 29 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 5.....	185
Figura 30 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 6.....	186
Figura 31 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 7.....	186
Figura 32 - Ficha avaliativa para avaliação das propagandas criadas pelos alunos.	190
Figura 33 - Ficha avaliativa do grupo 1 acerca da produção do grupo 3.	191
Figura 34 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 3.....	192
Figura 35 - Ficha avaliativa do grupo 3 acerca da produção do grupo 1.	193
Figura 36 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 1.....	193
Figura 37 - Ficha avaliativa do grupo 2 sobre a produção do grupo 4.....	194
Figura 38 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 4.....	194
Figura 39 - Ficha avaliativa do grupo 4 sobre a produção do grupo 2.	195
Figura 40 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 2.....	195
Figura 41 - Ficha avaliativa do grupo 5 acerca da produção do grupo 6.	196
Figura 42 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 6.....	196
Figura 43 - Ficha avaliativa do grupo 6 acerca da produção do grupo 5.	197
Figura 44 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 5.....	198
Figura 45 - Ficha avaliativa do grupo 5 acerca da produção do grupo 7.	199
Figura 46 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 7.....	199
Figura 47 - Propaganda postada nas redes sociais da escola.....	201

Figura 48 - Questionário com respostas recebidas pelos entrevistados na comunidade escolar.	204
Figura 49 - Alunos reunidos para a observação e organização das informações coletadas na comunidade escolar para posterior criação das propagandas.	205
Figura 50 - Rascunho dos registros das informações coletadas.	205
Figura 51 - Planejamento dos alunos para criação da 1ª versão da propaganda.	207
Figura 52 - Desenho - do grupo I.	208
Figura 53 - Propaganda – desenho - do grupo II.	209
Figura 54 - Propaganda – redesenho - do grupo II.	210
Figura 55 - Propaganda – desenho - do grupo IV.	211
Figura 56 - Propaganda – redesenho - do grupo IV.	212
Figura 57 - Propaganda – desenho - do grupo III.	212
Figura 58 - Propaganda – redesenho - do grupo III.	213
Figura 59 - Propaganda – desenho - do grupo VI.	214
Figura 60 - Propaganda – redesenho - do grupo VI.	214
Figura 61 - Propaganda – desenho - do grupo V.	215
Figura 62 - Propaganda – desenho - do grupo VIII.	217
Figura 63 - Propaganda – redesenho - do grupo VIII.	217
Figura 64 - Propaganda – desenho - do grupo VII.	218
Figura 65 - Propaganda – redesenho - do grupo VII.	218
Figura 66 - Propaganda - desenho - do grupo IX.	220
Figura 67 - Estudantes reunidos no pátio da escola, produzindo os murais.	221
Figura 68 - Murais criados pelos alunos para divulgação de suas propagandas na escola. ..	222
Figura 69 - Formulário para escolha de propaganda pela comunidade escolar.	223
Figura 70 - Formulário para escolha de propaganda pela comunidade escolar e para justificativa da escolha.	224
Figura 71 - Propaganda escolhida pela comunidade escolar.	226
Figura 72 - Exposição do banner da propaganda escolhida pela comunidade escolar.	226
Figura 73 - Agentes de trânsito, e militar, apoiando, na entrada da escola, o “adesivaço”...	227
Figura 74 - Alunos, professores e militares, reunidos para realizar o “adesivaço”.....	227
Figura 75 - Alunos realizando o “adesivaço”.....	227
Figura 76 - Propaganda nas ruas e nas redes sociais.	228
Figura 77 - Depoimentos dos estudantes A7, A21, A33, sobre o bloco “e”.	231
Figura 78 - Observações/comentários dos discentes, acerca do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda desenvolvido.	240
Figura 79 - Texto de agradecimento aos alunos feito pela pesquisadora.	242
Figura 80 - Texto criado pelos estudantes em agradecimento pela participação no trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.	243

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Habilidades do campo jornalístico-midiático, conforme a BNCC	38
Quadro 2 - Objetivos de leitura e a atuação do professor ao trabalhar o texto com a turma sob a perspectiva do Letramento crítico.....	50
Quadro 3 - Organização geral da proposta.....	65
Quadro 4 - Questões destinadas à comunidade escolar.....	203

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Por qual meio os estudantes acessam propagandas?.....	103
Gráfico 2 - Resultado de questionário sondagem questão 3.....	104
Gráfico 3 - Representativo das escolhas das propagandas pela comunidade escolar.....	225
Gráfico 4 - Justificativas das escolhas da propaganda 1 pela comunidade escolar.....	225
Gráfico 5 - Referente à primeira questão do questionário avaliativo.....	235
Gráfico 6 - Referente à segunda questão do questionário avaliativo.....	236
Gráfico 7 - Referente à terceira questão do questionário avaliativo.....	236
Gráfico 8 - Referente à quarta questão do questionário avaliativo.....	237
Gráfico 9 - Referente à quinta questão do questionário avaliativo.....	237
Gráfico 10 - Referente à sexta questão do questionário avaliativo.....	238
Gráfico 11 - Referente à sétima questão do questionário avaliativo.....	238
Gráfico 12 - Referente à oitava questão do questionário avaliativo.....	239
Gráfico 13 - Referente à nona questão do questionário avaliativo.....	239

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Participantes da Pesquisa e Divisão de Grupos Entrevistados	204
Tabela 2: Resultados consolidados por grupo: participantes e número de escolhas de cada Tema.	206

RESUMO

Esta dissertação é resultado de uma pesquisa que tem como objetivo geral investigar as possíveis contribuições do desenvolvimento de um ensino de língua portuguesa por meio do gênero discursivo propaganda, para o desenvolvimento, em estudantes do 9º ano do ensino fundamental, da habilidade de argumentar, para fomentar o protagonismo juvenil e o engajamento na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para enfrentamento desses problemas centrada na elaboração e aplicação de uma proposta de leitura e de escrita, com ênfase no gênero discursivo propaganda, para o desenvolvimento de habilidades dos estudantes de argumentar e de produzir propagandas. Os objetivos específicos do estudo são: a) investigar se e como o desenvolvimento da proposta mencionada pode contribuir para que alunos adquiram consciência de como, porque e segundo os interesses de quem textos do gênero propaganda podem funcionar; b) explicitar as marcas linguístico-discursivas características do gênero propaganda e os efeitos de sentido por elas produzidos; c) identificar as diferentes estratégias argumentativas utilizadas em propagandas; d) examinar se, na produção de propagandas, os alunos utilizam diferentes estratégias argumentativas para defender uma ideia e persuadir seu interlocutor, de modo a influenciá-lo a agir de determinada forma, se levam em conta as especificidades do gênero, o desenho, o redesenho e a crítica; e) elaborar e disponibilizar em site caderno suplementar com a proposta apresentada, a fim de subsidiar o trabalho de outros docentes com a leitura e a escrita por meio do gênero discursivo propaganda. Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa baseia-se em estudos pautados em pressupostos do Letramento Crítico (Janks, 2010, 2011; Menezes de Souza, 2011; Jordão, 2013; Monte-Mór, 2011; Lopes; Andreotti; Menezes de Souza, 2006); em estudos sobre a argumentação (Abreu, 1999, 2006), sobre gêneros (Bakhtin, 2011) e sobre o gênero propaganda (Pinho, 1990; Sandmann, 2007; Dionísio, 2011). Também levamos em conta o que é proposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN (Brasil, 1998) e na Base Nacional Comum Curricular - BNCC (Brasil, 2018). A pesquisa segue os pressupostos da abordagem qualitativa e se configura como uma pesquisa-ação (Prodonov; Freitas, 2013; Thiollent, 1988). Para a geração e coleta de dados são utilizados questionários, gravações, diário de campo, produção de textos do gênero discursivo em pauta. Os resultados do desenvolvimento desta proposta, aplicada em uma turma de 9º ano de uma escola pública na cidade de Rio Verde, Goiás, revela que um ensino focado nas práticas sociais das quais os alunos participam, que reconhece e valoriza seus conhecimentos prévios, as diversas formas de linguagem e persuasão, e compreende o trabalho com textos como processo de construção de sentidos, pode enriquecer o ensino de leitura e escrita, promovendo um aprendizado mais significativo para o aluno, proporcionando-lhe maior engajamento, desenvolvimento de habilidades críticas e uma compreensão da comunicação escrita e sua relação com a sociedade. Além disso, a estratégia didática apresentada nesta dissertação, por meio das práticas de leitura e escrita desenvolvidas, aplicadas e avaliadas, contribui para aprimorar a competência discursiva dos alunos, fomentando seu protagonismo e habilidades argumentativas. Isso evidencia o potencial das práticas de letramento crítico na formação de leitores e escritores autônomos, e na promoção de uma maior interação entre escola e comunidade.

Palavras-chave: gênero propaganda; argumentação; letramento crítico; ensino de Língua Portuguesa.

ABSTRACT

This dissertation is the result of a research project whose general objective is to investigate the possible contributions of developing for teaching Portuguese language through the discursive genre propaganda, for the development of the ability to argue in 9th grade students, to foster youth protagonism and engagement in the discussion of social problems and in proposing actions to tackle these problems centered on the elaboration and application of a reading and writing proposal, with an emphasis on the discursive genre propaganda, for the development of students' abilities to argue and produce advertisements. The specific objectives of the study are: a) to investigate whether and how the development of the mentioned proposal can contribute to students become aware of how, why and according to whose interests of the propaganda genre can function; b) to make explicit the linguistic-discursive marks characteristic of the propaganda genre and the effects of meaning produced by them; c) to identify the different argumentative strategies used in advertisements; d) to examine whether, in the production of advertisements, the students use different argumentative strategies to defend an idea and persuade their interlocutor, in order to influence them to act in a certain way, whether they consider the specificities of the genre, design, redesign and criticism; e) to elaborate and make available on a website a supplementary notebook with the proposal presented, in order to subsidize the work of other teachers with the reading and writing through the discursive genre propaganda. To achieve the proposed objectives, this research is based on studies of Critical Literacy (Janks, 2010, 2011; Menezes de Souza, 2011; Jordão, 2013; Monte-Mór, 2011; Lopes; Andreotti; Menezes de Souza, 2006); in studies on argumentation (Abreu, 1999, 2006), on genres (Bakhtin, 2011) and on the propaganda genre (Pinho, 1990; Sandman, 2007; Dionísio, 2011). We also considered what is proposed in the National Curriculum Parameters - PCN (Brazil, 1998) and the National Common Curriculum Base - BNCC (Brazil, 2018). The research follows the assumptions of the qualitative approach and is configured as action research (Prodonov; Freitas, 2013; Thiollent, 1988). Questionnaires, recordings, a field diary, and the production of texts from the discursive genre in question were used to generate and collect data. The results of the development of this proposal, applied to a 9th grade class in a public school in the city of Rio Verde, Goiás, reveal that teaching focused on the social practices in which students participate, which recognizes and values their prior knowledge, the various forms of language and persuasion, and understands working with texts as a process of constructing meaning, can enrich the teaching of reading and writing, promoting more meaningful learning for the students, providing them with greater engagement, the development of critical skills and an understanding of written communication and its relationship with society. In addition, the didactic strategy presented in this dissertation, through the reading and writing practices developed, applied, and evaluated, contributes to improving students' discursive competence, fostering their protagonism and argumentative skills. This shows the potential of critical literacy practices in training autonomous readers and writers, and in promoting greater interaction between the school and the community.

Keywords: propaganda genre; argumentation; critical literacy; Portuguese language teaching.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA	26
2 DA REVISÃO DOCUMENTAL, DA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA E DOS PROCEDIMENTOS	36
2.1 Ensino de língua portuguesa na perspectiva dos PCN e da BNCC: um olhar para o campo jornalístico-midiático	36
2.2 Gênero discursivo segundo Bakhtin e especificidades do gênero propaganda	40
2.2.1 Conceção de gênero discursivo à luz de Bakhtin	41
2.2.2 Gênero propaganda	42
2.2.3 Pressupostos basilares do letramento crítico	46
2.2.4 Argumentar: convencer e persuadir	55
3 DOS FUNDAMENTOS E DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, DOS INSTRUMENTOS DE COLETA E DE GERAÇÃO DE DADOS	59
3.1 Fundamentos metodológicos	59
3.1.1 Dos instrumentos de coleta e de geração de dados	61
3.2 Procedimentos metodológicos	62
4 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO DIDÁTICA: (RE)DESENHANDO PROPAGANDAS	65
5 DA PROPOSTA DESENVOLVIDA, DO RELATO, DA ANÁLISE E DA REFLEXÃO	99
5.1 Bloco A: Iniciando o desenvolvimento da proposta com os alunos	99
5.2 Bloco B - Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda	114
5.3 Bloco C - Análise de propaganda em vídeo e análise das estratégias argumentativas do gênero propaganda	140
5.3.1 Bloco C - Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas	164
5.4 Bloco D - Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas	178
5.4.1 Bloco D - Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)	179
5.5 Bloco E - Investigando possibilidades de mudanças: a comunidade escolar em foco	201
5.6 Bloco F: Avaliação da participação nas atividades da proposta didática	231
6 REFLEXÃO SOBRE A PESQUISA	244
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	248
REFERÊNCIAS	254
ANEXO 1 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA RESPONSÁVEL LEGAL POR MENOR DE 18 ANOS	257
ANEXO 2 - TERMO DE ASSENTIMENTO PARA MENORES DE 18 ANOS	259
APÊNDICE 1 – Questionário sondagem	261
APÊNDICE 2 – Questionário de avaliação dos estudantes participantes da pesquisa	262

"ENTRE O MUNDO DAS PALAVRAS E A VIDA: UMA JORNADA DE DESCOBERTAS E TRANSFORMAÇÕES"

Foto à esquerda: minha mãe Dolores Maria de Oliveira



Foto à direita: (Eu) – Gláucia Kely Moreira Franco



Sou Gláucia Kely Moreira Franco.

Minha história começa com a história de minha saudosa mãe. Ela não apenas integra minha narrativa, mas sua presença e influência moldaram profundamente quem sou hoje.

Sou a filha caçula de Dolores Maria de Oliveira, uma mulher corajosa e batalhadora que enfrentou as agruras da vida como mãe solteira de oito filhos. A origem de nossa família não foi fácil, marcada por um casamento arranjado e malsucedido, que resultou no primogênito, fruto de uma união que não foi abençoada pelo destino.

Movida pelo instinto de sobrevivência e o desejo de proporcionar uma vida melhor para seus filhos, mamãe enfrentou uma difícil decisão: fugir das garras de um garimpeiro - seu segundo marido e pai de seus outros seis filhos. Aos olhos das pessoas, ele era um homem gentil, prestativo e generoso. Ela o deixou e, para trás, também ficou o estado do Mato Grosso, retornando à sua terra natal: Goiás. No entanto, o retorno não foi acolhedor como ela esperava. A casa de minha avó, Firmina Moreira de Melo, era modesta, construída de pau a pique, e já acomodava muitos familiares.

Diante da falta de acolhimento, mamãe teve de recorrer à ajuda de um senhor bondoso que costumava auxiliar pessoas carentes como ela. A vida a partir desse ponto tornou-se uma verdadeira tribulação, como ela mesma costumava dizer. Morando em uma casa improvisada, mamãe se viu obrigada a desempenhar diversos trabalhos, desde passadeira e lavadeira de vestidos de noiva e ternos a empregada doméstica e catadora de tocos de cana-de-açúcar em uma usina de álcool, buscando garantir o sustento de seus, até então, sete filhos.

A luta pela sobrevivência atingiu um novo patamar quando mamãe decidiu vender

doces, roscas caseiras, bananas e outros produtos que comprava fiado para depois pagar aos fornecedores - pessoas da comunidade - com o dinheiro da venda das mercadorias. Dessas vendas, uma pequena parte lhe sobrava e, assim, levava a vida à margem da pobreza, todavia com alguma coisa para “tapar o buraco no estômago”. Esse momento me faz lembrar Carolina Maria de Jesus, que enfatizou em sua obra “Quarto de Despejo: Diário de uma Favelada” que “o maior espetáculo do pobre é comer.” Ou seja, para mamãe o que importava era que todos - ela e meus irmãos - tivessem o mínimo para saciar a fome. Diante dessa realidade, um dia, mamãe teve a ideia de pedir ossos de boi recém-descarnados em açougues para raspar, transformando restos de carne em uma espécie de "carne moída". Esta seria um alimento que ajudaria a matar a fome tanto dela quanto de meus irmãos, mas preferia comercializar, vendendo-a nos pratos nas ruas de nossa pequena cidade para garantir dinheiro e, com isso, poder gerar renda e prover o sustento da casa com outros produtos. Mamãe parecia ter espírito empreendedor, mas oportunidade escassa para crescer nesse sentido. Cada dia, segundo ela, era uma batalha, e a ajuda de Deus e da vizinhança se tornaram aliadas indispensáveis nesse cenário desafiador.

Enquanto meus irmãos cresciam em meio a essa realidade difícil, a vida reservava uma surpresa com a chegada de Almir, meu pai. O que parecia ser uma nova chance para mamãe se transformou no que ela chamou de flagelo, um “trobeu de coisas ruins”, quando - grávida de mim - ao dar-lhe a notícia, descobriu que ele já era casado e pai de cinco filhos. Mesmo diante dessa revelação, mamãe não se deixou abater. Com o coração repleto de amor por seus filhos, ela continuou a enfrentar as adversidades, contando com a fé, a resiliência e a solidariedade daqueles ao seu redor. Todavia, trazia consigo uma certeza: a de que, ao nascer, ela me doaria a quem por mim se interessasse. História que ela um dia compartilhou comigo quando eu quis saber quem era meu pai.

Era uma manhã do dia 15 maio de 1979 quando nasci. Ainda no pequeno hospital - Nossa Senhora de Fátima -, o único que havia em minha cidade, mamãe, ao receber a enfermeira que me trazia nos braços, disse a ela que não me mostrasse, que me desse para alguém, porque ela não queria me ver. A mulher, impactada com a forma de mamãe agir, disse meio desesperada, para não desistir de mim, porque tratava-se de uma linda menina. Resistente, mamãe se negou a me ver. A enfermeira, então, perguntou-lhe qual seria o nome que ela me daria. Nesse instante, coberta por um misto de raiva e muito rancor, respondeu-lhe: Dê a ela qualquer nome, chame-a, se quiser, de Maria. A enfermeira, então, indagou: Vamos chamá-la de Gláucia. O que acha? Sem nada a ouvir de mamãe, uma outra profissional que estava no mesmo quarto disse: Acho que ficaria bonito: Gláucia Kely. Assim, eu passei a ser chamada.

Enquanto mamãe se recuperava, a enfermeira (um anjo que Deus colocou em nosso caminho) insistia em nos aproximar. Até que conseguiu. Ao me pegar no colo, mamãe sentiu algo forte e uma enorme ternura. Assim, levou-me para sua humilde casa. Com ela, vivi até os meus quase sete anos de idade, depois, fui, como meus irmãos, doada. Passei a morar com outra família para não morrer de fome, já que tudo se tornara, por vários motivos, ainda mais difícil.

Embora vivendo em uma outra casa, servindo de doméstica (circunstância em que eu sempre ouvia a frase daqueles que consideravam o trabalho infantil algo natural: “serviço de menino é pouco, mas quem perde é louco”), mamãe nunca deixou que tanto eu quanto meus irmãos a perdêssemos de vista. “Ela era protetora”. Fomos criados pelos outros e, de algum modo, por ela também. Não perdemos o contato nem com ela nem com nossos avós e pudemos estudar. Apenas um de meus irmãos não quis aprender as letras como lembrava com tristeza a nossa mãe. Coursou, assim como ela, até a quarta série do Ensino Fundamental. Isso foi, de certo modo, revoltante para ela, porque gostaria que todos tivessem, como ela dizia, conhecimento das palavras, já que, só dessa forma, poderíamos ser alguém na vida.

Seguimos nossos caminhos de um jeito - eu diria - meio descompassado. Nunca tivemos a oportunidade de juntos, sentados à mesa, comermos e como muitas famílias compartilhar vivências, experiências, travessuras, dores, alegrias. Isso me fez falta, muita falta - na verdade - até hoje me faz. Mas tudo bem, sobrevivemos. Afinal, entendo que sou fruto de uma realidade que faz parte da de muitas famílias Brasil a fora. Como da de Carolina Maria de Jesus, por exemplo.

Assim, acabei por ser criada no seio de uma família pouco ou quase nada harmônica, cujos valores mais importantes, embora fossem o respeito ao próximo, não se faziam muito presentes entre a maioria dos que a compunham. Nessa época, depois dos meus afazeres, eu brincava e estudava com crianças de vizinhos de diferentes classes sociais e etnias, e, devido a isso, desde cedo aprendi a não julgar ninguém por sua condição social, religiosa ou étnica, mas pelo caráter e comportamento, que acabava por representar os princípios que meus avós maternos pregavam, quando eu os visitava. Neste clima, passei minha infância, não muito preservada de turbulências inevitáveis que provavelmente ocorriam no seio familiar e social das famílias daquele tempo.

Meus primeiros anos escolares foram na escola municipal Educandário JK - Juscelino Kubitschek - de ensino primário, considerada, na época, uma escola de estudantes de classe social mais humilde. Conclui os anos iniciais, sabendo somente transcrever da lousa as palavras escritas pelas professoras - eu apenas decodificava sinais. Por isso, encerrei este período, de

acordo com o que elas disseram para mamãe e para a dona Maria - a senhora com quem passei a morar -, com uma reprovação por dificuldade de “fluência na leitura”. Este foi um momento que me deixou bastante triste e, de algum modo, certa da necessidade de ler para ler não só os livros, mas também o mundo. Então, ao repetir a série, tive, ao meu lado, verdadeiras professoras, das quais jamais me esquecerei. Trata-se das maravilhosas “tias” (Silvani e Yaci) que me incentivaram a ler e a não desistir dessa prática, aliando o afeto à arte do saber e do ensinar, o que ressoa as palavras de Paulo Freire, o qual em vários momentos de suas reflexões sobre a educação escolar enfatizou que "o educador se eterniza em cada ser que educa" e essas professoras estão eternizadas na minha memória.

Ao concluir o primário, passei a frequentar uma escola que leva até hoje, o nome de Colégio Estadual Dom Abel (de estudantes mais riquinhos, como diziam. Não sei por que, já que quem o frequentava eram os alunos do JK). O Dom Abel era um colégio estadual, tradicional. Nele os alunos eram matriculados a partir do 6º ano do ensino fundamental. Não havia como continuar no JK, porque este oferecia ensino até o final da primeira fase do Ensino Fundamental - 5º ano. Na época, o Dom Abel era considerado não só o maior, mas também o mais dinâmico, envolvente nas atividades cívicas, em função das ideologias que pregava e dos recursos educacionais e administrativos de que dispunha. Possuía espaço adequado para atividades esportivas e tínhamos acesso a elas. Participávamos ativamente do grêmio estudantil e realizávamos desfiles cívicos memoráveis pelas ruas da cidade. Destaco que o colégio tinha uma biblioteca não muito suprida, e dela eu era uma frequentadora, pois tinha grande gosto e prazer pela leitura de assuntos relacionados à disciplina de História. Gosto que se perdeu com o tempo.

Ao concluir a segunda fase do ensino fundamental, fui morar com minha irmã mais velha que era casada e esperava o seu primeiro filho. Ela pediu à mamãe para que eu fosse ajudá-la. Mamãe foi, então, à casa da família com quem eu morava falar com a dona Maria, a senhora que havia me adotado. Ela, um pouco resistente, autorizou, dizendo que, por estar com idade avançada, talvez a ideia fosse boa. Com minha irmã vivi até os quatorze anos de idade e depois, sozinha. Isso porque os desentendimentos entre mim e ela passaram a ser recorrentes.

Naquela época, mamãe já tinha uma pequena casa para onde ela retornava da fazenda onde vivia com seu esposo. Fiquei por lá até terminar meus estudos e me casar aos dezoito anos. Era comum casar-se tão jovem. Na verdade, até demorei um pouco, pois queria trabalhar e continuar estudando.

Durante os meus estudos, optei pelo curso técnico (Contabilidade). Nunca imaginei que seria professora nem que faria do magistério a minha profissão. Então, primeiramente, fui

vendedora de eletrodomésticos, todavia desejava continuar a estudar (não sabia, ao certo, qual curso seria). Ao saber desse desejo, mamãe me disse que eu precisava cuidar de minha família. Estudar já não deveria mais ser prioridade. Achei a fala dela um absurdo e incoerente com todos os ensinamentos que ela me repassava, mas depois a entendi, pois, para muitos, inclusive para ela, ainda se fazia presente o pensamento patriarcal de que mulher era criada para casar-se, procriar e cuidar da família. Não a obedeci. Então, acabei por me inscrever no vestibular da Universidade Federal de Goiás, na cidade vizinha, Jataí. Para mim, era preciso estudar. Era meu propósito de vida não continuar sendo vendedora, não que fosse ruim, mas não me alegrava. Eu queria, de fato, ser alguém na vida. Aquela que fizesse a diferença no dia a dia das pessoas de uma maneira significativa.

Dessa forma, uma nova história sobre mim começava a surgir.

Passaram-se longos quatro anos de estudos na área de Letras / Licenciatura em português. Durante as viagens diárias para Jataí, no caminho - dentro do ônibus que intitulamos Dromedário, dado o intenso barulho que fazia durante o percurso - eu lia. Lia leituras estranhas. Distantes do meu mundo. Até parecia que eu havia retornado àquela época em que eu reprovava. Tudo me soava muito estranho. Longe da minha realidade. Lia teorias complexas de linguistas como Saussure, Noam Chomsky e tantos outros, todavia se tornaram mais familiares, à medida que passavam os anos. Foi e é motivo de orgulho ter estudado naquela instituição de ensino, dada a excelência dos professores, a integralidade de seus conteúdos e a formação laica e humanista, cujo ensino não se limitava à transmissão de conhecimentos e ao desenvolvimento de capacidades específicas. Ele também se comprometia em cultivar valores éticos, como o respeito aos direitos humanos e o engajamento social. Além disso, incentivava o exercício do pensamento criativo e crítico, o que complementava nossa formação. Essa abordagem, defendida por estudiosos como Magda Soares (2003), visava uma educação que fizesse sentido e parte da vida do aluno, de maneira mais completa e significativa para ele.

Não me recordo de um único professor que nos impusesse duramente o seu modo de pensar. Mas, encontrávamos barreiras, com alguns no sentido de que, quando éramos levados a escrever, não importava o que pensávamos sobre o assunto, como pensávamos e por que pensávamos, o ideal para eles era reproduzirmos os pensamentos de teóricos, o que destoava dos ideais daqueles que defendem uma educação libertadora como Paulo Freire, por exemplo, o qual ressaltou em sua obra “Pedagogia do oprimido”, do ano de 1967, que a educação deveria deixar de ser o veículo de ideologias alienantes para tornar-se o instrumento de transformação do homem e da sociedade, ensinando o aluno a ler o mundo e nele intervir positivamente. Assim, sujeitados a esses profissionais endurecidos, acabávamos sendo mecanizados, tínhamos

nossa opinião podada e a nossa capacidade crítica mal ou quase nada desenvolvida. Tratava-se de uma educação opressora e tradicionalista que ainda se perpetuava entre alguns professores. Essa situação fazia-me refletir e, com isso, buscar lutar pela minha própria voz até ser ouvida, mesmo que não tivesse a minha opinião aceita. Isso porque sempre acreditei que a contraposição e a contradição de ideias que levam a outras ideias contribuem, não só para aniquilar preconceitos, ideologias e manipulações muitas vezes realizadas dentro do próprio espaço educacional, mas também para o desenvolvimento de nosso crescimento como seres humanos.

Nesse contexto, vale destacar que, no ano de 2002, aos 23 anos de idade, com uma filha já grandinha e com outra no ventre, concluí essa fase tão difícil da minha vida estudantil, mas ao mesmo tempo imensamente significativa e que me abriu portas para outros horizontes: a educação escolar de crianças e adolescentes, o exercício do magistério. Nesse período, mamãe já se fazia mais presente em minha vida. Ela contribuiu imensamente para que eu pudesse alçar voos mais distantes. Passou a apoiar minhas escolhas. Assim, por meio de um processo seletivo, fui aprovada no concurso público promovido pelo Estado de Goiás na cidade de Quirinópolis - Goiás, em 2004. Tornei-me, portanto, professora efetiva do colégio estadual Dom Abel. Sim, voltei lá, não como estudante, mas como professora. Eu mal acreditava. Eu passara a fazer parte do corpo docente daquela unidade escolar. Esse foi um momento mágico. Eu não seria mais vendedora de eletrodomésticos, mas professora. Pensava comigo: “Que lindo!”

Assim, no chão da sala de aula, no contato com meus alunos, comecei a perceber que nem tudo era tão bonito. Havia muitas adversidades, dificuldades que se revelavam de diferentes formas. Então, muitas inquietações me surgiram em torno do fazer pedagógico, inclusive, relacionadas à necessidade de criar estratégias de escrita que não fossem rígidas, que permitissem que a voz dos alunos fosse ecoada em seus textos. Assim, algum tempo depois de atuar na área para qual fui incumbida de lecionar: Redação ou como passou a ser denominada - Produção de Texto, senti que eu precisava agir para tentar mudar a realidade que tanto me incomodava. Nesse momento, percebi que a força de minha mãe, o espírito de luta e de não aceitar as imposições da realidade se fizeram presentes em mim e nos meus pensamentos. Notei que meus alunos tinham dificuldades de expressar-se, defendendo um ponto de vista. Que isso era algo que lhes parecia muito distante feito as leituras que eu realizava na minha época de faculdade. Era preciso estreitar os laços entre o ler e o escrever.

Embora estivesse incomodada com isso, percebi que me faltava conhecimento para saber, de fato, como lidar com aquela realidade. Dessa forma, senti necessidade de estudar um pouco mais. Para tanto, procurei aperfeiçoar os meus conhecimentos. Isso porque acredito que

o ato de ressignificar o saber e a necessidade de torná-lo mais consistente sejam necessários para efetivar o lado profissional e pessoal de todo e qualquer indivíduo, inclusive, e, principalmente, aqueles inseridos no universo da educação. Considero, nesse sentido, que desconstruir e reconstruir concepções e fazeres de um percurso, é imprescindível para aprender a se constituir dia após dia, no exercício da profissão e, com isso, continuá-la, a fim de aperfeiçoar a essência não só do saber, mas também do ensinar e do aprender, montando e remontando o conhecimento.

Foi, então, que, pensando nisso, passei pelo processo de especialização (curso de pós-graduação “latu sensu” em nível de especialização de língua portuguesa), pela Universidade Cidade de São Paulo (UNICID). Esse foi um período bastante complicado, uma vez que dividia o meu tempo como esposa, mãe, professora e estudante. Todavia, realizei estudos em diversas áreas da Língua Portuguesa, as quais contemplavam disciplinas como: Nova ortografia da Língua Portuguesa; Português elementar; Ensino de Língua Portuguesa; Filologia Românica; Língua Portuguesa: Da Oralidade à Escrita; Prática Textual em Língua Portuguesa, entre outras áreas do ensino.

Esse momento, apesar das intempéries, foi também proveitoso. Pude aprender que “ninguém caminha sem aprender a caminhar, sem aprender a fazer o caminho caminhando, refazendo e retocando o sonho pelo qual se pôs a caminhar”, como bem afirmou Paulo Freire em sua obra *Pedagogia da Esperança* do ano de 1992, em uma de suas muitas colocações acerca do processo de ensino e de aprendizagem.

Dessa forma, durante o período de pós-graduação e de trabalho em sala de aula, continuei enfrentando minhas próprias inquietações e as dos meus alunos, especialmente, em relação à escrita de textos opinativos. Logo, percebi que a simples absorção de teorias não seria suficiente para lidar com esses desafios; era crucial aplicar atividades práticas de leitura, de escrita e investigar as raízes dos obstáculos que surgiam. Assim, seguindo esse caminho de reflexão, estava certa de que aprenderia a lidar com as dificuldades enfrentadas pelos alunos, se estudasse mais e, além de aprender, poderia ensinar-lhes por meio dos ensinamentos que receberia. Este período me fez lembrar as palavras de Cora Coralina, poetisa e contista goiana (1889-1985), a qual afirmou que "Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina". Com toda certeza, esse processo me proporcionaria um aprendizado profundo e um valioso ensinamento.

Os estudos no período de pós-graduação se tornaram insuficientes. Havia algo maior a ser explorado. Isso porque, na especialização, as investigações que realizei foram mais voltadas para a estrutura da língua – GRAMÁTICA (morfologia, sintaxe e semântica) - e não,

propriamente, para a produção de texto. Foi, então, que passei a acreditar que meus estudos não poderiam ser limitados, mas fomentados ainda mais em outro nível de aprendizagem, buscando aprender mais das letras, como mamãe afirmava. Por falar em mamãe, faz-se importante dizer que, acometida por uma doença degenerativa, Mal de Parkinson, já não era mais possível vê-la com tanta força e vontade de enfrentar os obstáculos da vida. Sua luta passara a ser a de conseguir desafiar, diariamente, as limitações impostas pela doença.

Concluída essa fase de estudos e de docência no Dom Abel, fui morar em uma cidade onde, atualmente, resido: Rio Verde/ Goiás. Nela ministrei aulas em um colégio da polícia militar. Lá, trocando ideias com minha colega de trabalho - Mirlene - a respeito das dificuldades de nossos alunos, fui incentivada por ela - ex-aluna do ProfLetras - a ingressar no Mestrado Profissional em Letras. Segundo ela, eu poderia sanar muitas dúvidas que eu carregava comigo e, também, poderia contribuir para a mudança do cenário vivenciado pelos alunos, no tocante à escrita de opinião. Prometi pensar no caso.

Posto isso, passei a observar, atentamente, os educandos daquela unidade escolar e constatei que nela, os alunos também apresentavam dificuldades quando sujeitos à escrita de opinião. Então, decidi que, no momento adequado às minhas condições, daria continuidade aos meus estudos, na tentativa de que minhas inquietações fossem findadas. Desse modo, partindo desse contexto, passei a indagar-me, ainda mais, sobre o porquê de os estudantes sentirem dificuldade em expressar-se por escrito, opinando sobre algo, já que a escrita está presente na vida das pessoas, desde muito tempo. E, agora, mais do que nunca, pois estudantes têm enfrentado desafios de escrita (de opinião) nos diversos âmbitos educacionais, os quais dão a eles, a oportunidade de adentrarem em universos acadêmicos, que lhes permitem alimentar pensamentos inovadores e até realizarem sonhos de serem profissionais em determinadas áreas do conhecimento, por exemplo.

Diante disso, senti que a investigação acerca dessa problemática se fazia, realmente, necessária, uma vez que era preciso compreender o que poderia estar ocorrendo com os estudantes, no que concerne à escrita opinativa e, ademais, observar se a leitura estaria fazendo parte, cotidianamente, do universo juvenil, uma vez que ela tem importância, segundo Gagliari (1994), imprescindível para que a escrita ocorra, já que ela, de acordo com esse estudioso, precede a escrita. Por outro lado, se uma pessoa não souber ler, o ato de escrever será simples cópia, sem significado, ou seja, uma escrita como aquela que eu fazia quando fui reprovada.

Diante dessa perspectiva, ousou afirmar que o ato de escrever está intimamente ligado ao ato de ler e, como se sabe, vive-se numa cultura predominantemente escrita, em um universo cheio de formas e objetos que se apresentam escritos, virtuais e /ou impressos, os quais exercem

sobre as pessoas uma relação de interação que, provavelmente facilitaria o ato de expressar-se por escrito, a partir da leitura e compreensão deles. Então, o questionamento permaneceu sobre os motivos que justificam as dificuldades dos estudantes mediante a escrita, nesse caso, opinativa.

À vista disso, um tempo depois, adequado às minhas condições, o passo seguinte foi dado. Ingressei-me no Mestrado Profissional em Letras. Devo dizer que essa novidade eu não pude compartilhar com mamãe. Ela já não mais se fazia presente. Foi morar em uma dimensão que acredito ser o melhor lugar do mundo: nos braços do Senhor Jesus. Eu senti muito e sinto cada vez que toco nesse assunto. Tenho certeza de que quando eu fosse dar a notícia a ela de que eu seria estudante de mestrado, ela diria: “Mais você não tem jeito mesmo, menina. Então, estuda”.

Hoje, posso dizer que foi a decisão mais acertada que já tomei, em relação aos meus estudos. Aprendi bastante sobre as letras. Nesse sentido, faço questão de dizer que a decisão de buscar o Mestrado Profissional se configura como um marco em minha vida. Nesse capítulo intenso, as páginas do saber se abriram diante de mim. Pude reinventar abordagens pedagógicas, explorar novas formas de guiar os alunos na expressão de seus pensamentos e contribuir para transformar a realidade educacional, conforme me disse a minha colega Mirlene. Afirmando ainda que essa foi uma experiência verdadeiramente enriquecedora e transformadora. Ao longo dessa jornada, pude mergulhar profundamente no universo das palavras, da linguagem e dos discursos, explorando suas nuances e possibilidades de uso orientada por profissionais fascinantes.

Essa trajetória percorrida foi fundamental para meu desenvolvimento pessoal e profissional. Por meio dela, tive a oportunidade de ler e reler teorias que ampliaram minha compreensão sobre a escrita e sua relação com a construção de significados. Descobri que a escrita não é apenas uma técnica, mas sim um processo dinâmico de construção e reconstrução de sentidos, permeado por múltiplos contextos e influências. Mais gratificante ainda foi perceber que esse processo de escrita não é um desafio intransponível, mas um caminho de descobertas e de aprendizados constantes. Compreendi que, ao dominarmos as ferramentas da linguagem, somos capazes não apenas de expressar nossas ideias, mas também de ensinar e guiar nossos alunos nessa jornada. Logo, entendi que ensinar a escrever vai além de simplesmente transmitir conhecimentos técnicos. É também inspirar, motivar e encorajar os alunos a explorarem seu potencial criativo, a se expressarem de forma autêntica e a compreenderem a importância da escrita como ferramenta de comunicação e reflexão, a qual se constitui em um processo colaborativo, no qual estamos sempre em constante diálogo com

o mundo e com os outros. Descobri a importância de nos posicionarmos diante das adversidades, sem perdermos o foco e o desejo de aprender e evoluir.

Portanto, cada página escrita, cada desafio superado, cada novo *insight* conquistado foi um passo importante nessa jornada de autodescoberta e crescimento. O Mestrado Profissional em Letras, vale dizer, ampliou meus horizontes acadêmicos, transformou-me como pessoa, capacitando-me a enfrentar os desafios que envolvem os alunos em torno da escrita opinativa. Além disso, ensinou-me a lidar com esses impasses com coragem, determinação e, acima de tudo, com a certeza de que o conhecimento é um tesouro inesgotável, esperando para ser descoberto por aqueles que têm a curiosidade e a vontade de aprender sempre mais. Então, como dizia mamãe, é necessário conhecer o mundo das palavras, porque isso nos capacita para a vida.

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

O contexto educacional vigente passou por várias transformações. Isso ocorreu a partir da implementação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), os quais visam uma educação que valoriza práticas pedagógicas que possibilitam ao educador o desenvolvimento de um exercício pedagógico de forma que conduza o aluno ao acesso “ao conjunto de conhecimentos socialmente elaborados e reconhecidos como necessários ao exercício da cidadania” (Brasil, 1998, p. 9). Isso nos leva à reflexão sobre a maneira como conduzimos o processo de ensino-aprendizagem, já que este, como evidenciado, deve levar o estudante a saber agir socialmente, posicionando-se de modo crítico em diversas situações comunicativas das quais participa diariamente. Nessa perspectiva, nota-se que as atividades desenvolvidas em sala de aula voltadas para o ensino da língua portuguesa e a maneira como o educando responde a elas requerem o entendimento da educação como um processo de construção de conhecimentos, que fornece ao estudante subsídios para a participação efetiva em diferentes práticas sociais.

Em vista disso, e levando em conta minha prática docente, encontro respaldo para justificar, logo adiante, o motivo que me levou à escrita desta proposta de pesquisa. Sendo assim, torna-se oportuno dizer que, desde 2004, meu trabalho com a língua portuguesa esteve voltado para as séries finais do ensino fundamental e ensino médio de escola pública. No decorrer de meu exercício profissional, inúmeras atividades foram realizadas com o objetivo de possibilitar o desenvolvimento da leitura e da escrita, empregando o texto como foco das tarefas pedagógicas que envolviam tanto compreensão e interpretação quanto produção de escrita. Com isso, tipos textuais foram trabalhados, considerando os gêneros que os contemplavam, e sugestões de escrita de textos fizeram parte desse cenário, com a finalidade de pôr em prática os estudos na área de linguagem realizados no contexto de sala de aula.

Diante disso, é pertinente dizer que, durante os períodos de produção de texto que envolviam o objetivo de persuadir, defendendo um posicionamento acerca de uma problemática social, por meio da escrita do gênero artigo de opinião, por exemplo, deparei-me com comentários que revelavam, por parte dos estudantes, que o ato de argumentar é muito complexo e que tinham dificuldades para expressar-se por escrito com esse propósito. Além disso, ouvi questionamentos deles, como: Para que opinar? Qual seria a importância disso? Essas considerações foram externadas - oralmente - e persistentes. Fato que implica reconhecer que o trabalho com a língua portuguesa torna-se desafiador, quando enfrentamos continuamente, em nossas práticas, situações como essas relacionadas ao ato de expressar-se

com a intenção de persuadir e de expor-se, criticamente, mediante um acontecimento que envolve assuntos polêmicos e que circulam socialmente, os quais, mesmo com essas características, mostram-se insuficientes para que os estudantes sejam capazes de emitir um parecer crítico e convincente mediante o que vivenciam no cotidiano.

Conforme o exposto, é relevante destacar que o ato de argumentar é extremamente significativo, pois é algo que está presente nas mais diversas circunstâncias comunicativas nas quais nos envolvemos a maior parte do tempo. Isso ocorre porque defendemos nossas opiniões, falando com pessoas na tentativa de persuadi-las acerca do que pensamos. Logo, nota-se que essa é uma realidade comum tanto no cotidiano dos estudantes quanto das pessoas de um modo geral. Então, é imprescindível reconhecer que hoje e no futuro é necessário saber expressar um ponto de vista, argumentar, contra-argumentar e lidar com o outro, por exemplo, por meio da convivência e da troca de ideias e de posicionamentos, valorizando as relações interpessoais entre os indivíduos envolvidos no processo da comunicação. Nesse sentido, considera-se o que afirma Abreu (2001, p. 10): “argumentar é, em primeiro lugar, saber integrar-se ao universo do outro. E também obter aquilo que queremos, mas de modo cooperativo e construtivo, traduzindo nossa verdade dentro da verdade do outro.”

Consoante a isso, é oportuno acrescentar a necessidade de buscar compreender os fatores que podem colaborar para que a realidade apresentada quanto à dificuldade de argumentar seja algo persistente. Desse modo, vale considerar que muitos estudos a respeito do uso efetivo da leitura e da escrita vêm sendo realizados no Brasil. Desde a virada discursiva no campo de estudos da linguagem, tem-se buscado “enfocar, em sala de aula, o texto em seu funcionamento e em seu contexto de produção/leitura, evidenciando as significações geradas mais do que as propriedades formais que dão suporte a funcionamentos cognitivos”. (Rojo, 2009, p.10). Essa virada discursiva influenciou a produção dos documentos oficiais que direcionam a educação no país, como, por exemplo, os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) e a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Nesse âmbito, vale ressaltar que se pretende, com isso, tornar o ensino de língua portuguesa na escola mais dinâmico e significativo para o aluno, no sentido de possibilitar a ele a construção de seu próprio conhecimento baseado em um ensino que valorize não só o texto, mas também tudo aquilo que a ele está relacionado, considerando os contextos de produção que contribuem para um melhor entendimento de sua funcionalidade nos diferentes contextos comunicativos.

Sendo assim, tem-se como pauta debates relacionados à importância de tornar o processo de ensino-aprendizagem distante da concepção de linguagem que valoriza os aspectos estruturais da língua focados em exercícios tradicionais e mecânicos da gramática normativa.

Realidade que envolve práticas pedagógicas, no Ensino Fundamental, por exemplo, que impedem o estudante de ser o agente do seu conhecimento de forma interativa, crítica de modo a permitir-lhe o desenvolvimento de capacidades de leitura, de escrita, de análise linguística e semiótica necessárias para a sua plena participação em sociedade.

Nesse sentido, torna-se viável dizer que, a partir da publicação dos PCN, vários outros debates educacionais que envolvem a leitura e a escrita, por exemplo, tornaram-se mais frequentes. Sendo assim, nota-se que à escola, dentre inúmeras outras funções, cabe possibilitar, por meio tanto da leitura quanto da escrita, o desenvolvimento de cidadãos (leitores/escritores) críticos no contexto no qual estão inseridos. Além disso, contribuir para a formação do sujeito em suas dimensões intelectual, física, emocional, cultural, priorizando a comunicação e a interação social. Nesse viés, considera-se o exposto nos PCN:

O domínio da língua tem estreita relação com a possibilidade de plena participação social, pois é por meio dela que o homem se comunica, tem acesso à informação, expressa e defende pontos de vista, partilha ou constrói visões de mundo, produz conhecimento. Assim, um projeto educativo comprometido com a democratização social e cultural atribui à escola a função e a responsabilidade de garantir a todos os seus alunos o acesso aos saberes linguísticos necessários para o exercício da cidadania, direito inalienável de todos. (Brasil, 1998, p. 21).

Diante disso, é notório que a prática docente de Língua Portuguesa se torna realmente desafiadora, uma vez que o processo de ensino-aprendizagem sempre foi norteadado por metodologias contrárias ao exposto. Segundo estudiosos como Paulo Freire, a educação esteve, por muito tempo, vinculada a um ensino com práticas ilusórias (mecânicas/tradicionais), ou seja, práticas, cujos alunos não são estimulados a questionar, a refletir criticamente sobre o conhecimento e sua aplicação na realidade. Essa abordagem reforça a autoridade entre professor e aluno, perpetuando a dominação e a falta de consciência dos sujeitos em relação às realidades opressoras que os cercam. Dessa forma, contribui para a alienação e a manutenção das injustiças sociais e para a falta de consciência dos sujeitos em relação às realidades opressoras (Freire, 2018). Além disso, as práticas metodológicas de ensino, de acordo com ele, focavam em atividades tanto de leitura quanto de escrita descontextualizadas e nada, portanto, sociointerativas, tornando os sujeitos/alunos distantes de uma visão crítica da realidade e do meio no qual estão inseridos, dificultando-lhes o desenvolvimento da capacidade de expressar-se, certamente, tanto de forma oral quanto escrita.

Essa realidade, notadamente, não promovia a interação entre os alunos, buscando uma aprendizagem voltada para uma dimensão colaborativa e social, valorizando os sentidos construídos a partir dos contextos do uso da língua. Contudo, hoje, ao contrário do exposto acerca do ensino tradicional de outrora, o processo de ensino-aprendizagem é previsto sob um prisma diferente, considerando os PCN e a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Esta

estabelece que o educando seja levado ao desenvolvimento de conhecimentos, competências e habilidades ao longo da escolaridade básica, orientada pelos princípios éticos, políticos e estéticos traçados pelas Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica (DCN). A Base soma-se aos propósitos que direcionam a educação brasileira para a “formação humana integral e para a construção de uma sociedade justa, democrática e inclusiva” (Brasil, 2018, p.7), cujos sujeitos nela envolvidos se tornem proativos na construção dos próprios saberes. Ademais, as orientações da BNCC conduzem à compreensão da prática educacional como uma forma de levar o educando ao exercício da cidadania, a partir dos diferentes usos da língua/linguagem nos diversos contextos comunicativos nos quais ele se encontre. Além disso, que o processo de ensino-aprendizagem, cumpra o papel de incentivar ações para uma prática inovadora e dinâmica do ensino. Diante disso, é válido ressaltar que esse olhar em relação ao ensino de língua portuguesa - da leitura e da escrita - contribuiu para a busca de uma educação voltada para a construção e a progressão de sentido vinculada ao trabalho com textos.

A partir desse contexto, e da percepção da dificuldade dos alunos em expressar-se em defesa de um ponto de vista, argumentando criticamente mediante um fato cotidiano e, também, da necessidade de reconhecerem a importância de argumentar, surgiu a motivação para a realização desta pesquisa, a qual está vinculada à área de concentração “Linguagens e Letramentos”, à área de atuação “Leitura e Produção Textual: diversidade social e práticas docentes”, do Programa de Mestrado Profissional em Letras PROFLETRAS da Universidade Federal de Uberlândia e ao projeto de pesquisa “Gêneros, discursos e identidades em diferentes práticas sociais”, coordenado pela Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni. Sendo assim, como professora de Ensino Fundamental de escola pública, busco com a presente pesquisa investigar as possíveis contribuições do desenvolvimento de uma proposta didática de ensino de língua portuguesa por meio do gênero discursivo propaganda, para o desenvolvimento, em estudantes do 9º ano do ensino fundamental, da habilidade de argumentar, para fomentar o protagonismo juvenil e o engajamento na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para enfrentamento desses problemas. A escolha desse ano de ensino é devida ao fato de que ministro aulas para turmas de 9º ano, com as quais trabalho textos argumentativos corriqueiramente, e, com isso, pude vivenciar as indagações dos estudantes a respeito do ato de argumentar, defendendo um ponto de vista. A questão em pauta, que me proponho averiguar está relacionada ao estudo das estratégias argumentativas aplicadas à leitura e à produção de textos construídos segundo as convenções do gênero discursivo propaganda, que pode possibilitar ao educando o desenvolvimento de sua capacidade argumentativa, uma vez que este gênero revela as diferentes formas de comunicar e interagir do locutor com o interlocutor, os

quais, mediante o processo de interlocução e o contexto no qual estão inseridos, acabam por envolver-se em um todo persuasivo que visa, dentre inúmeras outras possibilidades, promover uma ideia, influenciar na mudança de crenças, de atitudes, de valores, a partir da argumentação que lhe é inerente.

Concordo com Mosca (1999, p. 17), um estudioso da argumentação, quando ele afirma que:

a argumentação está em toda e qualquer parte. Em toda atividade discursiva, encontramos a argumentação, pois considera o outro como capaz de reagir e de interagir diante das propostas e teses que lhe são apresentadas. A argumentação é a sedução do discurso, pois é ela quem prepara o indivíduo para tratar a linguagem como um modo de convencimento do outro.

Consoante ao exposto, com o propósito de discutir o assunto em pauta, assumo, como na BNCC e nos PCN, a perspectiva enunciativo-discursiva de linguagem, segundo a qual é “‘uma forma de ação interindividual orientada para uma finalidade específica; um processo de interlocução que se realiza nas práticas sociais existentes numa sociedade, nos distintos momentos de sua história’ (Brasil, 2018, p. 67)”.

Nesse contexto, vale destacar que, à luz do que fora exposto, tem-se que, no processo de ensino e aprendizagem, deve-se levar em conta a necessidade de “assumir a centralidade do texto como unidade de trabalho e as perspectivas enunciativo-discursivas na abordagem, de forma a sempre relacionar os textos a seus contextos em várias mídias e semioses” (Brasil, 1998 p. 67), uma vez que dessa forma entende-se que o sujeito tem condições de se tornar capaz de ler, interpretar e posicionar-se criticamente mediante os discursos de poder que muitas vezes lhe são impostos.

Ademais, em conformidade com os PCN e com a BNCC, compreendo nesta pesquisa que

o texto ganha centralidade na definição dos conteúdos, habilidades e objetivos, considerado a partir de seu pertencimento a um gênero discursivo que circula em diferentes esferas/campos sociais de atividade/comunicação/uso da linguagem. Os conhecimentos sobre os gêneros, sobre os textos, sobre a língua, sobre a norma-padrão, sobre as diferentes linguagens (semioses) devem ser mobilizados em favor do desenvolvimento das capacidades de leitura, produção e tratamento das linguagens, que, por sua vez, devem estar a serviço da ampliação das possibilidades de participação em práticas de diferentes esferas/campos de atividades humanas (Brasil, 1998, p.67-8).

Partindo dessa compreensão, da consideração do potencial do gênero propaganda para o trabalho com argumentação e partindo do fato de que inúmeros estudantes apresentam dificuldades em argumentar, em defender um ponto de vista e, muitas vezes, sugerir algo mediante um assunto polêmico e de caráter social, surgiu o interesse em realizar esta pesquisa, que parte da seguinte questão de pesquisa: Como desenvolver a habilidade de argumentar dos

discentes, fomentar o protagonismo juvenil e o engajamento deles na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para enfrentamento desses problemas, nas aulas de língua portuguesa?

Tendo tudo isso em vista defini como **objetivo geral**: Investigar as possíveis contribuições do desenvolvimento de um ensino de língua portuguesa por meio do gênero discursivo propaganda, pautada na articulação de pressupostos do letramento crítico, de estudos sobre argumentação e a respeito do referido gênero, para o desenvolvimento de habilidades dos estudantes do 9º ano do ensino fundamental de argumentar e de produzir propagandas.

E como **objetivos específicos** defini:

- a) investigar se e como o desenvolvimento da proposta mencionada pode contribuir para que alunos do 9º ano adquiram consciência de como, por que e segundo os interesses de quem textos do gênero propaganda podem funcionar;
- b) explicitar as marcas linguístico-discursivas características do gênero propaganda e os efeitos de sentido por elas produzidos;
- c) identificar as diferentes estratégias argumentativas utilizadas em propagandas;
- d) examinar se, na produção de propagandas, os alunos utilizam diferentes estratégias argumentativas para defender uma ideia e persuadir seu interlocutor, de modo a influenciá-lo a agir de determinada forma, se levam em conta as especificidades do gênero, o desenho, o redesenho e a crítica.
- e) elaborar e disponibilizar em site caderno suplementar com a proposta apresentada, a fim de subsidiar o trabalho de outros docentes com a leitura e a escrita por meio do gênero discursivo propaganda.

Assim, partindo da questão de pesquisa norteadora deste trabalho e dos objetivos elencados, pretendo conhecer um pouco mais o público-alvo envolvido nele, a maneira como normalmente lida com os discursos que circulam socialmente, o que sabem sobre isso e, de fato, buscar uma intervenção educacional que possa acrescentar pontos positivos para o aprendizado desse público, estabelecendo entre mim, enquanto pesquisadora, e eles (alunos) uma interação discursiva promissora.

Desse modo, torna-se necessário evidenciar, além do explicitado, que esta investigação se faz importante, uma vez que, embora haja outros estudos realizados em torno do gênero discursivo propaganda, ainda não há uma investigação centrada, especificamente, nos objetivos que proponho e pautados nos pressupostos teóricos que articulo nesta pesquisa. Para ilustrar o exposto, trago os resultados oriundos de busca feita no Google Acadêmico e no Banco de Teses e Dissertações da CAPES, visto que nestes ambientes há trabalhos que foram realizados em

várias áreas do conhecimento e que fazem parte do Programa de Mestrado Profissional em Letras - Profletras - e podem coincidir com a investigação que proponho. Diante disso, realizei a busca por meio dos termos de busca genero + propaganda + argumentação + profletras em que identifiquei dissertações que abordam o gênero propaganda, mas com objetivos e/ou embasamentos teóricos diferentes do que proponho, tais como a de Silva Filho (2020), a de Augusto (2019), a de Silva (2015), a de Santana (2019) e a de Coelho (2015).

Silva Filho (2020), na dissertação intitulada “O gênero propaganda na sala de aula: competência leitora e estratégias de produção textual”, defendida na Universidade Federal da Paraíba (UEPB) discute sobre o gênero propaganda possibilitar ao aluno o desenvolvimento de sua capacidade de ler e escrever, para que possam utilizar-se disso para a sua plena participação nas diversas situações de comunicação social de maneira consciente e crítica. O autor adota a concepção sociodiscursiva de linguagem, visando à reflexão sobre compreensão, produção de texto e estratégias argumentativas, considerando o gênero propaganda. Além disso, utiliza como aporte teórico os estudos de Bakhtin (2016), Marcuschi (2008), que discutem sobre gêneros textuais/discursivos; Koch e Elias (2017), Antunes (2003), que refletem acerca do processo de ensino, ler e escrever; Cobra (1991), Leduc (1980), e Sandman (2003) que discutem a respeito da propaganda. Houve, durante a realização da pesquisa, a aplicação de uma sequência didática inspirada no modelo de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), a partir da qual explorou-se a leitura e a produção do gênero propaganda como uma maneira de associar teoria e prática. Ao final do trabalho, segundo o autor, os alunos desenvolveram competências e habilidades em interpretação e produção textual do gênero propaganda, por meio do trabalho desenvolvido a partir dos elementos constitutivos dos gêneros na perspectiva de Bakhtin (2016).

A dissertação de Augusto (2019): “Leitura e produção do gênero anúncio de propaganda: uma abordagem dialógica no ensino fundamental” defendida na Universidade Federal da Paraíba (UEPB) consiste em mais um trabalho que também tem o gênero propaganda contemplado. Nele, a autora afirma que o seu objetivo principal é o de desenvolver a competência de compreensão e produção de texto multimodal em alunos do 8º Ano do Ensino Fundamental da rede pública. Para isso, a autora adota como base teórica autores como Marcuschi (2008), Koch e Elias (2006), os quais, segundo ela, defendem que para construir os sentidos do texto, é necessária a interação do leitor, através da ativação de seus conhecimentos prévios e do contexto para construção dos sentidos. Além destes, de acordo com ela, para ativar os conhecimentos enciclopédicos do leitor, Kleiman (2016), Solé (1998) e Koch (2016) também foram acionados, ressaltando a importância das estratégias leitoras cognitivas e metacognitivas. Para alcançar os objetivos propostos, a autora fez uso da pesquisa bibliográfica e da proposta

de intervenção, por meio da sequência didática de Dolz e Schneuwly (2004), empregando o gênero anúncio de propaganda, com o intuito de abarcar uma visão mais geral dos gêneros em sala de aula, utilizando a linguagem verbal e visual.

Outro trabalho encontrado foi o de Silva (2015): “Os gêneros anúncio publicitário e anúncio de propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica” defendido, na Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Nesta dissertação, o intuito, segundo a autora, é o de apresentar o resultado da aplicação/análise de uma proposta de leitura e escrita, do gênero anúncio publicitário e do gênero anúncio de propaganda, para alunos do ensino fundamental, 9º Ano. O objetivo dela foi o de desenvolver leitores críticos e reflexivos. Para a construção desse material, ela tomou como base a Análise de Discurso Crítica (Fairclough, 2001, 2003) e a abordagem de ensino de gêneros da Escola de Sydney (Rothery, 1996). De acordo com a autora, a escolha dessas concepções se deu pelo fato de que elas se preocupam tanto com os aspectos linguísticos quanto com os aspectos sociais que norteiam a linguagem. Ademais, optou por utilizar o gênero anúncio publicitário e de propaganda, situados no contexto da Ditadura Militar Brasileira, a fim de resgatar a memória e a história do país, bem como para promover uma discussão atual diante de pedidos pela volta da ditadura. Quanto à metodologia, a autora fez uso da etnografia crítica (Taylor, 1996) para a coleta de dados; e, para a análise, a Análise de Discurso Crítica (Fairclough, 2001, 2003). De forma geral, abordou, de acordo com a concepção tridimensional do discurso, na prática textual, o vocabulário; na prática discursiva, os processos de produção, distribuição e consumo e a intertextualidade; e na prática social publicitária priorizou as questões voltadas à ideologia. Quanto à Escola de Sydney, utilizou o ciclo de ensino de aprendizagem com os seguintes estágios: Negociação do Campo, Desconstrução, Construção Conjunta e Construção Independente.

Além das dissertações acima, também há a de Santana (2019): “Letramento crítico multimodal na aula de língua materna: o discurso machista em anúncios publicitários veiculados pela internet”. Este trabalho, de acordo com a autora, buscou desconstruir estruturas ideológicas que impedem a igualdade de gênero e, também, intervir contra discursos que perpetuam papéis sociais desiguais entre homens e mulheres. Ele teve, ademais, o objetivo principal de analisar, em aulas de língua materna, com alunos do 9º ano, do Ensino Fundamental, de uma escola pública de Fortaleza, no Ceará, o corpus gerado na prática de letramento, com a intenção de identificar práticas simbólicas de discriminação contra a mulher, considerando autores, como: (Bourdieu, 2009; Magalhães, 2005a, 2009), levando em conta discursos machistas que se impõem nas práticas sociais situadas entre as estruturas da sociedade e as ações dos indivíduos. A fundamentação teórica foi baseada na Análise de Discurso Crítica

(Fairclough, 2001, 2003; Resende; Ramalho, 2014) e suas relações com as construções ideológicas e hegemônicas (Thompson, 2011; Gramsci, 1999) presentes nas práticas discursivas. A pesquisa explorou a natureza multimodal dos anúncios publicitários com base na Gramática do Design Visual (Kress; Van Leeuwen, 2006). Isso permitiu analisar a reprodução das relações sociais, a comunicação dos fatos e a interação com os leitores. A autora buscou estratégias metodológicas que favorecessem a compreensão das questões simbólicas do objeto de estudo, optando por uma abordagem de pesquisa-ação (Thiollent, 2011). Houve ênfase na análise dos anúncios publicitários, levando em consideração os aspectos estruturais e culturais do gênero discursivo (Bakhtin, 2000), (Marcuschi, 2008), (Swales, 1990), (Magalhães, 2005b). Além disso, a produção textual foi abordada através do redesenho (Janks, 2010), com o objetivo de promover o letramento crítico multimodal.

Quanto à dissertação de Coelho (2015): “Argumentação e persuasão na sala de aula: o gênero propaganda” defendida na Universidade Federal de Sergipe (UFS), ela versa, de forma semelhante à minha proposta, sobre a argumentação e a persuasão encontradas no gênero textual propaganda e tem por objetivo destacar a importância da retórica para a compreensão, interpretação, análise e produção de textos em sala de aula, a fim de tornar os estudantes leitores e escritores críticos. Ainda de acordo com ela, essa dissertação tem um enfoque qualitativo-interpretativo e de aplicação didático-pedagógica. Nesse contexto, Coelho afirma que para melhor contribuir com a prática do professor em sala de aula, foi proposto um caderno pedagógico com sugestões de atividades práticas envolvendo os temas discutidos. Para o desenvolvimento deste estudo, ela adotou bases teóricas de autores como, Fiorin, que privilegia análises de textos persuasivos; as pesquisas aplicadas no âmbito da psicologia e da educação, realizadas por Schneuwly e Dolz, que têm como objetivo o desenvolvimento de sequências didáticas para o ensino-aprendizagem dos gêneros do discurso como instrumentos de comunicação e interação social; a teoria moderna da argumentação ou Nova retórica, fundada por Perelman e Olbrechts-Tyteca que analisam os raciocínios transcritos em textos impressos, dentre outros.

Diante disso, cabe esclarecer que todos os trabalhos realizados em torno do gênero discursivo propaganda são significativos e apresentam uma contribuição importante no que concerne ao estudo da língua portuguesa. Porém, vale destacar, que, com exceção da dissertação de Coelho (2015), as demais não evidenciaram se o trabalho com o referido gênero discursivo permite ao educando adquirir competência argumentativa nem se contribui para o desenvolvimento do letramento crítico dos discentes. Assim sendo, destaco a relevância e a pertinência desta pesquisa que proponho, cujo intuito é o de levar o estudante a desenvolver

não só a sua capacidade leitora, mas também discursiva/crítica e argumentativa, a qual com certeza, deve ser ampliada e aprofundada para que ele possa saber lidar com outras leituras que envolverão o contexto educacional e social no qual estará envolvido.

É imprescindível pontuar, além disso, que este estudo se justifica também pelo fato de que ele servirá, pois, como um recurso a mais para o trabalho com a língua no contexto de sala de aula, já que o material disponível na Rede Pública de ensino é de certo modo insuficiente ao professor. Isso porque caso seja necessário acrescentar ao assunto trabalhado mais informações e atividades, o livro didático disponibilizado pelo MEC apresenta lacunas e superficialidade quanto às tarefas disponíveis. Ressalto, nesse viés que, no decorrer de minha trajetória profissional, deparei-me com materiais didáticos que não abrangiam todos os aspectos necessários para o trabalho com a língua portuguesa, pois apresentavam espaços vazios ou incompletos que precisavam ser suplementados com outras informações e atividades adicionais. Além disso, não se pautavam em pressupostos do letramento crítico de forma que contemplassem as possibilidades de análise crítica de modo mais aprofundado dos usos da língua e de diferentes semioses no gênero discursivo propaganda, e como sabemos, o desenvolvimento da competência leitora, analítica, discursiva, crítica e argumentativa do educando é possível mediante um trabalho que explore as especificidades do gênero, conforme proponho com esta pesquisa.

2 DA REVISÃO DOCUMENTAL, DA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA E DOS PROCEDIMENTOS

Inicialmente, antes das abordagens teóricas que se seguem, é válido considerar o fato de que a sociedade atual se mostra complexa e, em vista dessa realidade, requer que os sujeitos do processo de ensino-aprendizagem desenvolvam habilidades educacionais de forma autônoma e contínua, as quais possam contribuir para que, ao longo da vida, eles se sobressaiam criticamente mediante as diferentes situações comunicativas em que se encontrem. Esse, por conseguinte, é o desafio que nós profissionais da educação temos pela frente. Sendo assim, novas maneiras de conduzir o ensino de língua portuguesa, com certeza devem ser pautadas no estudo da linguagem como forma de comunicação e interação social.

Nesse sentido, a partir dos objetivos apresentados nesta pesquisa, esta seção elucida os pressupostos teóricos basilares para a investigação que propus no âmbito do ensino de língua portuguesa, considerando o trabalho com o gênero discursivo propaganda. Com base nisso, explícito, nesta seção, teorias, subdivididas em subseções, voltadas para o ensino de língua materna no contexto educacional, tomando como princípio norteador das reflexões sobre o trabalho com a língua portuguesa por meio dos gêneros discursivos, o que é proposto nos PCN e na BNCC. Discorro, também, de forma breve, sobre o trabalho com o campo jornalístico-midiático, no qual se enquadra o gênero discursivo mencionado; acerca dos conceitos relativos ao gênero discursivo segundo Bakhtin e as especificidades do gênero propaganda; a respeito da concepção de gênero discursivo à luz desse mesmo estudioso; sobre o gênero propaganda; os pressupostos basilares do letramento crítico e, também, a respeito da argumentação como sendo a arte de convencer e persuadir.

2.1 Ensino de língua portuguesa na perspectiva dos PCN e da BNCC: um olhar para o campo jornalístico-midiático

Em consonância com os PCN e a BNCC, o ensino de Língua Portuguesa pauta-se no trabalho com gêneros, tomando o texto como unidade de ensino. Com isso, busca o desenvolvimento da competência discursiva do aluno, a qual consiste em promover as suas habilidades de leitura e escrita, de modo a levá-lo a interagir, argumentando e contra-argumentando de forma crítica, sendo capaz de estabelecer sua plena convivência em sociedade, tal como já propunham os PCN (Brasil, 1997). De acordo com esse documento:

Tornando-se a linguagem como atividade discursiva, o texto como unidade de ensino e a noção de gramática como relativa ao conhecimento que o falante tem de sua linguagem, as atividades curriculares de Língua Portuguesa correspondem, principalmente, a atividades discursivas: uma prática constante de escuta de textos

orais e leitura de textos escritos, que devem permitir, por meio da análise e reflexão sobre os múltiplos aspectos envolvidos, a expansão e construção de instrumentos que permitam ao aluno, progressivamente, ampliar sua competência discursiva (Brasil, 1998, p. 29)

Isso nos leva ao entendimento de que o ensino, nessa perspectiva, deve, além do exposto, ser contextualizado e articulado ao uso social da língua, uma vez que esta evolui e sofre alterações assim como a sociedade e os seus falantes. Por falar nisso, é importante salientar a BNCC, a qual é um reflexo de tais mudanças na medida em que apresenta inovações no que concerne ao trabalho com a língua materna, estimulando a aprendizagem, por meio do incentivo à promoção de atividades escolares mais práticas e menos tradicionais. Tudo isso sem deixar de acompanhar o que sugerem os PCN. Nesse sentido, a Base evidencia, em consonância com os PCN, a importância de se inserir nas práticas educacionais a compreensão dos gêneros, tomando os textos como unidade de ensino, considerando que, por meio deles, o estudante pode ser levado ao aperfeiçoamento da sua capacidade de leitura, de interpretação, de compreensão e de escrita. Diante disso, ao assumir a centralidade do texto, o documento reforça:

o texto como unidade de trabalho e as perspectivas enunciativo-discursivas na abordagem, de forma a sempre relacionar os textos a seus contextos de produção e o desenvolvimento de habilidades ao uso significativo da linguagem em atividades de leitura, escuta e produção textual em várias mídias e semioses (Brasil, 2017, p. 65).

Com base nisso, entende-se que o aluno, mediante uma prática educacional que visa a compreensão da linguagem na perspectiva dos gêneros e do texto como unidade de ensino, pode ampliar o seu conhecimento de forma significativa, mais próximo de sua realidade e campo de atuação, sabendo lidar de forma crítica e responsável em todos os aspectos em torno da língua, envolvendo não só as questões linguísticas, mas também os recursos semióticos inseridos nos discursos que circulam socialmente.

Nesse contexto, a BNCC enfatiza a pertinência de se promover:

a participação dos estudantes em atividades de leitura com demandas crescentes, uma vez que isso possibilita uma ampliação de repertório de experiências, práticas, gêneros e conhecimentos que podem ser acessados diante de novos textos, configurando-se como conhecimentos prévios em novas situações de leitura (Brasil, 2018, p. 75).

Para essa promoção e para atingir diferentes objetivos apresentados na BNCC, ela é organizada em campos de atuação social, aos quais estão associados diferentes gêneros. Os campos são: da vida cotidiana (anos iniciais); artístico-literário; das práticas de estudo e pesquisa; jornalístico-midiático; e de atuação na vida pública. Tendo em vista o foco deste trabalho no gênero discursivo propaganda, teço considerações, a seguir, sobre o campo jornalístico-midiático do qual faz parte a propaganda. Tal campo de atuação social “caracteriza-se pela circulação dos discursos/textos da mídia informativa (impressa, televisiva, radiofônica

e digital) e pelo discurso publicitário. Sua exploração permite construir uma consciência crítica e seletiva em relação à produção e circulação de informações, posicionamentos e induções ao consumo” (Brasil, 2018, p. 489). Em relação a esse campo, busca-se

ampliar e qualificar a participação das crianças, adolescentes e jovens nas práticas relativas ao trato com a informação e opinião, que estão no centro da esfera jornalística/midiática.” e lhes propiciar experiências que lhes permitam desenvolver “autonomia e pensamento crítico para se situar em relação a interesses e posicionamentos diversos e possam produzir textos noticiosos e opinativos e participar de discussões e debates de forma ética e respeitosa (Brasil, 2018, p. 140).

Com base nisso, salienta-se ainda que, neste campo, assim como nos demais mencionados na BNCC, busca-se desenvolver habilidades relacionadas a todas as práticas de linguagem: oralidade, análise linguística e semiótica, leitura e produção de texto. Dado o enfoque desta pesquisa, elenco no quadro abaixo as habilidades ligadas a cada uma dessas práticas associadas ao campo jornalístico-midiático. Para a construção do referido quadro, vale salientar, que foi feito um recorte, considerando apenas habilidades que se espera que o estudante desenvolva mediante as atividades propostas por meio do gênero propaganda.

Quadro 1 - Habilidades do campo jornalístico-midiático, conforme a BNCC

CAMPO JORNALÍSTICO-MIDIÁTICO	
Práticas de linguagem	HABILIDADES
Oralidade:	<p>(EF69LP13) - Engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social (Brasil, 2018, p. 145).</p> <p>(EF69LP14) - Formular perguntas e decompor, com a ajuda dos colegas e dos professores, tema/questão polêmica, explicações e ou argumentos relativos ao objeto de discussão para análise mais minuciosa e buscar em fontes diversas informações ou dados que permitam analisar partes da questão e compartilhá-los com a turma.</p> <p>(EF69LP15) - Apresentar argumentos e contra-argumentos coerentes, respeitando os turnos de fala, na participação em discussões sobre temas controversos e/ou polêmicos (Brasil, 2018, p. 145).</p> <p>(EF69LP19) - Analisar, em gêneros orais que envolvam argumentação, os efeitos de sentido de elementos típicos da modalidade falada, como a pausa, a entonação, o ritmo, a gestualidade e expressão facial, as hesitações etc.</p>
Análise linguística e semiótica:	<p>(EF69LP17) - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e</p>

	<p>argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguísticos-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens) (Brasil, 2018, p. 145).</p>
Leitura:	<p>(EF69LP02) - Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (Brasil, 2018, p. 141).</p> <p>(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente (Brasil, 2018, p. 141).</p>
Produção de Texto:	<p>(EF69LP07) - Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação -, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero) utilizando estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/ alterando efeitos, ordenamentos etc; (Brasil, 2018, p. 143).</p> <p>(EF69LP09) - Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, banner, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, spot, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc; (Brasil, 2018, p. 143).</p>

	<p>(EF89LP11) - Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: cartaz, banner, indoor, folheto, panfleto, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas (Brasil, 2018, p. 179).</p> <p>(EF69LP12) - Desenvolver estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/ redesign (esses três últimos quando não for situação ao vivo) e avaliação de textos orais, áudio e/ou vídeo, considerando sua adequação aos contextos em que foram produzidos, à forma composicional e estilo de gêneros, a clareza, progressão temática e variedade linguística empregada, os elementos relacionados à fala, tais como modulação de voz, entonação, ritmo, altura e intensidade, respiração etc., os elementos cinésicos, tais como postura corporal, movimentos e gestualidade significativa, expressão facial, contato de olho com plateia etc; (Brasil, 2018, p. 145).</p>
--	--

Diante do exposto, verifica-se que, nas práticas de ensino situadas no campo jornalístico-midiático, busca-se a análise em torno das linguagens e semioses associadas aos acontecimentos do dia a dia, na pretensão de levar o estudante a compreender as diferentes maneiras como os discursos são veiculados, as intenções comunicativas que estão envolvidas neles e, também, “as formas de persuasão do discurso publicitário, o apelo ao consumo, as diferenças entre vender um produto e “vender” uma ideia, entre anúncio publicitário e propaganda” (Brasil, 2018, p. 141). Assim sendo, o aluno poderá ter maiores condições de posicionar-se frente aos discursos que lhes são impostos, argumentar e defender o seu próprio ponto de vista de forma consciente. À vista disso, torna-se importante abordar, na subseção seguinte, o que pensa o estudioso Bakhtin a respeito do gênero discursivo e, também, sobre as especificidades do gênero propaganda, o qual revela diversos modos de veiculação dos discursos na sociedade e os seus propósitos comunicativos.

2.2 Gênero discursivo segundo Bakhtin e especificidades do gênero propaganda

De acordo com a teoria de Bakhtin, gênero discursivo é uma forma de linguagem que se caracteriza pela sua estabilidade e previsibilidade em relação a sua composição e estrutura, bem como pelo seu uso social específico. Nesse sentido, vale considerar que essa concepção de gênero se aplica a diversos tipos de discursos presentes em nossa sociedade, incluindo a propaganda, a qual se destaca por sua natureza persuasiva, buscando influenciar o público a

aderir a uma ideia ou causa e sua função comunicativa. Diante disso, na subseção a seguir, será apresentada a concepção de gênero bakhtniana e, depois, em uma outra subseção, uma abordagem sobre as especificidades do gênero propaganda, a fim de compreendermos como a linguagem é usada para construir e fortalecer determinadas ideologias na sociedade.

2.2.1 Concepção de gênero discursivo à luz de Bakhtin

No dia a dia, em todas as atividades que desempenhamos sejam orais, escritas sejam de qualquer outra forma, valemo-nos dos gêneros discursivos. Isso significa que em uma conversa com amigos, na escrita de uma mensagem, de um bilhete, de um documento ou na exposição de uma ideia eles são utilizados. À vista disso, é inegável que os gêneros discursivos se fazem presentes na nossa comunicação e a organizam. Assim, por serem tão importantes, é imprescindível considerá-los e, também, levar em conta o fato de que eles passaram a ser, desde a implementação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) – (Brasil, 1998), meios pelos quais a língua portuguesa deve ser ensinada. Com isso, conceitos e pontos de vista a respeito dessa questão têm tomado proporções que se manifestam nos diversos contextos da educação escolar, reverberando nas discussões sobre os modos de ensinar a língua materna, as maneiras como devem ser interpretados os gêneros discursivos e aplicados no processo de ensino e aprendizagem. Isso porque eles são compreendidos como as formas por meio das quais nos comunicamos.

Sobre essa questão, Bakhtin (2011), estudioso, cuja concepção de gênero foi adotada nesta pesquisa, afirma que a atividade humana está relacionada ao uso da língua, que se concretiza “em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana” (Bakhtin, 2011, p. 262). Para esse estudioso,

os enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional (Bakhtin, 2011, p. 262).

No que concerne à construção composicional e ao estilo, de acordo com Bakhtin (2011), trata-se de elementos fundamentais na formação dos gêneros discursivos. A composição refere-se à organização estrutural do texto, ou seja, como as partes se relacionam e se organizam dentro do todo. Já o estilo se refere às escolhas linguísticas, como a seleção de palavras, construções sintáticas, figuras de linguagem, entre outras. Dessa forma, para Bakhtin, a análise da construção composicional e do estilo é fundamental para compreendermos não apenas o texto em si, mas também a relação entre ele e o contexto em que foi produzido.

A partir do exposto, entende-se, dessa forma, que para Bakhtin (2011), os gêneros do discurso são concebidos como manifestações concretas da língua em uso, revelando diversas relações sociais e propósitos comunicativos entre os sujeitos de diferentes classes e valores ideológicos.

Nesse âmbito, faz-se premente destacar, ainda, que para ele, a palavra “penetra em todas as relações entre os indivíduos, nas relações de colaboração, nas de bases ideológicas, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter políticos, etc.” (Bakhtin, 1995, p.41). Logo, compreende-se que dos discursos que emergem das práticas sociais e das relações de interação entre os falantes, é imprescindível a percepção crítica do indivíduo acerca dos propósitos comunicativos dentro das situações reais de interlocução. Sendo assim e, partindo desse contexto, infere-se os motivos que justificam a importância de se conduzir o ensino de língua por meio dos gêneros discursivos em todos os seus aspectos.

Com base nessa linha de pensamento, vale salientar a concepção sociodiscursiva da linguagem, a qual, à luz de Bakhtin, propõe um ensino voltado para o uso da língua em uma dimensão social, levando em conta que o sujeito do processo de ensino e aprendizagem seja conduzido ao estudo dos gêneros que se distancie das visões tradicionalistas da linguagem, as quais ignoram a questão de que a língua é um fato social. Nesse sentido, afirma Bakhtin (1997, p. 124):

a língua vive e evolui historicamente na comunicação verbal concreta, não no sistema linguístico abstrato das formas da língua, tampouco no psiquismo individual dos falantes. Logo, para o autor, a substância da língua é constituída pelo fenômeno social da interação verbal realizada através das enunciações.

Na esteira desse assunto, torna-se importante afirmar que como os gêneros fazem parte da nossa vida e são produzidos, refletindo as condições específicas e as finalidades de cada uma das formas de comunicação, é possível concluir que são necessários para que a interação entre as pessoas aconteça.

Dessa maneira, levando em conta todo o exposto, na subseção abaixo, um gênero que se faz bastante presente em nosso dia a dia será discutido dada a sua importante e significativa função social. Trata-se, portanto, do gênero propaganda e suas especificidades.

2.2.2 Gênero propaganda

O gênero propaganda pertence à esfera jornalístico-publicitária e consiste em um instrumento de interação social bastante rico, uma vez que é apresentado de forma criativa com uma multiplicidade de recursos linguísticos e extralinguísticos que atendem ao objetivo do

anunciante que é o de provocar no interlocutor uma reação. Tal termo, segundo Pinho (1990, p.19) "vem do gerúndio do verbo *propagare* (latim)" e refere-se à divulgação de ideias. A propaganda, para esse autor é definida como "o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor." Ainda consoante a ele, o seu primeiro uso ocorreu por volta do século XVII, por intermédio da igreja católica. Naquela época, as instituições religiosas eram o principal meio de divulgação de ideias. Todavia, com o passar dos anos e devido a transformações sociais vivenciadas, ao protestantismo, ao surgimento da imprensa associada ao comércio, às novas descobertas no que concerne a outros territórios e, também, à Revolução Industrial, a igreja católica foi perdendo espaço, e outras instituições passaram também a fazer o uso desse gênero discursivo não apenas com fins religiosos.

Diante disso, percebe-se que a propaganda faz parte da vida das pessoas há muito tempo, logo, possui importância significativa no processo de interação social. Isso porque, além de estar presente nos diversos segmentos da sociedade, contribui para envolver os sujeitos das mais diversas maneiras. E por falar nisso, é importante ressaltar que relacionado à divulgação de ideias, em muitos casos, tal gênero é empregado no sentido de publicidade, mas enquanto a publicidade tem como objetivo vender um produto/serviço, a propaganda utiliza-se da persuasão para conseguir a adesão do público quanto às ideias e às ideologias veiculadas (Caldas, 2008).

Nesta seara, é relevante afirmar que a propaganda exerce papel importante quanto à postura do sujeito na sociedade, uma vez que ela o envolve de tal modo, interferindo nas suas formas de agir mediante uma ideia, uma crença, um ponto de vista, uma ideologia. Isso acontece, por exemplo, quando são promovidas propaganda sobre obediência às regras do trânsito, cuja intenção é a de levar o indivíduo a agir, conforme o proposto, para evitar acidentes e/ou outras tragédias de proporções maiores. Portanto, verifica-se a importância desse gênero na vida em sociedade.

Com base nisso, torna-se relevante destacar que, dado o seu caráter dinâmico e envolvente, a propaganda é veiculada em diferentes suportes, como em mídias impressas (livros, revistas, cartazes, banner, outdoor) e digitais (rádio, televisão, internet), podendo ser, conforme Pinho (1990), classificada, de acordo com sua natureza, como:

a) **A propaganda social**, a qual é foco desta pesquisa, uma vez que desempenha um papel importante ao informar e educar a comunidade sobre questões sociais, despertando sua atenção e interesse. Seu objetivo é, de forma persuasiva, mobilizar ações e promover mudanças positivas na sociedade, aumentando a conscientização sobre problemas sociais e suas possíveis

soluções, combatendo a indiferença e a apatia, inspirando as pessoas a se envolverem e a contribuírem para o bem comum.

b) **propaganda política**, a qual tem como propósito difundir filosofias, pensamentos partidários, além de assuntos do campo ideológico e político;

c) **propaganda eleitoral**, cujo objetivo é o de conquistar votos para candidatos de cargos eletivos;

d) **propaganda governamental**, a qual visa a promoção de um governante ou governo, destacando ou modificando a sua imagem;

e) **propaganda institucional** que tem como finalidade promover uma empresa, evidenciando a sua posição tanto para o público interno quanto para o externo;

f) **propaganda corporativa** que tem como objetivo divulgar institucionalmente uma empresa, esclarecendo ao público sobre as políticas, as funções e as normas desse grupo, conquistando uma opinião favorável a ela;

g) **propaganda legal**, cuja origem se deu a partir da promulgação da Lei nº6.404/76, que responsabiliza as empresas de publicar seus balanços, editais e atas de convocação no Diário Oficial, um jornal de grande circulação;

h) **propaganda religiosa** que se vale de formas de divulgação em massa para que sua mensagem de evangelização alcance o público-alvo;

i) **propaganda ideológica** que, conforme o próprio nome diz, consiste na propagação de uma ideologia e isso acontece por meio de técnicas de persuasão.

No tocante à sua estrutura, é importante destacar que a propaganda se apresenta de forma variável. Logo, “o texto escrito ou falado é apenas parte do todo, isto é, o conjunto da propaganda, a textualidade ou o texto completo é formado por sons, imagens - estáticas ou em movimento - e texto linguístico” (Sandman, 2007, p. 11). Vale destacar ainda, que esse gênero possui alguns elementos essenciais na sua estrutura, a saber: título, imagem, corpo do texto em linguagem verbal, marca e slogan. De forma breve esses elementos serão abordados logo abaixo:

Quanto ao título, segundo essa autora, trata-se de uma comunicação verbal, constituída por uma mensagem original e criativa que se destaca pelo uso de letras maiúsculas, negrito, itálico etc. Ele tem o objetivo de chamar a atenção do interlocutor, a fim de que, atraído pelo seu sentido, seja influenciado, envolvido e interesse-se pelo que está sendo anunciado. Quanto à imagem, também chamada de ilustração, é, segundo essa autora, uma forma que se apresenta com sentidos tanto literais quanto não-literais associados ao título que pode ter um caráter polissêmico, conduzindo o público-alvo ao objetivo daquilo que está sendo propagado.

Acerca do elemento texto, que designo como corpo do texto em linguagem verbal, Gonzales (2003) assevera que ele é a argumentação verbal e pode ser apresentado no formato de um único parágrafo ou de vários parágrafos (com introdução, desenvolvimento e conclusão) e disposto abaixo da imagem, a qual é usada normalmente para complementá-lo de maneira a formar uma unidade de sentido. Nesse contexto, vale ressaltar que para Sandman (2012) o texto da propaganda é essencialmente argumentativo e o seu propósito consiste na adesão a uma ideia, a uma crença, por exemplo. Sendo assim, tal elemento se valerá de apelos emocionais de modo a persuadir os interlocutores ideologicamente para que possam aderir ao que está sendo anunciado.

No que concerne à marca, Rabaça & Barbosa (1987, p. 383 *apud* Gonzales, 2003, p.23) afirmam que ela é "o símbolo ou sinal que funciona como elemento identificador e representativo de uma empresa, uma instituição, um produto, etc.". Associado a ela e abaixo da marca, há o slogan, o qual nem sempre está presente, mas é definido como "a mensagem que valida as informações já apresentadas no decorrer do texto" e, segundo Gonzales (2003, p.23), é um recurso importante para reforçar a imagem e a significância do que está sendo anunciado.

Com base nisso, percebe-se que com a finalidade de atingir os seus objetivos, a propaganda se utiliza de vários recursos presentes na língua e na linguagem, causando em seu interlocutor reação. Nesse viés, de acordo com Dionísio (2011, p. 138) "todos esses recursos utilizados na construção do gênero propaganda exerce uma função retórica na construção dos sentidos". Logo, percebe-se que eles contribuem para que o discurso seja convincente e influencie o público-alvo.

Sobre essa questão dos recursos propagandísticos, Carrascoza (2004, p. 38 *apud* Andreu e Freitas, 2012, p. 62) salienta que:

o essencial numa propaganda é seu efeito sedutor, o qual é resultado da utilização de recursos persuasivos, não apenas do código linguístico, mas também dos códigos visuais (morfológico, cromático, fotográfico e tipográfico). Como todos esses códigos estão ligados entre si, o intuito da publicidade nada mais é que o de inculcar/aconselhar o público ouvinte/leitor a julgar favoravelmente um produto/serviço ou uma marca, o que pode resultar numa ação ulterior de compra. Para isso, elogia-se o produto, louvam-se suas qualidades, seu fabricante e com essas estratégias discursivas convence o interlocutor a não só comprar determinado produto, como também repassar ideias, valores que estão expressos implícita ou explicitamente naquela propaganda.

Sendo assim, nota-se a importância de o ensino de Língua Portuguesa conduzir o aluno ao desenvolvimento da capacidade de leitura e de interpretação crítica dos discursos que circulam socialmente por meio da propaganda, exercendo sobre os sujeitos diversos tipos de influência, tornando-os, em muitos casos, submissos aos discursos de poder, uma vez que, dado o seu caráter multimodal, determinam e influenciam os indivíduos, atingindo as suas sensações,

emoções e percepções, conduzindo-os a agirem conforme os interesses de quem está por trás do discurso propagado.

Nesse prisma, entende-se que é de fundamental importância levar ao conhecimento dos alunos as estratégias e os mecanismos utilizados nas propagandas, os quais devem ser discutidos, analisados e problematizados, para que o educando entenda os diferentes discursos que permeiam a vida dos falantes. Além disso, que saibam reconhecer, por meio dos diferentes recursos semióticos imbricados nesse gênero, as ideologias e os efeitos de sentido que o envolvem e refletem diretamente nos modos de agir do sujeito, devendo este saber posicionar-se de forma crítica mediante o que lhe é imposto, argumentando e defendendo o seu próprio modo de pensar sobre as coisas e sobre o mundo em que vive.

Desse modo, como a escola, conforme Ottoni e Lima (2014, p. 14) “é um locus privilegiado para o investimento em possíveis mudanças sociais”; ela se torna ambiente propício para que determinadas práticas educacionais sejam repensadas e reformuladas, a fim de proporcionar ao educando, por meio de metodologias significativas a ele, o entendimento de que a vida em sociedade deve ser levada sem a necessidade de se estar sob o domínio do outro. Ou seja, cada indivíduo é capaz de pensar, refletir, discutir e ser dono do seu próprio pensamento e modo de ser e estar no mundo. Isso é o que propõem os pressupostos basilares do Letramento crítico, os quais serão abordados na subseção seguinte.

2.2.3 Pressupostos basilares do letramento crítico

A sociedade atual, marcada por transformações em vários aspectos em torno da língua, e, também, relacionadas a questões voltadas para os avanços técnico-científicos, apresenta desafios que impactam as relações sociais, culturais e até econômicas. À vista disso, percebe-se a necessidade de as escolas junto aos educadores reformulem suas metodologias e diretrizes pedagógicas, promovendo um ensino que se adeque a essa nova realidade, proporcionando ao aluno a construção de seu próprio conhecimento, compreendendo o contexto social para que dele participe de forma ativa.

Nesse sentido, para que isso se torne realidade é importante considerar o que afirma Freire (1996, p.13):

O educador democrático não pode negar-se o dever de, na sua prática docente, reforçar a capacidade crítica do educando, sua curiosidade, sua insubmissão. Uma de suas tarefas primordiais é trabalhar com os educandos a rigorosidade metódica com que devem se “aproximar” dos objetos cognoscíveis [...]. “É exatamente neste sentido que ensinar não se esgota no “tratamento” do objeto ou do conteúdo, superficialmente feito, mas se alonga à produção das condições em que aprender criticamente é possível.

Nessa vertente, é fundamental levar em conta que a necessidade de adequar o ensino às novas realidades sociais se deu a partir da década de 80. Nesse período, as concepções educacionais voltaram-se para uma visão de ensino que deixaria de considerar a linguagem apenas como expressão do pensamento e como instrumento de comunicação e passaria a ser compreendida como forma de interação. A partir desse contexto, buscar-se-ia um ensino de língua materna, cuja preocupação seria a de desenvolver nos educandos habilidades de leitura e de escrita, levando em conta uma pedagogia em que o educador assumiria uma nova postura frente ao aluno visto, nessa perspectiva, como um sujeito capaz de agir em sociedade e construir o seu próprio conhecimento.

Diante disso, surgiram, na década de 90, os PCN, que consistem em diretrizes elaboradas para orientar os educadores, levando em conta alguns aspectos fundamentais concernentes a cada disciplina a ser ensinada na escola. Os PCN trouxeram um novo olhar sobre o ensino de língua portuguesa, considerando-o como uma forma de promover entre os sujeitos interação nos mais diversos campos da atividade humana, visando uma educação que se distancie do ensino tradicionalista.

Neste contexto de mudança, surgem os estudos sobre letramento. Termo que está ligado ao propósito de atender à nova realidade social que exige do falante habilidades de fazer uso da leitura e da escrita nos contextos sociais. Logo, com as mudanças educacionais vigentes, é importante ressaltar que Letramento busca fazer referência a “práticas sociais de leitura e de escrita mais avançadas e complexas que as práticas do ler e do escrever resultantes da aprendizagem do sistema de escrita” (Soares, 2004 .p.6), cujo objetivo era puramente relacionado à alfabetização.

Sobre essa questão, segundo Kleiman (2005), é possível chegar à conclusão de que o Letramento não se resume ao mundo da escrita puramente, como uma forma de aquisição mecânica de códigos (alfabético, numérico), que reflete um processo individual do estudante, mas como uma maneira de desenvolver habilidades que envolvem outros campos do saber relacionados à vida em sociedade.

Nesse sentido, torna-se necessário enfatizar que muito mais importante que levar o aluno à identificação de letras e decodificação de sinais é contribuir para que ele possa, a partir do texto, desenvolver o raciocínio crítico de modo a refletir sobre a realidade, em um processo que não se encerra no momento em que um assunto específico é compreendido em uma determinada área do conhecimento. Isso porque a educação vai muito além desse aspecto simplista do saber. Ela é dinâmica, envolve valores, ideologias, possibilidades de levar o estudante a desenvolver-se em torno de várias áreas do conhecimento associadas às práticas

cotidianas, as quais permitem ao sujeito relacionar-se socialmente.

À vista disso, é válido salientar que a língua é considerada um fato social e que o letramento, conforme Abreu-Silva (2018, p.184):

deve abarcar mais do que a simples leitura dos textos para cumprir propósitos sociais, torna-se necessário que as pessoas se posicionem criticamente sobre suas comunidades, ofereçam possíveis soluções para problemas sociais e percebam o caráter ideológico e social das práticas escritas e leitoras.

Nesse viés, considera-se que o ensino deve ser pautado na perspectiva do texto, levando o aluno à percepção de que os sentidos que são construídos por meio dele ocorrem, considerando o seu contexto de produção, os fatores socioculturais que o envolvem, de modo que seja possível o reconhecimento da língua, muitas vezes, carregada de ideologias que contribuem para que a realidade seja mascarada e impeça que as pessoas a vejam tal qual ela é.

Sendo assim, nota-se a importância do ensino baseado nos pressupostos do Letramento Crítico (doravante LC). Conforme Takaki e Santana (2014, p. 60-61),

o projeto de letramentos críticos (Cervetti, *et al.*, 2001; Freire, 2005; Kalantzis; COPE, 2012; Menezes de Souza, 2011; Monte Mór; 2011) propõe um trabalho de escuta que não busque reduzir nem o ‘eu’ nem o ‘outro’, mas estabelecer relações de significação onde as diferenças sejam espaços para a reinterpretação, releitura de mundo e renegociação de sentidos. E nós, professores/educadores/pesquisadores/aprendizes, precisamos estar conscientes sobre essas contingências, dispostos a nos engajar em uma educação mais ‘transformativa’.

Diante disso, é válido ressaltar que os estudos voltados para o LC visam levar o educando a enxergar além da materialidade do texto, reconhecendo não só as formas de elaboração e organização dele, mas também a sua função comunicativa. Nesse aspecto, é preciso considerar o pensamento de Fairclough (2003), no que tange às práticas de sala de aula voltadas para a análise textual, bem como para a produção de texto. Para esse autor, o educador deve conduzir o ensino dos estudantes, considerando, dentre outras coisas, os discursos veiculados por meio dos gêneros, os quais desempenham um papel crucial na organização das formas sociolinguísticas, ou seja, na maneira como as pessoas utilizam a linguagem em diferentes contextos sociais, permitindo-lhes a compreensão mútua e a compreensão da comunicação. Fato que reforça a importância de os discentes serem conduzidos à percepção mais aprofundada dos discursos que circulam socialmente por meio dos gêneros, a fim de não serem manipulados por eles.

Nesse âmbito, Barbosa (2023), pesquisador do Grupo de Pesquisa em Práticas de Ensino de Línguas e Literatura da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (GPELL/UERN), também defende a importância de uma prática de letramento crítico como ferramenta para promover mudanças sociais por meio da leitura e produção escrita. Para o autor, o letramento crítico é uma habilidade fundamental para que os indivíduos possam compreender

e questionar as estruturas sociais e políticas que os cercam, bem como para que possam se expressar de forma clara e eficaz em suas lutas por mudanças sociais. Barbosa considera necessária uma abordagem pedagógica que valorize a reflexão crítica sobre a linguagem e a sociedade, a fim de formar cidadãos conscientes e atuantes em suas comunidades.

Assim sendo, é essencial reconhecer que o ensino com vistas para o desenvolvimento do LC tem como objetivo levar os alunos a questionar as normas e convenções impostas pelos discursos dominantes e poderem ampliar sua compreensão sobre essas questões e a sua participação ativa na sociedade. Então, à vista disso, nota-se que o educador, ao assumir o trabalho na perspectiva do texto como unidade de ensino e com base nos gêneros, possibilita aos alunos o desenvolvimento de habilidades retóricas, no sentido de ler, interpretar, argumentar, posicionar-se criticamente, permitindo-lhes plena participação social, e com isso, pôr em prática o que é sugerido na teoria do LC. Este, segundo Oliveira (2017, p.15) é definido como:

uma série de princípios educacionais para o desenvolvimento de práticas discursivas de construção de sentidos. Práticas de letramento crítico “incluem uma consciência de como, porque, e segundo os interesses de quem, textos em particular podem funcionar.” Ensinar letramento crítico, assim, encoraja o desenvolvimento de posições e práticas de leitura alternativas para questionar e criticar textos e suas formações sociais e assunções sociais afiliadas. [...] O letramento crítico envolve análise e crítica da relação entre textos, linguagem, poder, grupos sociais e práticas sociais.

Com base nisso, ressaltam os autores Lopes, Andreotti e Menezes de Souza (2006, p.5 e 6), os quais defendem que dado o caráter dinâmico da língua e o fato de ela estar relacionada aos contextos de uso social do falante, torna-se necessário que na sala de aula o educador trabalhe textos considerando os aspectos socioculturais que os envolvem, os quais influenciam nos sentidos construídos pelo leitor, uma vez que possuem marcas da realidade na qual estão inseridos. Assim sendo, os autores elaboraram um quadro conceitual, que visa à ilustração dos diferentes tipos de leitura, a saber: leitura tradicional, leitura crítica e letramento crítico. Tendo isso em vista, na proposta de intervenção didática desta pesquisa, tal quadro será articulado por meio de questionamentos, contemplando a coluna concernente ao letramento crítico. Entende-se, nesse viés, que a adoção dessas formas de leitura pode levar o aluno ao desenvolvimento de um olhar mais crítico sobre os textos.

Quadro 2 - Objetivos de leitura e a atuação do professor ao trabalhar o texto com a turma sob a perspectiva do Letramento crítico

LEITURA TRADICIONAL	LEITURA CRÍTICA	LETRAMENTO CRÍTICO
O texto representa a verdade? É fato ou opinião? É tendencioso ou neutro? Está bem escrito/claro? O que o autor quer dizer? Qual nível de autoridade ele/ela possui?	A quem se dirige o texto? Qual é a intenção do autor? Qual é o contexto? Como o autor manipula o texto? Quais afirmações não têm embasamento? Por que o texto foi escrito desta forma?	Quais são os pressupostos e possíveis implicações das afirmações? Como a realidade é definida? Quem a define? Em nome de quem? Para o benefício de quem? Quais são as limitações ou contradições nesta perspectiva? Como estas afirmações (ou palavras) poderiam ser interpretadas em contextos diferentes?
<i>Estratégia:</i> DECODIFICAÇÃO	<i>Estratégia:</i> INTERPRETAÇÃO	<i>Estratégia:</i> QUESTIONAMENTO
<i>Foco:</i> mensagem/conteúdo, autoridade e legitimidade do falante e do texto.	<i>Foco:</i> contexto da escrita, intenções e estilo de comunicação	<i>Foco:</i> pressupostos, saber, produção, poder, representação e implicações
<i>Objetivo:</i> desenvolver uma compreensão do conteúdo e/ou estabelecer o valor de verdade do texto.	<i>Objetivo:</i> desenvolver reflexão crítica (habilidade de perceber intenções e razões)	<i>Objetivo:</i> desenvolver reflexividade (habilidade de identificar pressupostos / implicações)

Fonte: Lopes, Andreotti e Menezes de Souza, 2006, p.6

Consoante ao exposto e considerando o elencado no quadro acima, vale destacar que o LC leva em conta o uso consciente da língua, no sentido de que se deve considerar o fato de que não basta ao indivíduo saber ler e escrever, é preciso que ele desenvolva habilidades críticas em todos os aspectos. Assim sendo, é importante ressaltar que tal teoria valoriza a utilização do texto em sala de aula como unidade de sentido. Isso significa que o texto - tanto oral quanto escrito - é uma construção de significados em que podemos observar como os discursos de uma determinada sociedade funcionam, considerando não somente a materialidade do texto, mas também outros elementos, como o contexto, no qual ele está inserido. Ou seja, onde ele foi produzido, a quem se destina, onde circula, entre outras questões, possibilitando ao estudante atuar não como um simples leitor, mas também como ser crítico daquilo que lê e escreve.

Com base nisso, é importante levar em conta o pensamento de Janks (2010, 2011), no qual Guisardi e Ottoni (2020, p. 154) se baseiam ao afirmarem que:

é fundamental a assunção de uma posição crítica quanto aos textos, por meio da qual o leitor poderá questionar os modos como os recursos semióticos foram usados para construir sentidos nos textos, o escritor poderá refletir sobre as escolhas que pode fazer na produção de seus textos e sobre os efeitos delas, e produtor e leitor poderão

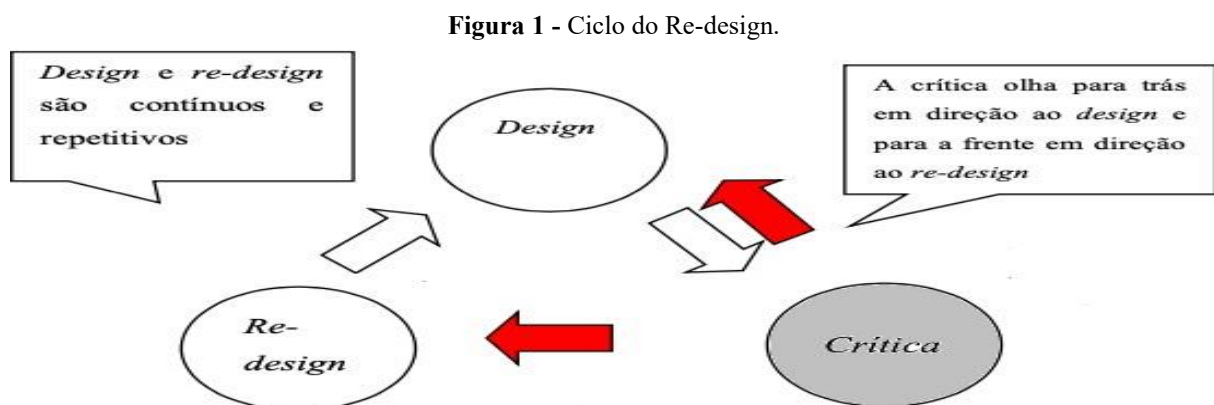
analisar como os mesmos recursos poderiam ter sido aproveitados para reconstruir/redesenhar e reposicionar um texto.

Quanto ao aspecto relacionado à posição crítica acerca dos textos, tal autora afirma:

a criticidade permite que os participantes se envolvam conscientemente com as formas em que os recursos semióticos foram aproveitados para servir aos interesses do produtor e como os recursos diferentes poderiam ser aproveitados para reconstruir e reposicionar o texto. É um olhar tanto para trás como para frente (Janks, 2011, p. 153)

Assim sendo, considerando os aspectos relativos à criticidade, vale ressaltar que o LC tem papel fundamental nessa questão, uma vez que permite ao indivíduo uma gama de possibilidades de ler e construir sentidos de forma mais consciente, crítica, investigativa e, também, reflexiva. Algo que condiz com a realidade atual - multissemiótica -, a qual tem sido cada vez mais permeada por uma diversidade cultural e tecnológica, que tem modificado os modos de produção e distribuição de conteúdo, exigindo de certa maneira que os sujeitos vão além do simples ato de ler e/ou de decodificar sinais.

Sobre essa questão, Janks (2018) defende a necessidade de promover tanto a crítica - desconstrução dos textos - como o re-design - a sua reconstrução, o que consiste em um movimento tanto para trás quanto para frente, como representado na figura a seguir:



Fonte: (Janks, 2018, p. 18)

Para Janks, o olhar crítico sobre os textos permite que se possa perceber os recursos semióticos empregados neles, sendo possível reconhecer a que eles servem e aos interesses de quem, oportunizando ao sujeito aproveitar tais recursos, a fim de reconstruir e re-posicionar o texto. Ou seja, é possível, nesse sentido, perceber a finalidade do uso dos recursos semióticos e a sua função, segundo os interesses de quem os empregou. Assim sendo, torna-se evidente o reconhecimento da importância da criticidade, a qual permite ao sujeito agir nas práticas sociais de forma mais consciente.

Desse modo, vale salientar, ainda, que consoante à autora é o Design que “nos permite falar sobre como vamos selecionar e organizar toda a gama de signos na construção de sentidos

incluídos nos textos: palavras, leiaute, imagens, cores, fontes, movimento, som e outros mais” (Janks, 2016, p. 35-46). E, no que tange ao re- design, é importante levar em conta o fato de que o texto pode ser diferente, pode ir além do que está exposto visualmente e isso requer do leitor um olhar amplo, transformador, crítico capaz de reconhecer os possíveis interesses do enunciador. Então, nesta seara, de acordo com Janks, é “preciso ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto para poder redesenhá-lo” (Janks, 2011, p. 152).

Em relação à crítica, entende-se, conforme Janks, que ela faz parte de um processo reflexivo da leitura e da escrita, possibilitando ao sujeito fazer julgamentos acerca do texto, analisá-lo de várias formas e sob diferentes possibilidades, não representando um fim em si mesma. Isso significa que ser crítico é também ser capaz de analisar uma situação, refletir sobre ela e propor mudanças em uma determinada realidade, mostrando-se um ser ativo socialmente e não o contrário.

Isso posto, para a leitura e a análise de textos, Janks (2013) sugere algumas questões críticas, as quais estão representadas na Figura 2 a seguir:

Figura 2 - Questões críticas.



Fonte: Janks (2013, p. 39)

As questões críticas acima permitem, com base em Janks, a análise de textos em uma dimensão mais reflexiva e que vai muito além da palavra escrita, reforçando o que é proposto no LC. Isso porque possibilitam a exploração dos vários aspectos semióticos que compõem os textos e, também, da percepção das estratégias argumentativas imbricadas neles.

Nesta seara, vale ressaltar que, no viés da teoria do LC, a língua é concebida como discurso, o que, de acordo com Jordão (2006, p. 7), trata-se de “perceber a língua como ideológica, perpassada por relações de poder que ela mesma constrói [...]”. Isto posto, considera-se o fato de que os sentidos não são únicos, uma vez que são construídos nas práticas

discursivas que ocorrem no processo de interação social, já que as pessoas são sujeitos sociais e, em virtude disso, estão imersas nas relações que envolvem o uso da língua, em contextos permeados por situações de poder que necessitam ser compreendidas. Desse modo, torna-se evidente que o trabalho com a língua, levando em conta o LC, proporciona ao sujeito ampliar a sua percepção de mundo ativamente, considerando a sua capacidade de, a partir desse contexto, reconhecer de forma crítica as desigualdades, as injustiças na sociedade e assim ser capaz de analisar a sua própria postura e posição frente ao outro. Sobre essa questão, Menezes de Souza (2011) afirma, na perspectiva do LC, que o sujeito, mediante o processo de interação, se preparado para lidar com os diferentes confrontos sociais e com diferenças de toda espécie, torna-se capaz de compreender o mundo que o cerca.

Portanto, nota-se que cabe à escola, ainda conforme esse autor, em consonância com o pensamento de Paulo Freire, “promover o afastamento das leituras ingênuas do mundo para desenvolver leituras mais críticas” (Menezes de Souza, 2011, p. 132). Ou seja, é papel da escola promover o afastamento dessas leituras ingênuas, estimulando a formação de leituras mais críticas. Isso implica desenvolver nos alunos a capacidade de analisar, questionar e interpretar o mundo de forma mais profunda, considerando diferentes perspectivas, desafiando as narrativas dominantes e refletindo sobre as implicações sociais, políticas e culturais envolvidas. A ideia é ir além da superfície, buscando uma compreensão mais ampla e contextualizada da realidade. Nesse sentido, vale destacar que Freire (2005) enfatiza o papel da educação em levar o sujeito do processo de ensino-aprendizagem ao reconhecimento da importância de aprender a escutar/ouvir. Com isso, lembra-nos de que “... no fundo, não é falando que eu aprendo a falar, mas escutando que eu aprendo a falar” (Freire, 2005, p.157). Posto isso, entende-se, consoante a esse autor, que

Nesse processo de desenvolvimento da percepção crítica da relação palavra-mundo, passa-se da consciência ingênua, do senso-comum, de simplesmente ‘estar no mundo’ para a consciência da conexão e da diferença entre estar no mundo e estar com o mundo, fazendo-se sujeito pertencente a esse universo imbricado no contexto da comunicação, no qual tanto o autor quanto o leitor estão no mundo e com o mundo. Freire (2005, p.242).

Nesse contexto, sobre LC, Jordão (2013) defende a importância de o ensino de língua materna priorizar o trabalho educacional voltado para o desenvolvimento da capacidade crítica do aluno, tornando-o capaz de agir na sociedade, reconhecendo seus saberes e práticas sociais, de maneira a sempre questionar os diferentes posicionamentos tomados como verdades absolutas; perceber a multiplicidade de sentidos possíveis existentes no mundo, dentro da sala de aula e fora dela. Diante disso, é evidente, nessa perspectiva, que o LC prevê um ensino que considera a língua como uma forma de manifestação do sujeito como ser social. Baseando-se em Street (2010), Jordão (2013) explana que:

No Letramento crítico (LC) a língua é discurso, espaço de construção de sentidos e representação de sujeitos e do mundo. Os sentidos não são “dados” por uma realidade independente do sujeito: eles são construídos na cultura, na sociedade, na língua. Isso significa dizer que a língua, que tem sua existência nas práticas sociais, é um espaço ideológico de construção e atribuição de sentidos, o que se dá num processo enunciativo sempre contingente (relativo a sujeito, tempo e espaço específicos), numa prática situada de letramento (Jordão, 2013, p.73).

Sendo assim, partindo desse contexto, é imprescindível que as escolas estejam voltadas para uma prática de ensino de língua materna que adote metodologias que transponham o conhecimento de forma a conduzir o educando ao uso da língua em seu contexto social sem estar limitado a um aprendizado sobre regras isolado do seu uso real e sem significado. Isso é o que propõe a BNCC. Tal documento visa que a educação possibilite ao aluno o desenvolvimento de competências que o leve a sua própria autonomia e protagonismo, assumindo uma posição mais ativa no processo de aprendizagem. Nesse viés, ressalta-se que os estudos do LC convergem para um ensino cujo foco esteja voltado para o uso social da linguagem mediante o qual o sujeito se coloca como um indivíduo capaz de agir conforme as suas próprias maneiras de pensar sem se deixar influenciar pelo outro. Ainda sobre essa questão relacionada ao LC, Abreu-Silva (2018) afirma que: “afiliar-se a essa perspectiva implica alcançar níveis mais altos da compreensão leitora e escrita compreendendo que todo texto tem caráter cultural e ideológico, que não há verdades absolutas, que toda organização de poder é transmitida por discursos.”

A partir disso, Abreu-Silva (2018) completa expressando que

ler sob a ótica do letramento crítico é refletir com o fim de compreender as relações de gênero, raça, sexo, classe social que são impostas através de publicidades, livros didáticos, jornais, sites, panfletos, cultos religiosos, discursos políticos, transmissão de ideologias entre familiares etc.

Em suma, o trabalho educacional, desenvolvido por um educador que assume essa perspectiva de ensino, leva os educandos a vivenciarem inúmeras situações que lhes permitirão desenvolver habilidades diversas, evidenciando a relevância do LC. Este que, com base em Carbonieri (2016, p.133),

ajuda-nos a examinar e combater visões estereotipadas e preconceituosas que porventura surjam nas interações em sala de aula e fora dela. É uma perspectiva educacional que tem como propósito instigar o indivíduo a repensar sua realidade, auxiliando-o a tornar-se mais consciente e autônomo para transformá-lo, se assim o decidir. O letramento crítico interroga as relações de poder, os discursos, ideologias e identidades estabilizados, ou seja, tidos como seguros ou inatacáveis. Proporciona meios para que o indivíduo questione sua própria visão de mundo, seu lugar nas relações de poder estabelecidas e as identidades que assume. Alicerça-se no desafio incansável à desigualdade e à opressão em todos os níveis sociais e culturais. Nesse sentido, o letramento crítico só pode ser uma prática descolonizadora que busque interromper a colonialidade do poder ainda em curso.

Diante disso, oportunamente, uma seção sobre a importância da arte de argumentar: convencer e persuadir será apresentada com foco na necessidade de discutir a respeito de o sujeito do processo de ensino-aprendizagem ser levado à percepção do saber gerenciar relações como forma de não se deixar persuadir pelo discurso do outro, assim como também de ter consciência de agir em sociedade, estabelecendo uma relação de interação social para a sua plena convivência cidadã.

2.2.4 Argumentar: convencer e persuadir

Segundo Abreu (1999, p. 9), “argumentar é a arte de convencer e persuadir”. Ela está presente desde as civilizações passadas, e remonta Atenas, na Grécia antiga, por volta de 427 a. C (Abreu, 1999 p, 10), desempenhando papel fundamental nos discursos. De acordo com esse estudioso, saber argumentar é importante para que se possa exercer a cidadania, fazer valer os direitos do cidadão, os quais, envolvidos em um processo de interação social, argumentando, podem contribuir para a diminuição de discórdias, posicionando-se criticamente de modo a promover o entendimento entre as pessoas, evitando, por exemplo, discussões que gerem debates agressivos e capazes de provocar males maiores. Além disso, o autor afirma que argumentar envolve o campo das ideias e das emoções. Para ele,

convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Etimologicamente, significa vencer junto com o outro (com + vencer) e não contra o outro. Persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro. A origem dessa palavra está ligada à preposição per, “por meio de” e a Suada, deusa romana da persuasão. Significava” fazer algo por meio do auxílio divino”. Mas em que convencer se diferencia de persuadir? Convencer é construir algo no campo das ideias. Quando convencemos alguém, esse alguém passa a pensar como nós. Persuadir é construir no terreno das emoções, é sensibilizar o outro para agir. Quando persuadimos alguém, esse alguém realiza algo que desejamos que ele realize (Abreu, 1999, P.9).

Diante disso, entende-se que o fato de o ser humano viver em sociedade e, sobretudo, necessitar de estabelecer cotidianamente interação, a arte de argumentar se faz importante. Sendo assim, mediante o contato com o outro, o indivíduo expõe seus pensamentos, suas maneiras de ver o mundo e as coisas que o rodeiam. Além disso, posiciona-se e defende um ponto de vista. Desse modo, acaba por dialogar, resolver conflitos, mediar discussões, entre muitas outras possibilidades que essas ações lhes permitem. Com base nisso, percebe-se que a argumentação faz parte da vida das pessoas desde muito tempo, além disso, é assunto de discussão entre estudiosos da língua, no cenário hodierno, uma vez que ela contribui para a inserção do sujeito no contexto real no qual ele está imerso, possibilitando-lhe, conforme salientado por Abreu (1999), o gerenciamento de suas relações sociais, de suas razões e emoções, por meio de ideias convincentes e/ou persuasivas.

Segundo Abreu (2006), há quatro condições da argumentação:

- 1^a) “ter definida uma tese e saber para que tipo de problema essa tese é resposta” (p. 37);
- 2^a) “ter uma ‘linguagem comum’ com o auditório” (p. 38);
- 3^a) “ter um contato positivo com o auditório, com o outro” (p. 39);
- 4^a) “agir de forma ética” (p. 40).

O autor define auditório como sendo um conjunto de pessoas que se quer convencer. Tal conjunto varia de tamanho, ou seja, pode ser um grupo grande ou pequeno, como, por exemplo, os leitores de um jornal ou telespectadores em suas casas. Ainda sobre essa questão, Abreu (1999, p. 41) apresenta definições para outros dois termos, a saber: Auditório Universal e Auditório Particular. O primeiro diz respeito a um conjunto de pessoas sobre as quais não se tem controle de variáveis. Isso quer dizer que se trata de um público que é constituído de homens e mulheres de todas as classes sociais, que possuem níveis de instrução diferentes, diferentes profissões e de regiões diversas do país. O segundo trata-se de um conjunto de pessoas cujas variáveis são possíveis de serem controladas, uma vez que consiste em um conjunto de pessoas que fazem parte de uma turma de estudantes, por exemplo, um grupo de jovens, indivíduos que possuem o mesmo grau de escolaridade.

Dessa forma, vale ressaltar que, para esse autor, “aquele que vai argumentar precisa, antes de tudo, adaptar-se ao seu auditório” (Abreu, 2006, p. 45), ou seja, antes de tentar convencê-lo, é importante buscar sua adesão para alguma outra tese com a qual possa concordar. Nesse viés, cabe esclarecer que, conforme Abreu (2006, p. 45), não devemos apresentar de imediato a ideia que queremos “vender”. Antes disso, devemos “preparar o terreno” para “vendermos” nossa ideia, “propondo alguma outra tese, com a qual nosso auditório possa concordar”: é a tese de adesão inicial. Desse modo, só depois de apresentarmos diferentes técnicas argumentativas é que apresentaremos a tese principal que queremos defender. Essas técnicas “são os fundamentos que estabelecem a ligação entre as teses de adesão inicial e a tese principal” (Abreu, 2006, p. 50). Sendo assim, é importante reconhecer tais técnicas, as quais podem ser divididas em dois grupos, a saber: o dos argumentos quase lógicos e o dos argumentos fundamentados na estrutura real.

Dentro do primeiro grupo, estão estas técnicas argumentativas: a compatibilidade e incompatibilidade; a regra de justiça; a retorsão; o ridículo; e a definição. A primeira consiste em convencer o sujeito de que a tese de adesão inicial é compatível ou incompatível com a tese principal, ou seja, os fatos apresentados servem de premissa, de evidência que sustentam a tese principal. Já a segunda se dá no sentido de que se há tratamento a seres e situações integrados a uma mesma categoria, entende-se que o tratamento deve ser idêntico para todos os envolvidos

e não de forma diferenciada entre eles. No que tange à terceira técnica, ela ocorre quando os argumentos de um indivíduo são empregados contra ele próprio, ou seja, justifica-se oposição ao exposto por um indivíduo, usando os próprios argumentos dele. Em continuidade às técnicas de argumentação, há a quarta; a do ridículo, a qual “consiste em criar uma situação irônica, ao se adotar, de forma provisória, um argumento do outro, extraindo dele todas as conclusões, por mais estapafúrdias que sejam” (Abreu, 2006, p. 30).

Em relação à técnica argumentativa por definição, o autor faz uma abordagem, apresentando o termo como: Definições. Estas são conceituadas em quatro tipos: Lógicas, Expressivas, Normativas e Etimológicas. Definição Lógica é entendida como um recurso discursivo utilizado por um orador para, por meio de analogias, inferências, deduções e conclusões convencer um determinado auditório acerca de algo, enquanto Definições Expressivas consistem no uso de um discurso sem compromisso com a lógica, ou seja, o que se diz depende de um ponto de vista, uma maneira pessoal de falar sobre algo. Em relação a Definições Normativas, elas indicam “o sentido que se quer dar a uma palavra em um determinado contexto e dependem de um “acordo feito com o auditório” (Abreu, 2006, p.70). Ou seja, algo será dito consoante a um contexto comunicativo e a um interlocutor. Quanto às Definições Etimológicas, estas se baseiam na origem da palavra, levando em conta o que se quer dizer, sem desconsiderar o significado do que está sendo dito com base em uma dada situação, uma vez que uma definição etimológica, segundo Abreu, pode não corresponder à realidade atual.

Em relação aos argumentos fundamentados na estrutura do real, conforme Abreu (1999, p, 70), eles são os que “não estão ligados a uma descrição objetiva dos fatos, mas a pontos de vista relativos a ele”. Nesse aspecto, tal técnica se fundamenta em argumentos que consistem em um raciocínio por analogia, por exemplos, ilustrações para se estabelecer, por meio de generalizações, aquilo que o sujeito acredita ser a realidade construída. Os principais argumentos baseados na estrutura do real são: argumento pragmático, argumento do desperdício, pelo exemplo, pelo modelo ou antimodelo e pela analogia.

O argumento pragmático é aquele que se baseia em um fato, isto é, trata-se de um argumento que se justifica em virtude de um acontecimento. Este seria a causa que daria origem ao argumento. O argumento do desperdício consiste em levar em conta o que fora realizado em um determinado momento, a fim de “não perder tempo e investimento” (Abreu, 1999, p. 70). Ou seja, busca-se defender uma tese com base no que já tenha sido feito de modo que não se desperdice esforços e investimentos. Ainda nesse contexto, ressalta-se a argumentação pelo exemplo que, segundo Abreu (1999, p. 70) leva em conta “a imitação das ações de outras

peças”, ou seja, toma-se como exemplo para defender uma tese principal as ações que “podem ser de pessoas célebres, membros de nossa família, pessoas que conhecemos em nosso dia a dia” e que agem de forma considerada admirável, exemplar.

No que concerne ao argumento pelo modelo, Abreu (1999, p.71) afirma que ele corresponde “a uma variação da argumentação pelo exemplo”. Assim sendo, destaca-se o fato de que ele diz respeito ao valor que é dado a uma pessoa previamente, levando em conta a sua conduta. Isso quer dizer que o reconhecimento prévio do valor de um indivíduo serve de premissa para se obter uma conclusão a respeito do comportamento particular dele. Tal comportamento servirá de modelo (um padrão) a ser seguido pelas pessoas, enquanto o argumento pelo antimitelo é aquele consiste no que não deve ser seguido, que deve ser evitado. Logo, entende-se que se há uma referência a um modelo, a uma conduta a ser seguida, seu oposto, o antimitelo sugere afastamento de tal modelo.

A argumentação por analogia diz respeito, consoante a Abreu (1999, p.71), à utilização, como tese de adesão inicial, de um fato que tenha uma relação analógica com a tese principal. Nesse sentido, entende-se, por exemplo, que uma decisão é tomada com base em situações que já ocorreram e são semelhantes a que está acontecendo. Isso permite ao indivíduo tomar decisões quanto a um fato em um determinado momento presente.

Diante disso, compete reafirmar a importância do ato de argumentar, o qual permite ao indivíduo, de forma consciente, agir em sociedade de modo a distanciar-se das ideologias dominantes, e a reconhecer que essa é uma prática importante, porque se faz presente em todos os momentos da vida em sociedade, levando à compreensão de que os gêneros que circulam socialmente têm diferentes propósitos e requerem um olhar crítico sobre eles. Para tanto, é imprescindível que o contexto educacional possibilite aos alunos a compreensão dessa forma de agir por meio da linguagem, cujo intuito é o de convencer e persuadir. Assim sendo, que se desenvolva no educando a capacidade de perceber que o ato de argumentar, de fato, implica, dentre outras coisas, levar o indivíduo a desenvolver um olhar crítico sobre o mundo e, sobretudo, acerca das pessoas e dos discursos delas.

3 DOS FUNDAMENTOS E DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, DOS INSTRUMENTOS DE COLETA E DE GERAÇÃO DE DADOS

Esta seção é organizada em 3 (três) subseções. Na primeira, apresento os pressupostos metodológicos e os instrumentos de geração e de coleta de dados. Na segunda, concentro-me na exposição dos procedimentos metodológicos adotados.

3.1 Fundamentos metodológicos

A escola é um espaço que proporciona aos alunos a sua formação integral no que tange ao aspecto cultural, social e cognitivo. Em virtude disso, é um ambiente propício para a realização de diversas pesquisas, já que se trata de uma instituição que está inserida na sociedade e dela faz parte. Por esse motivo é testemunha das adversidades sociais pelas quais passam os discentes, os quais levam para dentro do ambiente escolar os reflexos de suas vivências que muitas vezes interferem no seu processo de ensino e aprendizagem, sendo necessária, portanto, uma ação mais efetiva do educador, na tentativa de sanar as dificuldades apresentadas pelos alunos no que concerne aos vários aspectos que envolvem o saber.

Diante desse cenário, faz-se importante mencionar o papel do professor - mediador do ensino - de se colocar como pesquisador e buscar, a partir de diferentes estratégias, explicação para muitas situações vivenciadas pelos estudantes quanto à aquisição do conhecimento e ao desenvolvimento de habilidades cognitivas e, de algum modo, intervir. Vale destacar, diante disso, que é comum em sala de aula haver momentos nos quais os educandos apresentam dificuldades em alguma área do conhecimento, fato que requer reflexão, estudo, análise e ação do docente, a fim de que essa realidade possa ser transformada, possibilitando aos alunos o desenvolvimento de suas habilidades, as quais se formam a partir da troca de experiências, e da interação entre os sujeitos cotidianamente.

Nessa perspectiva, torna-se relevante mencionar a importância da pesquisa. Esta tem a finalidade de intervir em uma situação com o objetivo de melhorá-la, trazendo resultados positivos. Assim sendo, vale salientar que para alcançar os objetivos traçados neste trabalho, optei pela pesquisa aplicada, de cunho qualitativo. Vale salientar que, embora seja uma pesquisa dessa natureza, recorri a dados quantitativos, quando da exposição dos resultados obtidos por meio da sondagem inicial de conhecimentos, explicitada na seção cinco (5); e pela pesquisa-ação como forma de procedimento. A pesquisa aplicada, cujo principal objetivo é a geração de conhecimento, visa, por meio de aplicação prática, a solução de problemas específicos, envolvendo determinados interesses. Desse modo, dada a natureza dessa forma de investigação, ressalta-se que ela atende aos propósitos aqui evidenciados. Tal pesquisa é definida por

Prodonov e Freitas (2013, p.70) como:

Pesquisa qualitativa: considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal pesquisa é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

No que tange ao procedimento, adotei a pesquisa-ação, uma vez que ela permite ao docente a análise e a reflexão de seu próprio fazer pedagógico de modo a ter condições de avaliar a situação vivenciada em sala de aula tal qual ela se apresenta. Quanto a essa pesquisa Prodanov e Freitas (2013, p.66), afirmam:

Nesse tipo de pesquisa, os pesquisadores e os participantes envolvem-se no trabalho de forma cooperativa. A pesquisa-ação não se refere a um simples levantamento de dados ou de relatórios a serem arquivados. Com a pesquisa-ação, os pesquisadores pretendem desempenhar um papel ativo na própria realidade dos fatos observados.

Para Thiollent (1998, p. 17-19) - estudioso conceituado -, “pela pesquisa-ação é possível estudar dinamicamente os problemas, decisões, ações, negociações, conflitos e tomadas de consciência que ocorrem entre os agentes durante o processo de transformação de situação.”

De acordo com esse mesmo teórico, esse procedimento é adequado ao contexto educacional, uma vez que se trata de um método desenvolvido para pesquisas com seres humanos, e tem, além disso, o objetivo de encontrar soluções para problemas identificados no contexto pesquisado, envolvendo os participantes em todas as etapas relacionadas à investigação e ao enfrentamento da problemática em evidência. Com base nisso, Thiollent (1986, p. 14) afirma:

a pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

Levando em conta o fato de que esta pesquisa está inserida no âmbito do Mestrado Profissional em Letras, cujo foco é, a partir de investigações realizadas pelos próprios docentes de escolas públicas, analisar as suas práticas de ensino, consoante à realidade vivenciada por eles, visando ao desenvolvimento de metodologias, com o propósito de melhorar a realidade com a qual se deparam cotidianamente, essa forma de pesquisa-ação se fez viável e adequada. Não apenas por isso, mas também porque permitiu aos alunos participarem ativamente de todo o processo, contribuindo para a intervenção frente ao problema identificado, tornando-os conscientes da necessidade de se enfrentar uma problemática que afeta, muitas vezes, o desempenho de sua aprendizagem.

Diante do exposto e em consonância com a metodologia escolhida, no que concerne à natureza, esta pesquisa classifica-se como pesquisa aplicada, uma vez que “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (Prodanov; Freitas, 2013, p.49).

3.1.1 Dos instrumentos de coleta e de geração de dados

Para a coleta e geração de dados, foram utilizados diferentes instrumentos, os quais serviram para triangular e/ou operacionalizar tais dados durante a análise do material coletado. Os referidos instrumentos foram: questionário, conversa informal, diário de campo, cujos modos de uso foram justificados abaixo. Foram coletados também os textos produzidos pelos alunos em decorrência do desenvolvimento da proposta didática. Além do mais foram gravadas as aulas, as quais foram transcritas e, em seguida, desgravadas.

Quanto ao primeiro instrumento, Gerhardt et al (2009, p. 69) compreendem que o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo participante, sem a presença do pesquisador. Objetiva levantar opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas. Isto posto, a linguagem empregada no questionário deve ser simples e direta, para que quem vá responder compreenda com clareza o que está sendo questionado.

Logo, no que concerne ao primeiro e ao segundo instrumentos, eles serviram para realizar uma sondagem para verificar o que os alunos conheciam a respeito do assunto que se constituiu como objeto desta investigação (gênero discursivo propaganda), levando em consideração os objetivos e a questão de pesquisa. Desse modo, os estudantes foram motivados a responderem a questões (ver Apêndice 1) as quais os levaram a falar sobre o que sabiam a respeito do gênero em estudo, as formas como somos interpelados diariamente para adquirirmos um produto ou aderirmos a uma ideia em relação a algo, dentre outras coisas relativas ao gênero. Nesse sentido, discussões foram provocadas por mim, enquanto pesquisadora, para a confirmação do conhecimento prévio desses alunos concernente ao assunto em pauta. Assim sendo, a partir do exposto, a reflexão no que tange ao gênero discursivo propaganda aconteceu, dialogando com os saberes dos alunos, buscando, por meio de diferentes estratégias, uma melhor exploração e entendimento da temática abordada.

Em relação ao terceiro instrumento: diário de campo ou de notas, faz-se importante esclarecer que, consoante a Gerhardt (2009, p. 76), “trata-se do detalhamento descritivo e pessoal sobre os interlocutores, grupos e ambientes estudados”. Ainda conforme Gerhardt (2009, p. 78) o diário de pesquisa possui um caráter reflexivo, cujas indagações são levantadas

“a partir da observação e desenvolvimento de análises que servem para orientar a observação” e iniciar “o plano de redação do relatório da pesquisa”, e traz, segundo o autor, uma abordagem mais descritiva. Isto posto, por meio de anotações breves, datadas e localizadas, o diário de campo foi - levando em conta a sua funcionalidade - usado para que tanto aluno quanto docente pudessem deixar suas impressões sobre a trajetória de sua participação no projeto e suas opiniões a respeito de todo o processo.

À vista disso, os discentes foram conscientizados de sua importância para o desenvolvimento da pesquisa, orientados a registrarem as suas impressões sobre as atividades desenvolvidas acerca do gênero propaganda e a exporem os seus conhecimentos a respeito do referido gênero, opinando sobre as formas como ele é abordado em nosso dia a dia, os modos como agimos mediante as mensagens por ele veiculadas e os seus efeitos de sentido.

3.2 Procedimentos metodológicos

Levando em conta os objetivos almejados com esta pesquisa, importa reforçar que eles se fundamentaram na necessidade de encontrar respostas para minhas indagações provenientes de minha prática docente em sala de aula. Tais indagações se resumiram na seguinte questão de pesquisa já apresentada na introdução: Como desenvolver a habilidade de argumentar dos discentes, fomentar o protagonismo juvenil e o engajamento deles na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para enfrentamento desses problemas, nas aulas de língua portuguesa?

Perguntas como essa foram responsáveis pela minha busca pelo Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS - o qual tem me permitido ter acesso a diversos conhecimentos e contribuído para o meu crescimento como profissional da educação e para o aperfeiçoamento de minha prática, buscando, a partir de diversas leituras e aprendizagens encontrar formas de melhorar o processo de ensino e aprendizagem dos alunos, tornando-o mais significativo, a fim de permitir a eles o desenvolvimento de um olhar mais crítico sobre a realidade que os cerca e, com isso, poderem se tornar protagonistas de seu próprio saber, manifestando-se de forma autônoma, defendendo seus pensamentos e modos de ver o mundo.

Assim sendo, para a realização da pesquisa proposta, iniciei com o estudo da literatura produzida na área de interesse. Prática que permeou todo o desenvolvimento do trabalho.

Na sequência, elaborei um projeto de pesquisa com uma proposta de intervenção centrada na leitura e análise crítica de textos do gênero discursivo propaganda, o que foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) da Universidade Federal

de Uberlândia e aprovado em 21 de novembro conforme parecer do referido Comitê. O projeto também foi avaliado por uma banca, no exame de qualificação. E, a partir das considerações feitas por essa banca, elaborei a versão final da proposta.

A pesquisa foi desenvolvida por mim, em uma turma de 9º ano, durante o primeiro semestre de 2023, com 38 (trinta e oito) alunos/alunas, que participaram de todo o desenvolvimento das atividades propostas. Estas que ocorreram em uma escola de Ensino Fundamental da rede pública do estado de Goiás, no município de Rio Verde, onde ministro aulas, conforme exigência do Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Letras.

A apresentação da proposta foi feita, primeiramente, aos pais por meio de reunião virtual - via plataforma *google meet* -, realizada no dia 16 de junho de 2023, uma vez que no dia em que aconteceria a reunião presencial de pais dos alunos do 9º ano, para anunciar o final do bimestre, a escola se preparava para a festa junina, logo, por esse motivo, tal reunião foi suspensa. Após a apresentação oral da proposta feita por meio da leitura do que me motivou a sugeri-la e da apresentação dos objetivos que pretendia com ela, os pais manifestaram concordância em relação à participação de seus filhos na pesquisa. Na sequência, lemos em conjunto o TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA RESPONSÁVEL LEGAL POR MENOR DE 18 ANOS (TCLE), (ANEXO 1); eu o expliquei e os pais não tiveram dúvidas quanto ao conteúdo do documento. Posto isso, foi dito a eles que seria necessário que assinassem o TCLE e que, para isso, eu solicitaria aos seus filhos que levassem para casa uma cópia do documento, no dia 20 de junho de 2023, data em que apresentei a proposta aos discentes.

Desse modo, a proposta foi apresentada, também aos estudantes, no espaço da sala de aula, no dia 20 de junho de 2023. Para a exposição, contei aos estudantes, oralmente, quais eram as minhas intenções com as aulas de língua portuguesa durante um período do segundo semestre. Esclareci-lhes que eu gostaria de desenvolver com eles uma pesquisa, cujo tema tratava de algo que me inquietava como profissional da educação há algum tempo. Expliquei a eles como as atividades seriam desenvolvidas. Durante a aula, alunos e eu fomos conversando sobre a pesquisa. Todos os 38 estudantes manifestaram interesse em participar dela.

Diante disso, foi explicado a eles que teriam de assinar o TERMO DE ASSSENTIMENTO PARA MENORES DE 18 ANOS (TAM), (ANEXO 2) para a participação no desenvolvimento. Quanto a isso, houve dúvidas. Então, realizamos a leitura compartilhada do documento e, à medida que algo não era compreendido, eram feitas pausas para esclarecer o exposto. Nesse contexto, foi comunicado que, caso quisessem levar o documento para casa, a fim de lê-lo melhor ou para mostrarem aos pais, que ficassem à vontade. Na oportunidade,

foram novamente questionados sobre como gostariam de proceder e se teriam alguma dúvida a respeito do assunto em pauta. Todos resolveram assinar naquele momento mesmo. Então, dando sequência à aula, os estudantes foram orientados a levarem o TCLE aos pais e/ou responsáveis, a fim de que pudessem assiná-lo, uma vez que já havia sido apresentada a proposta a eles.

Nesta aula, também definimos os códigos de cada aluno, que por ordem de chamada receberam codinomes de A1 a A38, de modo que fosse garantido o sigilo em relação às identidades deles. Nos casos em que não fosse possível identificar o estudante, no momento da transcrição de alguma eventual produção e/ou de algum comentário em uma aula gravada, colocaríamos AA. Quanto ao docente, um código também seria empregado. Neste caso, PA.

Saliento que foi garantida aos alunos a inteira liberdade de participar ou não da pesquisa, sem quaisquer retaliações, a qual foi desenvolvida nos horários regulares de aula e contemplou temática de acordo com a Proposta Curricular para o 9º ano.

Posteriormente, dei início ao desenvolvimento da proposta. Optei por organizá-la em blocos, visando facilitar não só a compreensão do seu desenvolvimento quanto da coleta de dados e, também, da análise deles. Ao relatar e analisar os resultados, mantive a organização por blocos, garantindo uma apresentação sistemática e ordenada das informações. Essa abordagem foi adotada objetivando proporcionar uma visão abrangente das conclusões em cada aspecto da proposta, contribuindo assim para uma análise mais aprofundada e uma compreensão mais completa do impacto dela. Para a análise dos dados, vale ressaltar, recorri aos pressupostos do letramento crítico, bem como aos estudos sobre argumentação, gênero discursivo e gênero propaganda, fornecendo assim uma base teórica sólida para embasar minhas conclusões.

4 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO DIDÁTICA: (RE)DESENHANDO PROPAGANDAS

A proposta a seguir foi pensada para alunos do 9º ano do Ensino Fundamental. O tempo previsto para a aplicação é entre 18 e 20 (dezoito e/ou 20) horas/aula de 50 minutos cada, a serem ministradas em 9 encontros, no horário da disciplina de LP, em sala de aula, no laboratório de informática (que deve ser previamente agendado para este fim) e/ou em outro ambiente propício dentro da unidade de ensino. O tempo previsto inclui atividade envolvendo a comunidade escolar. Tendo isso em vista, a proposta está estruturada em 6 (seis) blocos e organizada conforme o quadro a seguir:

Quadro 3 - Organização geral da proposta

BLOCO	ATIVIDADE
Bloco A	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apresentação da proposta e sondagem inicial ✓ Conversa sobre o diário de campo para o registro das atividades com o gênero propaganda
Bloco B	✓ Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda
Bloco C	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análise de propaganda em vídeo ✓ Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas
Bloco D	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas ✓ Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)
Bloco E	✓ Reflexão sobre a realidade e proposta de intervenção por meio do gênero propaganda
Bloco F	✓ Avaliação da participação nas atividades da proposta didática

Bloco A- Apresentação da proposta e sondagem inicial

Este é o primeiro encontro com os alunos a ser realizado em 2 (duas) aulas. Nele, tem-se a finalidade de:

- ✓ apresentar a proposta a ser desenvolvida e os seus objetivos;
- ✓ investigar qual é o contato dos estudantes com as propagandas;
- ✓ sondar o que sabem a respeito desse gênero discursivo;
- ✓ investigar se percebem que as propagandas possuem estratégias de persuasão com o propósito de promover alguma ideia, princípio, doutrina, causa ou prática;
- ✓ analisar as respostas dadas ao questionário.

HABILIDADE:

(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente (Brasil, 2018, p. 141).

Para iniciar a aula, promover um diálogo com os alunos, explicando-lhes a proposta didática planejada, no que concerne ao trabalho com o gênero discursivo propaganda.

Em seguida, sugerir que respondam a um questionário de sondagem inicial de conhecimentos (Apêndice 1) com questões abertas, as quais contemplam o gênero em pauta, buscando investigar aspectos relacionados: à leitura; ao acesso a propagandas; a especificidades do gênero propaganda como propósitos, construção composicional e estilo; aos efeitos das propagandas nos leitores; ao papel das propagandas na sociedade. Sondar ainda a opinião dos discentes acerca do desenvolvimento de um trabalho na escola com o gênero propaganda. Nesse sentido, deixar claro que o referido questionário servirá para que as respostas sejam analisadas pelo docente, em um momento extraclasse, observando o conhecimento dos discentes acerca do gênero em estudo, para depois, compartilhar com eles, por meio de uma síntese, as impressões obtidas. Isso servirá para orientar as ações posteriores do docente no que tange ao modo de agir em relação ao trabalho com o gênero propaganda em sala de aula.

O questionário deverá ser respondido *online*, por meio do *Google forms*¹, pelos

¹ *Google forms* consiste em uma ferramenta online que permite aos usuários a criação de formulários por meio dos quais podem ser produzidas pesquisas de múltipla escolha ou abertas com o intuito de coletar opiniões. Há disponível na internet um vídeo tutorial sobre como usar essa ferramenta:

estudantes para facilitar a coleta de dados e posterior reflexão sobre eles.

DICA AO PROFESSOR:

As respostas dadas às perguntas, em um momento posterior, poderão ser compartilhadas pelo professor com a turma e discutidas com ela, levando-a a uma reflexão crítica acerca do que fora exposto em relação ao que fora questionado. Isso levará o estudante a refletir sobre a sua visão quanto ao texto analisado, observando as escolhas semióticas feitas pelo autor do discurso, os efeitos de sentido delas que constituem algumas das preocupações de Janks para a qual as escolhas feitas nos textos "jamais são neutras, uma vez que "os textos são socialmente construídos em nossa sociedade". Portanto, trazem imbricados em si, valores, crenças e práticas sociais. Essa percepção, no que tange ao LC, "abrirá espaço para entender que poder, acesso, identidade e diferenças, juntos, são questões interconectadas pela linguagem" (JANKS, 2016, p. 25)



Bloco A- Conversa sobre o diário de campo para o registro das atividades com o gênero propaganda

Este é o segundo encontro com os alunos a ser realizado em 2 (duas) aulas. Nele, tem-se a finalidade de:

✓ conversar a respeito do uso de diário de campo e/ou de registro² durante o trabalho com o gênero propaganda.

✓ explicar como será confeccionado o diário e de qual modo os registros serão feitos nele, reforçando a sua importância e finalidade, motivando os alunos a registrarem as experiências vivenciadas em sala de aula, envolvendo o trabalho com o gênero propaganda.

✓ distribuir cadernos brochura, os quais servirão para a elaboração do referido diário de campo.

Para isso, os seguintes passos deverão ser seguidos:

1º passo:

Explicar aos alunos que as aulas serão registradas pelo docente e por eles no diário de campo, onde serão anotadas as observações percebidas durante as atividades em sala, apontadas

<https://www.google.com/search?q=tutorial+sobre+Google+forms&gs>

² O diário de campo, também conhecido como diário de registros, consiste em um instrumento usado por pesquisadores ou por pessoas que queiram registrar suas observações e experiências vivenciadas em um determinado contexto. Nele são feitos apontamentos que retratam uma realidade observada e, também, o registro da percepção subjetiva dela.

as impressões acerca das tarefas desenvolvidas, inscrite os comentários realizados no decorrer das discussões, expostas as dúvidas a respeito das leituras que serão feitas e, também, anotadas as reflexões que julgarem necessárias. Em seguida, distribuir cadernos brochura que servirão para a elaboração do diário de campo.

2º passo:

Para que o diário de campo ganhe um aspecto pessoal e represente as atividades em desenvolvimento, incentivar os alunos a personalizarem-no, de forma criativa, ilustrando-o e inserindo nele uma capa de abertura, uma parte de identificação pessoal, a qual servirá para o docente e para o próprio aluno reconhecer o seu material de registro. Além disso, acrescentar ao diário, uma capa que represente, de alguma forma, a ideia trazida pelas discussões realizadas na primeira aula, a respeito do gênero propaganda, de modo que já seja possível perceber o entendimento do estudante em relação ao referido gênero. Ademais, para que o estudante tenha uma noção mais clara sobre a elaboração do diário e da personalização dele, apresentar-lhes um modelo pronto. Assim, ele poderá compreendê-lo melhor.

3º passo:

Aos discentes, propor-lhes que customizem os diários em casa e traga-os prontos para a escola, uma vez que poderão fazê-lo com mais calma, dispondo de tempo e de recursos maiores. Orientá-los, a respeito da elaboração do diário quanto ao fato de este ser um material que lhes servirá de “memória” a respeito das atividades que serão desenvolvidas em sala, durante o trabalho com o gênero discursivo propaganda, e no qual, a imaginação deles também poderá fluir, na medida em que sentir vontade de registrar suas reflexões pessoais relacionadas ao que lhes será proposto. Esclarecer-lhes que, embora seja um material pessoal, deve ser organizado e bem cuidado, afinal, será um objeto de visita e revisita diária deles. Logo, é importante que receba o devido cuidado e zelo ao ser manuseado.



Bloco B- Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda

Neste terceiro encontro a ser realizado em 2 (duas) aulas, a sua finalidade é levar os alunos a:

- ✓ ler e analisar texto da esfera jornalístico-publicitária: propaganda;
- ✓ observar o emprego dos recursos semióticos usados nas propagandas e a relação entre eles e as intenções comunicativas pretendidas;
- ✓ registrar impressões acerca das propagandas lidas e analisadas, no decorrer da aula.

HABILIDADES:

(EF69LP02) - Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP17) - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguísticos-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens) (Brasil, 2018, p. 145).

Em um primeiro momento:

Apresentar, via data-show, exemplares do gênero propaganda, como os ilustrados abaixo, cujo propósito é o de visar à adesão a uma ideia ou a uma campanha, orientando para que haja um olhar atento aos exemplares, verificando o que chama a atenção, no que tange ao contexto de produção que pode ter motivado a criação das propagandas em análise, à construção composicional delas - organização geral do texto - , à disposição dos recursos semióticos (cor, fonte, palavra, gesto, fisionomia) utilizados, bem como o estilo empregado no gênero, levando em conta as escolhas lexicais, fraseológicas, gramaticais e (o)s propósito(s) ou função comunicativa de cada um dos gêneros no suporte em que foram publicados. Nessa ocasião, provocar a participação dos alunos, de modo que eles contribuam com a leitura e a análise das referidas propagandas. Isso com a finalidade de que, de algum modo, possam desenvolver habilidades ainda maiores de leitura crítica e de interpretação, as quais constituem os propósitos do LC, que, consoante a Carbonieri (2016, p.133) permite ao educando:

interrogar as relações de poder, os discursos, as ideologias e identidades estabilizados, ou seja, tidos como seguros ou inatacáveis. Além disso, proporcionar meios aos

indivíduos de questionar sua própria visão de mundo, seu lugar nas relações de poder estabelecidas e as identidades que assume.

Desse modo, os estudantes serão estimulados a falarem o que percebem nas propagandas e, também, a opinarem acerca dos assuntos que são contemplados em cada uma delas. Para a realização desta atividade, o docente fará o uso de um roteiro (apresentado abaixo) com questões norteadoras, a fim de conduzir os educandos à análise dos exemplares do gênero em pauta.

Propaganda I:



<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Julho/tse-estrea-campanha-de-incentivo-a-participacao-feminina-na-politica-com-foco-no-combate-a-violencia-de-genero>

Propaganda II:



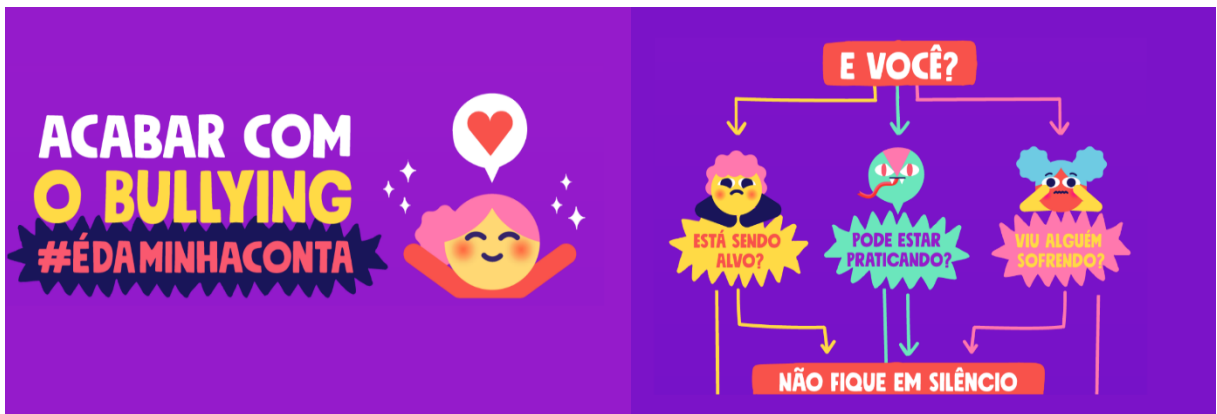
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.to.gov.br%2Fsecom%2Fnoticias%2Fcasos-reais-marcam-campanha-publicitaria-estadual-contra-violencia-no-transito>

Propaganda III:



<https://www.miranorte.to.gov.br/noticia/21-de-setembro-%E2%80%93-dia-da-arvore-21-09-2022>

Propaganda IV:



<https://new.safenet.org.br/content/conheca-campanha-acabar-com-o-bullying-edaminhaonta>

Questões norteadoras para o desenvolvimento da atividade com o gênero propaganda e suas especificidades:

1. O que vocês me dizem sobre esses textos?
2. Esses textos são exemplos de qual gênero discursivo/textual? São:
 - a) uma notícia
 - b) uma receita médica
 - c) um bilhete
 - d) uma carta pessoal
 - e) uma propaganda
3. Quais pistas há nesses textos que lhes permitiram identificar a qual gênero discursivo/textual eles pertencem?
4. A partir da leitura dos 4 textos, é possível dizer que as propagandas tratam sempre de uma mesma temática? O que pode ser dito em uma propaganda?
5. Gênero propaganda é geralmente produzido por quem?

6. Vamos observar os elementos que constituem as propagandas. O que me dizem sobre isso?
7. Por que se produz uma propaganda? Ela atende a interesses de quem? Qual é o propósito do gênero propaganda?
8. O que está sendo defendido em cada exemplar do gênero propaganda que lemos?
9. Há slogan nessas propagandas? Se sim, como ele se conecta com o público-alvo?
10. Se há slogan nessas propagandas, ele é claro e fácil de entender? Por que ou por que não?
11. O slogan é persuasivo? Por que ou por que não?
12. Quais recursos e estratégias o/s produtor/es de cada propaganda usou/usaram para defender a ideia em foco?
13. O que é incluído nessas propagandas? O que fica pressuposto nessas propagandas?
14. Quais representações são construídas nessas propagandas?
15. Essas propagandas podem beneficiar alguém? Se sim, quem?
16. Há alguma crítica materializada na propaganda? Explique?
17. Na sua opinião, essas propagandas podem influenciar os leitores a agirem de determinada forma? Explique.
18. Considerando o potencial do gênero propaganda de influenciar os leitores a agirem de determinada forma e levando em conta o que você vivencia dentro e fora da escola, quais propagandas você acredita que deveriam ser produzidas para circular na sua escola e/ou no seu bairro?

ATENÇÃO

Professor, analisadas as propagandas, é momento de falar com os estudantes sobre o fato de haver, nelas, acontecimentos cotidianos, diante dos quais fica evidente a necessidade de combater situações que, em muitos casos, envolvem relações de poder, de desigualdades, de toda e qualquer forma de desrespeito, de preconceito, as quais são trazidas, nos textos, muitas vezes, de forma sutil e/ou velada. Algo que acaba sendo perceptível pelo contexto. Conscientizá-los da importância de se observar com atenção os recursos semióticos que foram empregados, buscando compreender as intenções comunicativas do produtor, observar as estratégias de persuasão empregadas na defesa de um ponto de vista. Enfim, é preciso orientar o estudante para que ele avalie a propaganda com um olhar crítico. Nesse sentido, faz-se importante considerar o que afirma Janks (2010, p. 183), "é preciso ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto para poder redesenhá-lo".

Em um segundo momento:

Distribuir cópias de outros exemplares de propagandas para que os alunos, em trios, possam ter um contato mais próximo com o gênero em pauta e, com isso, realizarem uma análise escrita delas. Propor que eles respondam a algumas questões críticas, as quais são

apresentadas a seguir, registrando as impressões obtidas a partir da leitura dos referidos exemplares, conforme sugere Janks (2013, p. 39). Orientar para que eles procurem olhar os textos, buscando encontrar neles algo muito além do que está exposto em sua superfície, reforçando os propósitos do LC, o qual busca envolver o estudante em atividades críticas, por meio da linguagem, valendo-se de diferentes estratégias de leitura, de questionamentos acerca das relações de poder, das diversas formas de representação dos discursos que circulam na sociedade e de suas implicações para o cidadão no contexto social no qual está inserido.

Em seguida, sugerir que os estudantes compartilhem as respostas dadas às questões propostas, verificando o que foi percebido e registrado por eles. Na ocasião, tecer comentários a respeito das observações, e intervir caso seja necessário.

Para a leitura e análise crítica das propagandas, sugere-se, abaixo, os exemplares e as questões:

Propaganda I:



<https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fnovofocomunicacao.com.br%2F2015%2F12%2F04%2Fas-propagandas-mais-criativas-e-interessantes-da-rede%2>

Propaganda II:



<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fbr.pinterest.com%2Fpin%2F240590805079836992%2F&psig=AOvVaw1Wo5ukBqL2YedUCP051xek&tust=1681433648969000&source=images&cd=vfe&ved=0CBMQjhxqFwoTCPCCv83Spf4CFQAAAAAdAAAAAB>

Propaganda III:



<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.cnj.jus.br%2Ftrt-da-bahia-lanca-campanha-nas-redes-sociais-para-combater-o-capacitismo>

- a) A partir da leitura atenta dessas propagandas, é possível inferir que se busca persuadir o interlocutor a mudar seu comportamento em relação a algo? Se sim, a mudança seria relacionada a quê? Segundo os interesses de quem?
- b) Considerando que as propagandas, assim como qualquer outro gênero, foram criadas a partir de um contexto de produção, responda qual pode ter sido o contexto de produção que motivou a criação dessas propagandas. Comente, opinando acerca da temática abordada nelas.
- c) Que escolhas construíram essas propagandas? Ou seja, o que os produtores mobilizaram em termos de recursos linguísticos e persuasivos para atingir os seus propósitos?
- d) Identifique quais teses estão sendo defendidas nas propagandas. Para que tipo de problema elas são respostas? A linguagem empregada nelas é "comum ao auditório", ou seja, ao seu público-alvo? Explique.
- e) Ao circularem socialmente como práticas de linguagem, as propagandas assumem formas e funções específicas. Considerando esse fato, explique qual é a função social dessas propagandas. A que público elas se destinam: a um auditório universal (toda e quaisquer pessoas) ou a um auditório particular (pessoas mais específicas)?
- f) Nessas propagandas, estratégias foram empregadas na tentativa de persuadir o interlocutor. Para isso, afirmações foram feitas e dadas como certas. De que afirmações se trata? O que você achou desse recurso persuasivo? Que efeito ele provoca no interlocutor, na sua opinião?
- g) Ao ler e analisar essas propagandas, na sua opinião, quem ganha com as ideias propagadas? E quem perde? Justifique.

- h) Nessas propagandas os produtores defendem uma tese, mostrando-se a favor de algo e contra algo. Assim sendo, responda a favor de que eles são e contra o quê? Comente.

Professor (a),

Na abordagem deste bloco "Contato inicial com o gênero", questões foram apresentadas para o estudo e análise de propagandas, observando a finalidade delas e das estratégias persuasivas presentes na sua composição, a fim de levar o aluno a compreender que os textos são organizados segundo os propósitos comunicativos de um enunciador. Nesse sentido, o estudante, conforme Menezes de Souza (2011, p. 293) deve ser levado a observar o texto indo "além do senso comum, da aparência da verdade; refletindo sobre aquilo que ele pensa que é natural e verdadeiro." Nesse sentido, professor, é preciso, consoante a Freire (1996, p.13) "reforçar a capacidade crítica do educando, sua curiosidade, sua insubmissão".

Bloco C- Análise de propaganda em vídeo

Neste quarto encontro a ser realizado em 2 (duas) aulas, a sua finalidade é levar os alunos a:

- ✓ discutir sobre as percepções obtidas acerca das propagandas;
- ✓ analisar propagandas em vídeo, considerando os recursos semióticos empregados nelas, comparando-os às outras vistas nos encontros anteriores;
- ✓ refletir sobre as especificidades do gênero propaganda;
- ✓ trazer exemplares de propagandas (para um encontro posterior), a fim de realizar estudo sobre eles;
- ✓ Registrar impressões acerca das propagandas analisadas, no decorrer da aula.

HABILIDADES:

(EF69LP02) - Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP17) - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguísticos-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens) (Brasil, 2018, p. 145).

(EF69LP15) - Apresentar argumentos e contra-argumentos coerentes, respeitando os turnos de fala, na participação em discussões sobre temas controversos e/ou polêmicos (Brasil, 2018, p. 145).

(EF69LP19) - Analisar, em gêneros orais que envolvam argumentação, os efeitos de sentido de elementos típicos da modalidade falada, como a pausa, a entonação, o ritmo, a gestualidade e expressão facial, as hesitações etc.

Convidar os educandos para um diálogo sobre as propagandas analisadas nos encontros anteriores, promovendo uma discussão a respeito do que puderam perceber em relação a esse gênero que circula em nosso dia a dia. Questioná-los sobre quais foram as conclusões a que chegaram após a leitura e a análise dos exemplares apresentados quanto às temáticas neles evidenciadas. Em seguida, convidá-los para - na sala de multimídia - assistirem a propagandas em vídeo, como as exibidas abaixo:

Propaganda I:

Governo paulista lança cam...

saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/governo-paulista-lanca-campanha-contr-violencia-no-transito/

Conscientizar a população sobre os riscos à vida decorrentes da imprudência no trânsito é o principal objetivo da nova campanha de publicidade do Governo de São Paulo. O material começa a ser veiculado a partir desta terça-feira, 18, em emissoras de TV e rádios, além de redes sociais.

IMPRUDÊNCIA NA MOTO

Coordenada pela Secretaria Especial de Comunicação, a campanha revela a preocupação do poder público com o elevado número de mortes envolvendo motociclistas no trânsito paulista. Os acidentes com motos provocaram 566 vítimas fatais nos primeiros quatro meses de 2019 em todo o Estado de São Paulo.

O vídeo de 30 segundos mostra o ponto de vista do motociclista em ações imprudentes no trânsito. O texto

Governo de SP altera nome da Estação Via Sônia

15/04/2023 - 11h00
Pontes rolantes de usina Henry Borden, em SP, recebem investimentos de R\$ 7,5 milhões

15/04/2023 - 8h26
Nova série da #CulturaEmCasa faz tour por 25 museus de São Paulo

<https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/governo-paulista-lanca-campanha-contr-violencia-no-transito/>

Propaganda II:

PMSF - Quarentena Corona

youtube.com/watch?v=ePBByrWUXM0%2C&feature=youtu.be

SEM QUARENTENA

A DEMANDA PELOS HOSPITAIS É GIGANTE.

<https://youtu.be/ePBByrWUXM0>

Propaganda III:

VIDEO DE PROPAGANDA SO...

google.com/search?q=VIDEO+DE+PROPAGANDA+SOBRE+INCLUSÃO&oeq=VIDEO+DE+PROPAGANDA+SOBRE+INCLUSÃO&aq=chrome:6957:10734048&sourceid=chrome&ie=...

Comercial Inclusão Social - Pessoa com Deficiência

YouTube · carlaocat · 17 de fev. de 2009

IGUAIS NA DIFERENÇA.
CAMPANHA PELA INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.

Secretaria Especial dos Direitos Humanos
GOVERNO FEDERAL

<https://www.youtube.com/watch?v=ANFu9gcIQho>

Dizer aos estudantes que tais propagandas em vídeos podem ser encontradas na plataforma youtube, no endereço:

<https://www.google.com/search?q=video+curto+de+propaganda> e informar-lhes que é possível

ter acesso a outros exemplares do gênero em estudo em diferentes contextos e suportes com os quais nos deparamos diariamente. Após assistirem aos vídeos, motivá-los a vê-los novamente de forma pausada para que possam refletir sobre as cenas e dizer o que puderam perceber acerca

da temática abordada neles. Propor, além disso, que falem, opinando sobre:

- a) se as propagandas em vídeo são mais atrativas e eficientes em relação ao alcance dos objetivos do enunciador que as outras que são veiculadas em outros suportes. Se sim, por quê e, se não, por quê;
- b) se há estratégias para influenciar as emoções, crenças e comportamentos dos espectadores. Se sim, como isso acontece;
- c) se os recursos semióticos empregados nas propagandas em vídeo analisadas foram iguais a outros vistos em propagandas veiculadas em suportes diferentes, como as dos encontros anteriores e se eles contribuem para o fortalecimento da persuasão, igualmente;
- d) se caso não houvesse os recursos semióticos, se o propósito comunicativo seria alcançado da mesma forma;
- e) se a linguagem empregada nas propagandas permitiu claro entendimento da tese defendida pelo produtor ou se não e por quê;
- f) se há algo que é incluído nessas propagandas. Se sim, do que se trata e o que fica pressuposto nelas;
- g) se há representações nessas propagandas. Se sim como são construídas;
- h) se essas propagandas podem beneficiar alguém. Se sim, quem?
- i) se há alguma crítica materializada na propaganda. Se sim, explicar e se posicionar sobre ela.

Em um segundo momento:

Ao concluir a aula sobre a análise das propagandas em vídeo, propor que pesquisem, em casa, exemplares de propagandas. Solicitar que os tragam para o próximo encontro impressos ou de outra forma, como, por exemplo, salvos em arquivos no celular, de modo que possa ser acessado o conteúdo durante a aula. Para o caso de alguma eventualidade, o professor deverá trazer exemplares também.

Assim, dado o encontro previsto, iniciar uma conversa com os estudantes, reforçando que os diferentes modos de significação em um texto contribuem para a construção de sentidos, considerando as especificidades do gênero. Nesse contexto, dialogar com os alunos a respeito dessa questão e pedir que, em duplas, observem o conteúdo temático abordado nos exemplares das propagandas que trouxeram, a estrutura composicional que cada um apresenta e o estilo, ou seja, a forma como foi produzida e apresentada a ideia pretendida, as escolhas linguísticas realizadas, bem como, o que se considerou para que as propagandas fossem criadas. A partir disso, levar os estudantes a refletirem sobre o exposto, e a reconhecerem as especificidades do

gênero em pauta. Para isso, sugerir que respondam, conforme as discussões realizadas entre os membros que compõem as duplas, aos seguintes questionamentos para que socializem com a turma:

- a) De um modo geral, onde encontramos propagandas?
- b) O que é dizível nas propagandas?
- c) A partir da observação das propagandas analisadas, nos encontros anteriores, de qual forma elas se apresentam quanto a sua estrutura composicional?
- d) Que tipo de linguagens compõe esse gênero? Explique.
- e) As propagandas apresentam sentidos literais ou não literais? Por quê?
- f) O texto de uma propaganda é escrito em prosa ou em verso?
- g) Nas propagandas há, predominantemente, períodos simples ou compostos? Por quê?
- h) A comunicação estabelecida, em uma propaganda, entre o produtor e o interlocutor acontece de forma direta ou indireta? Justifique.
- i) Quais são os tempos e os modos verbais predominantes nesse gênero? Com que propósito eles são empregados?
- j) Há título nas propagandas, slogans (frases de efeito)? Se sim, como eles se apresentam e para que servem?
- k) Há imagens? Elas são estáticas, indicam movimento, ou as duas coisas?
- l) Quanto à disposição das palavras nas propagandas como elas são apresentadas. Qual seria o propósito disso?

Após compartilharem as respostas, na lousa ou em slides, sistematizar, com os alunos, a definição de propaganda e todas as suas características: condições de produção, suporte, função sociocomunicativa, conteúdo temático, construção composicional, estilo (incluindo o verbal e o não verbal e as estratégias argumentativas).

Professor (a),

É importante esclarecer aos alunos que, ao produzir textos, o produtor faz escolhas, a fim de atender aos propósitos comunicativos pretendidos por ele. Além disso, torna-se viável levar os estudantes à reflexão acerca desse fato, sugerindo que exponham suas opiniões a respeito da maneira como as escolhas feitas pelo enunciador (fontes, cores, linguagem, expressões etc.) contribuíram para os efeitos de sentidos pretendidos com as propagandas analisadas. Que falem o que pensam sobre isso, uma vez que, de acordo Bakhtin "os enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional" (Bakhtin, 2011, p. 262). Não esquecer, por conseguinte, de combinar com os discentes uma maneira de compartilhar as propagandas trazidas seja projetando-as por meio de slides, de links disponíveis na internet seja por meio de material impresso. Sempre que necessário, faça intervenções.

ATENÇÃO

Professor, segundo Dionísio (2011, p. 138) "todos esses recursos utilizados na construção da propaganda exercem função retórica na construção dos sentidos". Logo, seria importante reforçar essa questão aos alunos, deixando-os mais conscientes de que, muitas vezes, nos discursos, as intenções do enunciador encontram-se veladas e, por isso, é necessário olhar para esses textos de forma crítica. Na esteira desse assunto, é importante mencionar o estudioso Sandman (2012). De acordo com ele, o texto da propaganda é essencialmente argumentativo e o seu propósito consiste na adesão a uma ideia, a uma crença, então, é fundamental ficar atento aos recursos usados na intenção de persuadir o interlocutor, fazendo-o agir em favor dos propósitos do enunciador.

Bloco C- Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas

Neste quinto encontro, o qual deverá acontecer em 2 (duas) aulas, o propósito é o de que os estudantes possam:

- ✓ analisar diferentes propagandas;
- ✓ reconhecer estratégias argumentativas e refletir sobre a importância delas para a persuasão do público-alvo;
- ✓ comentar sobre o que percebem acerca de como as estratégias argumentativas funcionam no gênero propaganda.

HABILIDADES:

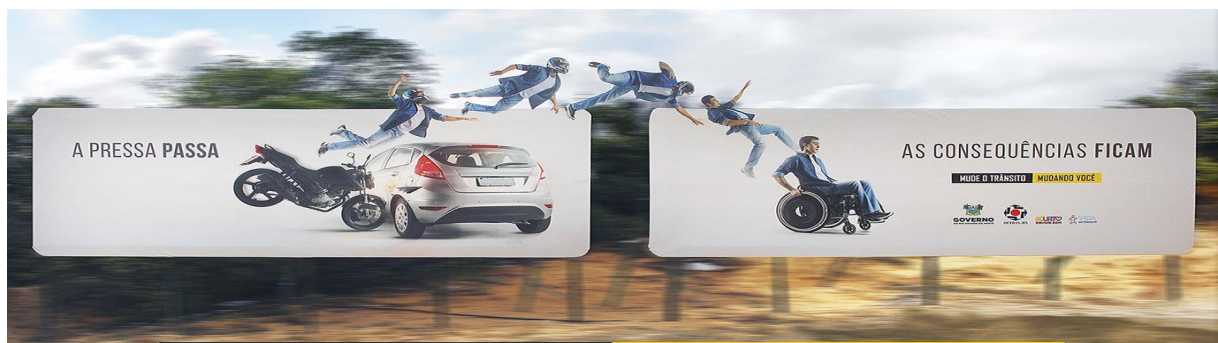
(EF69LP02) - Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP17) - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguísticos-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens) (Brasil, 2018, p. 145)

Iniciar a aula, apresentando, por meio de slides, algumas propagandas, instigando os alunos a relembrem as discussões realizadas no encontro anterior, buscando observar como as propagandas se apresentam quanto ao conteúdo temático, à estrutura composicional e o estilo. A partir disso, levar os estudantes a refletirem sobre o exposto, a reconhecerem as estratégias argumentativas utilizadas nas referidas propagandas e a posicionar-se sobre isso. Tais propagandas encontram-se ilustradas abaixo:

Propaganda I:



<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftemporalcerebral.com.br%2Fas-15-melhores-propagandas-do-1o-semester-de-2019>

Propaganda II:



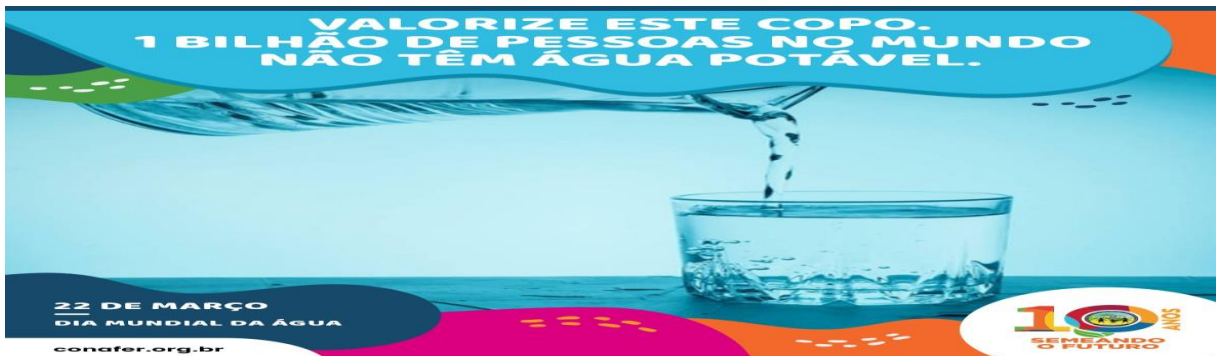
<https://temporalcerebral.com.br/as-20-melhores-propagandas-publicidades-de-2020>

Propaganda III:



<https://smpm.pmt.pi.gov.br>

Propaganda IV:



<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F>

Propaganda V:



<https://www.reporterhoje.com.br/2021/10/05/abadef-lanca-campanha-para-incentivar-contratacao-no-setor-privado-de-pessoas-com-deficiencia-fisica>

Durante a apresentação dos slides, sugerir que os alunos, de posse de cópias impressas tanto das propagandas quanto das questões abaixo, respondam aos seguintes questionamentos:

- a) Em relação a essas propagandas, quais são os contextos de produção delas? Ou seja, o que os produtores levaram em conta ao produzi-las?
- b) Para persuadir o público-alvo, os produtores utilizaram-se de qual (is) recurso (s) persuasivo (s)? Como você chegou a essa conclusão? Você os considerou convincentes? Comente.
- c) Para defender os seus pontos de vista, nessas propagandas, os produtores delas se valeram de estratégias persuasivas. Para isso, que tipo de apelo fizeram ao seu interlocutor?
- d) Considerando as propagandas em análise, quais seriam as problemáticas sociais abordadas nelas? Como você chegou a essa conclusão? Tais problemas, na sua opinião, podem gerar que tipo de sentimento no interlocutor? Por quê?
- e) Os produtores dessas propagandas defendem suas teses, mostrando-se a favor de quê e contra o quê? Explique.
- f) Nas propagandas, em análise, como estratégia de persuasão, foram apresentadas as causas e as consequências das problemáticas abordadas? Se sim, como isso ocorreu? Comente. Se não, comente também.
- g) As estratégias empregadas para persuadir o interlocutor nas propagandas em pauta foram as mesmas? Se sim, explique por que acha que isso aconteceu e, se não, comente também.
- h) Qual é a sua opinião a respeito dos assuntos tratados nas propagandas analisadas? O que eles revelam a respeito da vida em sociedade? Argumente sobre isso.
- i) Nessas propagandas, foi utilizado algum tipo de comparação, dados estatísticos, informações baseadas em fontes comprovadas, exemplificação? Se sim, com qual propósito ele foi empregado? Qual é a sua opinião sobre esse uso?
- j) Nessas propagandas foi utilizado algum tipo de estratégia persuasiva voltada para o humor, para a ironia ou para outra forma de persuasão? Se sim, de qual modo ela funciona no contexto em que se apresenta? Comente.
- k) O que é incluído nessas propagandas? O que fica pressuposto nelas?
- l) Quais representações são construídas nessas propagandas?
- m) Essas propagandas podem beneficiar alguém? Se sim, quem?
- n) Há alguma crítica materializada nessas propagandas? Explique e se posicione sobre ela.

Após a análise e discussão acerca das estratégias argumentativas nas propagandas, reafirmar aos educandos que esse é um gênero de caráter argumentativo e têm papel fundamental em nossa sociedade. Explicar-lhes que isso ocorre porque seja por meio da oralidade seja por intermédio da escrita, estamos sempre tentando persuadir alguém em relação a alguma coisa, logo, as propagandas seriam uma forma de atingirmos esse objetivo.

Ademais, deixar claro, que, tendo em vista o propósito das propagandas, muitas vezes, estratégias argumentativas são criadas, apelando para a emoção do interlocutor. Exemplo disso é o que acontece em situações em que vendedores querem convencer os potenciais clientes de que seu produto é o melhor, então, leva-os ao entendimento de que adquirir a mercadoria será um investimento, uma questão de necessidade e não um gasto. Ou, em outros casos, busca convencer o público-alvo, por meio de diferentes recursos argumentativos, de que é preciso, por exemplo, no trânsito, agir com cautela e prudência para evitar colisão entre veículos, não provocar acidentes nem pôr a própria vida nem a de outros em risco. Assim sendo, evidenciar que tais estratégias são criadas para persuadir as pessoas dessas e de outras ideias consideradas importantes e que devem ser adotadas pelo público-alvo.

Nesse contexto, mostrar aos alunos que, conforme foi visto nas atividades anteriores, o interlocutor só será persuadido a agir, mediante o exposto em um texto da esfera publicitária, propaganda, se as estratégias empregadas nele forem, realmente, convincentes.

ORIENTAÇÃO AO PROFESSOR:

Neste bloco "Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas" é importante conduzir a aula, levando os estudantes, dentre outras questões, a desenvolver a consciência crítica acerca de que argumentar é, considerando o que afirma Abreu (1999, p. 9), "a arte de convencer e persuadir". Logo, devem observar que isso está presente nas propagandas, as quais cumprem um papel social, uma vez que fazem parte da vida das pessoas há muito tempo, estabelecendo entre elas interação. Além disso, contribuem para envolver os sujeitos das mais diversas formas. Uma delas é por meio de estratégias argumentativas, as quais possuem discursos que, muitas vezes, apresentam-se velados, levando as pessoas a agirem mediante as intenções do enunciador imperceptivelmente. Nesse sentido, ressalta-se o que afirma Pinho (1990, p.19) sobre a propaganda: A propaganda é "o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor."

Bloco D- Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas

Neste sexto encontro, a intenção ao realizar as atividades, as quais deverão ser desenvolvidas em, aproximadamente, 2 (duas) aulas é a de que os alunos possam, em duplas:

- ✓ pesquisar na internet, exemplares de propagandas “impressas” ou em vídeo;
- ✓ analisar os exemplares identificados;
- ✓ reconhecer as estratégias argumentativas usadas nas propagandas pesquisadas;
- ✓ discutir sobre as impressões obtidas e registrarem para compartilhar o que fora notado.

HABILIDADES:

(EF69LP02) - Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (Brasil, 2018, p. 141).

(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo consciente. (BRASIL, 2018, p. 141)

(EF69LP15) - Apresentar argumentos e contra-argumentos coerentes, respeitando os turnos de fala, na participação em discussões sobre temas controversos e/ou polêmicos (Brasil, 2018, p. 145).

(EF69LP17) - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguísticos-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens) (Brasil, 2018, p. 145).

Para começar esta aula, convidar os educandos para se sentarem em duplas, na sala de multimídia. As duplas serão separadas, a fim de pesquisarem na internet dois exemplares de

propagandas. Cada dupla será orientada para que, em um processo interativo possa:

em um primeiro momento:

- pesquisar exemplares de propagandas para impressão ou em vídeo;

em um segundo momento:

- selecionar as propagandas encontradas, arquivando-as em uma pasta para posterior impressão e/ou exposição via *datashow*;

em um terceiro momento:

- verificar nas propagandas encontradas:

a) qual foi o período de divulgação delas e se isso influenciou no objetivo pretendido pelo produtor;

b) com qual objetivo elas foram criadas (a sua função sociocomunicativa);

c) quem/o que foi incluído e quem/o que foi excluído. Falar sobre isso, justificando a resposta;

d) se houve o emprego de recursos semióticos persuasivos utilizados na construção delas e, se sim, quais foram. Além disso, se, para a dupla, realmente foram persuasivos ou se não e por quê;

e) se para defender os seus pontos de vista, os produtores delas se valeram de estratégias persuasivas voltadas para alguma forma de apelo;

f) quais foram as teses defendidas pelos produtores de cada uma das propagandas encontradas e qual a opinião da dupla a respeito do interesse do enunciador;

g) se elas revelam algo acerca da vida em sociedade. Se sim, que argumente sobre isso, posicionando-se, criticamente.

h) se nelas, foi utilizado algum tipo de comparação, dados estatísticos, informações baseadas em fontes comprovadas, exemplificação. Se sim, dizer com qual propósito ele foi empregado;

i) o que fica pressuposto nelas;

j) quais representações são construídas nelas;

k) se elas podem beneficiar alguém. Se sim, dizer quem;

l) se há alguma crítica materializada nelas; se sim, posicionar-se sobre isso;

m) se foi utilizado algum tipo de estratégia persuasiva voltada para o humor, para a ironia ou para outra forma de persuasão. Se sim, falar de qual modo ela funciona no contexto em que se apresenta e qual a sua importância.

em um quarto momento:

- socializar as propagandas com a turma, explicando-as, e expondo o que identificaram

quanto aos recursos persuasivos utilizados, às estratégias argumentativas aplicadas e quais foram as impressões que obtiveram sobre os assuntos abordados, dizendo que relação há entre as temáticas abordadas e os acontecimentos ocorridos no contexto social no qual estão inseridos. Nesse caso, os alunos deverão dizer se concordam ou se discordam das ideias propagadas e por quê? Caso discordem, dizer como pensam que deveriam ser explicitadas.

- cada dupla deverá expor a que conclusão chegou sobre a maneira como as propagandas funcionam quanto às suas estratégias argumentativas, considerando que existem diferentes interlocutores para os quais elas foram pensadas.

ORIENTAÇÃO AO PROFESSOR:

Aos alunos deve ser dada a oportunidade de serem protagonistas. Assim sendo, deverão ser levados a participar da aula, contribuindo com a aprendizagem do conteúdo trabalhado. Logo, para que isso ocorra, sugere-se que os estudantes pesquisem na internet e possam, em um processo investigativo, apropriar ainda mais de alguns conhecimentos acerca do gênero em estudo, observando os recursos semióticos e as estratégias argumentativas empregados e a sua importância no contexto. Assim, possibilitar a eles a reflexão a respeito dos modos como os discursos são explicitados, buscando "ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto para poder redesenhá-lo" (Janks, 2010, p. 152), caso seja necessário.

Bloco D- Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)

Neste sétimo encontro, o qual deverá acontecer em 2 (duas) aulas, o propósito é o de que os estudantes possam:

- ✓ realizar uma discussão sobre os possíveis temas que requerem mudança de atitude na comunidade escolar, nos bairros, na cidade ou na sociedade;
- ✓ registrar os temas escolhidos e justificar a escolha para a turma;
- ✓ elaborar um planejamento/roteiro, envolvendo o assunto a ser propagado, o público a que se destina, a frase de efeito a ser escrita, as formas de apresentação do assunto: letras/palavras, imagens, cores, movimento, intencionalidade comunicativa;
- ✓ criar uma propaganda, tomando como base os elementos semióticos discutidos nos encontros anteriores e as estratégias argumentativas empregadas;
- ✓ compartilhar com a turma a produção realizada, explicando-a, considerando os recursos persuasivos empregados para envolver o interlocutor;
- ✓ divulgar a propaganda criada nas redes sociais da escola.

HABILIDADES:

(EF69LP06) - Produzir e publicar (...) propagandas (...) jingles de campanhas sociais, dentre outros em várias mídias, vivenciando de forma significativa o papel de repórter, de comentador, de analista, de crítico, de editor ou articulista, de booktuber, de vlogger (vlogueiro) etc., como forma de compreender as condições de produção que envolvem a circulação desses textos e poder participar e vislumbrar possibilidades de participação nas práticas de linguagem do campo jornalístico e do campo midiático de forma ética e responsável, levando-se em consideração o contexto da Web 2.0, que amplia a possibilidade de circulação desses textos e “funde” os papéis de leitor e autor, de consumidor e produtor (Brasil, 2018, p. 143).

(EF69LP07) - Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação -, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero) utilizando estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/ alterando efeitos, ordenamentos etc; (Brasil, 2018, p. 143).

(EF69LP09) - Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, banner, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, spot, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc; (Brasil, 2018, p. 143).

(EF89LP11) - Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: cartaz, banner, indoor, folheto, panfleto, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas (Brasil, 2018, p. 179).

(EF69LP12) - Desenvolver estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/ redesign (esses três últimos quando não for situação ao vivo) e avaliação de textos orais, áudio e/ou vídeo, considerando sua adequação aos contextos em que foram produzidos, à forma composicional e estilo de gêneros, a clareza, progressão temática e variedade linguística empregada, os elementos relacionados à fala, tais como modulação de voz, entonação, ritmo, altura e intensidade, respiração etc., os elementos cinésicos, tais como postura corporal, movimentos e gestualidade significativa, expressão facial, contato de olho com plateia etc. (...)

(EF69LP13) - Engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social (Brasil, 2018, p. 145).

Para dar início à aula, informar os alunos de que eles realizarão uma atividade em grupo com o propósito de criarem uma propaganda social. Para tanto, separá-los e dizer que cada grupo deverá pensar sobre um tema que considerar importante haver intervenção em um destes contextos: comunidade escolar, bairro, cidade, estado ou sociedade. Em seguida, tomada a decisão, o grupo deverá expor o seu tema para a turma, explicando porque decidiu por ele.

Em sequência, sugerir que os grupos elaborem uma propaganda, contemplando a temática, conforme a escolha feita por eles. Antes, porém, apresentar aos alunos cópias de roteiros para a criação de propagandas. Sugerir que, com base neles, criem os próprios roteiros ou façam adaptações necessárias ao escolhido. Informar-lhes, ainda, que existem várias maneiras de criar uma propaganda, logo, que os roteiros indicados são apenas algumas possibilidades. Desse modo, seguem abaixo dois roteiros criados, com base em pesquisa realizada neste site da internet: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fazer-uma-propaganda> e, também, nas teorias do LC que fundamentam este trabalho, para que os estudantes possam considerá-los e se guiarem na elaboração da propaganda:

ROTEIRO I:

A criação de uma propaganda social envolve alguns passos importantes para que o assunto abordado seja claro, objetivo e impactante. Abaixo, seguem dois exemplares de roteiros que podem ajudar na criação desse tipo de propaganda:

- Pensar nos canais mais adequados para a divulgação da propaganda, como redes sociais, TV, rádio, jornais, etc.
 - identificar o objetivo da propaganda social, que pode ser:
 - conscientizar o público sobre um problema social;
 - sensibilizar o público para uma causa;
 - engajar o público em uma ação social;
 - definir qual é o público-alvo da propaganda.

Escolher a mensagem que será transmitida na propaganda, que deve:

- ser clara e objetiva;
- ter uma linguagem acessível ao público-alvo;
- ser impactante e gerar emoções e/ou no público.

Escolher o formato da propaganda, a fim de persuadir o público. Tal formato pode ser:

- vídeo: usar imagens e sons;
- áudio: usar a voz e efeitos sonoros;
- texto: usar palavras escritas;
- imagem: usar uma imagem forte e impactante;

Escrever o roteiro da propaganda, que deve incluir:

- um título chamativo e impactante;
- um texto curto e claro;
- imagens, vídeos que reforçam a mensagem e/ou emocionem o público;

Revisar o roteiro e fazer as configurações necessárias.**ROTEIRO II:**

- identificar o problema social que será aplicável na propaganda;
- definir qual é o público-alvo da propaganda;
- escolher a abordagem mais adequada para a mensagem, que pode ser:
 - * Apelo emocional: usar emoções para sensibilizar o público-alvo;
 - * Estatísticas e dados: mostram números e fatos que evidenciam o problema;
 - * Exemplos reais: mostrar situações que representam o problema;
 - * Apelo à ação: convocar o público-alvo para fazer algo em relação ao problema.

Escrever o roteiro da propaganda, que deve incluir:

- pensar no local de divulgação da propaganda nos canais mais adequados, como redes sociais, TV, rádio, jornais, etc.
- um título chamativo e impactante;
- um texto curto e claro, que transmite a mensagem da propaganda;
- imagens ou vídeos que reforçam o assunto a ser propagado, levam o público a refletir sobre o problema e/ou o emocionam;
- revisar o roteiro e fazer as configurações necessárias;
- gravar ou produzir propaganda, seguindo o roteiro;

Revisar o roteiro e fazer as configurações necessárias.**Produzir a propaganda, seguindo o roteiro.**

Após a elaboração do roteiro ou a da adaptação a um deles, distribuir folhas de papel sulfite aos alunos, propor que visitem os próprios cadernos e os registros feitos no que concerne às propagandas analisadas nos encontros anteriores e, com isso, que preparem para a produção da propaganda, de acordo com o que pensaram, requerendo mudança de atitude das pessoas. Cada grupo, nesse sentido, deverá pensar se quer criar uma propaganda no ambiente virtual ou de outra forma. Em seguida, pôr no papel o que foi pensado. Assim sendo, repassar para o docente o que ficou decidido pelo grupo para que possa ser dada sequência à produção, a qual, conforme a decisão dos alunos, deverá acontecer manualmente ou em ambiente virtual. Nesta seara, vale ressaltar que tanto a sala de multimídia quanto a sala de aula ou a biblioteca poderão

ser usadas para esse fim.

Isso posto, os grupos deverão elaborar a propaganda acompanhados do docente para mediar a criação, se for necessário. Concluída a produção, sugerir que os grupos troquem as propagandas uns com os outros, a fim de que recebam um *feedback* acerca da forma como foram elaboradas. A partir disso, realizar o redesenho caso seja indispensável. Propor, portanto, que cada grupo leve em conta as observações dos colegas e revise a sua propaganda, verifique todas as estratégias utilizadas, a estrutura composicional empregada, as escolhas linguísticas realizadas e observe se houve obediência à temática para, só depois, compartilhá-la com a turma, apresentando o roteiro que seguiram, justificando suas escolhas, fazendo uma autocrítica. Nesse momento, pedir que os demais alunos fiquem atentos para que, ao final, possam dizer qual das propagandas mais gostaram e por quê, observando se houve atendimento aos modos de produção do gênero conforme estudado durante os encontros anteriores. Caso não tenha havido, os discentes serão informados de que deverão rever a produção para que, se necessário, seja refeita, incluindo alguns aspectos e excluindo outros, conforme sugerido. Se tiverem atendido ao proposto, mas recebido sugestões de melhoria, durante a apresentação, motivá-los para que façam a reescrita do texto. Após a apresentação aos colegas, a observação deles e também do docente, propor que as produções sejam votadas, a fim de que um exemplar seja escolhido para ser divulgado nas redes sociais da escola.

ORIENTAÇÃO AO PROFESSOR:


Dizer ao aluno que é importante que ele observe as atividades anteriores, atentando-se para as análises feitas em torno das propagandas, quais foram os recursos semióticos empregados, os objetivos das referidas propagandas, a linguagem usada, o público a que se destinaram, o assunto propagado, as estratégias empregadas. Orientar, além do mais, dizendo que a produção em grupo em questão é com o propósito de o docente avaliar como os estudantes se apropriaram do conhecimento acerca do gênero em estudo. Nessa atividade, os alunos serão os protagonistas de seu próprio saber. Ação que, sem dúvida, obedece aos princípios do LC. Além disso, "encoraja os participantes a explorar, criar e negociar significados e a pensar por si próprios. Portanto, a seleção do conteúdo deve incluir questões locais e globais relevantes que são significativas para os alunos" (Lopes, Andreotti e Menezes de Souza, 2006, p.4)

ATENÇÃO

Professor, é importante acompanhar todo o processo produtivo dos alunos, a fim de orientá-los caso seja necessário. É imprescindível, ainda, deixar claro que as produções são uma forma de observar se eles, realmente, entenderam os propósitos comunicativos do gênero propaganda na sociedade e o quanto ele exerce poder sobre as pessoas por meio da utilização de diversos recursos semióticos, os quais, muitas vezes, de maneira imperceptível as fazem agir em favor de uma ideia e/ou causa.

Reforce a respeito da importância de os discentes criarem estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/ redesign e avaliação de seus textos, considerando sua adequação aos contextos. Isso porque "Se focalizarmos as seleções, teremos oportunidade de observá-las e pensar sobre seus efeitos" (Janks, 2016, p. 24).

* Se houver muita dificuldade quanto à escolha do tema a ser abordado na propaganda, sugerir alguns.



Bloco E- Investigando possibilidades de mudanças: a comunidade escolar em foco

Este é o oitavo encontro, o qual deverá acontecer em 4 (quatro) aulas. O propósito com ele é o de que os estudantes possam, em grupos – os mesmos do encontro anterior:

✓ visitar as salas de aulas e outras dependências da escola, como: coordenação, cantina, biblioteca para a realização de uma investigação a respeito do que os membros da comunidade escolar pensam sobre a necessidade de haver mudanças de postura em seu ambiente estudantil e/ou cidade, bairro, estado, sociedade;

- ✓ propor questão para a obtenção de resposta (s) acerca do assunto em pauta;
- ✓ divulgar nas dependências da escola os resultados obtidos com a questão;
- ✓ criar uma propaganda com vistas a atender ao que anseia a comunidade escolar;
- ✓ divulgar a propaganda no ambiente físico e virtual da escola.

HABILIDADES:

(EF69LP06) - Produzir e publicar (...) propagandas (...) jingles de campanhas sociais, dentre outros em várias mídias, vivenciando de forma significativa o papel de repórter, de comentador, de analista, de crítico, de editor ou articulista, de booktuber, de vlogger (vlogueiro) etc., como forma de compreender as condições de produção que envolvem a circulação desses textos e poder participar e vislumbrar possibilidades de participação nas práticas de linguagem do campo jornalístico e do campo midiático de forma ética e responsável, levando-se em consideração o contexto da Web 2.0, que amplia a possibilidade de circulação desses textos e “funde” os papéis de leitor e autor, de consumidor e produtor (Brasil, 2018, p. 143).

(EF69LP07) - Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação -, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero) utilizando estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/ alterando efeitos, ordenamentos etc; (Brasil, 2018, p. 143).

(EF69LP09) - Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, banner, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, spot, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc; (Brasil, 2018, p. 143).

(EF89LP11) - Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: cartaz, banner, indoor, folheto, panfleto, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas; (Brasil, 2018, p. 179).

(EF69LP12) - Desenvolver estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/ redesign (esses três últimos quando não for situação ao vivo) e avaliação de textos orais, áudio e/ou vídeo, considerando sua adequação aos contextos em que foram produzidos, à forma composicional e estilo de gêneros, a clareza, progressão temática e variedade linguística empregada, os elementos relacionados à fala, tais como modulação de voz, entonação, ritmo, altura e intensidade, respiração etc., os elementos cinésicos, tais como postura corporal, movimentos e gestualidade significativa, expressão facial, contato de olho com plateia etc. (...)

(EF69LP13) - Engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social (Brasil, 2018, p. 145).

Para dar início à aula, os estudantes deverão sentar-se em círculo, para ouvir a orientação do docente sobre como deverão proceder para a realização da atividade que lhes será proposta.

Inicialmente, o docente deverá:

- promover uma conversa com os estudantes, orientando-os para que realizem uma visita (cada grupo em um local diferente) nas dependências da escola, como: salas de aula, coordenação, cantina, entre outros. Esclarecer-lhes que tal visita terá sido anunciada à coordenação e aos professores pelo docente.

Em seguida:

- explicar-lhes que deverão, no momento da visita, deixar claro sobre os motivos que os levaram a essa tarefa e que o resultado obtido com ela será divulgado no ambiente físico da escola por meio de exposição oral ou de cartazes ou nos grupos de *WhatsApp* tanto dos alunos quanto dos professores, gestores e comunidade escolar de modo geral.

Além disso, que procurem ser objetivos quanto aos propósitos pretendidos e, de forma organizada e cuidadosa, sigam com a atividade. Sugerir que questionem tanto os estudantes quanto os servidores sobre o que veem em seu contexto escolar, na cidade, no bairro, no estado e/ou na sociedade e que percebem a necessidade de haver mudança de postura das pessoas em relação a isso. Nesse sentido, orientar para que se atentem sobre que tipo de assunto se trata: (contribuir com a limpeza do ambiente escolar; reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania; respeitar as diferenças; combater o *bullying*; incluir deficientes auditivos, físicos, intelectuais nos diversos setores da sociedade; promover a paz nas escolas; respeitar o meio ambiente; a importância do cuidado com a saúde mental dos jovens; etc.). Por fim, que respondam se atividades que levem as pessoas a refletirem acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura das pessoas são importantes e, por isso, devem ser desenvolvidas com frequência nas escolas.

Posteriormente:

- esclarecer que pergunta (s) simples deverá (rão) ser elaborada (s), em sala de aula, em conjunto com o docente, para que seja aplicada aos funcionários e aos alunos de outras séries a respeito do assunto em pauta.

- orientar os estudantes, dizendo-lhes que, após terem apresentado a(s) questão(ões) aos demais membros da comunidade escolar, verifiquem a(s) resposta(s) dada(s), observando o assunto escolhido por eles, que o registrem e compartilhem, em sala de aula, com os colegas. Assim, observado o tema mais abordado, reforçar que o resultado deverá ser divulgado nas dependências da escola, por meio de cartazes, de exposição oral e/ou de outros recursos

possíveis como grupos de *WhatsApp*, esclarecendo que a propaganda será criada e, depois, compartilhada.

Diante disso, em um momento posterior, mediante o assunto escolhido, o docente reúne os estudantes (mantendo os grupos do encontro anterior) e propõe a elaboração de uma propaganda, seguindo o roteiro usado no outro encontro. Nesse sentido, orientar os alunos para que discutam acerca da temática, pesquisem sobre ela, explorem o assunto, falem o que pensam a respeito, deem opiniões entre si e levem em conta a maneira de divulgação do texto, o suporte adequado a ele, como, por exemplo, ambiente virtual, cartaz, outdoor, televisão, entre outras possibilidades, as quais sejam de acesso tanto da comunidade escolar quanto de outras esferas fora dela.

Após a criação da propaganda (a qual terá sido elaborada por cada grupo), é importante que o docente oriente os discentes a revisarem-na. Para isso, cada grupo deve analisar as próprias produções, depois trocá-las com outros grupos, para que um colabore com a criação do outro. Desse modo, olhando criticamente para frente, a fim de redesenhar a propaganda produzida pelos colegas, caso seja necessário. Nesse contexto, instruir os educandos para que leiam para, posteriormente, comentarem a produção em análise, de modo cuidadoso, respeitoso e crítico, no sentido de se posicionar, olhando para trás em direção ao desenho e, também, para a frente em direção ao redesenho.

Deixar claro aos alunos que, ao analisarem a produção dos colegas, é imprescindível que considerem os seguintes aspectos:

a) a adequação ao tema e se visa à adesão a uma ideia, se busca conscientizar o público-alvo acerca da questão proposta, persuadi-lo, mobilizando-o a agir em favor de uma causa social;

b) a adequação à estrutura composicional e ao estilo do gênero propaganda (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa);

c) a adequação ao tempo e ao modo verbal;

d) a adequação ao possível suporte de divulgação;

e) a adequação ao uso das linguagens verbal e não-verbal;

f) o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida.

Por fim, sugerir que os grupos possam expor as observações acerca da produção dos colegas, explicando-lhes a análise feita, as considerações que julgaram pertinentes e as sugestões que consideraram importantes para o caso de um provável redesenho da propaganda.

A partir disso:

- orientar os discentes para que redesenhem seus textos, considerando os apontamentos dos colegas, caso tenham concordado com as observações deles.

- propor, desse modo, que compartilhem, novamente, as propagandas entre os grupos, a fim de que, os mesmos colegas da primeira versão, possam opinar sobre o redesenho realizado.

- Conversar com os estudantes, motivando-os, cada grupo, a realizar uma revisão final da própria propaganda para que, depois, exponham-na para a turma e votem em qual delas, gostariam que fosse publicada. Sugerir que pensem em um ambiente de divulgação que atinja o maior alcance possível, para que vá para além do universo escolar. Ademais, que possa despertar no ambiente educacional comentários, análises, reflexões não só do corpo docente e discente, mas da comunidade escolar como um todo, afinal, todos terão contribuído, de algum modo, para a produção da propaganda.

Sugestão de questões para a comunidade escolar:

As alternativas a seguir visam a levá-lo(a) a refletir sobre ações que podemos tomar para promover mudanças positivas em nossa forma de agir na sociedade. Sendo assim, se você tivesse que divulgar uma ideia, por meio de uma propaganda, a fim de que as pessoas passassem a agir de forma diferente no contexto escolar e/ou na cidade, no bairro em que vivem, no estado, na sociedade, qual(is) dos assuntos você divulgaria?

01. Marque um ou dois dos itens abaixo:

- () Evitar espalhar lixo no ambiente escolar.
- () Respeito às diferenças.
- () Inclusão de deficientes.
- () A importância de saber ouvir o outro.
- () Prática à gentileza.
- () Promoção da paz nas escolas.
- () Reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania.
- () Combate ao *bullying*.
- () A importância do cuidado com a saúde mental dos jovens.

Caso nenhum desses assuntos seja o que você divulgaria, escreva o que pensou, no espaço a seguir:

02. Atividades como esta, que levem as pessoas a refletirem acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura das pessoas, são importantes e, por isso, devem ser desenvolvidas com frequência nas escolas? Sim () Não ()


ORIENTAÇÃO AO PROFESSOR:

Esclarecer aos alunos que esta será uma aula destinada a mais um trabalho em grupo e que tem muita importância, uma vez que levarão as pessoas que compõem o ambiente escolar à reflexão sobre assuntos de cunho social, os quais consideram necessário haver mudanças de atitude no cenário em que vivem e/ou no contexto escolar. Logo, torna-se imprescindível, respeitando os turnos de falas, discutirem acerca do que observaram durante as visitas aos ambientes da escola e dos resultados obtidos com o a (s) questão (ões) proposta (s), para, depois, sugerir, por meio da criação de uma propaganda, possíveis formas de reverter a realidade vigente, compartilhando-as, a partir de argumentos consistentes e dinâmicos, as ideias e as opiniões explicitadas.

ATENÇÃO

Professor, assim como no momento anterior, é importante acompanhar todo o processo produtivo dos alunos, a fim de orientá-los, caso seja necessário. É imprescindível, ainda, deixar claro que o olhar crítico do outro em relação às nossas produções é bastante valioso, uma vez que todos os textos estão sujeitos a um processo de crítica e, também, de uma possível reconstrução. Além disso, é necessário considerar, caro docente, que de acordo com Janks (2010, p. 183), "é preciso ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto para poder redesenhá-lo".

Ainda na esteira do que afirma essa autora, o processo do design e do re-design acontece de forma contínua, além disso, as escolhas que fazemos, "mais que tudo, sinalizam que os textos escritos e falados são construídos com base num leque de possíveis opções linguísticas. Algo que tenha sido construído pode igualmente ser desconstruído. Esse processo de desfazer e desconstruir o texto aumenta nossa consciência a respeito das escolhas que o enunciador faz. Toda escolha situa, no primeiro plano, o que foi selecionado e esconde ou oculta aquilo que não o foi. Se focalizarmos as seleções, teremos oportunidade de observá-las e pensar sobre seus efeitos" (Janks, 2016, p. 24).



Bloco F- Avaliação da participação nas atividades da proposta didática

Este é o nono encontro, o qual deverá acontecer em 2 (duas aulas), o propósito com ele é o de que os estudantes possam avaliar a participação da comunidade escolar e deles no trabalho por meio do gênero propaganda.

Para dar início à aula, o docente, após o desenvolvimento das atividades sugeridas na proposta didática, poderá:

- **Em um primeiro momento**, fazer uma retomada a respeito do que os membros da comunidade escolar, no oitavo encontro, responderam no questionário sobre a relevância do trabalho com o gênero propaganda desenvolvido na escola, a fim de motivar os alunos a refletirem acerca das respostas dadas e a se posicionarem criticamente quanto ao exposto;

- **Em um segundo momento**, sugerir que os estudantes possam compartilhar suas opiniões quanto ao trabalho realizado em torno do gênero propaganda, comentando as suas próprias impressões no que concerne às contribuições que deram no decorrer das atividades propostas e falando o que perceberam de positivo quanto ao trabalho realizado e de negativo;

- **Em um terceiro momento**, sugerir que, em grupos, discutam sobre como percebiam as propagandas e como passaram a vê-las quanto ao modo como se apresentam nos contextos sociais. Pedir, ademais, que respondam a um questionário (Apêndice 2) disponibilizado em folha de papel sulfite xerocopiada, no qual possam assinalar algumas alternativas que revelem suas impressões e conclusões após os estudos acerca desse gênero, mostrando se o trabalho por meio dele contribuiu para o desenvolvimento do olhar crítico que se deve ter sobre os textos que circulam socialmente.

Vale ressaltar que, quando os alunos estiverem envolvidos nesta atividade, o professor deverá acompanhá-los, a fim de que haja um delineamento mais preciso, no que concerne à avaliação realizada por eles. Dessa forma, para encerrar a aula, o docente deverá coletar os questionários dos grupos e finalizá-la, agradecendo aos discentes por todo o envolvimento, empenho e parceria no decorrer do trabalho realizado.

5 DA PROPOSTA DESENVOLVIDA, DO RELATO, DA ANÁLISE E DA REFLEXÃO

Nesta seção, meu objetivo foi relatar, analisar e refletir sobre os resultados do desenvolvimento da proposta realizada em uma turma de 9º ano do ensino fundamental da rede pública do estado de Goiás, durante as aulas regulares de Língua Portuguesa. Organizei-a com a finalidade de proporcionar uma compreensão mais clara das atividades desenvolvidas, dividindo-a em subseções. Para isso, organizei-a em seis subseções, nas quais trato, respectivamente, de cada um dos seis blocos constitutivos da proposta. Nessas subseções, estabeleço um diálogo com o que foi apresentado na revisão documental e na fundamentação teórica desta dissertação e com pesquisas já desenvolvidas no âmbito do Profletras, com foco no trabalho com propagandas, e busco evidenciar se e como os objetivos de cada bloco foram atingidos e se e como as habilidades elencadas em cada bloco foram desenvolvidas.

5.1 Bloco A: Iniciando o desenvolvimento da proposta com os alunos

Conforme a proposta apresentada na seção anterior, o bloco A é constituído de duas etapas: uma de apresentação da proposta e sondagem inicial de conhecimentos e outra de exposição sobre o diário de campo. Como a apresentação da proposta foi relatada na subseção 3.2 sobre procedimentos metodológicos, vou me concentrar aqui nos resultados da sondagem inicial e na segunda etapa do bloco A, o qual foi desenvolvido em 4 (quatro) horas/aula.

Com relação à primeira etapa, realizei uma sondagem, conforme questionário disponível no Apêndice 1, o qual foi configurado para ser respondido via Google *forms*, no endereço: <https://forms.gle/WWT8JUx4LgAoyY2r7>. Na sondagem investiguei o conhecimento dos alunos acerca do gênero discursivo propaganda, explorando a compreensão deles sobre as características do gênero e sobre as estratégias argumentativas nele utilizadas para promover ideias, princípios, doutrinas, causas ou práticas.

Essa atividade deixou os alunos felizes, afinal, poderiam acessar um ambiente virtual, que é uma atividade de que eles gostam. Todavia, como o acesso à internet estava precário, alguns conseguiram responder às perguntas e outros não. À vista disso, foi sugerido que as respostas às questões fossem elaboradas manualmente em sala de aula, já que, por precaução, cópias impressas tanto das questões quanto dos textos publicitários que as embasavam haviam sido levadas para a sala de aula.

As respostas à sondagem foram previamente lidas, organizadas e analisadas por mim, em um momento extraclasse, para discussão na aula seguinte.

Para a devolutiva dos resultados da sondagem e discussão, um discente sugeriu que se sentassem em círculo, já que estava cansado de ficar em filas (disposição comum nos colégios da polícia militar). Todos, empolgados, concordaram. Este momento está representado na figura 1 abaixo:

Figura 3 - Participantes durante devolutiva relativa à sondagem de conhecimentos



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Para que os alunos pudessem acompanhar as respostas deles às questões, as cópias impressas foram lhes devolvidas. Logo, ao iniciar a discussão, foi lhes dito que a intenção era a de realizar a devolutiva por meio de slides, evidenciando a forma como cada aluno havia respondido às perguntas, apresentando comentários sobre elas e, também, mostrando gráficos que pudessem representar o que havia sido exposto por eles. Porém, não foi possível fazer conforme pretendido, porque, na sala de aula, o aparelho de transmissão - *datashow* - apresentou problemas técnicos, segundo a coordenação pedagógica, e a sala de informática estava ocupada por outro docente. Assim, as questões foram relidas e, a partir disso, realizada uma discussão sobre as colocações deles.

Após esse momento, prosseguimos com a aula, a qual foi interrompida por alguns alunos que pediram para acompanhar as respostas pelo celular, no *google forms*, já que eram iguais ou semelhantes às das cópias impressas. Foi permitido e eles ouviam os comentários e, também, quando sentiam necessidade, davam opiniões acerca do assunto em pauta ou esclareciam melhor o que quiseram dizer e que não havia sido dito com clareza.

Com relação aos gráficos que seriam exibidos por slides, um dos estudantes, no momento da aula, se ofereceu para fazer o recorte das imagens deles e transmiti-las aos colegas - via *WhatsApp* - no grupo da turma, a fim de que todos pudessem acompanhar melhor o que estava sendo comentado. Dessa forma, foi enviado o arquivo para o celular do discente, que selecionou as imagens dos gráficos, as quais foram visualizadas, durante as discussões. Essa foi uma importante contribuição do aluno, que demonstrou uma postura colaborativa e solidária,

que é valorizada pelo LC. Essa atitude, vale ressaltar, permitiu que os demais discentes pudessem não só ouvir os comentários a respeito de suas respostas como vê-las representadas por meio de gráficos, tornando a aula mais rica e significativa.

A primeira pergunta do questionário foi direcionada para uma análise comparativa de dois textos. As respostas foram unânimes, no tocante aos propósitos dos dois: para eles, o primeiro texto tinha o objetivo de promover uma marca e vender um produto, nesse caso, um xampu da marca SEDA; já o segundo, tinha a intenção de influenciar as pessoas a agirem contra ações racistas no futebol, conforme revelam estas respostas:

(1)A8: O primeiro texto tem o objetivo de vender um produto SEDA; já o segundo, quer influenciar as pessoas a combater o racismo no futebol.

A11: Um quer vender um produto e o outro, não. Ele quer combater o racismo no futebol.

A13: Os dois textos têm objetivos diferentes. O primeiro quer vender um xampu e outro quer que a gente combata o racismo.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Logo, notou-se que, para os educandos, o que havia em comum entre os textos era o fato de eles pertencerem à esfera publicitária, mas apresentarem propósitos diferentes. Eles conseguiram identificar um aspecto distintivo entre os gêneros anúncio publicitário e propaganda, embora não tenham apontado essas duas designações, o que foi destacado por mim, durante a discussão.

Na discussão, perguntei-lhes se não havia algo mais a ser observado nos textos analisados, além do fato de terem propósitos diferentes, o que motivou os discentes a tecerem estas considerações:

(2)PA³: Não há nada mais a ser observado nos textos analisados, além do fato de eles apresentarem propósitos diferentes?

A15: Tem mais coisas, mas é tudo propaganda, porque os dois textos têm imagens, palavras em destaque e sentido figurado em algumas frases. Mas têm objetivos diferentes.

A16: Sim, observei também que os textos têm em comum imagens, frases chamativas e um quer destacar um produto para vender e outro quer influenciar as pessoas sobre algo e usando a criatividade para chamar a atenção delas.

A34: Os dois textos têm linguagem não verbal e slogan e quer nos convencer de algo. Mas tem mais coisas que a gente pode observar neles, como imagens destacadas, palavras diferentes, cores chamativas etc.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Dessa forma, nota-se que a maneira como os estudantes se posicionaram em relação à questão em pauta significa que, de algum modo, eles tinham familiaridade com o gênero em

³ PA será o código utilizado para se referir à pesquisadora, no momento da transcrição da análise e reflexão do questionário.

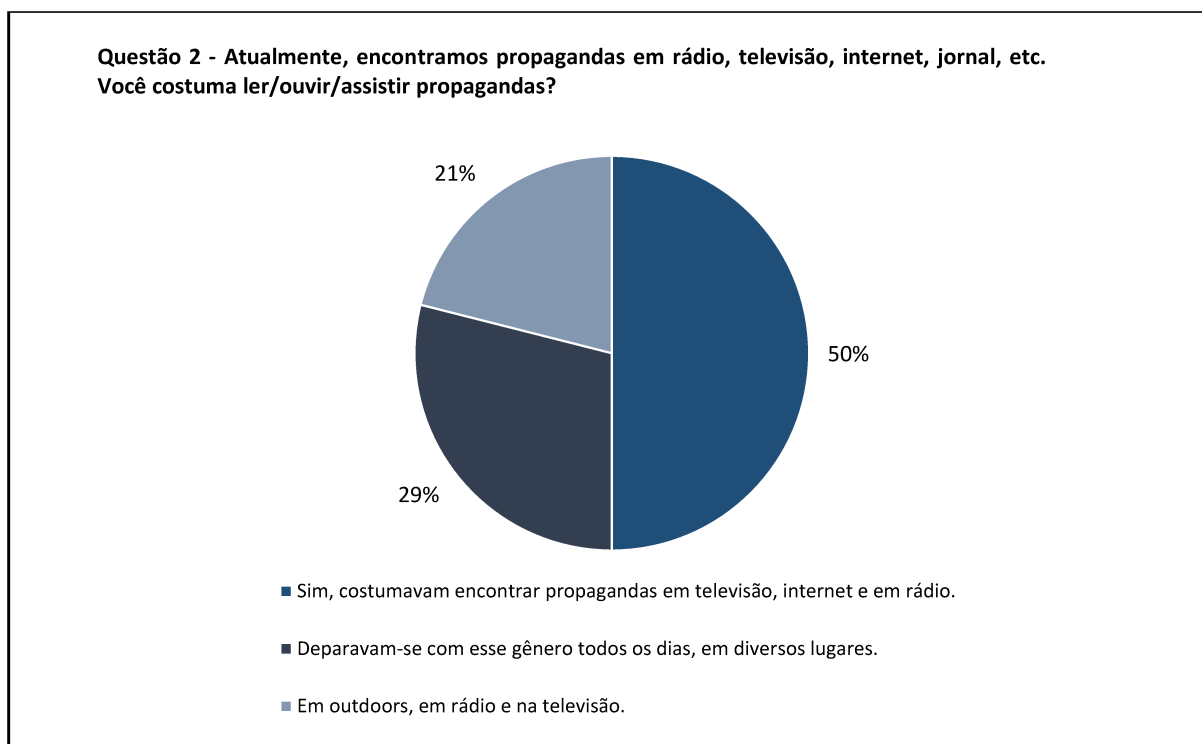
estudo, uma vez que, para chegarem a essa conclusão, certamente, levaram em conta diferentes aspectos, como: a estrutura composicional, as escolhas linguísticas, o uso de imagens, entre outros recursos semióticos que compõem o gênero em pauta, o que é dito, lembra Bakhtin para o qual é importante considerar na leitura dos enunciados a estrutura composicional, as escolhas linguísticas e outros recursos semióticos, seu conteúdo temático para o seu entendimento. Na esteira dessa questão, vale salientar que, para esse estudioso,

os enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional (Bakhtin, 2011, p. 262).

O diálogo foi acontecendo e boa parte dos estudantes interagindo, conforme os comentários e indagações eram expostos. Isto posto, foi sendo perceptível o quanto é enriquecedor a conversa em sala de aula, porque os alunos vão, ainda que aos poucos, refletindo acerca das coisas que estão sendo discutidas, expressando os seus pontos de vista, concordando e discordando, criticamente, acerca dos assuntos abordados e, também, dos posicionamentos dos colegas e do docente. Os estudantes **A15**, **A16** e **A34**, por exemplo, ao serem questionados, acionaram os seus conhecimentos prévios a respeito do assunto em pauta, revelando-se críticos, tornando-se sujeitos de seus saberes, conforme propõe Jordão (2013), o qual defende a importância do trabalho educacional voltado para o desenvolvimento da capacidade crítica do aluno, tornando-o capaz de agir na sociedade, reconhecendo seus saberes e práticas sociais, de maneira a sempre questionar os diferentes posicionamentos tomados como verdades absolutas. Nesse sentido, destaco o pensamento de Oliveira (2017, p.15), o qual compreende que nas práticas de LC é importante que o educador busque o desenvolvimento de práticas discursivas de construção de sentidos as quais “incluam uma consciência de como, porque, e segundo os interesses de quem, textos em particular podem funcionar”. E isso é possível, deixando os estudantes exporem o que pensam, refletirem a respeito disso, buscando o entendimento de como os textos funcionam na sociedade e com base nos propósitos de quem, consoante ao que ocorreu nesse diálogo.

Nas respostas à questão 2 (dois), todos os discentes afirmaram que costumam ler, ouvir ou assistir a propaganda e 50% dos 38 participantes responderam que costumavam encontrar propagandas em televisão, internet e em rádio, 29%, deparavam-se com esse gênero todos os dias, em diversos lugares, e 21%, em outdoors, em rádio e na televisão. Como forma de ilustrar o exposto, abaixo encontra-se o gráfico:

Gráfico 1 - Por qual meio os estudantes acessam propagandas?



Fonte: Questionário criado pela pesquisadora na plataforma *Excel*

Na sequência, perguntei-lhes por que a maioria encontrava propagandas em televisão, internet e em rádio. Eis algumas das respostas:

- (3) **A2:** Porque sempre fico ligado na internet, professora, assisto também televisão com meus pais e ouço o rádio quando venho para a escola. Meus pais gostam muito de ouvir rádio.
A10: Porque eu mexo muito em internet e assisto à televisão junto com meus pais e ouço rádio também.
A16: Porque a gente vê outdoors nas ruas, nos shoppings, nos vidros dos carros, nos muros, em vários lugares. Sei lá, professora. Em tudo que é lugar.

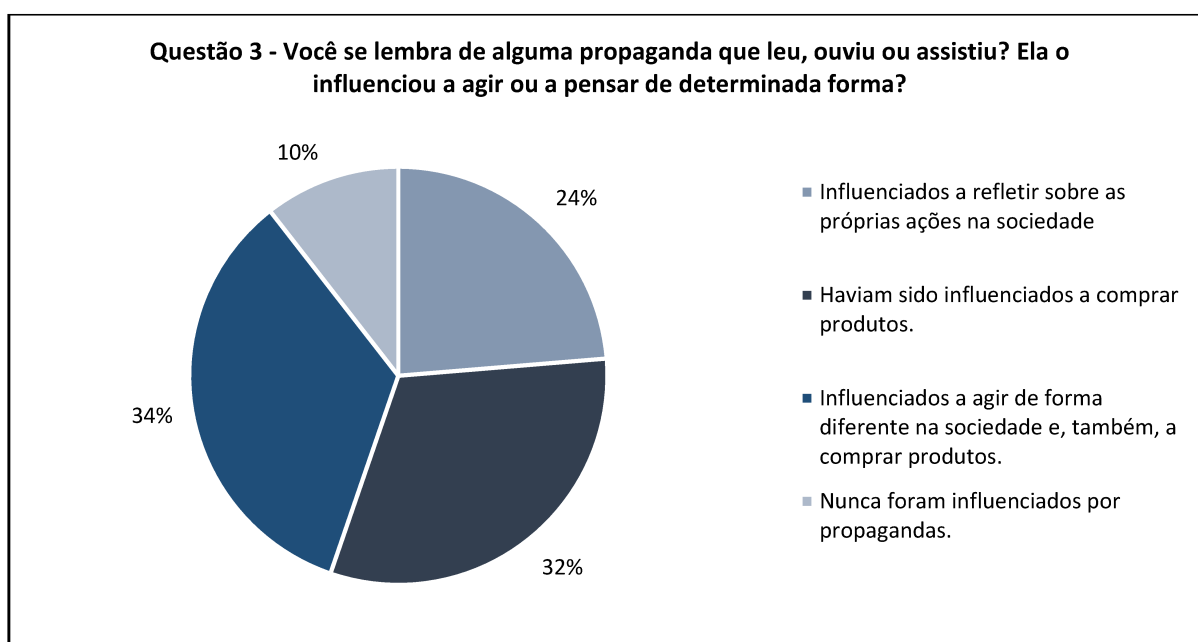
(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

A partir do exposto anteriormente, é notório que os alunos já tiveram e têm contato com o gênero em debate, eles são, nesse sentido, conscientes disso. Observa-se ainda que sabem que as propagandas são publicadas em diferentes meios de comunicação e suportes. Fato que confirma o que defende Bakhtin (2011) sobre os gêneros discursivos, no sentido de que estes estão por toda parte, no dia a dia das pessoas e se concretizam “em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana”. Dessa forma, nota-se que, como as propagandas não são algo fora do cotidiano dos estudantes, com certeza, seria possível que discussões acontecessem de maneira ainda mais enriquecedora, durante as aulas. Diante disso, é importante levar em conta o pensamento de Carbonieri (2016). Para esse estudioso é imprescindível que o educador assuma uma

perspectiva de ensino que leve os educandos a vivenciarem inúmeras situações que lhes permitirão desenvolver habilidades diversas. Logo, entendo que isso é possível por meio do trabalho que promova, dentre outras coisas uma leitura crítica de um material ao qual os estudantes já estejam familiarizados, de alguma forma.

Com relação à pergunta 3, cujo objetivo era saber se os estudantes se lembravam de alguma propaganda que leram, ouviram ou a que assistiram e se ela os influenciara a agir ou a pensar de determinada forma, identifiquei que todos se lembravam de alguma propaganda e que, dos 38 alunos, 24% já foram influenciados a refletir sobre as próprias ações na sociedade, como: a respeito da importância de vacinar, de preservar o meio ambiente, de não ser preconceituoso, de preservar a água, de ser mais responsável no trânsito. Outros 32% foram influenciados a comprar produtos, e, 34%, a agir de forma diferente na sociedade, respeitando as pessoas e as suas maneiras de ser. Já outros 10% nunca foram influenciados por propagandas, conforme representado no gráfico 2.

Gráfico 2 - Resultado de questionário sondagem questão 3



Fonte: Gráfico criado pela pesquisadora na plataforma *Excel*.

Desse modo, com base nas respostas dadas, foi possível notar que alguns estudantes ainda tinham uma visão da propaganda atrelada à venda de produtos e isso nos levou a discutir as diferenças entre anúncio publicitário e propaganda e a evidenciar que as propagandas não têm como propósito vender um produto, mas, sim, uma ideia. Isso mostra que eles sabiam, de algum modo, que as propagandas exercem influência sobre o seu público, levando-o a fazer algo, segundo os interesses de um enunciador, o que é reforçado por Pinho (1990, p.19), o qual afirma que a propaganda é “o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão

destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor.”

Ainda sobre essa questão, aproveitei o momento para questionar os discentes que disseram que não eram influenciados por propagandas, a fim de saber por que afirmavam isso. E as respostas foram as seguintes:

(4)A4: Porque, eu não sei se tudo o que é dito nesses textos é verdadeiro. Tem muita *fake News* por aí. Então, eu não confio muito.

A5: Porque não me sinto influenciado por esses textos.

A7: Porque não, não faço as coisas porque pedem em uma propaganda. Faço, se meus pais pedirem, se na televisão ou na internet disserem que é importante ajudar alguém ou porque eu acho necessário.

PA: O que você assiste na televisão ou na internet que te leva a pensar e a agir de forma diferente? (Pergunta destinada ao aluno 7)

A7: Ah, assisto programas como Criança Esperança, notícia que fala das coisas que acontecem no mundo. Essas coisas...

PA: Então, você acha que programas como o Criança Esperança não funcionariam como uma forma de propaganda, em um formato diferente?

A7: É, professora, pensando por esse lado, é verdade. Nesses programas a gente é convencido a ajudar as pessoas, pois elas precisam muito. Os apresentadores mostram isso e a gente entende que elas, realmente, não têm condições de viver bem sem a nossa ajuda.

PA: Entendi. Então, você concorda que já foi influenciado por uma propaganda?

A7: É, desse jeito, sim.

A19: Não me sinto influenciado, porque sei o que eu quero e preciso para a minha vida. Então, eu não sou muito de fazer as coisas, porque os outros querem.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Durante a conversa com esses alunos, foi percebido que alguns dos demais, que pensavam diferente deles, ficavam atentos às colocações e faziam expressões de que os entendiam e se mostravam meio que admirados de não serem influenciados pelo modo como, muitas vezes, as pessoas são levadas a agir na sociedade. Nesse âmbito, verifica-se que há indivíduos com uma consciência acerca das coisas que vivenciam no mundo que se opõe, muitas vezes, à da maioria e que isso está relacionado, em diversos casos, à maneira como os pais conduzem a educação dos filhos, levando-os a desconfiarem daquilo que é sugerido como o melhor a ser feito e, também, por questões pessoais que, talvez, sejam algo da própria personalidade do sujeito. Esse momento de diálogo e de reflexão lembra a afirmação de Abreu-Silva (2018, p.184) quando defende a ideia de que o trabalho com o LC deve:

abracar mais do que a simples leitura dos textos para cumprir propósitos sociais, torna-se necessário que as pessoas se posicionem criticamente sobre suas comunidades, ofereçam possíveis soluções para problemas sociais e percebam o caráter ideológico e social das práticas escritas e leitoras.

Dando sequência à conversa, foi iniciada a discussão em torno da questão 4,

direcionada para o propósito principal de uma propaganda. As respostas foram parecidas às dadas à questão 3 (três). Quanto a isso, 4 (quatro) disseram não serem influenciados por esse gênero. Os demais responderam, conforme exposto, muito semelhante à questão 3 (três) e justificaram, dizendo que consideraram as duas perguntas muito parecidas. Usaram a forma como são influenciados por esses textos como sendo o objetivo deles. Ou seja, disseram que as propagandas têm o objetivo de levar as pessoas a refletirem sobre as próprias ações na sociedade, como: a respeito da importância de vacinar, de preservar o meio ambiente, de não ser preconceituoso, de preservar a água, de ser mais responsável no trânsito e, também, de incentivar a comprar produtos e/ou as duas possibilidades apresentadas.

Quanto às questões 5 e 6, as quais tratam, respectivamente, do que mais chama a atenção dos estudantes nas propagandas e dos recursos que o produtor usa para “vender” suas ideias, as respostas foram diversificadas, como ilustram as sequências discursivas a seguir:

Logo, vale salientar, conforme o exposto na sequência discursiva abaixo, que para os estudantes, o que mais lhes chamou a atenção nos textos analisados é/são:

(5)A13: A diversidade de cores, letras e fontes costuma chamar a minha atenção.

A38: As imagens e as palavras apresentadas nessas propagandas. Os movimentos das palavras.

A36: Os slogans são muito interessantes.

A27: A forma como são feitas as propagandas, as cores usadas, os movimentos empregados nas palavras são interessantes.

A26: Os textos curtos, mas chamativos.

A9: Quando são engraçadas, descontraídas.

A31: As cores usadas e as pessoas que participam das propagandas são famosas, como é caso da propaganda que mostra a bola com nomes de jogadores bastante conhecidos.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Essas respostas demonstram o papel que os diferentes recursos semióticos desempenham na atração da atenção do leitor das propagandas. Ou seja, é por meio desses recursos que o interlocutor será influenciado, uma vez que eles chamam a sua atenção e acabam por levá-lo a ser persuadido e, com isso, a agir em favor do que propõe o produtor desse gênero. Dessa forma, torna-se importante salientar o que afirma Janks (2011) quanto à posição crítica que os alunos devem ser levados a assumir, quando envolvidos em um trabalho voltado para os princípios do LC. De acordo com essa autora é preciso conduzir os estudantes ao desenvolvimento de um pensamento crítico acerca dos textos que circulam no contexto social, a fim de que possam perceber as intenções comunicativas que, muitas vezes, levam as pessoas a serem influenciadas a agirem socialmente por meio deles.

Então, é importante proporcionar aos alunos “o envolvimento consciente com as formas em que os recursos semióticos foram aproveitados para servir aos interesses do

produtor” (Janks, 2011, p. 153) e, assim, levá-los a, se necessário, reconstruir e a reposicionar o texto com base nos seus próprios objetivos e não nos propósitos de outro enunciador.

Considerando o exposto pelos alunos, eles foram questionados, também, sobre o que entendiam a respeito de “movimento” nas palavras como sendo um recurso utilizado pelo produtor de uma propaganda para “vender” as suas ideias, e responderam:

(6)PA: Pessoal, ao responderem à questão 6, alguns de vocês falaram a respeito de “movimento” nas palavras como sendo um recurso utilizado pelo produtor de uma propaganda para “vender” as suas ideias. O que vocês quiseram dizer com movimentos?

A11: Professora, eu lembrei de uma propaganda que tinha um menino gritando para as pessoas pararem de praticar bullying, então, em uma questão sobre esse texto, perguntava por que a palavra estava diferente das outras (tinha letras pequenas e grandes). Eu disse que representava o grito do menino e a professora disse que era aquilo mesmo. Foi por isso que respondi desse jeito.

A5: Eu também já vi palavras escritas assim em outros textos e era para mostrar o jeito da pessoa falar ou como ela estava se sentindo. Por isso que eu respondi assim.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Frente a essas respostas, constatei que os alunos tinham conhecimento acerca dos recursos mobilizados por um produtor de propaganda para persuadir seu público-alvo, utilizando tanto elementos verbais quanto visuais, conforme destacado por Sandman (2012) como parte essencial desse gênero, cujo objetivo é obter adesão a ideias ou crenças. No entanto, observei que os estudantes enfrentavam dificuldades em expressar de maneira crítica essas percepções, sem ter plena consciência do impacto que tais recursos exercem sobre as pessoas, levando-as a agir de acordo com as sugestões apresentadas. Nesse contexto, evidencio a relevância de considerar as propostas dos estudos relacionados ao LC.

Ao prosseguir com a devolutiva, as observações e os questionamentos quanto às respostas dadas à questão 6, foi indagado aos discentes sobre o porquê de eles terem dito que um dos recursos usados por um produtor de propaganda era mostrar vantagens do que estava sendo anunciado. Nesse momento, alguns estudantes responderam que para alguém ser convencido a comprar algo seria necessário mostrar as suas vantagens. Então, ficou claro que para eles a propaganda tinha esse objetivo também. Logo, conforme fluía a conversa, foi dito a eles que ficassem atentos ao longo das aulas para observarem os propósitos comunicativos do gênero em pauta, a fim de compreendê-lo cada vez mais. Segue a transcrição do diálogo:

(7)PA: Vocês disseram que um produtor de propaganda para “vender” a sua ideia tem de mostrar vantagens do que está sendo anunciado. O que quiseram dizer com isso?

A18: Uai, professora, para alguém ser convencido de comprar alguma coisa, é preciso mostrar as vantagens disso ou então a pessoa não compra.

A13: Eu penso isso também, porque muita gente quer se dar bem com as coisas, então se

tiver vantagem, vai querer.

A4: Eu também acho o mesmo, professora.

PA: Então, para vocês as pessoas serão convencidas se os seus interesses forem atendidos?

A9: Eu penso que sim, porque eu, por exemplo, acho que se as coisas forem boas para mim, vai me influenciar mais.

PA: Mas você acha que em tudo devemos ser beneficiados? Não precisamos nos preocupar com as outras pessoas?

A9: Não, professora, também não é assim.

PA: Mas, de qualquer forma, a pessoa, para vocês, só será persuadida se o que é proposto a ela for algo que lhe favoreça?

Alunos: Sim

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Acerca dessas respostas, vale salientar que os alunos pareciam assumir que as pessoas sempre desejam obter vantagens materiais imediatas. Eles aparentavam não levar em conta outras motivações que podem influenciar o comportamento delas, talvez, porque ainda não haviam tido outras percepções a respeito do que motiva os indivíduos a serem persuadidos em relação a algo. Logo, torna-se importante dizer que, embora os alunos estivessem corretos ao mencionar a necessidade de mostrar vantagens nas propagandas, era imprescindível levá-los ao desenvolvimento de uma compreensão mais aprofundada sobre o funcionamento dessas estratégias persuasivas, incentivando-os a uma abordagem mais crítica e reflexiva na análise delas, atendendo, desse modo, ao que propõe Lopes, Andreotti e Menezes de Souza (2006, p.5 e 6), os quais, na perspectiva do LC, defendem o trabalho do professor com “textos considerando os aspectos socioculturais que os envolvem, os quais influenciam nos sentidos construídos pelo leitor”. Assim, certamente, outros olhares podem ser despertados acerca da percepção de como as pessoas podem ser persuadidas em seu dia a dia e não enxergar isso somente por um viés.

Ainda na sondagem, os alunos destacaram a importância das propagandas na sociedade:

(8) A18: Esse gênero é importante, porque tem o objetivo de influenciar as pessoas a agir em favor das outras, buscando resolver um problema na sociedade e que afeta a todos.

A21: As propagandas são importantes porque buscam influenciar não só a consumir, mas a agir em favor das outras, combatendo o preconceito.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Isto posto, diante das colocações dos alunos, foi dito a eles que era notável a percepção deles sobre a importância das propagandas, dado o seu caráter influenciador e a sua função de conscientizar o público-alvo a respeito de uma causa social, valendo-se de diferentes recursos semióticos. Logo, que isso revelou que estavam percebendo que as propagandas são capazes de contribuir com a mudança de postura das pessoas na sociedade e, apesar de ainda continuarem

a enxergá-las como um gênero, cujo objetivo é, além do exposto, incentivar o consumo, já se percebia um olhar mais crítico para esses textos que como eles próprios disseram estão presentes no cotidiano de cada um.

Tendo em vista a importância do gênero propaganda na sociedade, foi questionado se os discentes - pergunta 8 – achavam importante o desenvolvimento de um trabalho com esse gênero na escola. Todos destacaram a relevância desse tipo de trabalho e defenderam suas posições desta forma:

(9)A21: Acho importante, porque a gente acaba entendendo que tem muitas formas de convencer as pessoas sobre as coisas e é preciso saber disso para a gente não ser enganado.

A27: é muito importante, porque assim entendemos que precisamos saber quais são as intenções das pessoas com a gente.

A31: Acho muito importante, porque é na escola que devemos aprender como saber que nem tudo o que falam é algo que temos que acreditar.

(Trecho de gravação do dia 21/06/2023)

Durante a discussão, um estudante fez um comentário, dizendo que não sabia de tudo o que era possível perceber em um texto como esses que havia analisado. Para ele, tratava-se de um texto como outro qualquer que seria usado para responder a questões, como muitas vezes, acontece em sala de aula. Outros discentes afirmaram que estudar o gênero discursivo propaganda contribuía para o desenvolvimento da criatividade deles, então, é algo que deve continuar sendo trabalhado nas escolas, como materializado na SD10 a seguir:

(10) A12: Professora, eu sinceramente não enxergava muitas coisas em uma propaganda. Eu pensava que, na escola, elas serviriam para a gente responder às questões que os professores mandavam, mas não que ela tivesse muita importância na nossa vida.

A4: Acho, professora, importante estudar esse gênero, porque podemos ser mais criativos quando quisermos sensibilizar as pessoas para elas fazerem alguma coisa em benefício das outras.

A5: Professora, percebi que quando estudamos propagandas, entendemos que a criatividade é uma arma de convencimento. Isso ajuda influenciar as pessoas a agir para o bem de todos e, também, para muitas outras coisas.

A15: É bom estudar esse gênero, professora, pois vemos o quanto convencer as pessoas precisa de criatividade.

(Trecho de gravação do dia 22/06/2023)

Essas respostas revelam uma ampliação dos conhecimentos dos alunos, a partir da sondagem de conhecimentos e da discussão dos resultados dela. Eles passaram a perceber aspectos diversos na constituição da propaganda e a importância desse gênero na sociedade.

Dessa forma, concluímos as análises das questões do questionário de pesquisa e, ao fazer isso, compartilhei com os estudantes que todas as respostas foram bastante enriquecedoras, uma vez que foi possível notar, a cada questão abordada, um olhar de

entendimento sobre o gênero em pauta que evoluía à medida que o diálogo acontecia. Isso porque, no instante em que comentavam algo a respeito das respostas que haviam dado às questões, uma nova abordagem era explicitada. Fato que é, sem dúvida, muito gratificante, porque se torna um processo de aprendizagem que se materializa no contexto da sala de aula de maneira significativa para o aluno.

Destaco que, diante da exposição do diálogo ocorrido nesse momento de sondagem, foi perceptível que a construção do conhecimento, conforme preconizado pela BNCC e pelos pressupostos do LC, acontece quando o trabalho docente busca capacitar o aluno a refletir e a posicionar-se diante dos pensamentos que lhes são apresentados. Isso proporciona a habilidade de argumentar e defender seu próprio ponto de vista conscientemente perante as realidades que os cercam. Essa concepção é reforçada por Kleiman (2016), que nos conduz ao entendimento de que o trabalho na perspectiva do LC vai além da simples aquisição de códigos, abrangendo a capacidade de compreender e utilizar a linguagem de maneira eficaz em diversos contextos sociais, adquirindo conhecimentos e competências essenciais para participar de forma ativa e crítica na sociedade. Aproveitando esse contexto, torna-se importante mencionar a experiência de Siva Filho (2020), o qual em sua dissertação, mencionou o quanto os alunos com os quais desenvolveu a sua pesquisa, envolvendo o gênero discursivo propaganda, foram evoluindo, assim como estes deste trabalho, a capacidade de leitura crítica, passando de um nível de leitura superficial para uma leitura mais profunda desses textos, durante as atividades desenvolvidas.

Então, a partir do momento em que os educadores enxergarem que a escola é o que afirma Ottoni e Lima (2014, p. 14) “um locus privilegiado para o investimento em possíveis mudanças sociais”, os alunos poderão desenvolver uma perspectiva crítica em relação aos textos que são veiculados na sociedade, como as propagandas. Contudo, para que isso aconteça, os educadores devem assumir sua responsabilidade em reconhecer o papel fundamental da escola como um ambiente propício para fomentar transformações sociais, capacitando os estudantes a discernir os aspectos persuasivos e influenciadores presentes nos textos.

Posto isso, torna-se oportuno mencionar Janks (2011) que defende que as atividades desenvolvidas em sala de aula, sob uma abordagem crítica, levam os estudantes a serem encorajados a questionar as intenções por trás do texto e a considerar como diferentes recursos podem ser explorados para reconstruir e reposicionar o sentido do texto. Esse olhar tanto para trás como para frente, para essa autora, significa refletir sobre como o texto foi construído, levando em conta os seus contextos de produção. Assim sendo, entende-se que, ao serem levados a questionar, por exemplo, as formas pelas quais os recursos semióticos, como: cores, imagens, linguagem visual e sonora são empregadas em um texto, os leitores podem perceber

como esses elementos são utilizados para expressar propósitos específicos e influenciar percepções e comportamentos, reconhecendo as intenções por trás dessas escolhas e como elas refletem ideologias e relações de poder subjacentes.

No entanto, vale destacar que a conscientização das ideologias e das relações de poder envolvidas na produção e na recepção de textos não é adquirida apenas pelo questionamento dos recursos semióticos. É necessário também considerar o contexto social, político e cultural mais amplo no qual esses textos estão inseridos. Isso inclui analisar as motivações dos produtores de mídia, as audiências-alvo, os interesses sociais ou políticos em jogo e as estruturas de poder que influenciam a disseminação e interpretação desses textos.

Portanto, o questionamento dos recursos semióticos pode ser um ponto de partida valioso, mas é fundamental complementar essa análise com uma compreensão mais abrangente do contexto e das forças sociais que moldam a produção e a recepção dos textos. Essa abordagem holística permite aos leitores desenvolverem uma consciência mais profunda das ideologias subjacentes e das relações de poder envolvidas na comunicação mediada.

Assim sendo, é importante destacar que esse momento de diálogo acerca das questões respondidas pelos alunos no questionário sondagem serviu para perceber que os estudantes são capazes de olhar para além da materialidade do texto, mas que isso depende muito da maneira como conduzimos o ensino em sala de aula. Este precisa ser encarado, de acordo com Freire (1996), como um processo que deve ser trabalhado cotidianamente, reforçando aos estudantes a importância da criticidade quando analisamos um texto.

Em suma, a aplicação do questionário sondagem revelou que os alunos possuíam não só conhecimento sobre o gênero propaganda, mas também a respeito dos meios onde ele circula e, além disso, conseguiam identificar algumas especificidades do gênero, como propósitos comunicativos, emprego de recursos verbais e não verbais e seus efeitos na persuasão do leitor, porém apresentavam conhecimento superficial do seu potencial persuasivo e demonstraram que nunca produziram propagandas, que não conheciam as estratégias argumentativas que podem ser usadas nelas, sugerindo uma limitação em sua habilidade de compreender a complexidade por trás da construção desses textos persuasivos. Isso indicou a necessidade de continuar o trabalho em sala de aula em relação a esse gênero, com o objetivo de desenvolver nos estudantes um olhar mais crítico acerca do que é exposto nos textos, especialmente nas propagandas, para que pudessem saber como não serem influenciados por tais textos. Dessa forma, a partir do que foi mencionado, tornou-se evidente que ainda seria necessário explorar outras atividades para atingir os objetivos propostos neste estudo, as quais proporcionassem aos alunos a oportunidade de se envolverem na prática da leitura crítica, reconhecendo diferentes estratégias

argumentativas, identificando problemas sociais, criando e divulgando propagandas para abordar tais problemas, visando adotar uma postura mais alinhada aos princípios abrangentes do LC.

Isso reforçou a relevância do desenvolvimento da proposta apresentada na seção 4. E, dando sequência ao trabalho, expliquei aos discentes que utilizaríamos um diário de campo durante o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda. Nesse contexto, os alunos foram inteirados de que caberia a eles próprios a responsabilidade pela confecção do diário e que os registros das aulas de língua portuguesa seriam feitos nele. Foi destacada a importância desse instrumento como uma forma de cada estudante registrar suas experiências vivenciadas em sala de aula relacionadas ao trabalho com o referido gênero. Ao falar sobre o diário de campo, um dos estudantes levantou o seguinte questionamento:

(11) A23: Mas, professora, a gente vai ter muito trabalho com esse trabalho da senhora. A senhora não acha, não?

PA: Claro que não! Vocês serão orientados direitinho e os registros acontecerão quando necessário. Não se preocupe. Fique tranquilo quanto a isso.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Nessa ocasião, alguns alunos expressaram a mesma preocupação do colega. Portanto, foi esclarecido a eles que não precisavam se sentir pressionados, pois se tratava apenas de organizar nossa rotina por escrito, o que seria fundamental para não nos perdermos em nossas próprias memórias. Para tranquilizá-los, foi explicado que não seriam obrigados a escrever relatos extensos, mas sim registrar aquilo que considerassem relevante sobre o gênero em estudo e/ou compartilhar suas impressões sobre as aulas ministradas. Depois disso, os discentes foram orientados para que dessem ao diário de campo um aspecto pessoal, inserindo nele uma capa de abertura que, de algum modo representasse as atividades em desenvolvimento a respeito do gênero propaganda e, além disso, que acrescentassem uma parte de identificação pessoal, a qual serviria tanto para o docente quanto para os próprios alunos reconhecerem o seu material de registro.

Nesse momento, foram apresentadas, aos discentes, cópias com imagens de diários que lhes poderiam servir de modelo para que pudessem ter uma noção mais clara sobre a elaboração do diário deles e de sua personalização, as quais estão disponíveis na internet, no endereço:

<https://www.google.com/search?sxsrf=AB5stBgBLMI8nog0rXOqZhKdxtqbV2g4CA:1688666882867&q=Imagem+de+di%C3%A1rio+de+registro>.

Foi dito, também, que muitas pessoas escrevem em diários, relatando episódios de viagem, de leituras, de aventuras, enfim, de inúmeras experiências vividas. Logo, essa seria

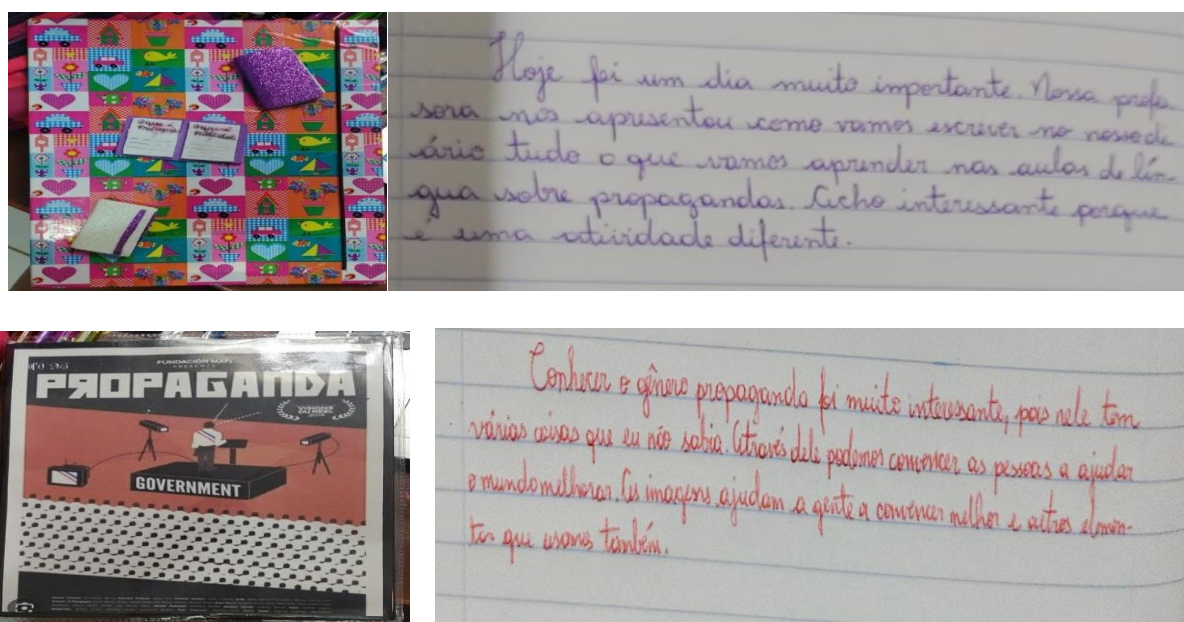
uma tarefa comum, muito mais do que imaginavam.

Além disso, os alunos foram informados de que a docente faria o mesmo que eles, ou seja, confeccionaria o próprio diário, o qual não havia sido feito ainda dada as demandas de final de bimestre, mas no retorno às aulas, eles o veriam. Assim, todos os discentes compreenderam que eles também poderiam personalizar os diários em casa e trazê-los prontos para a escola, após as férias, pois, dessa forma, poderiam fazê-lo com mais calma e teriam mais recursos à disposição.

Por fim, foi enfatizado aos discentes que, apesar de ser um material pessoal, o diário deveria ser organizado e bem cuidado, pois se tratava de um objeto que seria visitado e revisitado diariamente por eles. Portanto, seria fundamental que recebesse o devido cuidado e zelo.

Seguem imagens dos diários confeccionados pelos estudantes com registros deles:

Figura 4 - Diários de campo produzidos pelos discentes



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

A introdução do diário de campo como ferramenta pedagógica proporcionou-me a percepção de que esse instrumento conferiu aos alunos uma compreensão significativa de sua importância tanto na preservação da memória pessoal quanto coletiva. Este conceito é corroborado por Gerhardt (2009), que ressalta o diário de pesquisa como uma ferramenta crucial para registrar experiências, pensamentos e descobertas, enfatizando o valor do ato de documentar observações. Essa validação é evidenciada pelas figuras apresentadas, as quais demonstram que os estudantes o utilizaram conforme sua finalidade no contexto em pauta:

registrar suas percepções e reflexões durante o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.

5.2 Bloco B - Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda

O bloco B foi construído, pautado na minha compreensão de que todo trabalho por meio de um gênero discursivo deve partir do acesso a diferentes exemplares desse gênero, da leitura e da discussão sobre esses exemplares para que, dessa forma, os alunos possam construir conhecimentos sobre o gênero para só depois o docente sistematizar tais conhecimentos. Eu havia previsto que as atividades deste bloco seriam realizadas em duas horas/aula, mas demandaram quatro horas/ aula, porque as discussões foram muito produtivas e se estenderam.

Na sala de multimídia, apresentei quatro exemplares de propagandas que compõem esta parte da proposta e disponibilizei um roteiro com 18 (doze) questões abertas para cada estudante. A construção dessas perguntas levou em conta o que Bakhtin (2011) expõe sobre os gêneros do discurso, os estudos sobre o gênero propaganda e sobre letramento crítico incluídos na fundamentação teórica desta dissertação.

À vista disso, à medida que os exemplares eram expostos, os discentes eram motivados a comentarem suas percepções e a registrarem o que consideravam relevante, nos espaços fornecidos no próprio roteiro. Segue a figura que ilustra esse momento de análise das propagandas:

Figura 5 - Participantes lendo e analisando exemplares do gênero propaganda



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após a apresentação dos slides, foi dado início à discussão. E, com o intuito de melhor organizar o relato, a apresentação dos dados e da análise que faço, estruturei esta parte, da seguinte forma: primeiro enfatizo o processo de construção de conhecimentos e de sentidos, a partir da leitura e análise dos exemplares de propagandas, para o que trago os dizeres dos discentes, que representam esse processo; em seguida, analiso e discorro sobre esses dados.

Nesse contato inicial com exemplares do gênero, os discentes não tiveram dificuldade para identificar o gênero em análise e teceram considerações sobre ele, levando em conta seu propósito e aspectos de sua construção composicional e estilo. Nesse sentido, vale destacar o que assevera Bakhtin (2011). Para esse estudioso, a construção composicional e o estilo de um texto refletem não apenas as características individuais do autor, mas também as influências sociais, históricas e culturais que moldam o discurso. Diante do exposto, seguem as respostas dos discentes:

(12) A10: Esses textos, professora, são propagandas.

A20: Todos esses textos são propagandas. Eles apresentam problemas sociais e possíveis soluções que dependem de nós.

A5: Os textos que estamos vendo são propagandas que tratam de uma situação social.

A16: São textos que buscam conscientizar a população sobre diversos assuntos da sociedade e querem chamar a nossa atenção para eles.

A5: São propagandas, porque tem imagens destacadas, cores variadas, frases chamativas. Isso podemos ver em outros textos, mas também nas propagandas. Além de tudo quer usar essas pistas para nos chamar a atenção para o que está sendo divulgado.

A1: Esses textos trazem muitas pistas que comprovam que são propagandas, porque têm várias imagens, frases curtas e que chamam a nossa atenção, têm cores que representam o assunto. Por exemplo: Como está falando da importância de aceitar as mulheres na política foram usadas várias cores, mas principalmente o lilás que é uma cor que as mulheres gostam.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Associado ao que apontaram nessas respostas, destacaram os recursos multissemióticos constitutivos das propagandas e os efeitos desses recursos nos leitores:

(13) A21: Para convencer as pessoas, nesses textos foram usadas frases em destaque, têm pessoas importantes da sociedade, como a atriz Camila Pitanga.

A1: Têm cores vivas e mortas em alguns desses textos. A gente vê isso na propaganda sobre o meio ambiente. Vê que as imagens, o brilho usado nelas é diferente e parece de verdade.

A19: Quem produz propaganda, pensa nas pessoas que serão convidadas para fazer parte da imagem, pensa em um slogan chamativo, em alguém interessante, como o homem que faz sinal de dar um tempo, na propaganda sobre trânsito.

A4: Nas propagandas usaram imagens, um jeito diferente de escrever as palavras, cores diversificadas. Tudo isso, toca a emoção da gente. A pessoa que criou a propaganda quer nos convencer mesmo. Então, usa essas coisas.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Além de discutirmos sobre os elementos constitutivos do gênero, mencionados nas respostas acima, focalizamos a identificação do slogan e seu papel na propaganda. Em suas análises, os alunos facilmente identificaram a presença de slogan, manifestaram facilidade para

compreendê-lo e abordaram a relação entre ele e o público e seu efeito na consecução do propósito do gênero, conforme apontam estas respostas:

(14) A32: Ele se liga ao público-alvo através de frases que chamam a atenção da gente. Frases que são interessantes e parece que quem escreveu está conversando com a gente.

A9: Eles se conectam com a gente, porque têm frases que chamam a nossa atenção, buscando sensibilizar a gente para pensarmos sobre o assunto e ajudar as pessoas.

A4: Sim há slogans e falam de coisas do nosso dia a dia e essa é uma forma de conectar os leitores.

A28: eu consegui entender bem eles, porque eles foram escritos com frases curtas, e a gente consegue lembrar com facilidade.

A24: Eles foram criados com frases que ficam na nossa cabeça, como por exemplo, aquele da propaganda IV que fala “É da minha conta”. Ele chama a nossa atenção, porque foi escrito de forma destacada, parecendo que alguém está falando com a gente. Fazendo a gente pensar no que é da nossa conta. Esse slogan “gruda” na nossa cabeça, então, são persuasivos.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Várias perguntas do questionário levavam os alunos a observarem os elementos constitutivos da propaganda e como representam estratégias para a defesa de uma ideia. Por isso, em inúmeros momentos da discussão, conversamos sobre esses elementos e sobre seu papel na construção da direção argumentativa e sobre sua relação com os propósitos do gênero. Ao falarmos a respeito da questão doze, por exemplo, os discentes mencionaram os recursos e estratégias que o/s produtor/es de cada propaganda usou/usaram para defenderem a ideia em foco, o que pode ser percebido na SD15 a seguir:

(15) A17: Para mim os recursos e as estratégias são slogans impactantes, cores marcantes, imagens que tentam levar a gente a pensar no assunto.

PA: Como assim?

A17: É que a imagem imita a realidade, sabe. Faz a gente pensar no problema vendo ele. É como se a gente visse o problema mesmo.

PA: E o que você acha que está implícito nessa forma de expor uma ideia na propaganda?

A17: Acho que é uma forma de falar com as pessoas sem ser direto, mas levando elas a refletir sobre o assunto de um jeito diferente; um jeito que chama a atenção das pessoas.

A36: Os recursos que são usados são as imagens e os textos. Alguns deles explicando o que fazer e outros convidando a gente para, por exemplo, não beber e dirigir, apresentando frases e imagens juntas para a gente ver como o problema acontece na realidade. Tudo o que está na propaganda está querendo persuadir.

A18: Os recursos e as estratégias são frases provocantes, que chamam nossa atenção, cores vivas que têm a ver com o assunto que está na propaganda, letras grandes e pequenas, frases que as vezes parece poesia. Essa é uma forma de defender o ponto de vista que a pessoa que fez a propaganda encontrou.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Nas análises e discussão, os discentes foram capazes de perceber, no tocante ao

conteúdo temático, ou seja, ao que é dizível no gênero, que várias temáticas podem ser abordadas na propaganda, conforme salientaram na SD16 abaixo:

(16) A11: Diversas temáticas podem ser abordadas em uma propaganda. Nelas, as pessoas querem conscientizar as outras para elas fazer algo diferente pelas outras, agindo para uma mudança positiva.

A14: Nesses textos pode ser falado de vários assuntos, como: racismo, trânsito, meio ambiente, política, violência contra mulher e muito mais.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Nessa direção, identificaram a temática contemplada em cada exemplar do gênero propaganda analisado e o que está sendo defendido:

(17) A19: A primeira propaganda está incentivando a presença das mulheres na política, a segunda, que as pessoas não dirijam embriagadas, a terceira, evitar o desmatamento e a outra, combater o bullying.

A12: A primeira incentiva a participação das mulheres na política, a segunda incentiva as pessoas a não dirigir embriagadas, evitando tragédias, a terceira mostra a necessidade de preservar a natureza e a última, procura mostrar que é preciso combater o bullying.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Ao refletirem sobre alguns aspectos relativos às condições de produção do gênero e aos seus propósitos, os alunos afirmaram que:

(18) A2: Toda pessoa pode produzir uma propaganda. Se ela tiver uma intenção de conscientizar as pessoas para fazer algo pelas outras, ela pode criar um texto desses.

A7: Pode ser o governo, vários órgãos públicos, escolas, por exemplo.

A11: Nessas propagandas, quem as produziu pode ter sido a secretaria do meio ambiente e, também, quem cuida do trânsito, as escolas e outras pessoas da sociedade.

A2: Acho que as propagandas são feitas para tentar incentivar as pessoas a mudar suas formas de agir na sociedade. Por exemplo, quando o governo quer que as pessoas vacinem, então ele mostra pelas propagandas que a gente deve vacinar para não ficarmos doentes.

A12: As propagandas são feitas para convencer as pessoas a fazerem algo bom para si e para as outras. Elas têm a função de conscientizar os outros para o bem. Quem tem interesse nisso são aqueles que lutam contra problemas sociais, como agentes de trânsito, governo, prefeituras, pessoas que protegem o meio ambiente. Todos esses, professora.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Na discussão sobre a pergunta 13, 14, 15 e 16, construídas à luz de pressupostos do LC, os discentes, inicialmente, manifestaram dificuldade para entender a questão 13 e a 14, mas, após eu lhes explicar cada uma, eles discutiram sobre o que foi incluído nas propagandas analisadas e o que está pressuposto nelas, sobre as representações construídas, sobre poderem beneficiar alguém e sobre a existência ou não de uma crítica. Para os participantes,

(19) A27: O que foi incluído foi tudo o que a gente falou na pergunta doze: imagens, slogans, cores, figuras de linguagem. Tudo isso foi incluído nesses textos para persuadir as

peessoas.

A12: foram incluídas pessoas. A gente falou antes, naquelas outras propagandas que a gente viu que pessoas importantes na sociedade contribuem para convencer. Elas ajudam a mostrar que o problema é verdadeiro.

PA: E o que fica pressuposto quanto ao uso desses recursos persuasivos nessas propagandas?

A38: Que têm muitos problemas como a discriminação contra as mulheres, o desrespeito no trânsito, o bullying que está presente na sociedade e as pessoas precisam saber disso e tentar ajudar a resolver.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Eles apontaram estas representações construídas nas propagandas:

(20) A11: Essas propagandas representam a natureza pedindo ajuda para as pessoas protegê-la. Ela faz isso através da imagem da natureza viva, mas com uma parte morrendo. Ou seja, quando a gente preserva o meio ambiente, ele fica saudável, feliz e quando, não, ele fica triste, pedindo ajuda.

A16: Essas propagandas representam a preocupação, o sentimento das pessoas discriminadas, de gente que sofre bullying, pessoas que já sofreram com acidentes de trânsito. Então, elas querem convencer todos de evitarem essas coisas.

A13: Representam os problemas sociais, porque a gente percebe que eles acabam sendo representados por esses textos e o que foi usado neles ajuda a entender isso.

A28: Esses textos representam quem se preocupa com os outros e, também, é uma forma de mostrar que tem gente que não se preocupa com ninguém.

Sobre as propagandas poderem beneficiar ou não alguém, os discentes consideraram que:

(21) A11: Elas beneficiam quem sofre com os problemas que foram divulgados. Nesse caso, as pessoas discriminadas sofrem e, também, a natureza.

A12: Todo mundo é beneficiado, porque se as pessoas não praticarem bullying, não desmatarem, não prejudicarem o próximo, isso é bom para todo mundo.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Na sequência da discussão, os estudantes focalizaram a crítica materializada nas propagandas:

(22) A9: A crítica é a de que tem muitas pessoas que não contribuem para o bem de todos. Elas têm preconceito, não obedecem às leis de trânsito e deixam o meio ambiente ruim. Esses textos mostram esses comportamentos que precisam ser combatidos.

A19: Tem crítica e ela está presente de forma indireta. A gente percebe os problemas da sociedade pelo jeito que eles são apresentados no texto, como por exemplo, o meio ambiente. Ele está sendo destruído. A gente entende isso, pois tem uma imagem destruída e outra não.

A23: A crítica que está mostrando que as pessoas praticam ações no mundo que não devem continuar, mas parece que elas não percebem isso. Então, é preciso fazer textos assim para ajudar a conscientizar elas.

A14: a crítica é em relação às atitudes irresponsáveis das pessoas com o trânsito, com o meio ambiente e, também, com pessoas diferentes e com a mulheres. A crítica é mostrando a falta de respeito das pessoas na sociedade com várias situações.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Eles também compartilharam suas opiniões sobre o poder que a propaganda tem de influenciar os leitores a agirem de determinada forma. Todos acreditam que a propaganda exerce essa influência e assim defenderam suas posições:

(23) A11: Elas podem influenciar, porque mostram o problema e procuram por meio de imagens impactantes e de slogans sensibilizar a pessoas a não praticarem ações ruins contra as outras e nem contra o meio ambiente, fazendo elas pensarem sobre o assunto e mudarem sua forma de agir em relação a isso.

A16: Sim, pois como as propagandas têm o propósito de conscientizar as pessoas sobre as ações delas na sociedade, elas as influenciam a agir em benefício dos outros e do meio ambiente, mostrando como é possível fazer isso. Mas de forma indireta.

A14: nas propagandas que analisamos, assim como em qualquer outra, há a intenção de conscientizar as pessoas a agirem diferente na sociedade, pois elas mostram os problemas sociais e procuram por meio das imagens, das frases de efeito, das palavras envolventes nos sensibilizar para mudar a nossa postura.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Considerando o potencial do gênero propaganda de influenciar os leitores a agirem de determinada forma e levando em conta o que os discentes vivenciam dentro e fora da escola, eles elencaram temáticas que acreditam que deveriam ser abordadas em um trabalho de produção de propagandas, para circular na escola e/ou no bairro onde vivem. Eles mencionaram diferentes questões sociais, com as quais lidamos dentro e fora da escola, como: o preconceito, o desrespeito às diferenças, às leis de trânsito e ao meio ambiente, a ansiedade e a depressão. Seguem algumas das contribuições de alguns discentes:

(24) A18: Deveria promover propagandas na escola sobre bullying para combater preconceitos. As pessoas precisam ter empatia com as outras, porque sem isso pode resultar em depressão, suicídio etc.

A12: Deveria produzir propagandas sobre o bullying, contra o desrespeito às diferenças, porque isso induziria as pessoas a serem mais solidárias umas com as outras. É muito triste ver como há violência com pessoas diferentes.

A9: Deveria ter propaganda na escola e nos bairros, de um modo geral sobre o combate ao bullying, porque isso causa ansiedade e depressão.

A15: Propagandas sobre bullying. No meu bairro sobre respeito no trânsito. Isso é muito importante para que as pessoas possam se conscientizar e viver melhor e quando estiverem no trânsito, não sofrerem acidentes.

A4: Sobre combater o bullying na escola, sobre não ter preconceito, sobre conscientizar a buscar ajuda em relação à ansiedade e depressão. No meu bairro, seriam propagandas sobre coleta seletiva de lixo, a respeito de plantar árvores e cuidar delas e de não fumar.

A7: Tanto no meu bairro quanto na escola deveriam criar propagandas falando sobre a importância de ser empático, porque isso melhora a vida das pessoas.

(Trecho de gravação do dia 23/06/2023)

Essas análises iniciais realizadas pelos participantes evidenciaram a habilidade deles em

identificar e categorizar os textos como pertencentes ao gênero propaganda, revelando uma compreensão de parte de suas especificidades. Eles reconheceram que o gênero é pertencente à esfera da publicidade, conforme discutido por Sandman (2012), que destaca o caráter essencialmente argumentativo desses textos, visando promover a adesão a uma ideia ou crença específica.

A partir da observação das propagandas, eles aprofundaram a análise ao destacarem pistas verbais e visuais específicas relacionadas à construção composicional e ao estilo do gênero em pauta, conforme explicitado na SD 12, 13, 14 e 15. Essa observação revela uma percepção da relação entre escolhas linguísticas e imagéticas e o tema abordado nos textos, contribuindo, conforme sugere Caldas (2008), para obter a adesão do público.

A discussão em torno das questões do roteiro também revelou a compreensão por parte dos alunos de que, com relação ao conteúdo temático, é possível tratar de diferentes assuntos nas propagandas, consoante ao que disseram na SD16; de que instituições em geral – mas não só - produzem propagandas. Além disso, reforçou a compreensão já manifesta da função sociocomunicativa do gênero na SD14. Nesse contexto, é importante destacar que os alunos demonstraram perceber que as propagandas não apenas abordam uma variedade de temas, mas também desempenham um papel significativo como ferramentas de conscientização para promover mudanças positivas na sociedade e que, para isso, elas utilizam estratégias argumentativas. Estas que, como ressalta Abreu (2006), consistem na habilidade do produtor de gerenciar informações para persuadir o público a aceitar determinadas ideias e agir de acordo com elas, tanto no âmbito das ideias quanto das emoções.

Dessa forma, faz-se premente afirmar que as contribuições dos discentes indicaram um crescimento perceptível deles na análise das propagandas, demonstrando que as reconheceram como uma ferramenta acessível para qualquer pessoa que busca conscientizar e motivar a ação social, de acordo com o exposto na SD18. Nesse âmbito, os alunos identificaram uma variedade de possíveis produtores de propagandas, incluindo o governo, órgãos públicos e escolas, revelando uma compreensão crítica da diversidade de agentes envolvidos na criação desses textos. Além disso, destacaram a possível participação de entidades específicas, como a secretaria do meio ambiente, os responsáveis pelo trânsito, escolas e outros membros da sociedade na produção de propagandas. Essa análise, portanto, reflete um amadurecimento notável na abordagem dos alunos em relação ao gênero em pauta, o que está em consonância com as diretrizes tanto da BNCC quanto das teorias do LC.

Na continuidade da discussão envolvendo as questões do roteiro, os estudantes falaram de forma mais abrangente acerca do que viam quanto ao uso dos elementos que constituem as

propagandas. Na SD13, por exemplo, eles apontaram características como frases em destaque, pessoas importantes da sociedade, mudança de tons de cores nas imagens, uso de slogans chamativos e de exemplos reais para aumentar a confiança do que estava sendo propagado, revelando que tais elementos são importantes para que a persuasão do público-alvo aconteça, conforme preconizam Pinho (1990), Dionísio (2011) e Abreu (1999). Na perspectiva de Abreu (1999), que destaca a importância dos argumentos em um texto para motivar o público-alvo à ação, podemos concluir que, ao empregar certos tipos de argumentos, como o argumento pelo exemplo, o produtor do texto está influenciando sutilmente a percepção do leitor sobre o que é considerado um modelo a ser seguido ou não. Em outras palavras, a escolha dos argumentos reflete não apenas as características do contexto e os objetivos comunicativos, mas também a intenção do autor em orientar as percepções e as ações do seu público-alvo por meio da persuasão.

Nesse contexto, é relevante considerar, ainda, o exposto pelos alunos na SD18. A resposta deles evidencia a percepção de que as propagandas têm o objetivo de incentivar mudanças no comportamento social, revelando uma visão ampla e abrangente do propósito desses textos, uma vez que os estudantes destacaram que eles têm a função de persuadir as pessoas a agir de maneira benéfica para si mesmas e para a sociedade, enfatizando a conscientização como um objetivo central.

À vista disso é notável que os discentes assumiram, mais uma vez, uma posição crítica frente às propagandas analisadas, conforme Janks (2010) que defende a importância da criticidade na análise dos textos, evidenciando que isso permite ao indivíduo o envolvimento consciente com os recursos semióticos utilizados pelos produtores dos textos e que essa consciência possibilita reconstruir e reposicionar o texto, questionando como os diferentes recursos podem ser aproveitados de maneira alternativa para atender a diferentes interesses.

Seguindo o diálogo, os alunos demonstraram habilidade em identificar os temas abordados em cada propaganda, o que está explicitado na SD16. Essa habilidade, prevista na BNCC, visa que os alunos compreendam claramente os assuntos abordados nos textos e, também, reconheçam seus objetivos persuasivos. Na SD17, por exemplo, ao analisar os estímulos à participação feminina na política, a conscientização sobre os perigos de dirigir embriagado, a importância de evitar o desmatamento e a necessidade de combater o bullying, os alunos demonstraram uma identificação precisa dos temas tratados e evidenciaram não apenas o entendimento deles, mas também sua capacidade de reflexão crítica sobre os propósitos do gênero e seu potencial impacto na sociedade.

Essa identificação se alinha a Bakhtin (2011), que argumenta que os gêneros discursivos

são construídos a partir de elementos composicionais e estilísticos específicos, fundamentais para a sua formação. Logo, ao reconhecerem não somente os temas, mas também os seus objetivos persuasivos, os estudantes revelaram entendimento acerca da estrutura e do estilo das propagandas, aspectos cruciais para a compreensão dos gêneros discursivos, conforme destacado por esse estudioso.

Nesse âmbito, é válido salientar, ainda, que durante a discussão em torno das questões do roteiro, os estudantes demonstraram, de acordo com a SD14, compreender o conceito de *slogan*, sua conexão com o público-alvo e seu poder de persuasão, o que se alinha à ideia de Gonzales (2003) sobre o slogan como recurso para reforçar a imagem e significância do que está sendo anunciado. Assim, no decorrer do diálogo, foi possível perceber que a cada leitura, análise e discussão dos exemplares, os estudantes foram mostrando crescimento em relação à leitura crítica dos textos, como, por exemplo, quando demonstraram um entendimento maior das técnicas persuasivas na construção das propagandas, consoante ao exposto na SD15. Eles fizeram suas abordagens, destacando elementos visuais e estilísticos nos textos em análise, além disso, reconheceram, que esses elementos implicam uma abordagem indireta para que as pessoas reflitam sobre o assunto, sugerindo que há sentidos implícitos nesses recursos.

Nesse viés, aprofundaram a análise ao falar sobre imagens e textos que explicam e convidam à ação. Eles destacaram a conexão entre os recursos visuais e o problema real, na tentativa de mostrar como ele se manifesta na realidade. Isso revela que a percepção de que tudo na propaganda visa persuadir reflete um entendimento mais profundo sobre as intenções e os objetivos subentendidos nesses textos, conforme afirmado por Caldas (2008) e Dionísio (2011).

Tudo isso também lembra Bakhtin (2011) que ressalta que os enunciados não se restringem a fornecer informações, eles refletem, ademais, as condições específicas e as finalidades do campo discursivo. Assim sendo, os alunos, ao considerar não somente o conteúdo temático, mas também a seleção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais, os interesses envolvidos e os efeitos disso, adotaram uma abordagem crítica à análise das propagandas. Dessa forma, esse diálogo ilustrou a importância do trabalho com vistas para o LC, uma vez que os estudantes não só identificaram os elementos visíveis nas propagandas, mas também deixaram evidente que compreenderam as intenções subjacentes, a argumentação e a construção composicional desse gênero discursivo. Isso mostrou uma evolução significativa em relação às análises anteriores, revelando uma compreensão maior e mais reflexiva das técnicas de persuasão presentes nas propagandas.

Diante disso, foi dada a continuidade ao diálogo, o qual ocorreu, a partir do

esclarecimento aos alunos acerca do sentido em torno de uma palavra que compunha o enunciado de uma questão do roteiro. Os estudantes apresentaram dificuldade na interpretação de uma questão que abordava o termo "incluído". Durante a discussão, ficou evidente que era necessário esclarecer o significado desse termo para eles. Logo, realizada a explicação, os alunos conseguiram compreendê-la. Com isso, na SD19, os discentes lembraram do que havia sido dito em uma outra questão e afirmaram que tudo o que fora discutido naquela pergunta poderia ser considerado o que havia sido incluído nas propagandas, como imagens, slogans, cores e figuras de linguagem, acrescentado que esses elementos foram utilizados com o propósito de persuadir as pessoas.

Nesse contexto, fizeram uma observação interessante, relacionando as imagens e slogans das propagandas aos problemas sociais e como eles pretendem estimular a reflexão dos interlocutores. Essa interpretação demonstrou uma compreensão crítica quanto ao uso dos elementos visuais, relacionando-os a intenção persuasiva dos produtores das propagandas. Isso remonta o pensamento de Dionísio (2011, p. 138) de que "todos esses recursos utilizados na construção da propaganda exercem função retórica na construção dos sentidos". Além disso, também se associa às percepções de estudantes que participaram da pesquisa de Coelho (2015), envolvendo textos da esfera publicitária. Os discentes reconheceram que houve, nos textos analisados por eles, o uso de recursos persuasivos com poder de manipulação no uso da palavra, assim como ocorreu neste contexto.

Nesse cenário, os estudantes deram continuidade às suas falas, mencionando a inclusão de pessoas influentes nas propagandas, demonstrando um olhar ainda mais crítico acerca de como esse gênero busca a persuasão de seu interlocutor. Eles mencionaram a presença de figuras importantes nas propagandas em análise demonstrando o quanto isso pode fortalecer a confiança do exposto e a validação do problema destacado. Assim sendo, vale ressaltar que suas observações se alinham à ideia de Janks (2016) de que as escolhas linguísticas e semióticas feitas nas propagandas não são neutras, mas sim moldadas para influenciar os sentidos e os significados percebidos. Esse processo de interpretação e análise demonstra a importância do ensino voltado para os propósitos do LC, cujos alunos se tornam capazes de ler além das palavras e imagens, levando em conta quem produz, com quais interesses, para quem, os propósitos, os efeitos nos interlocutores.

Durante as discussões subsequentes, os alunos mais uma vez se depararam com dificuldades ao tentar compreender o conceito de outra palavra: "representações". Diante disso, foi necessário intervir para esclarecer a questão. No decorrer da conversa, os estudantes destacaram, conforme mencionado na SD20, a natureza da solicitação de ajuda, interpretando

essa abordagem como uma estratégia destinada a sensibilizar o interlocutor e a retratar os dois aspectos do meio ambiente: o preservado e o degradado.

Além disso, ao longo da discussão, os discentes concentraram-se na análise das representações das propagandas em relação a problemas sociais, como bullying e acidentes de trânsito. Sua interpretação evidenciou uma visão crítica da intenção persuasiva das propagandas, enfatizando elementos visuais, como slogans e palavras, como ferramentas para fornecer informações e significados relevantes. Em outras palavras, elementos como slogans e palavras não são meramente decorativos, mas têm um propósito retórico específico na tentativa de influenciar a audiência e construir uma compreensão particular sobre o assunto abordado na propaganda.

Portanto, os estudantes demonstram analisar criticamente as propagandas, considerando não somente o que é apresentado, mas também os sentimentos, valores e interesses subjacentes. Suas interpretações refletem uma compreensão profunda das representações presentes nos textos publicitários, alinhando-se ao propósito da análise crítica proposta por Janks e à ideia de persuasão como a arte de sensibilizar para a ação, consoante a (Abreu, 1999, p. 9).

A análise dos alunos, delineada na sequência discursiva acima, direcionada à identificação de críticas materializadas nas propagandas, demonstrou a habilidade deles em percebê-las e um crescimento de seu olhar crítico sobre os textos. À medida que as discussões avançavam, os discentes, consoante ao explicitado na SD21 e na SD22 não apenas identificavam as críticas presentes nas propagandas, mas também ampliavam comentários, evidenciando um amadurecimento em suas leituras.

Essa evolução reflete a aplicação prática de pressupostos do LC que sugerem uma leitura que vai além da materialidade dos textos, buscando reconhecer as intenções veladas neles. Assim, ao confrontarem as propagandas os estudantes demonstraram habilidade em perceber nuances e propósitos subjacentes nelas. Isso ocorreu, por exemplo, quando os alunos abordaram a falta de contribuição para o bem comum, o preconceito, o desrespeito às leis de trânsito e a degradação ambiental, o que demonstrou uma percepção aguçada das críticas presentes nos textos.

Na devolutiva dos alunos, ainda relacionadas às questões do roteiro, faz-se importante reforçar que eles perceberam a influência das propagandas no público-alvo e defenderam seus posicionamentos acerca disso. A partir das falas deles, na SD23, foi possível notar que eles reconheceram a utilização de recursos semióticos para sensibilizar as pessoas e levá-las a agir em prol de uma causa específica. Essas observações dialogam diretamente com a definição de Pinho (1990), que caracteriza a propaganda como um conjunto de técnicas destinadas a

influenciar as opiniões, sentimentos e atitudes do público receptor. Além disso, a análise dos alunos também ressoou as ideias de Bakhtin (2011), que enfatiza a importância do contexto social na interpretação e recepção dos propósitos comunicativos. Isso ficou evidente ao mencionarem a intenção das propagandas em provocar mudanças comportamentais por meio de imagens impactantes, slogans persuasivos e palavras envolventes. Dessa forma, os alunos demonstram uma compreensão alinhada à natureza persuasiva e comunicativa desses textos, o que revelou uma percepção objetiva e informada sobre o papel das propagandas na sociedade contemporânea, destacando sua capacidade de influenciar ativamente o comportamento humano.

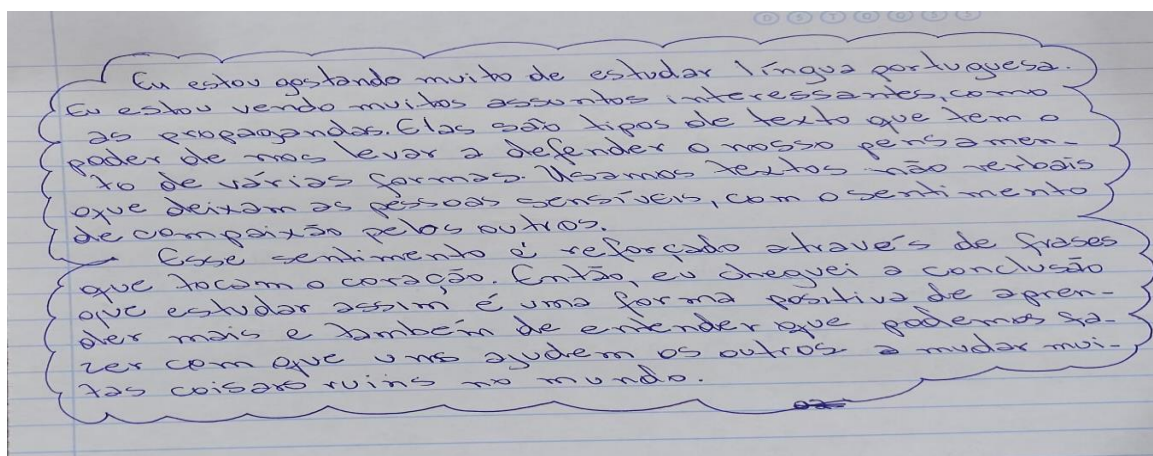
Nesta seara, é pertinente afirmar que a análise das respostas dos estudantes às questões revelou uma notável convergência de pensamento entre eles, no tocante à relevância de produzirem propagandas com foco em questões sociais como bullying, empatia, respeito às diferenças, meio ambiente, racismo e saúde mental. Nesse contexto, vale destacar que a sensibilidade demonstrada nas respostas dos alunos ficou evidente, pois eles sugeriram a criação de propagandas que abordassem os temas mencionados, conforme exemplificado na SD24. Dessa forma, ficou evidente a preocupação compartilhada dos estudantes e o desejo coletivo de contribuir positivamente para a melhoria da sociedade por meio de abordagens persuasivas.

Em conclusão, é possível afirmar que os alunos enxergaram o potencial persuasivo das propagandas como uma ferramenta para influenciar as pessoas a adotarem atitudes mais conscientes e responsáveis. Nesse contexto, ficou perceptível, portanto, uma conexão clara entre a análise da influência persuasiva das propagandas e o propósito de promover mudanças sociais, consoante ao preconizado por Caldas (2008).

Devido à recuperação bimestral iniciada em 26 de junho de 2023 e ao período de férias, o desenvolvimento da proposta foi suspenso até o dia 02 de agosto de 2023.

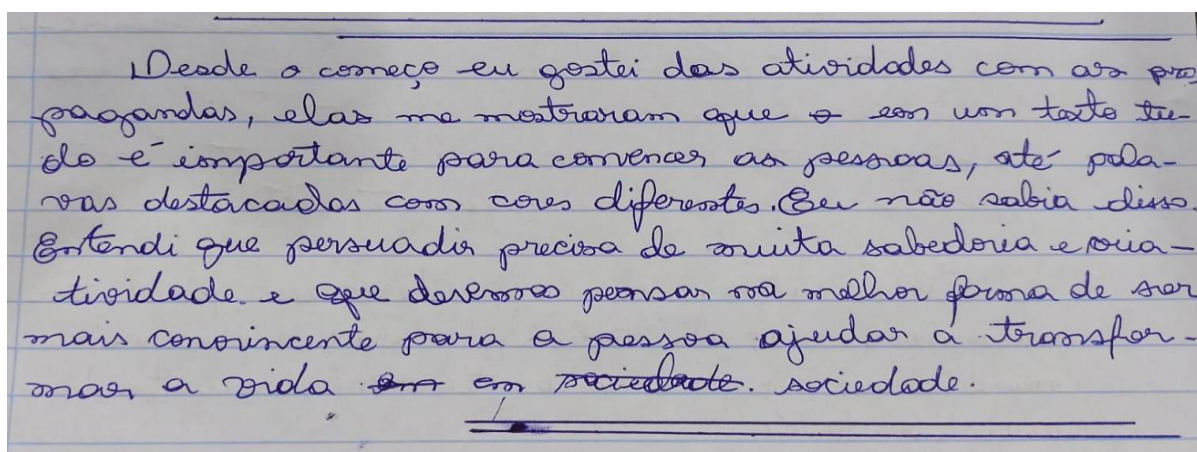
Após esse intervalo de tempo, retomamos as atividades e enfatizei aos alunos a importância dos registros feitos em diários de campo, tanto por eles quanto por mim, destacando sua relevância para o acompanhamento e aprofundamento do estudo sobre o gênero propaganda. Isto posto, os referidos registros estão evidenciados nas figuras abaixo:

Figura 6 - Registro sobre trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Figura 7 - Registro sobre o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

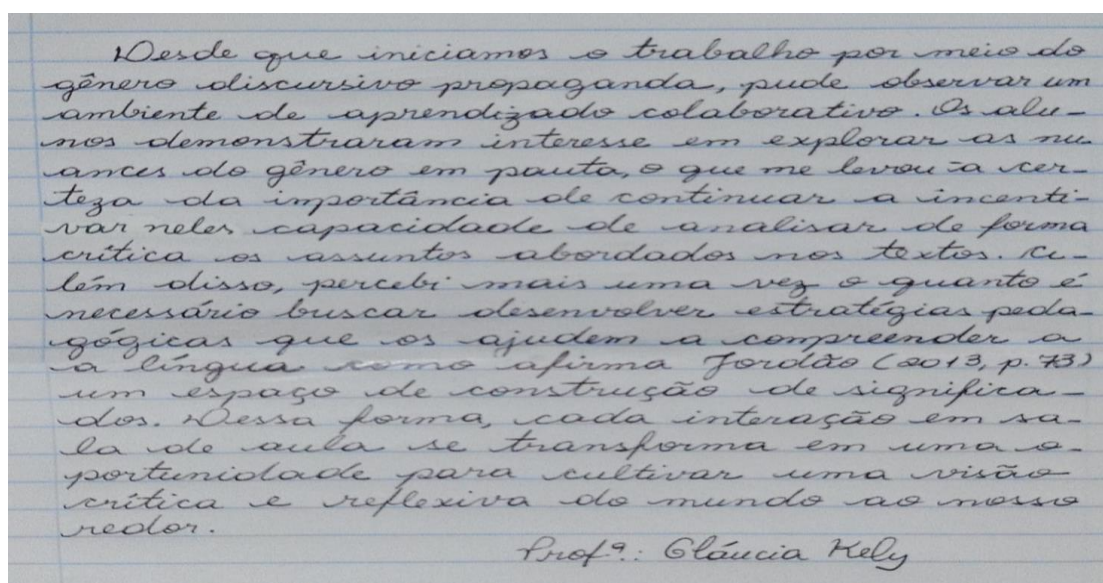
Os registros dos alunos no diário de campo demonstraram uma visão positiva deles sobre o trabalho realizado por meio do gênero discursivo propaganda. Seus depoimentos não só expressaram satisfação com as atividades, como também demonstraram uma consciência dos mecanismos de influência inerentes a esse tipo de comunicação. Isso reflete uma visão crítica dos textos, conforme destacado por Janks (2011), que permite identificar os recursos semióticos utilizados e compreender a quem eles servem e quais interesses estão envolvidos. Essa consciência crítica é essencial para o desenvolvimento de estratégias argumentativas eficazes e para perceber a relação intrínseca entre a comunicação persuasiva e a possibilidade de transformação social.

Essa percepção, vale ressaltar, vai além de uma compreensão superficial do gênero discursivo, demonstrando um olhar mais profundo de seu papel e impacto na sociedade. Ademais, reforça a importância de abordar os assuntos trabalhados em sala de aula, cotidianamente, de forma crítica conforme preconizado pelos estudos do LC e pela BNCC. Isso

porque, ao desenvolver habilidades críticas nos alunos e capacitá-los a serem protagonistas de seu próprio conhecimento, promovemos a compreensão de diversas temáticas e permitimos que os alunos encontrem significado no que estão aprendendo.

Diante do exposto, é crucial destacar que ficou evidente o impacto positivo do engajamento dos alunos, o qual foi fundamental para manter meu estímulo em incentivá-los a explorar as nuances do gênero em discussão. Esta observação - compartilhada com eles - está claramente representada na figura abaixo:

Figura 8 - Registro sobre minhas impressões acerca do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Terminado o compartilhamento dos registros feitos em diário de campo, demos sequência ao desenvolvimento das atividades. Para isso, foram distribuídas cópias de exemplares de propagandas do referido gênero, os quais foram apresentados no bloco B da proposta (seção 4), para que, em trios, os discentes realizassem uma análise escrita delas, tendo como base oito questões norteadoras, construídas segundo a abordagem de gênero bakhtiniana, em estudos sobre argumentação, sobre o gênero em foco e em pressupostos do LC, conforme fundamentação teórica desta dissertação. É relevante destacar que essas questões contemplam vários aspectos abordados na leitura e na análise de propagandas que fizemos na 1ª etapa deste bloco B e que o intuito foi promover um contato inicial com vários exemplares do gênero e a internalização de novos conhecimentos. Segue abaixo a figura representativa da realização da tarefa em pauta:

Figura 9 - Estudantes realizando a atividade de leitura e análise das propagandas.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Os alunos levaram toda a aula para analisarem os exemplares de propagandas, logo, a discussão acerca das análises, ficou para as próximas duas aulas que ocorreriam no dia seguinte: 03 de agosto de 2023 - quinta-feira.

Os estudantes foram convidados a se sentarem em círculo, de modo que cada participante dos trios ficasse próximo um do outro para que, se houvesse necessidade de um colega complementar a ideia do outro, isso fosse facilitado. Assim sendo, iniciamos as discussões.

Com o intuito de melhor organizar a apresentação dos dados e da análise que faço, estruturei esta parte, da seguinte forma: primeiro enfatizo o processo de construção de conhecimentos e de sentidos, a partir da leitura e análise dos exemplares de propagandas, para o que trago os dizeres dos discentes, que representam esse processo; em seguida, faço a análise e discorro sobre esses dados.

Ao compartilharem as respostas, os alunos demonstraram compreensão com relação ao propósito das propagandas sociais (Pinho, 1990) de persuadir o interlocutor a mudar sua opinião e/ou comportamento em relação a algo, foram capazes de identificar a que a mudança está relacionada e segundo os interesses de quem (Janks, 2013), conforme materializado na SD 25 a seguir:

- (25) **A15, A7 e A12:** Sim. A primeira propaganda, quer fazer todos nós pensarmos que devemos cuidar da natureza, preservando-a para um futuro melhor. Já a segunda, quer persuadir as pessoas para elas lembrarem que somos todos iguais. É importante entender isso, respeitando as diferenças, inclusive, de quem tem autismo. Essas pessoas nem são lembradas pelas outras, muitas vezes. Por último, a propaganda que fala sobre a importância de entendermos que não é porque as pessoas têm deficiência que elas não podem trabalhar.

PA: Mas estas propagandas atendem aos interesses de quem, na opinião de vocês?

A12: Atende os interesses das pessoas que se preocupam em mudar a forma de pensar de todos nós, como: A justiça do trabalho, as ONGs que defendem o meio ambiente, as escolas, os representantes políticos de todo o nosso país.

A21, A17 e A9: A primeira propaganda quer fazer a gente pensar sobre a poluição do meio ambiente, principalmente dos mares. Quem produziu essa propaganda quis mostrar que como o mar é muito profundo, não dá para ver o lixo, então, fica parecendo que ele não está poluído, mas está. Já a segunda, mostra que devemos ter consciência de que quem tem autismo não tem uma doença contagiosa que precisa ser curada, mas tem uma diferença e tem que ser compreendida por nós. Então, a propaganda quer que a gente respeite as pessoas e não discrimine elas. E a última propaganda mostra que todas as pessoas podem trabalhar, independente, de alguma diferença ou deficiência. Elas precisam ser incluídas. Quem fez essas propagandas são as pessoas e o governo ou as entidades que querem um mundo melhor.

A27: Acho que a pessoa que fez a propaganda está levando a gente a pensar no que fazemos no dia a dia. Quando, por exemplo, a gente varre a casa e joga a sujeira para debaixo do tapete.

PA: E o que isso quer dizer?

A27: Uai, que quando nós jogamos a sujeira para debaixo do tapete, parece que o lugar está limpo, mas na verdade, não.

A27: Minha mãe sempre fala para varrer a casa direito sem deixar nada debaixo das coisas. Então essa propaganda está lembrando isso.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Por meio da análise das propagandas, os discentes discorreram sobre o contexto de produção que motivou a sua criação. Segundo Bakhtin (2011), o contexto de produção dos textos é fundamental para a interpretação e produção deles. Para ele, cada ato de comunicação ocorre em um contexto específico, que influencia tanto a forma como um assunto é abordado quanto como é recebido. Isso significa que as propagandas são moldadas pelo contexto social, cultural e histórico em que são criadas, bem como pelo contexto específico em que são veiculadas.

Segundo eles:

(26) A4, A18 e A27: Na primeira propaganda, assim como na segunda e na terceira, o contexto de produção foi aquele que mostra um aumento na sociedade dos casos de poluição ambiental, de discriminação e de falta de consciência em incluir as pessoas no trabalho. Essas propagandas foram criadas em um período que foi percebida essa falta de cuidado com a natureza e com as pessoas. Então, nós imaginamos que seria esse o contexto que esses textos foram criados.

A7, A12 e A15: O contexto de produção dessas propagandas foi, no primeiro caso, um momento em que foi percebido que o meio ambiente estava sofrendo com poluição, inclusive, nos mares. A gente vê muitas notícias de animais que estão confundindo lixo com comida e isso tem matado muitos bichos. Então, talvez seja isso que levou a criar a primeira propaganda. Já a segunda, a gente entendeu que por falta de respeito com as pessoas autistas foi criado um dia para todos refletirem sobre isso e pararem de agir com preconceito com autistas. Esse dia é 2 (dois) de abril. Já a última propaganda o contexto de produção deve ter sido o dia em que a Lei de inclusão da pessoa com deficiência foi criada. Isso está escrito na propaganda.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Também nas análises, os alunos investigaram o que os produtores das propagandas mobilizaram em termos de recursos semióticos persuasivos para atingir os propósitos já identificados. Eles destacaram aspectos característicos do gênero, como a articulação do verbal (slogan e artigo de leis, por exemplo) com o não verbal (cores, “imagens reflexivas”, “pessoas da sociedade”, por exemplo), e de sua estrutura composicional, a saber: título, imagem, corpo do texto em linguagem verbal, marca e slogan (Sandmann, 2007), conforme a SD27 a seguir:

(27) A7, A12 e A15: Os produtores dessas propagandas usaram para atingir seus objetivos várias coisas, como: slogan, imagens reflexivas, cores, pessoas da sociedade, artigo de leis. Tudo isso é uma maneira de ajudar a pessoa a nos convencer de pensar sobre o problema que tem na sociedade e tentar fazer a gente agir diferente sobre a situação.

PA: E o que seriam essas imagens reflexivas?

A12: Essas que faz a gente pensar sobre o problema. Elas representam quem passa pelo problema e isso sensibiliza a gente. Por isso, muitas vezes, a gente pensa em ajudar a melhorar a vida da pessoa.

A6, A23 e A29: As escolhas foram de slogans, cores, palavras que são fáceis de memorizar e as imagens que representam pessoas que sofrem com discriminação, com falta de inclusão e imagem do meio ambiente que precisa da nossa ajuda. Tudo isso é para nos persuadir. Até lei foi usada, o que é uma forma de mostrar que todos nós temos direitos, inclusive, quem tem deficiência.

PA: Vocês devem ter notado que há a imagem de uma criança, na primeira propaganda. Por que vocês imaginam que ela foi empregada?

A23: Eu acho que é para mostrar que no futuro as pessoas que são crianças hoje, elas vão encontrar muita sujeira no meio ambiente. Sujeira que elas nem sabiam que existia.

PA: Então, essa seria uma forma de alertar as pessoas de hoje para o futuro?

A23: Penso que é por isso. Porque as crianças quando estiverem adultas vão conviver com o lixo deixado por todos, mas também acho que se as crianças aprenderem a não jogar lixo no meio ambiente, no futuro ele vai ficar menos sujo.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Considerando o fato de a propaganda ser constituída essencialmente pelo tipo textual argumentativo, os alunos foram incentivados a identificar a tese defendida em cada propaganda, o que foi por eles associado, em grande medida, ao objetivo pretendido, e a pensar no problema para o qual ela é uma resposta. Seguem as considerações dos trios:

(28) A10, A14 e A26: O primeiro texto procura defender a tese de que é preciso cuidar do meio ambiente, evitando jogar lixo nos mares; o segundo que é importante comemorar o dia do autismo e procurar respeitar as pessoas autistas, enquanto o último, nós entendemos que a tese é a de que todos merecem uma chance de trabalhar, então é preciso aceitar as pessoas com deficiência no trabalho.

A3, A5 e A8: Sim, o primeiro texto defende a opinião de quem é a favor da diminuição de lixos no meio ambiente, inclusive, nos mares que a poluição é algo que ninguém vê,

mas existe; a segunda defende o respeito à pessoa autista, convidando todos nós para comemorar o dia do autista e a terceira quer defender a ideia de que todos têm direitos iguais até os deficientes, então, é preciso não discriminar, mas aceitar esses indivíduos. E todas essas propagandas têm uma linguagem que todos entendem, porque as imagens ajudam a pessoa entender o que ela não conseguiu só com as frases.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Todos entenderam que a linguagem empregada é adequada ao público-alvo e desempenha papel importante na adesão do leitor:

(29) A26: quem observar essas propagandas, vai perceber sobre o que elas falam e, também, qual é o objetivo de quem produziu elas. Certamente, quem produziu essas propagandas não quer mais ver os problemas que foram apresentados acontecer mais.

A10: a gente consegue saber o assunto que está sendo falado pelas palavras e consegue perceber pelas imagens a importância de ajudar quem precisa. Isso acaba mexendo com a nossa emoção, deixando a gente mais sensibilizado. Mas eu acho que não é todo mundo que fica sensibilizado, porque têm pessoas que não se importam com as outras.

A16: Com certeza, porque além da gente ler o que a pessoa quer, a gente consegue ver o problema, então isso faz a gente pensar melhor sobre o assunto.

A3: Fica mais atrativo e explica mais e a gente entende melhor e acaba querendo ajudar. Eu acho isso.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Ao discutirmos sobre o público a que as propagandas se destinam, se seria um público universal - todas e quaisquer pessoas – ou um público em particular (Abreu, 1999), os discentes responderam:

(30) A2, A19 e A38: Acho que depende muito do assunto da propaganda. Penso que tem assuntos que não é para todo mundo, mas têm outros que é. Por exemplo, têm pessoas que não vacinaram contra o Covid, porque não acreditaram na doença. Então, tem propaganda para convencer essas pessoas, e outras, para falar com todo mundo sobre um problema que deve ser resolvido.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Nessa etapa de contato inicial com exemplares do gênero, os alunos levaram em conta que as propagandas circulam socialmente como práticas de linguagem e que assumem formas e funções específicas, conforme materializado na SD31:

(31) A9, A17 e A21: as propagandas assumem formas de texto que quer nos persuadir, então elas aparecem nos jornais, na internet, no rádio. Cada uma traz um jeito diferente de apresentar o assunto que quer divulgar. Nós entendemos isso, professora. Além disso, elas ajudam a sociedade a pensar diferente e a agir diferente também, como respeitando as pessoas.

A1, A28 e A30: As propagandas, para atingir o seu público, aparece no formato de vídeos curtos, de mensagens emocionantes que levam a gente a refletir sobre o tema abordado. Às

vezes, elas assumem o papel de aconselhar, pedir para a gente repensar sobre os acontecimentos da realidade e até mesmo como uma informação ou alerta para a sociedade ter a postura de se colocar no lugar do outro.

A2, 19 e A38: Quem quer fazer alguma coisa para ajudar alguém encontra várias maneiras. Então, quem faz propaganda, às vezes, assume forma das pessoas que sofrem, falando como sofrem e porque, se apresenta como um texto que usa as imagens muito realistas para tentar convencer as pessoas a não praticar ações que prejudicam os outros, usa sons que representam algo que quer falar para tocar o coração das pessoas. Enfim, são muitas as formas que têm de levar os outros a entender como não agir. Tudo depende do que o cidadão quer falar para tocar a emoção do outro.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Tendo em vista as questões críticas propostas por Janks (2013), o roteiro de análise sugerido inclui perguntas sobre as afirmações feitas e dadas como certas nas propagandas e seu papel como recurso persuasivo, sobre quem ganha e quem perde com as ideias propagadas e a tomada de posição a favor ou contra algo. Para os discentes:

(32) A15, A7 e A12: As afirmações que foram dadas como certas foram as de que os mares estão poluídos e pode comprometer o futuro de todos nós, inclusive, do meio ambiente, também, de que há muitas pessoas que não respeitam quem tem autismo e é importante tentar mudar essa situação criando propaganda, por exemplo, para ajudar a não deixar isso continuar acontecendo, do mesmo jeito é sobre a importância de ajudar a promover campanhas para que todos possam ser incluídos no trabalho, independente, do estado físico que estão.

A20, A22 e A37: O que foi dado como certo foi que há muitas pessoas que poluem o meio ambiente e isso é problema para todos nós e para o nosso futuro, porque vamos ter mudanças climáticas sérias de todos os jeitos que podem ser ruins para o mundo inteiro e a gente também percebeu que os autistas devem ser respeitados e que eles são importantes. Além disso, que devemos saber como tratar essas pessoas sem discriminar nenhuma delas. Outra coisa é que na última propaganda, foi dado como certo que as pessoas têm direitos e eles devem ser respeitados, mas, com certeza, muita gente desrespeita. Então, elas precisam ser conscientizadas para agirem de forma diferente.

PA: O que vocês acharam dos recursos persuasivos usados nessas propagandas e quais são os efeitos que eles provocam no interlocutor?

A14, A26 e A10: Os recursos persuasivos mexem com a nossa emoção. Eles fazem a gente pensar sobre o assunto e tentar nos colocar no lugar do outro. Isso é o que nós achamos que esses recursos provocam em quem vê esses anúncios.

A26: No caso da primeira propaganda, os recursos fazem as pessoas pensarem até no que os pais sempre ensinam, não fazer de conta que os problemas não existem. Eles precisam ser enfrentados. E todos nós temos que proteger o meio ambiente, porque precisamos dele para viver e de respeitar as pessoas, pois todos somos iguais perante a lei.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Na opinião da maioria dos participantes, a sociedade como um todo ganha com propagandas como as analisadas e ninguém perde. Contudo, um trio argumenta que “talvez, quem perde são aqueles que não querem mudar de atitude”, o que revela que os alunos estão

atentos não apenas ao conteúdo superficial das propagandas, mas também às possíveis implicações mais profundas que elas podem ter na sociedade. Segue a SD33 com as considerações dos estudantes:

(33) A9, A17 e A21: Todos ganham. Se há uma propaganda feita para incentivar as pessoas a preservar o meio ambiente e respeitar tanto ele quanto uns aos outros, ninguém perde. Isso é em benefício de todo mundo.

A2, A19 e A38: Quem ganha é a sociedade, e ninguém perde com o que é propagado, pois as pessoas serão mais felizes se elas viverem em um meio ambiente preservado e com uns respeitando os outros em todos os sentidos.

A3, A5 e A8: Ninguém perde nada com essas propagandas, pois elas foram feitas para sensibilizar e conscientizar as pessoas sobre a problemática do dia a dia. Mas, talvez, quem perde são aqueles que não querem mudar de atitude. Então, vão continuar excluindo os outros e não se importando com o meio ambiente. Isso não é bom nem para elas nem para ninguém.

A2: Eu também penso isso, porque tem gente que você tenta fazer de tudo para ela não ser preconceituosa ou respeitar os outros e o meio ambiente e não adianta, então essas pessoas perdem o que é bom que é uma vida mais com mais amor ao próximo e ao meio ambiente.

A8: A sociedade ganha em consciência. Quando as pessoas têm consciência de seus atos, elas se tornam mais solidárias.

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

Nesse processo de construção de conhecimentos e de sentidos, os alunos consideraram que os produtores das propagandas analisadas são a favor: “do combate aos problemas sociais que a gente vive, como poluição dos mares e do meio ambiente de um modo geral, exclusão das pessoas com deficiência e desrespeito a quem é autista” (A6, A23 e A29) e são contra “toda forma de preconceito[...]. Eles são contra o desrespeito ao autista e à exclusão das pessoas com deficiência. Além disso são contra quem polui os mares” (A9, A17 e A19)

(Trecho de gravação do dia 3/08/2023)

A conversa que ocorreu em torno das questões norteadoras acima relativas à análise das propagandas demonstrou uma compreensão crítica por parte dos alunos em relação ao gênero em discussão, evidenciando progresso no desenvolvimento de habilidades quanto à leitura e a interpretação dos textos em pauta focadas nos princípios do LC. Isso se comprova, uma vez que as respostas dos estudantes a essas questões demandaram uma atenção cuidadosa aos aspectos persuasivos presentes nos textos analisados, bem como a percepção deles acerca da intenção comunicativa do produtor em relação ao público-alvo.

Inicialmente, vale evidenciar que os alunos destacaram a intenção persuasiva subentendida nas propagandas. Eles identificaram, consoante ao exposto na SD25 que o propósito comunicativo delas era persuadir o público a modificar seu comportamento em relação a questões como a preservação ambiental, a inclusão de pessoas com autismo e

aceitação de pessoas com deficiência. Além disso, também perceberam os interesses subjacentes em relação ao assunto em pauta, incluindo a Justiça do Trabalho, ONGs ambientais e representantes políticos, o que confirma o olhar amadurecido dos discentes quanto à análise das propagandas.

Essa compreensão está em sintonia com as ideias de Dionísio (2011), que enfatiza a importância de se observar que os recursos retóricos empregados na construção das propagandas têm a finalidade de persuadir e influenciar o público, mas que isso está, muitas vezes, apresentado de forma velada, levando o interlocutor a agir em favor de uma causa sobre a qual nem sempre está consciente ou acerca da qual concorda.

Diante disso, os discentes também responderam criticamente à questão, ainda na SD25, destacando a importância de perceber os objetivos implícitos nas propagandas. Eles reconheceram a necessidade de respeitar as diferenças, especialmente no que se refere às pessoas autistas e enfatizaram que as propagandas buscavam conscientizar os interlocutores sobre essas questões. Essa análise demonstra, portanto, que os alunos também adotaram uma abordagem crítica em relação ao conteúdo das propagandas, o que se alinha às considerações de Sandman (2012), que sugere que o texto de uma propaganda visa à indução da adesão a uma ideia ou crença.

Não obstante, as reflexões dos discentes também corroboraram com a perspectiva de Pinho (1990) e de Caldas (2008) sobre a propaganda como um conjunto de técnicas persuasivas que têm a intenção de moldar opiniões, sentimentos e atitudes do público receptor. Eles identificaram claramente o caráter persuasivo das propagandas e compreenderam que esses textos objetivam orientar ações das pessoas na sociedade, conforme salientado na SD27.

Ademais, durante o diálogo, os alunos foram encorajados a aprofundar suas reflexões sobre as propagandas, como ocorreu, quando analisaram o motivo de um garoto, na primeira propaganda, levantar a água como se fosse um tapete. Essa análise comprovou a capacidade dos estudantes de transcender a superfície e considerar os significados velados nas propagandas.

Assim sendo, é válido salientar, que o diálogo mostrou que os alunos estavam incorporando as premissas das teorias do LC defendidas por inúmeros estudiosos dessa área, como Janks (2010), uma vez que estavam sendo capazes de discernir os propósitos persuasivos desse gênero, de identificar os interesses envolvidos e de desenvolver uma compreensão crítica das estratégias argumentativas empregadas. Isto posto, é válido considerar que essa discussão enriqueceu a consciência crítica dos alunos sobre a construção dos discursos nas propagandas e de seu potencial para influenciar opiniões e comportamentos.

Logo, faz-se premente destacar que ao responder à pergunta sobre o contexto de

produção das propagandas, SD26, os alunos transcenderam a descrição superficial, alinhando-se à proposta de Menezes de Souza (2011) de questionar a superficialidade da verdade. Os estudantes destacaram a relação das propagandas com o aumento da poluição ambiental e da discriminação, evidenciando um olhar que vai além do óbvio.

Dessa forma, é importante ressaltar que, na continuidade do diálogo, os estudantes foram evoluindo em suas habilidades de leitura crítica, uma vez que, ao responderem à pergunta sobre elementos verbais ou não verbais que orientaram suas conclusões, demonstraram uma compreensão de que as propagandas não oferecem pistas evidentes, recorrendo às observações do cotidiano para embasar suas respostas, o que está em consonância com a perspectiva de aprendizagem ativa proposta por Freire (1996).

Além disso, a observação dos alunos ainda na SD26 destacou a influência recíproca entre a publicidade e a sociedade, desafiando a visão "natural e verdadeira" no contexto publicitário, conforme propõe Menezes de Souza (2011). Os alunos, nesse sentido, reconheceram que a escolha de um tema para propaganda não é apenas um reflexo passivo, mas um agente ativo na construção de significados culturais. Dessa forma, ainda se faz imprescindível afirmar que a análise dos alunos, na SD26, em relação às datas comemorativas e à promulgação de leis, por exemplo, alinha-se à abordagem sugerida por Janks (2011) de analisar textos considerando tanto a favor quanto contra o conteúdo e os interesses do produtor. Logo, é perceptível que os discentes consideram não só o conteúdo explícito, mas também o contexto político e social das propagandas.

Posto isso, percebe-se que o diálogo evidenciou uma abordagem educacional que foi além da memorização de fatos, uma vez que possibilitou aos estudantes uma análise crítica das propagandas, uma reflexão sobre seu contexto de produção e a busca por significados mais profundos. Essa abordagem está em sintonia com os estudos de Menezes de Souza (2011), Freire (1996) e Janks (2010), destacando a importância da capacidade crítica e da reflexão por parte dos alunos.

Assim sendo, vale ressaltar que essa etapa da tarefa requeria uma análise cuidadosa das temáticas centrais das propagandas e a capacidade de compreender como elas eram comunicadas, reconhecendo a importância da linguagem na persuasão publicitária. Nesse contexto, é importante salientar que ao explorarem os recursos persuasivos, os estudantes não apenas identificaram elementos superficiais, mas também buscaram compreender as teses subjacentes, recorrendo ao entendimento das vivências, valores, crenças e experiências da sociedade. Esse enfoque reflete uma abordagem empática, conforme proposto por Abreu (2001).

Nota-se isso, quando na SD27, os alunos começaram a traçar uma conexão entre os elementos persuasivos utilizados pelos produtores das propagandas e a maneira como esses elementos buscam envolver o público. Eles mencionaram recursos como slogans, imagens reflexivas e até mesmo a referência a artigos de leis. A afirmação de que tudo isso visa a convencer as pessoas a pensarem sobre os problemas sociais e a agirem de maneira diferente, demonstra um entendimento da importância de adaptar o assunto tratado ao público-alvo e de abordar argumentação construtiva e convincente.

Quando se tratou de analisar as teses defendidas nas propagandas, os alunos mostraram que estavam conseguindo identificá-las. Isso se comprova, quando na SD28, os estudantes afirmaram que o que se pretende defender nas propagandas em análise é sobre cuidar do meio ambiente, respeitar pessoas autistas e promover a inclusão de indivíduos com deficiência no mercado de trabalho. A conexão entre esses objetivos e os propósitos comunicativos das propagandas demonstrou uma tentativa de compreender as intenções persuasivas para o universo do público-alvo, como propõe Abreu (2001).

Em relação à influência emocional da linguagem verbal e das imagens, na SD29, os estudantes reconheceram que esses elementos têm o poder de sensibilizar e provocar uma resposta emocional. Eles mencionaram que as imagens revelam intenções que estão muitas vezes ocultas, mas que contribuem para uma compreensão mais profunda acerca dos propósitos do produtor do texto e, ao fazer isso, sugerem um entendimento incipiente das estratégias persuasivas de integração e cooperação também propostas por Abreu (2001), o qual afirma que ao buscar persuadir o público-alvo, o produtor de recorre à ação de argumentar que “é a arte de, gerenciando a informação, convencer o outro de alguma coisa no plano das ideias e de, gerenciando a relação, persuadi-lo, no plano das emoções, a fazer algo que nós desejamos que ele faça”(Abreu, 2006, p.26).

Diante do exposto, torna-se premente ressaltar que o diálogo acima revelou que os estudantes realizaram uma análise crítica dos textos. Isso porque demonstraram uma habilidade aprimorada em avaliar não apenas o que estava sendo comunicado nas propagandas, mas também como e por que, o que lembra a perspectiva de (Janks, 2011, p. 152), a qual sugere que se busque "ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto", a fim de compreendê-lo melhor.

Nesse contexto, é relevante destacar que os estudantes não se limitaram a uma análise superficial das propagandas, eles foram além, ao examiná-las de diferentes perspectivas, considerando tanto elementos explícitos quanto implícitos nos discursos. Essa abordagem analítica foi essencial quando exploraram as funções e formas específicas assumidas pelas

propagandas ao circularem como práticas de linguagem. Demonstraram não apenas compreender o que os textos comunicavam diretamente, mas também como essa comunicação era moldada pelos propósitos dos enunciadores. Essa habilidade analítica e crítica enriqueceu sua compreensão das nuances e impactos das propagandas no público-alvo e na sociedade em geral.

Isso se comprova, quando na SD31, os alunos destacaram, que as propagandas assumem formas textuais em diferentes mídias, como jornais, internet e rádio, e que cada uma delas apresenta abordagens distintas para persuadir o público. Os discentes evidenciaram a necessidade de se considerar não apenas o conteúdo dos textos, mas também a forma como são apresentados e os interesses velados dos enunciadores, o que demonstra uma capacidade crítica de avaliar os textos além de sua superficialidade, conforme defendido Janks (2010) e Dionísio (2011).

Nessa seara, vale ressaltar que, ainda na SD31, os estudantes mencionaram que as propagandas utilizam vídeos curtos e mensagens emocionantes para envolver o público e levá-lo a refletir sobre os temas abordados. Eles reforçaram que esses textos têm o papel aconselhar o público-alvo e conscientizá-lo sobre questões importantes. Essa análise revelou uma compreensão profunda de como as intenções comunicativas nesses textos são explicitadas e como os enunciadores utilizam estratégias argumentativas para alcançar seus objetivos. Fato que está associado aos estudos de Caldas (2008) e Dionísio (2011), uma vez que revela uma convergência com as discussões sobre a persuasão e a função persuasiva dos textos da esfera publicitária. Isso porque Caldas (2008) discute a natureza persuasiva da linguagem publicitária, enfatizando o uso de estratégias emocionais e visuais para atrair e persuadir o público-alvo. Enquanto Dionísio (2011) aborda a dimensão social da linguagem e destaca o potencial dos textos para promover a reflexão e a conscientização. Assim, a análise dos discentes evidencia uma compreensão significativa do discurso publicitário e, também, uma aplicação prática de conceitos discutidos pelos teóricos mencionados, fortalecendo a análise crítica das estratégias argumentativas presentes nas propagandas.

Na sequência da discussão, os discentes, por sua vez, na SD31, abordaram diversidade de formas que as propagandas podem assumir, destacando a estratégia de se colocar no lugar das pessoas que sofrem, utilizando imagens realistas e sons impactantes para tocar as emoções do público. Os alunos enfatizaram que a escolha da abordagem depende do que o anunciante deseja comunicar e do impacto emocional que pretendem causar. Isso reflete uma compreensão de como os discursos são organizados de acordo com os propósitos comunicativos dos enunciadores e demonstra um olhar crítico sobre os textos, consoante ao que espera os

princípios do LC e da BNCC, no sentido de compreender os textos em diferentes contextos, incluindo a habilidade de analisá-los criticamente.

Além disso, os estudantes refletiram sobre o público-alvo das propagandas, reconhecendo que ele pode variar dependendo do assunto e do propósito comunicativo. Isso demonstra uma compreensão sólida da natureza diversificada das práticas de linguagem e como elas se adaptam aos contextos específicos, levando em consideração tanto o aspecto crítico quanto o comunicativo desse gênero discursivo. Fato que ressoa as ideias de Bakhtin (2011), que enfatizou a natureza contextual e dinâmica da linguagem, argumentando que as palavras carregam significados moldados pelas interações sociais e pelos contextos em que são utilizadas.

À vista disso, torna-se necessário enfatizar que o diálogo ocorrido em torno das questões de análise demonstrou um nível de envolvimento e análise crítica dos estudantes bastante positivos. Eles reconheceram a importância dessas questões, evidenciando que as propagandas têm o potencial de criar conscientização e mudar atitudes, o que relembra Caldas (2008), Dionísio (2011) e Sandman (2012), os quais defendem que haja uma compreensão sólida dos temas envolvendo esse gênero discursivo.

Por conseguinte, na SD32, os alunos discutiram como os recursos persuasivos das propagandas estão relacionadas às emoções e incentivam a reflexão sobre os problemas envolvidos nesse aspecto. Eles destacaram a importância de evitar os problemas e proteger o meio ambiente. Essa análise demonstrou a capacidade dos estudantes de refletir sobre o impacto emocional dos textos publicitários, conforme preconizado por Pinho (1990).

Nesse contexto, na SD33, os alunos deram continuidade ao diálogo, apresentando diferentes perspectivas sobre os benefícios das propagandas. Eles ressaltaram que todos ganham com propagandas que promovem a preservação ambiental e o respeito mútuo, ressaltando os benefícios para a sociedade. Argumentaram, ainda, que os textos em pauta não prejudicam diretamente ninguém, mas aqueles que resistem à mudança de atitude podem ser considerados os perdedores, evidenciando uma compreensão das barreiras sociais à mudança. Além disso, enfatizaram que a sociedade ganha em consciência, destacando a importância da sensibilização como um benefício tangível. Esses olhares remontam Pinho (1990), Dionísio (2011) e Sandman (2012), para os quais a propaganda tem potencial de influenciar as formas de agir das pessoas na sociedade, logo, elas são muito importantes, considerando a persuasão que exercem.

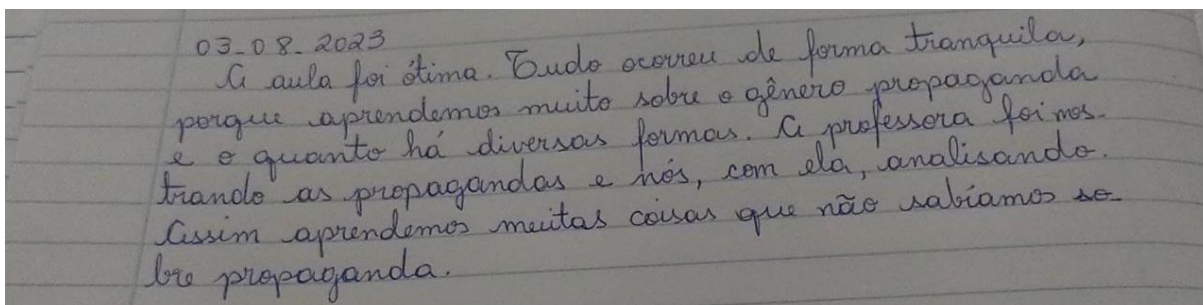
Assim, é relevante destacar que os alunos buscaram ler os textos em pauta, visando a um entendimento deles, no sentido de tanto ler a favor do conteúdo quanto contra ele,

considerando a forma e os interesses de seus produtores, atitude que lembra Janks (2011), que sugere que os alunos sejam levados a considerar nos textos todas as perspectivas e a analisar criticamente as ideias veiculadas, o que é uma habilidade crucial em uma sociedade, cuja manipulação de informações é comum.

Em resumo, todos os diálogos apresentados, nesse momento de análise das propagandas, demonstraram um crescimento notável na capacidade dos estudantes de interpretar textos de maneira crítica. Eles deixaram claro que estão aprendendo a ler além da superfície dos textos, a questionar discursos e a desenvolver uma compreensão mais profunda dos propósitos comunicativos presentes neles. O que ressoa as considerações de Augusto (2019), no tocante às percepções dos alunos que participaram de sua pesquisa em torno do gênero em pauta, demonstrando uma forma crítica de enxergar esses textos da esfera publicitária com desconfiança e criticidade. Isso é fundamental, de acordo com a BNCC, para que se tornem cidadãos críticos e capazes de tomar decisões mais conscientes em uma sociedade complexa.

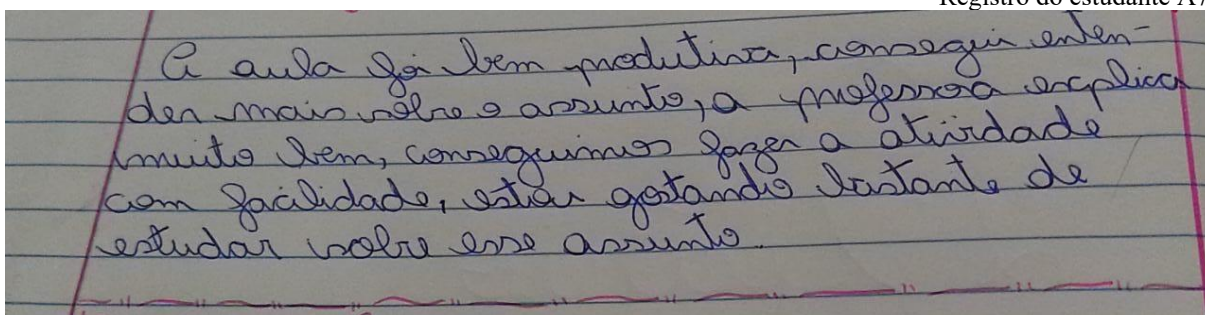
Quanto às aulas desenvolvidas em torno da análise de exemplares de propagandas, no bloco b, houve reflexões feitas pelos alunos, os quais fizeram o registro das impressões obtidas acerca desse momento, no diário de campo. Seguem alguns desses registros dos participantes A7, A3 e A19 abaixo:

Figura 10 - Registro sobre as impressões acerca da análise das propagandas.



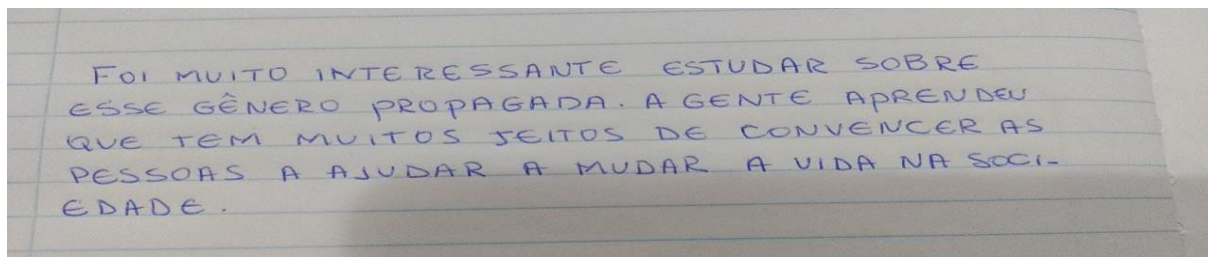
03.08.2023
A aula foi ótima. Tudo ocorreu de forma tranquila, porque aprendemos muito sobre o gênero propaganda e o quanto há diversas formas. A professora foi mostrando as propagandas e nós, com ela, analisando. Assim aprendemos muitas coisas que não sabíamos sobre propaganda.

Registro do estudante A7.



A aula foi bem produtiva, consegui entender mais sobre o assunto, a professora explicou muito bem, conseguimos fazer a atividade com facilidade, estou gostando bastante de estudar sobre esse assunto.

Registro do estudante A3.



Registro do estudante A19.

Os depoimentos dos alunos revelaram uma recepção positiva em relação ao estudo do gênero propaganda em sala de aula. Embora não tenham aprofundado nos benefícios específicos desse estudo, é possível inferir que reconhecem a importância de compreender as diversas formas de persuasão presentes nele. Nesse sentido, é importante destacar que a disposição para participar ativamente da análise desse gênero sugere um interesse genuíno em explorá-lo ainda mais. Isso se comprova quando os discentes mencionaram que estão gostando de estudar sobre o assunto, o que indica que o trabalho em sala de aula está despertando interesse e motivando-os a se envolverem com o assunto em pauta.

Nesse contexto, vale ressaltar que esse olhar para o trabalho por meio do gênero propaganda sugere um potencial para um aprendizado mais significativo e reflexivo sobre o poder persuasivo das propagandas no cotidiano. Essa reflexão ganha ainda mais profundidade quando consideramos o pensamento de Sandman (2012), que enfatiza que o texto da propaganda é essencialmente argumentativo, buscando a adesão a uma ideia ou crença, uma vez que o propósito dele é persuadir ideologicamente os interlocutores, valendo-se de apelos emocionais para que possam aderir ao que está sendo anunciado.

Assim, ao compreenderem essa dimensão argumentativa e persuasiva das propagandas, os alunos estão não apenas estudando um gênero discursivo, mas também desenvolvendo uma consciência crítica sobre o poder dele na sociedade contemporânea.

5.3 Bloco C - Análise de propaganda em vídeo e análise das estratégias argumentativas do gênero propaganda

O bloco C foi dividido em duas partes distintas: A primeira centra-se na análise de propagandas em vídeo. A escolha desse formato se deu dado o meu entendimento de que é fundamental explorá-lo não apenas como uma ferramenta de apresentação, mas também devido à sua eficácia em envolver e impactar o público-alvo de maneira significativa. As propagandas em vídeo têm a capacidade de combinar elementos visuais, auditivos e narrativos para expor conteúdos persuasivos de forma concisa e memorável, alcançando uma vasta audiência. Por outro lado, a segunda parte da análise concentra-se nas propagandas impressas.

As atividades planejadas para este bloco foram realizadas em seis (6) horas/aula, em vez das quatro originalmente previstas. Isso se deve ao fato de que a leitura e análise dos exemplares de propagandas, bem como as discussões relacionadas a elas, demandaram mais tempo do que o inicialmente estimado, resultando na extensão do período previsto. Essas atividades foram conduzidas na sala de multimídia da escola, que oferece recursos para que os alunos assistam às propagandas em vídeo, e tiveram início em 08 de agosto de 2023.

Antes de darmos início às atividades promovi um pequeno diálogo com os discentes para que pudessem lembrar as análises das propagandas ocorridas nos encontros anteriores, a fim de que pudessem perceber que, naquele momento, os olhares se voltariam para o gênero em outro suporte e com outras formas de apresentação das intenções comunicativas a respeito de alguma problemática social. Após a conversa, assistimos aos vídeos, os quais foram exibidos por três vezes, para que os alunos pudessem ter noção do que cada exemplar propunha. A figura 11 a seguir representa esse momento:

Figura 11 - Estudantes na sala de multimídia assistindo às propagandas em vídeo.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Os alunos se organizaram em duplas e cada dupla recebeu 9 (nove) questões norteadoras impressas para guiar os questionamentos durante a análise oral sobre as propagandas em vídeo e, com isso, registrassem, caso achassem necessário, observações adicionais para compartilhá-las posteriormente com os colegas durante as discussões. A construção dessas perguntas considerou o que Bakhtin (2011) expõe sobre os gêneros do discurso, os estudos sobre o gênero propaganda, consoante a Pinho (1990); Sandmann (2007) e Dionísio (2011). Além disso, sobre letramento crítico incluídos na fundamentação teórica desta dissertação, segundo Janks (2006; 2011); Menezes de Souza, (2011); Jordão (2013); Monte-Mór (2011); Lopes; Andreotti; Menezes de Souza (2006) e em estudos sobre a argumentação (Abreu, 1999, 2006).

O roteiro para análise oral das propagandas em vídeo contempla duas questões relativas à comparação entre as propagandas impressas e as em vídeo, sete voltadas para a análise: das

estratégias argumentativas, do propósito, da linguagem utilizada, do que é incluído, do que fica pressuposto, das representações construídas, de quem pode ser beneficiado, e para a identificação da crítica materializada na propaganda.

Para a análise, os estudantes levaram por volta de uma hora aula e meia. Por esse motivo, as apresentações e discussões foram feitas durante as aulas do dia seguinte: 09 de agosto.

No tocante à comparação entre as propagandas impressas e as em vídeo, os estudantes consideraram que as propagandas em vídeo são mais atrativas e apresentaram estas justificativas:

(34) A7, A8: Porque elas aproximam mais o público-alvo da realidade e ele se sensibiliza mais. Percebemos que foi o que aconteceu com a gente. Achamos mais interessante ver as propagandas em vídeos, porque têm vários recursos que prendem a nossa atenção como os sons, as cores, a mudança de imagens.

A6, A38: As propagandas em vídeo conseguem demonstrar melhor o problema social e alcança muita gente. Elas são mais explicativas, no sentido de parecer mais real, porque têm uma combinação de imagens, movimentos, cores e sons que atraem mais o interlocutor.

A1, A2: A gente achou elas mais interessantes, porque são capazes de nos persuadir mais, já que comove a gente, trazendo as pessoas da realidade para o vídeo, além disso, têm mais brilho nas imagens, mais movimentos e isso é atrativo e mexe com nossos sentimentos e emoções.

A14, A28: Porque elas fazem a gente ter uma noção maior do que acontece no dia a dia e isso mexe com nossas emoções. E muita gente pode ter acesso a essas propagandas, porque, em vídeo, elas podem ser publicadas em muitos lugares, além disso, a internet leva elas para o mundo todo, então, desse jeito elas são mais eficientes.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Ainda comparando as propagandas em vídeo com as impressas, alguns discentes argumentaram que, nos dois casos, os recursos semióticos empregados são iguais a outros vistos em propagandas veiculadas em suportes diferentes, mas o modo de apresentá-los é diferente; e outros compreenderam que há recursos diferentes e modos diferentes de apresentar o problema social nas propagandas em vídeo, o que as torna mais convincentes. Vejamos estes dizeres:

(35) A1, A2: Nessas propagandas em vídeo têm recursos diferentes, como movimentos que fazem o assunto ser mais real, som, luz e brilhos. Essas propagandas atraem mais a nossa atenção e isso deixa a gente mais convencido sobre o problema que está sendo divulgado

A13, A26: Nelas têm imagens, sons, cores, palavras em destaque, slogans sentidos figurados como têm nas outras dos encontros anteriores, mas, professora, a gente acha que os jeitos de mostrar o problema social que é diferente, porque tem sons, movimentos, mudanças de cores acompanhando a imagem apresentada. Então a gente acha isso mais atrativo e mais convincente.

A3, A15: Os recursos são iguais, mas é o jeito de apresentar eles que é diferente. Isso acaba atraindo mais a nossa atenção e mexendo com a nossa emoção também. Além disso, em qualquer lugar que a gente estiver tem como ver as propagandas em vídeo, porque elas podem ser viralizadas na tv, na internet. Isso faz a gente ter contato com o assunto e

acabar sendo incentivado a pensar sobre ele.

A16, A30: Sim, os recursos semióticos são iguais. A diferença é o jeito de apresentar esses recursos que, por ser em vídeo, é preciso criar movimento, pôr som, mudar o cenário de acordo com o assunto. Isso atrai a gente e deixa mais emocionante e acaba sendo mais convincente que uma propaganda que não está em vídeo.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Na opinião dos participantes, há, nas propagandas em vídeo, estratégias para influenciar as emoções, crenças e comportamentos dos espectadores e um grupo salientou que isso não é característico só das propagandas em vídeo, mas de todas:

(36) A25, A37: Há estratégias. Elas influenciam as atitudes das pessoas, fazendo elas verem o problema social que acontece, por exemplo, a gente ficou comovido quando mostrou o vídeo dos hospitais lotados na época da pandemia. As pessoas que não cabiam neles morriam. Isso é muito forte, deixa a gente pensando no assunto e na nossa vida.

A16, A22: Há estratégias que influenciam as nossas emoções e podem fazer a gente mudar de atitude na sociedade. A segunda propaganda foi a que nos deixou mais sensibilizados, porque mostrou de uma maneira muito interessante o que acontecia com quem não ficava de quarentena. Muita gente morria ou fazia outras morrerem por causa da superlotação nos hospitais. Quando a gente viu essa propaganda, lembramos dos depoimentos de quem tinha perdido parentes. Isso foi muito triste e mexeu com nossos sentimentos.

PA: Qual Sentimento vocês tiveram ao assistir a essa propaganda?

A22: O sentimento de que precisamos nos colocar no lugar dos outros. A gente viu muitas pessoas egoístas, por isso que tantas pessoas morreram.

A3, A15: Essas propagandas, do mesmo jeito que todas as propagandas, apresentaram estratégias que têm a intenção de influenciar as pessoas. A primeira propaganda mostra a falta de respeito no trânsito. O vídeo dela representa as pessoas dirigindo e avançando o sinal, fazendo ultrapassagens perigosas e colocando a própria vida e a dos outros em risco. Isso fez a gente lembrar do que realmente acontece. É como se a gente tivesse nas ruas, sentido o que quem dirige ou está no trânsito sente. Então, isso acaba fazendo a gente repensar sobre como devemos agir no trânsito.

PA: Alguém tem algo a dizer sobre a terceira propaganda?

A4, A25: Nós achamos essa propaganda bastante interessante. Ela faz a gente ver que as pessoas que têm deficiência estão falando, movimentando, mostrando que elas podem trabalhar e fazer o que as outras pessoas que não têm deficiência fazem. Então, essa é uma estratégia que comprova que todo mundo é capaz de fazer algo e que ter deficiência não é um problema. Somos todos iguais. Então, a gente achou essa estratégia bem real e faz a gente ver que não é impossível trabalhar ou fazer as coisas que quem não têm deficiência faz. Mas todos têm que ver isso e sentir isso, entende?

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Da mesma forma como ocorreu no 1º momento do bloco B, os discentes teceram considerações sobre a importância dos recursos semióticos para a realização do propósito do gênero, em específico das propagandas em vídeo. Segundo eles,

(37) A7, A8: Se não tivesse esses recursos, o leitor não seria atraído da mesma forma, porque

é isso que prende a nossa atenção e sensibiliza a gente para agir em favor do problema que está sendo divulgado.

A17, A19: São os recursos semióticos que ajudam a nos convencer sobre o problema divulgado. Eles mexem com a nossa emoção e até desperta em nós um sentimento de ajudar o próximo.

A20, A22: Não. Hoje em dia a gente é atraído não só por palavras, mas também por imagens, sons, movimentos. Isso envolve a gente, porque é mais interessante do que olhar para um texto sem nada mais que palavras escritas

PA: Por que vocês acham que, na atualidade, os recursos semióticos são tão importantes?

A22: Porque hoje tem internet e a gente fica muito tempo nela, porque tem animações e todos esses recursos que deixam tudo mais emocionante e atrativo, sabe?

A3, A15: Tudo que se aproxima mais da realidade é mais interessante. Então, se não tivessem os recursos semióticos o objetivo do anunciante não seria alcançado da mesma forma.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Para os discentes, a linguagem empregada nas propagandas em vídeo permitiu claro entendimento da tese defendida pelo produtor. Os dizeres destes dois participantes representam a opinião manifesta pela maioria:

- (38) A1, A2:** Nós entendemos sem dificuldade a tese defendida nessas propagandas, porque os recursos semióticos facilitam isso. Sem eles, com certeza ficaria mais difícil. O texto verbal ajuda o não verbal, assim tudo fica mais claro para a gente entender.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Os alunos observaram que nas propagandas foram incluídos sentimentos de respeito, valorização da vida e das diferenças entre as pessoas. Destacaram a importância de criar propagandas para incentivar a mudança de pensamento egoísta e preconceituoso na sociedade. Essas reflexões estão detalhadas na SD39 a seguir:

- (39) A11, A35:** O que é incluído é sentimento de respeito pela vida, professora. Além disso de valorização de si próprio e dos outros. Mas quem não tem esses sentimentos, deixa a gente entender que não respeita nem a si nem ao outro, porque não respeita ninguém. Então, é uma pessoa que é egoísta e preconceituosa. Isso precisa mudar para vivermos melhor.

A12, A32: É incluído o respeito ao trânsito, à vida, a importância da consciência de valorizar as diferenças entre as pessoas, porque isso melhora a vida na sociedade, gerando mais amor ao próximo.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Quanto às representações nas propagandas em vídeo, os discentes afirmaram que nelas há representações daqueles que, talvez, tenham tido experiência negativa no trânsito, de quem se preocupa com a vida e, também, daqueles que pedem para que preconceito e a discriminação sejam combatidos. Tudo isso, é apresentado por meio de recursos persuasivos que levam o leitor a perceber essas representações. Seguem as colocações dos discentes:

(40) **A20, A22:** Há representações de pessoas que, talvez, já viveram coisas ruins no trânsito e não querem viver mais. Também de gente que perdeu entes queridos na pandemia ou de pessoas que quer combater atitudes de discriminação e pensam que através desses textos tão reais isso é possível. Isso, a gente percebe pelas imagens, os movimentos dos vídeos e os sons, as coisas que são faladas e como elas acontecem.

A18, A5: As representações são daqueles que acreditam que não deve existir desrespeito à vida, nem a si nem ao próximo. Isso é apresentado nas propagandas com imagens que parecem muito reais, mostrando que as pessoas que não respeitam a própria vida nem a vida do outro podem sofrer consequências ruins e fazer todos sofrer. Nos vídeos isso aparece com efeitos de sons e de imagens e vozes que representam essas situações.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Para os alunos, as propagandas analisadas podem beneficiar todas as pessoas. Para eles, todos que assistirem aos vídeos poderão ser levados a pensar sobre o assunto e serem motivados a agirem diferente em torno do problema abordado. Os dizeres destes dois participantes, na SD41 representam a opinião manifesta pela maioria:

(41) **A17, A19:** As propagandas em vídeo podem beneficiar todo mundo, porque, com certeza, muitas pessoas viveram os problemas apresentados ou já viram alguém passar por eles. Então, quanto mais esse assunto é tratado, mais pessoas podem ver e serem sensibilizadas para combater ele no dia a dia.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Os alunos defenderam que havia crítica materializada nas propagandas, as quais foram evidenciadas por meio dos dizeres dos participantes delas e, também, dos recursos semióticos empregados na sua construção. Isso, para eles, foi algo positivo, porque contribuiu para a afirmação do problema e da necessidade de seu combate. Essas contribuições estão evidenciadas a seguir:

(42) **A3, A15:** Há crítica materializada nas propagandas. Ela é sobre a falta de respeito no trânsito, o que faz acontecer acidentes fatais. Também sobre a falta de respeito às diferenças e à vida. Essas críticas serviram para nos mostrar que, para vivermos em sociedade, todos têm de contribuir para o bem comum e não pensar só em si mesmo.

A7, A8: A crítica é sobre o quanto há desrespeito no trânsito e outros desrespeitos. São pessoas no dia a dia que não se importam com o sofrimento alheio. Que precisam ver os problemas acontecerem, como mostra nos vídeos, para ver que aquilo é verdade e precisa ser combatido. Por isso, as propagandas dessa forma são mais eficientes. A gente vê as coisas acontecerem igual na realidade e, assim, ficamos chocados e convencidos de ajudar a evitar os problemas apresentados.

(Trecho de gravação do dia 9/08/2023)

Os diálogos acima evidenciaram a perspicácia dos alunos ao discutirem o impacto das propagandas em vídeo na sociedade. Eles demonstraram uma análise crítica, reconhecendo que as estratégias persuasivas desses textos têm influência significativa sobre os espectadores. Essa postura reflexiva, exibida por meio do exposto nas falas deles, está alinhada às perspectivas da BNCC e aos princípios do LC, como as evidenciadas por Janks (2010, 2011) e Lopes, Andreotti

e Menezes de Souza (2006), que enfatizam a importância de abordar os textos de forma consciente para desenvolver habilidades críticas em todas as dimensões.

Nesse sentido, é válido ressaltar que os alunos destacaram, na SD35, recursos como som e movimento que prendem a atenção do público. Eles reconheceram ainda o alcance dessas propagandas, tanto na televisão quanto nas redes sociais. Além disso, demonstraram compreensão das técnicas utilizadas, consoante ao exposto na SD36, citando exemplos específicos de propagandas que impactaram emocionalmente e provocaram reflexões sobre questões sociais. Essa análise crítica demonstrou que os estudantes realizaram uma leitura e análise dos textos que foram além do exposto na superfície deles. Fizeram o que Janks (2010, 2011) e Lopes, Andreotti e Menezes de Souza (2006) sugerem: buscar compreender os propósitos comunicativos das propagandas, realizando análise e reflexão, evidenciando uma compreensão significativa dos aspectos persuasivos e comunicativos dos textos em pauta, assim como ocorreu com os estudantes envolvidos no trabalho de Silva Filho (2020). Segundo o autor, os alunos, por meio das atividades de leitura e análise de propagandas, passaram a vê-las como uma maneira de comunicação social que vai além das palavras, empregando variados elementos responsáveis pelos sentidos dos textos e pela persuasão que lhes é inerente.

Assim, é relevante ressaltar que os alunos mostraram habilidade em analisar as propagandas de diferentes perspectivas, como ocorrera em momentos anteriores, questionando-as e reconstruindo significados. Esse processo de leitura crítica contribui para uma compreensão mais profunda e contextualizada dos propósitos imbricados nas propagandas em vídeo.

Nesse contexto, vale destacar, ainda, que os discentes reconheceram, na SD35, a semelhança nos recursos semióticos entre as propagandas estáticas e as em vídeo e ressaltaram a diferenciação na apresentação do problema social, o que, de acordo com eles, tornava as propagandas mais atrativas e convincentes devido aos elementos audiovisuais. Ademais, os alunos reconheceram a igualdade nos recursos, mas ressaltaram que a apresentação diferenciada, atraindo mais atenção e envolvendo emoções, é potencializada pela viralização na internet, amplificando o alcance. Essa consideração reflete a abordagem empática proposta por Abreu (2001) de integrar-se ao universo do outro e reconhecer a importância da linguagem na persuasão publicitária, levando em conta as perspectivas dos interlocutores, os seus interesses e necessidades para poder persuadi-lo e influenciá-lo.

Nesse sentido, alguns estudantes concordaram que os recursos são iguais, mas ressaltaram a necessidade de criar movimento, som e mudanças de cenário específicos para o formato em vídeo, tornando as propagandas mais emocionantes e, conseqüentemente, mais convincentes. Essa perspectiva ressalta a adaptação necessária na construção composicional das

propagandas, corroborando Bakhtin (2011), para o qual é crucial levar em conta o público-alvo para construir o texto de acordo com as necessidades e características específicas desse público que será alcançado.

Na sequência da discussão, os alunos demonstraram, ainda, uma compreensão crítica dos recursos semióticos empregados nos textos analisados, no sentido de destacar sua importância essencial para atrair a atenção do público e reforçar a persuasão, conforme discutido na SD37. Eles não apenas analisaram o conteúdo verbal, mas também os elementos visuais e sonoros presentes nesses textos, revelando uma visão abrangente de seus aspectos persuasivos. Reconheceram, nesse viés, a relevância desses recursos semióticos, conforme a perspectiva de Pinho (1990, p.19), que os define como "o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor." Isso indica que os alunos revelaram uma compreensão sólida da importância da comunicação persuasiva e sua influência na formação de opiniões e atitudes do público-alvo.

Ademais, quando confrontados a respeito de que se percebiam as teses nas propagandas, os estudantes, consoante ao exposto na SD38, disseram que sim e atribuíram a facilidade em identificá-las aos recursos semióticos. Esse reconhecimento demonstra que os seus olhares sobre os textos foram capazes de reconhecer estratégias persuasivas que contribuem positivamente para que o objetivo do enunciador, de acordo com Pinho (1990) seja alcançado. Além disso, eles apontaram para a combinação de linguagens nas propagandas, afirmando que a linguagem verbal e a não verbal juntas facilitaram a compreensão deles, no tocante ao propósito comunicativo do texto. Visão que reforça o papel do enunciador na criação do texto, visando maior envolvimento de seu público-alvo.

Não obstante, os alunos perceberam que outras estratégias também foram empregadas nas propagandas analisadas e que algumas delas, de acordo com os dizeres deles, na SD39, incluem sentimentos, como respeito à vida, necessidade de valorização do outro, respeito às diferenças, ou seja, eles notaram, assim como afirmaram, na SD36, que o produtor desses textos, para influenciar o público-alvo, apelou para sentimentos e emoções, o que lembra Sandman (2012) e Abreu (2006), que defende que para persuadir o interlocutor é necessário saber gerenciar a relação, buscando falar à sua emoção como ocorreu nessas propagandas

No tocante às representações presentes nas propagandas e quem pode com elas ser beneficiado, os alunos reconheceram várias representações, o que está explicitado na SD40. Elas disseram tratar-se de pessoas que possivelmente enfrentaram dificuldades no trânsito, aquelas preocupadas com a preservação da vida e indivíduos engajados em combater o

preconceito e a discriminação. Eles perceberam que essas representações são ilustradas de forma persuasiva, por meio de recursos visuais, sonoros e narrativos que tornam o conteúdo dos textos mais impactantes e reais ao espectador, levando-o a agir em favor da causa propagada. Essa visão dialoga com o que (Martins, 1997, p. 35) defende. Para ele, nos textos da esfera publicitária são utilizados “recursos argumentativos racionais, ou emocionais; recursos retóricos estilísticos ou estéticos”, a fim de persuadir o interlocutor. Nesse sentido, ficou evidente que os alunos reconheceram a importância desses recursos e de como as propagandas se valem de representação como estratégia para sensibilizar as pessoas e motivá-las a agir de forma positivamente em relação aos problemas abordados.

Além disso, os estudantes enfatizaram, na SD41 que as propagandas podem beneficiar a todos. Esse posicionamento foi semelhante ao exposto no diálogo ocorrido no Bloco b, quando os discentes afirmaram que todos ganham com as propagandas. Nesse caso, eles deixaram claro que muitas pessoas já vivenciaram ou presenciaram situações semelhantes às retratadas nos vídeos. Logo, elas podem ser beneficiadas no sentido de que, ao abordar esses temas de maneira ampla e frequente, mais pessoas podem ser sensibilizadas e inspiradas a combater esses problemas em seu cotidiano. Dessa forma, notou-se que os discentes demonstraram uma compreensão profunda do poder das propagandas em vídeo como ferramenta para promover mudanças sociais positivas e destacaram sua importância em sensibilizar e mobilizar a sociedade para questões relevantes.

Não obstante, os alunos reconheceram, consoante ao abordado na SD42, que as propagandas apresentaram críticas materializadas, tanto por meio das falas dos participantes envolvidos nelas quanto dos recursos visuais utilizados. Identificaram críticas relacionadas à falta de respeito no trânsito, às diferenças e à vida, e à indiferença perante o sofrimento alheio. Para eles, essas críticas foram positivas, pois aumentam a conscientização sobre os problemas e a necessidade de combatê-los. Perceberam, ainda, que as propagandas, ao evidenciarem as críticas de maneira clara e impactante, conseguem persuadir as pessoas a se engajarem na solução dos problemas abordados. Além disso, ressaltaram a eficácia desses textos ao retratar situações realistas e impactantes, que refletem a realidade vivida por muitos. Assim, ao confrontarem essas situações de forma tão vívida, os espectadores são impelidos a agir para evitar tais negatividades. Isso ressalta o papel das propagandas na sociedade, conforme destacado por Pinho (1990), de mobilizar as pessoas para a ação positiva.

Posto isso, é imprescindível afirmar que essas reflexões dos alunos estão de acordo com a ideia de que os recursos semióticos não apenas atraem a atenção, mas também desempenham um papel fundamental na construção dos textos com propósitos persuasivos, influenciando a

interpretação e a compreensão do público. Essa análise crítica dos estudantes revelou o envolvimento deles com as atividades, uma vez que analisaram os textos da esfera publicitária de forma crítica e refletiram sobre o papel dos recursos semióticos na construção de significados. Isso os torna mais críticos e capazes de analisar os textos com mais consciência.

Dando sequência ao proposto para o bloco C, no dia 10 de agosto, os discentes apresentaram, conforme combinado, exemplares de propagandas que eles haviam trazido de casa para leitura e análise. Tais exemplares, segundo eles, foram selecionados, porque apresentaram os elementos que constituem uma propaganda (estrutura, conteúdo e linguagem) e têm propósitos de influenciar o público-alvo a agir em favor de uma causa social, como: violência sexual infantil, imprudência no trânsito e racismo. Além disso, afirmaram achar interessante o jeito que cada produtor encontrou para falar do problema em pauta. Seguem as propagandas selecionadas pelos participantes:

Figura 12 - Propaganda selecionada pelos alunos: A22/A31.



Fonte: <https://www.google.com/search?q=propaganda+contra+abuso+infantil&oq=propaganda+contra+abuso+infantil>

Figura 13 - Propaganda selecionada pelos alunos: A23/A25.



Fonte: <https://www.google.com/search?q=propaganda+contra+abuso+infantil&oq=propaganda+contra+abuso+infantil>

Figura 14 - Propaganda selecionada pelos alunos: A9/A37.



Fonte: https://www.google.com/search?sca_esv=569708288&sxsrf=AM9HkKkNzZIPszrjSBNqERXqtuDBEvfwZA:1696098900711&q=atendeu+o+celular+e+desligou+a+vida

Figura 15 - Propaganda selecionada pelos alunos: A5/A38.



Fonte: <https://www.google.com/search?q=propaganda+racismo+mata+racismo+%C3%A9+crime>

Figura 16 - Propaganda selecionada pelos alunos: A3/A10.



Fonte: <https://www.google.com/search?q=propaganda+stop+the+violence&tbm=isch&ved=2ahUKewiKmZP6tKBaxWSiJUCHbktD0oQ2-cCegQIABAA&oq=propaganda+stop+the+violence>

Figura 17 - Propaganda selecionada pelos alunos: A32/A35.



Fonte: <https://www.google.com/search?q=propaganda+no+transito+toda+atitude+tem+uma+consequencia>

Após as apresentações dos exemplares, deu-se sequência à atividade de leitura e análise dos textos, com base em 12 (doze) questões norteadoras, que enfocam conhecimentos sobre as condições de produção, o conteúdo temático, a construção composicional e o estilo do gênero, em consonância com Bakhtin (2011).

Os alunos realizaram as análises e, no dia 11 de agosto, apresentaram, de forma oral, os seus resultados, já que não houve tempo para criarem slides e a sala de multimídia não estaria disponível naquela semana. Diante disso, todos os alunos foram convidados a compartilharem os exemplares por eles selecionados via *WhatsApp* e suas análises.

Seguindo a estruturação dos relatos e análises das seções anteriores, apresento, primeiramente, o processo de construção de conhecimentos dos alunos, a partir da exposição de suas falas e de suas respostas às questões do roteiro. Após isso, faço a análise desses dados.

No compartilhamento dos resultados das análises, os discentes conversaram sobre onde podemos encontrar propagandas e por quais meios podemos ter acesso a esse gênero. Eles mencionaram outdoors, revistas, televisão, internet, rádio, carros de som, conforme exposto na SD43:

- (43) **A1, A7:** Podemos encontrar propagandas em outdoors, revistas, televisão e internet.
A5, A38: A gente acha que além desses lugares onde podemos encontrar propagandas, também devemos lembrar dos rádios, dos carros de sons que passam nas ruas.
A13, A8: Sim, nós também lembramos que as propagandas podem ser encontradas em programas de televisão que querem ajudar as pessoas que estão em dificuldade.
PA: Quais programas, por exemplo?
A13: O TELETON, da emissora SBT, do Criança Esperança, da rede GLOBO.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Nesta etapa da proposta, novamente os discentes foram conduzidos à observação do que é dizível no gênero propaganda. Na SD (44) a seguir, apresento os seus dizeres:

(44) **A9, A37:** pelo que a gente observou, é sobre combater a exclusão social, alertar sobre a imprudência no trânsito, evitar o bullying e muitas outras coisas.

A8, 13: São muitas coisas que podem ser ditas em uma propaganda. Além dessas que os meninos disseram, também podemos falar sobre problemas sociais como: violência contra as mulheres, poluição ambiental, preconceito racial e muito mais. A nossa propaganda por exemplo fala que devemos combater o racismo porque ele é crime e pode matar.

PA: Como assim, o racismo mata?

A8: Porque tem gente que tem ódio por simplesmente a pessoa ser negra e acaba criando confusão que pode resultar em morte. Foi como já aconteceu nos Estados Unidos que policiais mataram um homem, porque eles acharam que era um ladrão, um criminoso e acabaram matando. Isso não passa de preconceito e tem que acabar.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Nas análises, os alunos levaram em conta, ainda, as especificidades do gênero no tocante à construção composicional e ao estilo do gênero, reforçando conhecimentos já construídos por meio da realização das atividades anteriores. Sobre a construção composicional, eles observaram se sua composição é comumente em prosa ou verso e destacaram elementos que constituem a propaganda. De acordo com os participantes:

(45) **A5, A38:** O texto é escrito em prosa e dependendo, em verso. A propaganda que a gente escolheu, por exemplo, o texto é em prosa, mas tem um tom de poesia, porque alerta sobre a importância de combater o racismo e os racistas com frases que parecem fazer parte de uma poesia. Nelas a gente lembra de versos. Olha só: “Todas as vozes contra o racismo” / “Todas as leis contra os racistas”. O jeito que foram escritas lembra versos, então, entendemos que pode tanto ser escritas em verso quanto em prosa.

A9, A37: Chegamos à conclusão de que as propagandas podem ser escritas em prosa ou em verso e que depende do objetivo de quem escreveu. A nossa propaganda, por exemplo foi escrita em prosa, mas ela tem uma aparência de poesia, porque fala assim: “Atendeu o celular e desligou a vida” Isso é uma linguagem de poesia, porque a vida não é desligada, na verdade a gente morre.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Eles identificaram estes elementos na composição das propagandas:

(46) **A2, A12:** As propagandas que a gente viu tanto as outras quanto a que a gente analisou hoje, se apresentam com slogan, com frases de efeito que chamam a nossa atenção e convida a gente a fazer alguma coisa, com combinação de cores que têm relação com o assunto, palavras escritas de forma diferente. Todas curtas, ou seja, com textos pequenos.

A3, A10: As propagandas se apresentam com um formato que chama a nossa atenção, com criatividade sabe? Elas não falam diretamente do problema, elas fazem a gente entender através dos recursos semióticos, como: frases de efeito, palavras que parecem

se movimentar, combinação de cores, imagens que representam o assunto, textos curtos etc.

PA: Em relação à propaganda que vocês analisaram hoje, como ela se apresenta?

A3: A propaganda que a gente analisou tem uma pequena frase em inglês que fala “stop the violence” que quer dizer: Chega de violência. Tem uma mão fechada representando um soco sendo dado em alguém que está com o rosto sendo machucado por uma pessoa e tem cor preta no fundo da imagem. Mas, na verdade, a propaganda está querendo mostrar que quando as leis de trânsito não são obedecidas, os carros podem bater um no outro igual quando se dá um soco em alguém e todos podem se machucar.

A6, A18: Todas as propagandas têm um formato que é de se apresentar com textos curtos, com slogan, com cores combinando com o assunto, com imagens que fazem a gente refletir sobre o problema, palavras em movimento – que é quando tem algumas maiúsculas ou minúsculas junto. Além disso, tem sentidos figurados que a gente precisa interpretar.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Além disso, teceram considerações sobre o título nas propagandas e os slogans, sobre como se apresentam e para que servem. Isto posto, seguem as respostas na sequência discursiva abaixo:

(47) **A14, A17:** Há título, slogans nas propagandas. Eles são curtos e impactantes para chamar a nossa atenção. São poucas palavras, mas que falam muita coisa para a gente.

A22, A31: Tem o slogan: “Violência sexual não é coisa de criança”. Ele é bem curto, mas deixa a gente pensando sobre o assunto e ainda tem duas cores. O trecho “Violência sexual” é escrito com a cor laranja e “não é coisa de criança”, de verde. Isso também ajuda a ficar mais interessante e chamativo. Também tem outra frase: “Proteger a infância é proteger a vida!” Essa frase é curta e chama a nossa atenção para a importância de proteger a vida, cuidando das crianças.

A9, A37: Há slogans. A gente percebe que eles são usados para chamar a nossa atenção e deixar a intenção de quem produziu a propaganda mais clara. Por exemplo, na propaganda que a gente analisou está escrito assim: “Atendeu o celular e desligou a vida”. Essa frase é curta e chamativa, mostrando que quando a gente atende o celular quando estamos dirigindo, a gente pode desligar a vida, ou seja, morrer.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Sobre o estilo do gênero, eles associaram a escolha da linguagem ao objetivo da propaganda e ao público-alvo, e salientaram que, nas propagandas, há linguagem verbal e não verbal; que pode ser usada a linguagem formal e informal, conforme SD (48):

(48) **A1, A7:** A linguagem pode tanto ser verbal quanto não verbal, mas, normalmente, a gente vê os dois tipos de linguagem. Também formal e informal.

PA: Por que vocês acham que pode haver essa variação da linguagem?

A7: Porque cada propaganda tem um objetivo. Então, a gente acha que a linguagem é usada conforme a intenção de quem fez ela. A propaganda que a gente analisou tem essas linguagens. As imagens complementando as palavras de uma forma chamativa e com frases formais, mas fáceis de entender o assunto que está sendo falado. Tem linguagem formal, mas de um jeito simples que a gente entende.

A19: Varia, porque cada propaganda tem um objetivo. Então, se o objetivo for de falar de um jeito mais simples para todo mundo entender, a linguagem é mais informal e se não, o contrário. Mas a gente acha que tudo depende do que a pessoa que fez a propaganda quer. A que a gente escolheu, por exemplo, tem as duas linguagens.

A15, A26: Cada propaganda é feita com um objetivo, então a linguagem acompanha isso. Por exemplo, se a propaganda for para criança, a linguagem vai ser voltada para ela e se não, do mesmo jeito. Então, a gente acha que varia de acordo com o objetivo de quem fez a propaganda.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Também relacionado ao estilo do gênero, os alunos observaram se há prevalência de: palavras com sentido literal (denotação) ou com sentido figurado (conotação); períodos simples (frases com um só verbo) ou compostos (com dois ou mais); de determinados tempos e modos verbais: (presente, passado, futuro) e os modos verbais (subjuntivo/dúvida, indicativo/afirmação, imperativo: pedido, desejo, ordem...) no gênero propaganda e com que propósitos eles são empregados. Sobre os sentidos, eles disseram:

(49) A31, A33: Tem os dois sentidos. Por exemplo, quando vai falar de um assunto sobre trânsito, a linguagem é literal e quando vai chamar a atenção das pessoas para tomar cuidado ao dirigir, às vezes, tem uma frase com sentido figurado, porque desperta a atenção das pessoas.

A27, A34: Tem os dois sentidos, mas isso varia de propaganda para propaganda. Nós pensamos, além da propaganda que encontramos, em uma outra que fala que a Amazônia é o pulmão do mundo. Não é que ela é o pulmão do mundo é que lá tem muitas árvores, água e que precisamos preservar para termos ar puro para respirar e água para beber. Ou seja, usou o sentido não literal para explicar uma verdade que é sobre a importância de preservar aquele lugar, pois o mundo inteiro depende da Amazônia.

A5, A38: Tem os dois sentidos, por exemplo, a propaganda que a gente analisou fala que “Racismo mata” e “Todas as vozes contra o racismo”. Essas frases são conotativas, mas elas mostram um sentido real que a gente interpreta. Seria o sentido de que quem pratica racismo pode provocar brigas que podem levar à morte e, então todos devem combater o racismo, ou seja, todas as vozes contra o racismo.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Sobre o tipo de período que prevalece no gênero, os discentes responderam:

(50) A3, A10: Período simples. Nós achamos que eles são usados, porque as propagandas são curtas e procuram chamar a atenção do leitor. Com frases muito grandes, isso não daria muito certo, porque levaria muito tempo para a pessoa ler e entender o assunto.

A5, A38: Com base nas propagandas que a gente viu até agora e na que a gente trouxe, os períodos podem ser simples ou compostos. Mas, com certeza, são mais simples, porque esses textos buscam chamar a nossa atenção para algum problema social ou nos alertar sobre a importância de agir em favor de uma causa, então, as frases são curtas e não longas. Por isso, achamos que são mais períodos simples.

A9, A37: Há mais períodos simples, mas também há períodos compostos. Todos eles são formados com frases curtas para chamar a nossa atenção e fazer a gente, de forma mais

rápida, entender o que quem produziu a propaganda quis com ela. Por exemplo, a que a gente escolheu tem dois verbos: “Atendeu” e “desligou”.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Quanto aos tempos e modos verbais, os discentes destacaram a prevalência do modo imperativo e do presente do indicativo:

- (51) **A22, A31:** É tempo presente e modo imperativo, porque as propagandas têm o objetivo de alertar sobre algum problema que acontece na sociedade e nos convida para ajudar a combater ele.

PA: A propaganda que vocês escolheram possui alguma frase de efeito? Qual ou quais são os verbos que há nela?

A22: Sim: “Fique atento”. Tem o verbo fique que está no tempo presente e no imperativo e, também, “Violência sexual não é coisa de criança”; tem o verbo “é”. Depois, nas outras frases têm os verbos: denuncie, ajude a denunciar e proteger. Esses verbos estão no presente e no indicativo.

A15, A26: O assunto das propagandas é atual, então, os verbos estão no presente e no modo imperativo, pedindo para a gente ajudar a combater o problema?

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

No exame das propagandas, os discentes também investigaram a presença de imagens estáticas e em movimento, a disposição das palavras e o objetivo disso, o que está associado tanto à construção composicional quanto ao estilo (Rojo, 2013). Nas respostas, eles não associaram a imagem em movimento à animação, mas à representação de um movimento e, nesse sentido, mesmo analisando propagandas estáticas, destacaram a presença de imagens estáticas e em movimento. Há que se considerar ainda a articulação de conhecimentos decorrentes da análise de propagandas em vídeo na construção das respostas:

- (52) **A23, A25:** Há imagens. E elas são estáticas, mas a gente nota, em algumas propagandas há movimento. Mas não é que elas se movimentam, sabe, é o jeito que elas foram colocadas que parece que tem movimento.

PA: Vocês conseguiriam dar algum exemplo que ilustrasse isso? Na propaganda que vocês analisaram há esse movimento?

A25: Sim. Na propaganda que a gente analisou tem uma criança que está do lado direito da propaganda e a mesma do lado esquerdo e, também na frente. É como se ela mesma tivesse mudado de lugar e alguém está tapando a boca dela. Esse alguém parece, pelo que o a frase fala, ser uma pessoa muito próxima. Como se fosse um pai, ou um avô ou um amigo, sabe. Então a gente vê que há essa impressão de movimento.

A9, A37: Tem tanto imagens estáticas quanto em movimento, porque, por exemplo, a propaganda que nós analisamos tem a imagem de um carro amassado porque sofreu um acidente de trânsito e uma frase dizendo: “Atendeu o celular e desligou a vida”. Essa frase está uma, meio que em cima, e a outra em paralelo embaixo. Nós entendemos que o jeito de escrever parecia imitar uma pista, sabe, de trânsito? Isso para nós é movimento.

A3, A10: Nas propagandas, há imagens paradas e em movimento, porque a propaganda que a gente escolheu para analisar tem um homem dando um soco no outro. Mas, na verdade, não é um soco é como se fosse um soco. É uma forma de representar a batida entre dois veículos na estrada. A gente entende que é um movimento, porque tem “uns

risquinhos” que dá essa impressão para a gente. Então, isso é como se a imagem estivesse movimentando, só que ela está parada.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Concernente à disposição das palavras, seguem os posicionamentos dos alunos:

(53) A22, A31: As palavras são apresentadas em caixa baixa, ou seja, com letras minúsculas e, também, em caixa alta, com letras maiúsculas ou com letras coloridas e em negrito. Todas essas formas têm na propaganda que a gente trouxe. Isso chama a nossa atenção e tem muito a ver com o assunto que está na propaganda. É bem interessante.

A15, A26: As letras, muitas vezes, são grandes, em itálico, destacadas com cores diferentes. Essas palavras são escritas dessa forma porque tem a ver com o objetivo de quem produziu a propaganda. A gente acha que é proposital, porque busca chamar a nossa atenção.

A19, A24: As palavras são escritas de formas diferentes, por exemplo, quando quer chamar nossa atenção, muitas vezes, elas têm letras grandes junto com letras pequenas, meio tombadas – que é em itálico – coloridas. Diferentes. Tudo isso para chamar a nossa atenção e despertar o nosso interesse para o assunto da propaganda. Nós vimos muitas formas diferentes de letras em todas as propagandas.

PA: De que modo mais essas letras são apresentadas?

A19: A gente viu letras parecendo que estão representando o jeito da pessoa falar. Assim, umas atrás, outras, à frente. Então, a gente acha que tudo tem a ver com o assunto, o objetivo de mexer com nossas emoções, por exemplo. É o que mostra a nossa propaganda também.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Nas análises, os participantes também discorreram sobre a comunicação estabelecida, em uma propaganda, entre o produtor e o interlocutor, se ela se dá de forma direta ou indireta.

Na sequência discursiva abaixo, seguem as colocações de alguns estudantes:

(54) A22, A31: É de forma implícita, porque, por exemplo, a propaganda que a gente escolheu fala da importância de denunciar o abuso infantil, mas mostrando uma criança com a mão aberta como se estivesse pedindo para parar de fazer algo e uma frase ao lado, dizendo que “violência sexual não é coisa de criança”, ou seja, a gente entende através disso e das outras frases que alguém está sugerindo que a violência sexual contra as crianças tem de ser combatida.

A2, A12: De forma implícita. Esse é o jeito das propagandas. Elas falam de um assunto sério de forma indireta. A gente tem de entender pela combinação de imagens e de palavras o assunto que está sendo divulgado.

A5, A38: É de forma indireta. Desde o início das tarefas sobre as propagandas, a gente tem falado sobre isso, ou seja, que são os recursos semióticos que ajudam a gente a entender o assunto de uma propaganda. Então, se fosse de forma direta, talvez esses recursos não seriam necessários.

(Trecho de gravação do dia 11/08/2023)

Realizada a discussão referente às questões norteadoras acima, foi possível observar uma compreensão dos estudantes no que tange aos lugares onde, normalmente, encontramos

propagandas, à forma como se apresentam e, também a respeito do que é dizível nelas. Os alunos, na SD43, afirmaram que podemos encontrar propagandas em diferentes mídias, como revistas, televisão e internet, o que reflete seu reconhecimento da presença de propagandas em diversos suportes.

Nesse contexto, é relevante ressaltar que os estudantes ampliaram ainda mais o leque de exemplos, ao mencionar a presença de propagandas em rádios e carros de som que circulam pelas ruas, evidenciando uma sensibilidade para a percepção da diversidade de suportes nos quais esses textos da esfera publicitária podem ser encontrados. Essa visão está em consonância com a perspectiva de Bakhtin (2011) sobre como os enunciados refletem as condições específicas de cada esfera de atividade humana. Em outras palavras, Bakhtin argumenta que o suporte, a estrutura composicional e a linguagem, por exemplo, empregada nos textos são moldados e influenciados pelo contexto social, histórico e cultural no qual são produzidos. Isso implica dizer que os enunciados não surgem de forma isolada, mas são profundamente influenciados pelas circunstâncias em que são concebidos e comunicados.

Além disso, os estudantes salientaram a presença de propagandas em programas de televisão voltados para auxiliar pessoas em situações adversas, evidenciando a compreensão da função das propagandas. Essa observação está em sintonia com a perspectiva de Dionísio (2011), que enfatiza que as propagandas, assim como os recursos utilizados nelas, desempenham uma função retórica na construção de significados, ou seja, elas não têm um propósito apenas, mas muitos outros, inclusive, o de comunicar e influenciar o público-alvo de maneiras variadas.

Quando se tratou do conteúdo das propagandas, foi possível perceber, na fala dos discentes, na SD44, que eles reconheceram que esses textos podem abordar vários assuntos, inclusive, questões sociais importantes. Ao associar as propagandas a essas questões sociais, os estudantes mostraram uma percepção crítica do potencial desse gênero como instrumento de conscientização e engajamento social. Prova disso está no que os alunos afirmaram, durante o diálogo. Eles disseram que há diferentes temas relevantes que são abordados nesses textos, como o combate à exclusão social, alerta sobre a imprudência no trânsito e prevenção ao bullying, refletindo uma capacidade crítica de ler e analisar os textos, conforme preconizado por Paulo Freire (1996) e por Janks (2010) no sentido de demonstrar uma análise que extrapola a superfície dos textos.

No embalo desse assunto, os alunos foram um pouco mais além ao mencionar temas sociais profundos, como violência contra as mulheres, poluição ambiental e preconceito racial, relacionando-os ao conteúdo de uma propaganda específica que abordava o racismo como

crime. Isso demonstra uma compreensão aprofundada dos discursos publicitários e uma sensibilidade social. Nesse sentido, vale ressaltar que a análise dos educandos demonstrou que eles perceberam como as escolhas feitas na construção da propaganda influenciaram a maneira como o público interpretaria o ponto de vista defendido. Essa percepção vai além das características formais da propaganda e considera seu significado mais amplo e suas conexões com o contexto em que foi veiculada. Essa abordagem ressalta Bakhtin (2011) que defende a importância de entender não apenas o que é dito na propaganda, mas também como é dito, levando em conta que essas escolhas linguísticas e temáticas moldam o que é exposto nos textos e sua recepção pelo público-alvo.

Nesse contexto, durante a discussão, os alunos demonstraram ter compreendido também que nas propagandas há o uso de elementos que fazem parte da estrutura composicional do gênero, enfatizando, consoante ao exposto na SD45, na SD46 e na SD47, a relevância desses recursos para a compreensão dos propósitos comunicativos pretendidos pelo produtor do texto. Essa perspectiva é confirmada por Dionísio (2011, p. 13), que sustenta que na propaganda são empregados diversos recursos presentes na língua e na linguagem com o intuito de provocar reações no interlocutor. Dessa forma, foi possível observar uma variedade de percepções dos estudantes relacionadas a essa questão. Por exemplo, os alunos identificaram elementos como slogans, cores, textos curtos e imagens, que compõem o gênero em pauta e que foram empregados com objetivos específicos. Esse reconhecimento está em consonância, também, com a visão de Bakhtin sobre a importância da análise da construção composicional e do estilo na compreensão dos textos. Bakhtin argumenta que a seleção de recursos linguísticos e visuais é fundamental para uma comunicação eficaz e para a expressão de pontos de vista específicos dentro de um contexto social.

No que se refere à identificação de slogans nas propagandas, os discentes, consoante ao explicitado na SD47 reconheceram seu papel crucial em envolver o interlocutor por meio de frases impactantes e concisas, o que é ressaltado por Gonzales (2003, p.23), que enfatiza a importância dos slogans para reforçar a imagem e a significância do que está sendo anunciado. Essa consciência da função persuasiva dos slogans pelos discentes demonstrou o avanço deles na compreensão de que esse é um recurso que tem o poder de persuadir o interlocutor em favor de uma causa.

Por outro lado, os discentes ressaltaram a importância da criatividade e da utilização de recursos semióticos nas propagandas para expressar intenções, em muitos casos, de forma indireta. Essa compreensão está alinhada à perspectiva de Caldas (2008), Sandman (2012) e Pinho (1990), para os quais o texto publicitário é fundamentalmente argumentativo, por isso

nele são usadas diversas formas de recursos com o propósito de haver adesão a uma ideia ou crença por parte do público-alvo. Além disso, os alunos esboçaram uma interpretação da propaganda analisada, conectando os elementos visuais a uma abordagem sobre a violação das leis de trânsito. Essa análise, explicitada na SD46, revelou uma compreensão profunda da relação entre o texto publicitário e o contexto social em que é inserido. À luz dos princípios de Bakhtin, essa compreensão reflete a ideia de que os enunciados não existem de forma isolada, mas são influenciados pelas circunstâncias específicas em que são produzidos e comunicados. Dessa forma, os enunciados refletem as condições particulares e os objetivos de cada campo da atividade humana, evidenciando a interação dinâmica entre o texto e o contexto social mais amplo.

Sequenciando a discussão, foi possível notar que os estudantes perceberam que a linguagem utilizada em propagandas é cuidadosamente escolhida para atingir objetivos específicos, assim como ocorreu em relação à escolha dos demais recursos mencionados em outras análises. Nesse contexto, os alunos apresentaram suas percepções sobre a variação da linguagem em propagandas, destacando, na SD48, a presença tanto da linguagem verbal quanto da não verbal nos textos, enfatizando que geralmente se observa ambos os tipos de linguagem, inclusive, formal e informal. Diante disso, vale ressaltar que a intervenção deles, ao afirmar que "cada propaganda tem um objetivo", demonstra a compreensão de que a linguagem é utilizada de acordo com a intenção do produtor do texto.

Além disso, os estudantes também reforçaram a ideia de que a linguagem varia de acordo com o público-alvo e o propósito da propaganda, mencionando que a linguagem se adapta às características do público para o qual é direcionada. Tendo tudo isso em vista, é importante destacar que as percepções dos alunos sobre a variação da linguagem em propagandas podem ser associadas ao que asseveram Caldas (2008), Sandman (2012) e Pinho (1990), uma vez que esses autores defendem que todos os recursos empregados em uma propaganda têm o objetivo de chamar a atenção do público-alvo e conduzi-lo a um propósito, ou seja, isso quer dizer que a linguagem utilizada, seja verbal, não verbal, formal ou informal é escolhida, consoante afirmaram os discentes, para provocar uma reação no interlocutor e persuadi-lo a aderir às ideias e ideologias veiculadas pela propaganda.

Na continuidade do diálogo, vale evidenciar que os estudantes demonstraram, de acordo com a SD49 uma percepção aguçada da presença de sentidos conotativos nas propagandas. Eles reconheceram que tais sentidos são habilmente empregados para persuadir e convencer o público-alvo. A observação deles sobre a presença de sentido figurado em algumas propagandas, especialmente quando se trata de questões relacionadas ao trânsito, ressalta que

eles perceberam que esses recursos linguísticos são utilizados para chamar a atenção das pessoas e alertá-las para determinadas questões.

Além disso, faz-se importante destacar que a intervenção deles, ao mencionar a propaganda sobre a Amazônia como o "pulmão do mundo", ilustra como o sentido não literal é empregado para tratar de um assunto essencial sobre a importância da preservação ambiental. Essa abordagem - intertextual - sugere que houve o reconhecimento da estratégia persuasiva utilizada pelo produtor da propaganda, ressaltando como o uso de metáforas e figuras de linguagem é utilizado para sensibilizar o público e convencê-lo da relevância da causa evidenciada.

Essas visões sobre os textos estão em consonância com o que defende Abreu (1999) sobre a argumentação como arte de convencer e persuadir. Abreu destaca que a persuasão não se limita apenas ao conteúdo explícito no discurso, mas também envolve o uso habilidoso de recursos linguísticos e discursivos, como ocorreu nesse caso. Os sentidos conotativos foram empregados, de acordo com os estudantes, para influenciar atitudes e comportamentos do interlocutor. Dessa forma, é perceptível que os alunos reconheceram a importância desses recursos na construção de argumentos persuasivos nas propagandas, alinhando-se à perspectiva de Abreu sobre a natureza persuasiva da linguagem e, também, de Caldas (2008), de Sandman (2012) e de Pinho (1990), os quais destacam que as escolhas linguísticas em um texto são formas de buscar envolver o interlocutor e persuadi-lo, consoante ao exposto em outros momentos neste texto.

Desse modo, vale ressaltar, ainda, as considerações dos estudantes sobre as frases como "Racismo mata" e "Todas as vozes contra o racismo". Eles destacaram como os sentidos conotativos foram empregados para mobilizar ações do público-alvo. Essas frases, de acordo com os estudantes, têm o poder de evocar uma resposta emocional e incentivar a ação contra a discriminação racial. Assim, ao relacionar as falas dos alunos com a visão de Abreu (1999) sobre a argumentação como arte de convencer e persuadir, podemos observar que os estudantes compreenderam como nas propagandas são utilizados recursos para influenciar atitudes e comportamentos das pessoas. Esse reconhecimento evidenciou uma compreensão crítica dos discentes acerca das estratégias persuasivas empregadas na comunicação publicitária e, também, uma capacidade de estabelecer intertextos com outras situações ocorridas na sociedade.

No decorrer das discussões, o diálogo evidenciou, como nos debates anteriores, a percepção e compreensão dos alunos sobre a variedade de recursos linguísticos e estilísticos empregados nas propagandas e a sua capacidade de relacionar esses elementos à função

persuasiva desses textos. Essa habilidade demonstrou uma interpretação madura e crítica por parte dos alunos, alinhando-se à visão de que as propagandas são construções que utilizam uma gama diversificada de estratégias para atingir seus objetivos comunicativos, conforme destacado por Caldas (2008), Sandman (2012) e Pinho (1990).

Nesse contexto, é importante evidenciar que os alunos comentaram, na SD45, sobre a natureza dos textos utilizados nas propagandas, destacando a distinção entre prosa e verso. Eles reconheceram que nelas podem ser apresentadas informações de forma direta e séria, o que caracteriza a prosa, enquanto o uso do verso é associado à capacidade de chamar a atenção e mexer com os sentimentos do público de forma mais interessante. Eles exemplificaram, essa distinção ao mencionar uma propaganda que aborda o comportamento no trânsito de maneira séria, sem utilizar elementos poéticos, e outras que utilizam a poesia para persuadir, especialmente em questões emotivas como respeito às mulheres ou combate ao trabalho infantil. Essa visão crítica sobre as propagandas revela que os alunos estavam, progressivamente, desenvolvendo um olhar além do que está explícito na superficialidade do texto, conforme preconiza Janks (2010,2011) e, também a BNCC, para a qual o olhar para os textos deve ser com o propósito de perceber intenções que, muitas vezes, encontram-se veladas e são capazes de incentivar ações que não são positivas para a vida em sociedade.

Ainda com foco nas questões norteadoras, o diálogo evidenciou uma compreensão crítica e reflexiva por parte dos alunos sobre os aspectos linguísticos e visuais das propagandas, assim como sobre o impacto persuasivo desses elementos nas percepções e atitudes do público. Esta discussão não só demonstrou uma análise cuidadosa das técnicas de comunicação empregadas nas propagandas, como também evidenciou uma consciência da complexidade e do poder dessas estratégias. Isso remonta Pinho (1990), que define propaganda como "o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor". Esse estudioso ressalta a natureza intrinsecamente persuasiva da propaganda e seu propósito de influenciar ativamente as percepções e comportamentos do público-alvo, conforme percebido pelos estudantes.

No contexto dessas definições, as observações dos estudantes, na SD50, sobre a estrutura dos períodos nas propagandas adquiriram significado, uma vez que os discentes reconheceram a predominância de períodos simples, sugerindo que essa é uma estratégia para envolver rapidamente a atenção do público acerca do exposto de maneira clara e direta. Essa análise evidencia a compreensão dos alunos sobre as técnicas de comunicação utilizadas nas propagandas, reconhecendo sua eficácia no alcance dos propósitos comunicativos. Essa

consciência remete à ideia de Dionísio (2011, p. 138), que destaca que "todos esses recursos utilizados na construção do gênero propaganda exercem uma função retórica na construção dos sentidos".

Nesse sentido, vale destacar que a ênfase dos alunos em relação à presença de apenas um verbo na propaganda analisada ressalta a busca pela simplicidade na construção das frases, visando maximizar a compreensão imediata do exposto no texto. Eles reforçaram essa ideia, enfatizando que frases curtas são mais eficazes para alcançar esse objetivo, especialmente ao abordar questões sociais urgentes. Por conseguinte, as reflexões sobre a predominância dos períodos simples também indicaram uma compreensão das intenções comunicativas por trás dessas escolhas linguísticas que, de acordo com Pinho (1990), trata-se de técnicas destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor.

Essa análise, portanto, que foi além da superfície dos textos, revelou não apenas uma compreensão dos estudantes das técnicas de comunicação utilizadas nas propagandas, mas também uma capacidade reflexiva deles de analisar criticamente o papel desses elementos na construção de significados e na mobilização de ações do público em favor de uma causa. Essa abordagem reflexiva, à luz de teóricos como Janks (2010, 2011) e Menezes de Souza (2011), ressalta a importância de ir além da superfície dos textos e buscar uma compreensão mais profunda das intenções subjacentes neles.

Na sequência da discussão no que diz respeito à questão sobre os tempos e modos verbais predominantes nas propagandas, os alunos ressaltaram, de acordo com o exposto na SD51 que eles vincularam esses tempos e modos verbais à função das propagandas de, dentre outras coisas, alertar sobre problemas sociais e mobilizar a ação do público. Essa percepção evidencia uma compreensão da relação entre linguagem e persuasão, conforme destacado por Sandman (2007) e Pinho (1990), os quais defendem que todos os recursos empregados nas propagandas têm o propósito de atrair a atenção do interlocutor, influenciá-lo e despertar seu interesse pelo que está sendo anunciado.

Durante as discussões finais, envolvendo a análise das propagandas pelos alunos, na segunda parte do bloco c, foi perceptível o desenvolvimento da capacidade de leitura crítica deles. Esses avanços se destacam ao observar que os estudantes compreenderam a importância dos elementos linguísticos e visuais nesses textos, além das estratégias persuasivas empregadas pelos anunciantes para envolver e influenciar o público-alvo.

No tocante à discussão em torno da questão sobre a presença de imagens estáticas, os alunos discutiram, na SD52, como a disposição delas pode criar a ilusão de movimento. Eles

relacionaram essa escolha visual à intenção de tornar a propaganda mais envolvente e impactante. Esta análise está de acordo com a visão de Gonzales (2003) de que a imagem na propaganda é usada normalmente para complementar o texto verbal de maneira a formar uma unidade de sentido. Ou seja, a imagem na propaganda não é apenas um elemento decorativo, mas uma parte essencial na composição do texto para criar uma experiência sensorial completa para o espectador, maximizando assim o impacto desse gênero discursivo.

Além disso, os estudantes esboçaram uma interpretação interessante ao relacionar a disposição das palavras na propaganda com a representação de movimento, como na descrição de uma frase que imita uma pista de trânsito. Essa interpretação revela uma compreensão da relação entre elementos visuais e o assunto exposto, indicando uma habilidade de identificar e analisar os detalhes sutis que contribuem para a persuasão visual nas propagandas.

Já as observações dos alunos sobre a representação de ação em uma imagem estática demonstraram, consoante à SD52, uma sensibilidade aguçada para perceber elementos visuais que sugerem movimento e dinamismo, como os "uns risquinhos". Essa capacidade de identificar e interpretar esses detalhes evidencia uma análise refinada das estratégias visuais nas propagandas, destacando a habilidade dos alunos de compreender como elementos visuais podem influenciar a percepção do espectador e reforçar o propósito de persuadir. Nesse sentido vale ressaltar que todos esses recursos usados nas propagandas cumprem o papel de envolver o público-alvo. Isso porque de acordo com Sandman (2012) o texto da propaganda é essencialmente argumentativo e o seu objetivo consiste na adesão a uma ideia, a uma crença, por exemplo.

Além disso, os discentes reconheceram, como mostra a SD53, a diversidade de formas de apresentação das letras nas propagandas, incluindo variações de tamanho, estilo, cor e disposição. Eles entenderam que essas escolhas estilísticas não são arbitrárias, mas sim planejadas para chamar a atenção do público-alvo e despertar seu interesse para o conteúdo da propaganda. Essa percepção está alinhada à visão de Dionísio (2011, p. 138) para quem "todos esses recursos utilizados na construção do gênero propaganda exercem uma função retórica na construção dos sentidos". Isso quer dizer que, ao reconhecerem que as escolhas linguísticas nas propagandas não são apenas estéticas, mas têm o propósito de chamar a atenção, despertar emoções e persuadir o espectador, os alunos demonstram uma compreensão da natureza persuasiva e argumentativa desse tipo de discurso. Este que, muitas vezes, aparece de forma velada, consoante ao que disseram na SD54. Eles entenderam que as propagandas abordam temas sérios, como o abuso infantil, de forma sutil, deixando que o espectador deduza o significado por meio da combinação de elementos visuais e textuais. Sobre isso, destacaram

que essa abordagem indireta é característica das propagandas e requer que o público interprete o assunto por meio dos recursos disponíveis.

Essa percepção dos estudantes revelou sua habilidade de analisar e interpretar a comunicação veiculada nas propagandas, reconhecendo a relevância dos recursos semióticos, os quais são empregados com o intuito de expor de forma sutil, porém persuasiva e impactante os seus propósitos comunicativos.

5.3.1 Bloco C - Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas

Esta etapa é centrada na abordagem das estratégias argumentativas usadas nas propagandas. Neste encontro, previsto para acontecer em 2 (duas) horas/aula, os estudantes foram levados ao laboratório de informática para que pudessem assistir à apresentação de slides, os quais ilustravam algumas propagandas. Como em encontros anteriores, discutimos as especificidades do gênero, para reforçar esses conhecimentos, mas o foco foi o reconhecimento das estratégias argumentativas, tais como: comparações, dados estatísticos, exemplificação, causa e consequência, enumeração etc. presentes nas propagandas, a fim de que pudessem posicionar-se sobre elas.

No laboratório, todos receberam uma cópia impressa dos exemplares, selecionados previamente por mim, e de um roteiro com 14 (quatorze) questões norteadoras para a análise dos referidos textos. Além disso, receberam, via *WhatsApp*, as cópias para que, se houvesse alguma eventualidade, usassem os celulares para realizar a atividade proposta.

Tais exemplares encontram-se ilustrados abaixo:

Figura 18 - Propaganda selecionada pela docente.



Fonte: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftemporalcerebral.com.br%2Fas-15-melhores-propagandas-do-1o-semester-de-2019>

Figura 19 - Propaganda selecionada pela docente.



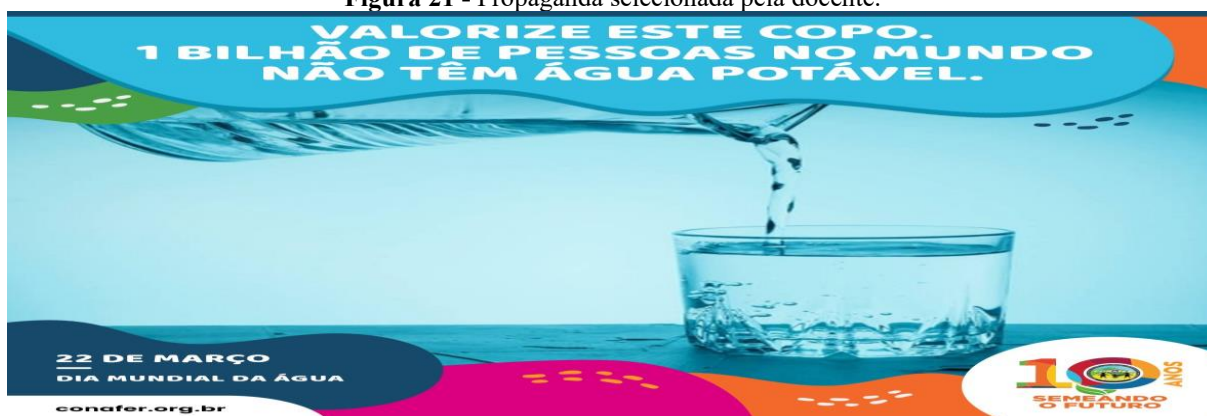
Fonte: <https://temporalcerebral.com.br/as-20-melhores-propagandas-publicidades-de-2020>

Figura 20 - Propaganda selecionada pela docente.



Fonte: <https://smpm.pmt.pi.gov.br>

Figura 21 - Propaganda selecionada pela docente.



Fonte: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F>

Figura 22 - Propaganda selecionada pela docente.



Fonte: <https://www.reporterhoje.com.br/2021/10/05/abadev-lanca-campanha-para-incentivar-contratacao-no-setor-privado-de-pessoas-com-deficiencia-fisica>

Concluída a apresentação de slides, os discentes, individualmente, responderam às questões norteadoras e depois socializaram as respostas com os colegas. Este momento encontra-se representado na figura a seguir:

Figura 23 - Estudantes, analisando exemplares de propagandas.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após a análise individual dos exemplares de propagandas, foi realizado o diálogo em torno deles. Estes abordavam diferentes assuntos os quais tratavam de imprudência no trânsito, obediência ao período de quarentena em época da Covid-19, necessidade de se denunciar casos de violência contra mulheres, valorização e preservação da água, respeito à pessoa com deficiência.

Nas análises, os alunos trataram dos contextos em que cada propaganda foi produzida, destacando o que os produtores levaram em conta ao produzi-las. Na SD abaixo, encontram-se evidenciadas as contribuições dos discentes:

- (55) A11: Essas propagandas ocorreram em momentos em que a sociedade estava passando pelos problemas que foram apresentados, porque esses textos são feitos quando é preciso

chamar a tenção das pessoas para combater algo que está atrapalhando a vida de muitos de nós.

A13: As duas primeiras propagandas foram criadas em momentos específicos, como a primeira, no Maio Amarelo, porque é quando muitas propagandas são criadas para prevenir acidentes de trânsito e a segunda, na época do coronavírus, para que as pessoas ficassem em casa. As outras três, é porque é sempre importante incentivar as pessoas a denunciar casos de violência doméstica, a preservar a água e a incluir pessoas com deficiência, porque elas podem fazer o que quem não é deficiente pode.

A9: O contexto em que essas propagandas foram criadas é aquele que foi necessário alertar as pessoas para os cuidados com trânsito. Aquela propaganda que fala para ficar em casa, foi na época da pandemia e as outras foi em momentos em que se sentiu a necessidade de conscientizar as pessoas de preservar a água, denunciar casos de violência contra as mulheres e incluir pessoas com deficiência no mercado de trabalho, por exemplo.

A3: Todas as propagandas são criadas em um momento que é preciso ajudar a sociedade a perceber que têm problemas que não podem continuar, se não a vida fica difícil.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Os participantes observaram a utilização de recurso(s) persuasivo(s), destacaram as pistas para a identificação desses recursos e avaliaram o poder de convencimento desses recursos, conforme SD57:

(56) A7: Muitos recursos foram usados, como: imagens, slogans atrativos, cores vibrantes, e até a simulação de diálogo entre nós e o “outdoor”. O produtor fez de conta que o outdoor estava perguntando para a pessoa se ela deveria estar na rua, pois naquele momento só ele poderia, porque era o lugar dele, mas as pessoas deveriam ficar em casa. Eu acho isso uma estratégia para nos fazer refletir sobre as nossas ações naquele momento.

PA: Haveria outra estratégia usada para persuadir o público-alvo nessas propagandas?

A7: Com certeza. Tem o caso da moto que a pessoa não obedeceu às leis de trânsito e acabou sofrendo um acidente e parou na cadeira de rodas. Isso significa que tudo o que a gente faz tem uma consequência, então, a consequência foi ficar na cadeira de rodas

A11: Tem outras estratégias que são a da mão da mulher que está mostrando para todos que é preciso parar de aceitar violência doméstica e uma forma de fazer isso é denunciando. Depois tem o copo de água. Nessa propaganda mostra que tem muita gente precisando de água. O produtor deixou claro que é um bilhão de pessoas que não tem água, então, temos que economizar. Isso ajuda a gente a pensar no assunto.

PA: Você acha que essas estratégias são convincentes?

A11: Sim, porque é muito real. A gente vê que não são coisas inventadas. É verdade mesmo, então precisamos agir para não ficarmos sem a água que é tão importante para a sobrevivência nesse mundo.

A15: Têm muitas estratégias de persuasão, um exemplo é o de uma mulher que tem deficiência e ela foi usada como um exemplo que deve ser seguido pelas empresas. Isso é uma estratégia muito forte de persuasão.

A5: Todas as estratégias são muito convincentes, porque tem muita criatividade. Parece que quem fez a propaganda pensa em tudo para atrair a atenção de todos nós. Por exemplo, a propaganda da quarentena parece que o outdoor fala como a gente do mesmo jeito que a gente fala por aí?

A5: Tem uma parte que ele fala assim: “Eu tô aqui, porque eu sou um outdoor. E você, tá

fazendo o quê na rua?” Essas palavras: “tô” e “tá” é o jeito que a gente fala no dia a dia. Isso é uma estratégia também, porque parece que o outdoor é gente igual a nós. Então, ele conversa com a gente e, com isso, ele acaba fazendo a gente refletir sobre o assunto.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Nas análises, também discorreram sobre o tipo de apelo feito nas propagandas, sobre as problemáticas sociais abordadas nos textos em estudo, sobre como chegaram à resposta e sobre o tipo de sentimento que os referidos problemas poderiam gerar no interlocutor e por quê. Eles consideraram que há apelo emocional, moral, para que as pessoas tenham bom senso, consciência e se coloquem no lugar do outro, conforme dizeres a seguir:

(57) A23: O apelo é para o bom senso das pessoas para que elas possam respeitar as leis de trânsito, se colocar no lugar dos outros e apelo pela vida de todos.

A9: Apelo para que a gente tenha consciência em preservar o meio ambiente.

A4: Apelo emocional para despertar emoções nas pessoas, como sentimento de medo, de empatia, de solidariedade para que as pessoas se identifiquem com o problema e tomem uma atitude.

A17: Apelo moral para que todos possam pensar no bem-estar das pessoas e para que todos possam ser tratados de forma igual e mais justa.

A6: Apelo para a prática do altruísmo, pois todos precisam se colocar no lugar dos outros.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Com relação às problemáticas sociais, eles identificaram a abordagem do desrespeito às leis de trânsito, às mulheres, à natureza, às pessoas com deficiência e da falta de solidariedade e de companheirismo:

(58) A1: Problemas de falta de respeito às leis de trânsito, de ausência de solidariedade, de falta de companheirismo, de falta de respeito às mulheres e às pessoas com deficiência e necessidade de respeito à natureza. A gente percebe isso pelas imagens e, também, pelos textos escritos.

Na opinião deles, a abordagem desses problemas pode gerar, especialmente, uma reflexão nos leitores:

A29: Sentimento de reflexão sobre como as pessoas têm sido desrespeitosas com o ser humano, com a natureza e com a própria vida.

PA: Como assim?

A29: Quando a gente vê o motociclista sendo jogado sobre o carro, a gente pensa que aquilo poderia acontecer com a gente. Então, ajuda a evitar imprudência no trânsito.

A3: A propaganda sobre a água faz a gente ter medo de ficar sem água. Se não preservarmos o meio ambiente, vamos ficar com sede.

A7: Também tem a propaganda da mulher com deficiência. Ela faz a gente pensar que todos podem trabalhar, fazer parte de propagandas e ser útil na sociedade.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Ainda na análise, os alunos foram direcionados, seguindo os pressupostos do LC, para identificarem a favor de quê e contra o quê os produtores se manifestam nas propagandas.

Vejam suas considerações:

(59) A5: A favor da diminuição das imprudências no trânsito, da preservação da natureza, da proteção da própria vida e da proteção dos outros e da inclusão. E contra pessoas que não pensam nas outras nem no meio ambiente, porque não fazem nada disso que eu disse ou fazem pouco.

A18: A favor da valorização da vida em todos os sentidos, porque quando a gente respeita a vida e as pessoas, esses problemas param de acontecer. E quem é contra isso é aquele que não pensa nem em si mesmo.

A11: A favor de respeitar as leis de trânsito, contra velocidades altas e imprudências, a favor da quarentena e contra a quebra dela, a favor da valorização da mulher, contra a violência praticada contra ela, a favor de termos consciência e preservarmos o meio ambiente, contra o desperdício de água e o descuido com a natureza, a favor da inclusão de pessoas com deficiência e contra a discriminação.

É preciso praticar a solidariedade e o amor ao próximo para vivermos melhor.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Durante as análises, os estudantes ressaltaram, ainda, o fato de, nas propagandas analisadas, haver estratégias persuasivas voltadas para as causas e consequências do problema abordado. Sobre isso, tem-se as seguintes contribuições:

(60) A1: Sim, na primeira propaganda, tem a causa do problema que é a imprudência no trânsito e a consequência que é o choque no carro e o piloto que cai e depois fica na cadeira de rodas.

A12: Causa e consequência a gente percebe na propaganda da moto com o carro. As outras têm causa, e as consequências a gente imagina como serão, se não começarmos a mudar as nossas ações com as pessoas e com o mundo.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

As observações dos alunos se seguiram e, nesse contexto, eles apontaram, durante a análise, que nas propagandas havia estratégias que se assemelham, uma vez que todas elas tinham o propósito de persuadir o interlocutor, tocando-lhe os sentimentos e as emoções. Essas considerações encontram-se explicitadas a seguir:

(61) A4: As estratégias são semelhantes, porque em todas as propagandas vemos que foram usados os recursos semióticos como textos verbais e não verbais. Além disso, houve apelo para os nossos sentimentos e as nossas emoções.

A22: As estratégias são quase iguais, pois todas as propagandas têm o objetivo de nos convencer e persuadir sobre uma causa social. Então, os produtores usaram recursos, como linguagem verbal e não verbal, mas cada um foi para um lado, no sentido de mexer com nossos sentimentos e emoções, com nossos medos também, mostrando causas e consequências da imprudência no trânsito, a importância de respeitar as pessoas e as diferenças delas, a necessidade de valorizar a água e economizá-la, a necessidade de nos colocar no lugar do outro e, também, nos conscientizar para denunciar caos de violência contra as mulheres.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

No tocante aos assuntos abordados nas propagandas, eles evidenciaram que no texto analisado há temáticas que devem ser debatidas, já que se trata de problemas que afetam a todos. Suas colocações estão expostas na SD62:

(62) A15: São assuntos que precisam de discussão para que a sociedade se conscientize sobre os problemas que acontecem e que prejudicam não só as pessoas atingidas, mas todo mundo.

A33: São assuntos que nos faz repensar sobre nossas atitudes na sociedade. Eles revelam que há muitos problemas sociais, porque somos pessoas que não colaboram, muitas vezes, para que possa haver uma convivência harmônica. A gente desrespeita as leis, não valoriza as diferenças e nem respeita o meio ambiente. Essas atitudes precisam mudar para melhorar a vida em sociedade.

A17: São assuntos que merecem destaque para conscientizar a todos nós sobre a importância de agir para o bem. Eles revelam que a sociedade não tem respeito às leis de trânsito, à própria vida e a dos outros, não valoriza as mulheres, não se prepara para incluir as pessoas com deficiência. Então, tem de criar propagandas para tentar melhorar essa situação.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Sequenciando o diálogo, os discentes observaram nas propagandas analisadas se havia sido utilizado nelas algum tipo de comparação, dados estatísticos, informações baseadas em fontes comprovadas e exemplificação. Eles perceberam que sim e que tais usos faziam parte de estratégias que contribuíam para que o assunto abordado nos textos ganhasse a credibilidade do leitor. Seguem na SD abaixo, as contribuições dos discentes:

(63) A33: Na propaganda sobre a importância de preservar a água tem uma informação sobre o número de pessoas que não têm água potável. Isso foi colocado como uma forma de nos mostrar que é um fato preocupante e verdadeiro, então, temos que realmente preservar a água.

A15: Além da propaganda sobre a necessidade de preservar a água, também tem a outra que convida o leitor para fazer como a própria campanha que usou uma pessoa com deficiência como exemplo. Essa atitude foi para mostrar como todas as empresas deveriam fazer. Essa é uma forma de persuasão inteligente e eficiente.

A23: Em uma propaganda foi usado o número “1 bilhão” para mostrar a quantidade de pessoas que não têm água para beber e, na outra, tem comparação, quando a propaganda mostra que todas as pessoas que precisam de trabalhadores deveriam fazer como o anunciante dessa propaganda: contratar trabalhadores com deficiência. Essas são formas inteligentes de nos persuadir, pois usam argumentos que ajudar a fazer o problema ser considerado sério mesmo.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Em relação ao fato de haver nas propagandas algum tipo de estratégia persuasiva voltada para o humor, para a ironia ou para outra forma de persuasão, os discentes notaram a existência de diferentes estratégias persuasivas nesse sentido. Eles as interpretaram como sendo maneiras

críticas, criativas e impactantes de se influenciar o comportamento e as percepções do público-alvo. Abaixo, na SD64, encontram-se as colocações dos alunos:

(64) A11: Humor tem na propaganda sobre a quarentena. Para persuadir a gente, foi feita uma brincadeira com a frase: Todos juntos contra o coronavírus. Na palavra “juntos” tem um traço, ou seja, não é para ficar junto é para ficar separado. Isso Significa que a gente deveria ficar separado por um tempo para depois ficar junto.

A8: Tem também a propaganda da mulher com deficiência. Nela, a gente viu que a mulher foi a modelo. Ou seja, é uma forma de mostrar de verdade que quem tem deficiência pode trabalhar. Essa é uma maneira de nos persuadir também.

A18: A propaganda da moça com a mão fazendo sinal de pare também é uma forma de persuasão, porque a própria mulher foi usada para chamar as outras para denunciar as agressões. Isso é, de certa forma, irônico, porque normalmente não são elas que denunciam são outras pessoas.

A4: A propaganda da moto chocando no carro tem uma frase bem pequena que fala assim: “mude o trânsito, mudando você” essa é uma forma de convencer a gente de que o trânsito só vai ser diferente se a gente mudar as nossas formas de agir quando dirigimos. Essa propaganda parece conversar com a gente igual àquela da quarentena, nos alertando.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Ainda durante as análises, os estudantes foram levados a tecerem comentários, seguindo os pressupostos do LC, sobre o que havia sido incluído nas propagandas analisadas e o que ficava pressuposto nelas. Seguem suas contribuições:

(65) A18: É incluído o sentimento de solidariedade, de respeito ao próximo. Fica pressuposto que nós temos de ter esses sentimentos para podermos querer ajudar as pessoas.

A5: Foram incluídos casos de desrespeito às pessoas e ao meio ambiente. A gente imagina que quem fez as propagandas incluiu acontecimentos que são muito comuns no nosso dia a dia para alertar sobre esses problemas e tentar resolvê-los.

A2: É incluído acidentes de trânsito, falta de água, necessidade de inclusão e prática de altruísmo e violência contra mulheres. Isso é para chamar a atenção para ajudar a combater esses problemas.

A27: Incluiu problemas sociais. Porque através das propagandas, muita gente pode ter noção do que as pessoas vivem no dia a dia delas, como desrespeito às leis de trânsito, falta de preservar a água, falta de inclusão, violência contra as mulheres e falta de amor ao próximo.

(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Na sequência do diálogo, os estudantes também foram levados a apontar quais representações foram construídas nas propagandas. Acerca disso, seguem suas abordagens:

(66) A2: As representações são de pessoas que precisam de cuidado na sociedade e, também, da natureza que pede socorro.

A16: São de pessoas que precisam de ser respeitadas na sociedade, de gente que pede para que todos possam contribuir para evitar a contaminação do vírus da covid-19, do meio ambiente que precisa ser preservado.

A9: Representações de quem está cansado da falta de solidariedade no mundo, então, procurou mostrar que a gente tem de fazer alguma coisa para ajudar mudar essa realidade.
(Trecho de gravação do dia 15/08/2023)

Durante a discussão, centrada nas questões orientadoras em torno das análises das propagandas, ficou evidente que os alunos adotaram uma abordagem crítica dos textos, ressaltando o contexto de sua criação e sua relevância para a sociedade. Eles reconheceram, conforme abordado na SD55, que esses textos frequentemente surgem em momentos específicos para tratar questões urgentes e conscientizar o público sobre assuntos importantes. Nesse sentido, os discentes destacaram a importância do momento em que as propagandas foram veiculadas, argumentando que são produzidas para chamar a atenção das pessoas quando surgem problemas que impactam significativamente suas vidas. Essa observação demonstra uma compreensão da função social dos textos da esfera publicitária e sua capacidade de influenciar a percepção e o comportamento das pessoas, conforme observado por Pinho (1990), que descreve o papel da propaganda como um mobilizador de ações e um promotor de mudanças positivas na sociedade.

Além disso, os estudantes perceberam, de acordo com os seus dizeres, na SD56, que nas propagandas foram utilizadas uma variedade de recursos para persuadir o público-alvo, mostrando que argumentar é, conforme Abreu (1999, p. 9) "a arte de convencer e persuadir". Ou seja, isso implica não apenas apresentar informações, mas também usar recursos persuasivos para influenciar o público-alvo como ocorreu nos textos analisados. Eles ainda enfatizaram que todas as propagandas são criadas para ajudar a sociedade a perceber problemas que não podem ser ignorados. Essa observação reflete uma consciência crítica dos objetivos desses textos e sua capacidade de provocar mudanças sociais, conforme salienta Pinho (1990).

Neste contexto de discussão, os discentes, conforme o exposto na SD56, continuaram a demonstrar suas análises críticas. Eles identificaram uma diversidade de recursos empregados nesses textos, tais como imagens impactantes, slogans atrativos e cores vibrantes. Além disso, enfatizaram, por exemplo, a simulação de diálogo entre o público e o "outdoor" como uma estratégia perspicaz para induzir as pessoas a refletirem sobre suas ações, especialmente durante a pandemia. Por sua vez, expandiram a discussão ao mencionar outras estratégias presentes nas propagandas, como a representação das consequências de certos comportamentos, como no caso do acidente de moto que resulta em uma pessoa em uma cadeira de rodas. Ademais, destacaram a abordagem da violência doméstica e da escassez de água como problemas urgentes que demandam conscientização e mudança de atitude.

Esse exame dos textos está relacionado ao tipo de argumento salientado por Abreu (1999): a argumentação pelo exemplo. Quando os alunos mencionaram, como na SD60, a

representação das consequências de determinados comportamentos nas propagandas, ele está destacando como esses textos utilizam exemplos concretos para persuadir o público-alvo. Os alunos reconheceram que a apresentação de situações reais e suas consequências serve como um exemplo para ilustrar os resultados de certos comportamentos, como desrespeitar as leis de trânsito. Isso reflete a ideia de que o reconhecimento prévio do valor de um indivíduo, considerando sua conduta, pode influenciar na percepção e na tomada de decisão das pessoas.

Nesse sentido, vale salientar, ainda, que os estudantes contribuíram significativamente para a discussão ao destacar a representação de uma mulher com deficiência sendo apresentada como um modelo a ser seguido pelas empresas. Essa observação ressalta a importância crucial da representatividade e da inclusão na publicidade, ilustrando como a identificação com os personagens pode ter um impacto significativo na aceitação e na adesão ao conteúdo veiculado. Isso evidencia que, para persuadir eficazmente, uma variedade de estratégias é empregada, visando despertar emoções e sensibilizar o público para a ação. Nesse contexto, vale ressaltar que, segundo (Abreu, 1999, p. 9), quando somos capazes de persuadir alguém, essa pessoa realiza aquilo que desejamos que ela realize.

No embalo da discussão, as análises dos estudantes, na SD57, demonstraram, além do mais, que identificaram e compreenderam os apelos emocionais presentes nas propagandas, mostrando como os produtores buscam sensibilizar o público para agir de acordo com seus objetivos persuasivos. Os alunos, nesse sentido, ressaltaram o apelo ao bom senso das pessoas, instigando-as a respeitar as leis de trânsito e a se colocar no lugar dos outros, em um apelo pela vida de todos. Também houve, segundo eles, o apelo à consciência ambiental, incentivando a preservação do meio ambiente. Ao mencionar a importância de cuidar do planeta, os discentes evidenciaram a tentativa dos produtores de sensibilizar o público para agir em prol da sustentabilidade. Essas abordagens demonstraram como nas propagandas, conforme já evidenciado por Abreu (1999), há a busca por construir uma conexão emocional com o público, levando-o à ação.

Nesse viés, os estudantes enfatizaram, também, que nos textos analisados houve, além do mais, o apelo ao altruísmo, ressaltando a importância de todos se colocarem no lugar dos outros. Suas contribuições enfatizaram a empatia e a solidariedade como valores essenciais para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva, alinhando-se a Pinho (1990) que assevera que o objetivo da propaganda é, de forma persuasiva, mobilizar ações e promover mudanças, combatendo a indiferença e a apatia, inspirando as pessoas a se envolverem e a contribuir para o bem comum.

Na SD58, os discentes ressaltaram uma variedade de questões sociais abordadas nas

propagandas, desde falta de respeito às leis de trânsito até a necessidade de inclusão e respeito à natureza. Suas observações indicam uma sensibilidade aguçada para os problemas do cotidiano, demonstrando uma capacidade de análise tanto das imagens quanto dos textos escritos presentes nas propagandas. A fala deles destaca a conexão emocional que essas propagandas podem estabelecer com os espectadores, ao ressaltar que as imagens de acidentes de trânsito provocam reflexões sobre a própria segurança. Eles elucidam como essas propagandas podem moldar o comportamento das pessoas, incentivando uma condução mais segura. Isso aponta para uma compreensão do papel desses textos, que visam influenciar atitudes e comportamentos, como ressaltado por Pinho (1990) e, também, por Martins (1997), o qual assevera que esses textos utilizam uma variedade de recursos, sejam eles argumentativos racionais ou emocionais, retóricos, estilísticos ou estéticos, com o objetivo de garantir a persuasão do leitor.

Esse entendimento é revelador, porque mostra, assim como as outras contribuições dos discentes, que eles estavam enxergando o que está além da superfície do texto, consoante ao que defende Janks (2010,2011). Para essa autora, é fundamental buscar interpretar as nuances do que está exposto nos textos, a fim de perceber os seus propósitos subjacentes.

No contexto das discussões, os discentes continuaram compartilhando suas opiniões e análises sobre as propagandas. Eles trataram, de acordo com a SD59, das teses defendidas pelos produtores desses textos, identificando a favor de quê e contra o quê os produtores são. Nesse sentido, ao discutirem a respeito desse assunto, os estudantes expuseram o apoio dos produtores à diminuição das imprudências no trânsito, à preservação da natureza, à proteção da vida e dos outros, e à inclusão. Essas teses representam um modelo de conduta a ser seguido, o que lembra Abreu (1999), que defende que teses com sentidos como esses trata-se de um argumento que promove uma ação positiva.

Adicionalmente, as intervenções dos alunos destacaram que as teses das propagandas instigam ações que demandam consciência e engajamento em prol dos outros e do meio ambiente. Segundo Abreu (1999), teses com esses princípios são modelos que visam comportamentos a serem seguidos. Dessa forma, quando nos textos há o uso de recursos argumentativos que vão contra esses propósitos, são vistos como argumentos antimodelos. Por exemplo, ao enfatizar a valorização da vida em todos os aspectos e sugerir que aqueles que não compartilham desses valores estão agindo de maneira egoísta, implicitamente, os estudantes apontam um comportamento baseado em teses negativas, logo, deve ser evitado. Isso significa que, nas propagandas, de acordo com Pinho (1990), os recursos argumentativos empregados devem buscar convergir para ações positivas na sociedade e não o contrário.

Sequenciando a discussão, os alunos abordaram, consoante ao explicitado na SD60, a questão sobre as estratégias de persuasão, demonstrando compreender que tais estratégias foram utilizadas, no sentido de demonstrar as causas e consequências dos problemas apresentados. Os alunos reconheceram explicitamente a relação de causa e consequência na primeira propaganda analisada. Eles apontaram a imprudência no trânsito como a causa do problema, e o acidente resultante como a consequência direta dessa imprudência. Essa compreensão revela uma percepção aguçada em relação à estrutura argumentativa da propaganda, reconhecendo como as causas são apresentadas para sensibilizar o público sobre as consequências de determinados comportamentos, os quais não devem ser tomados como modelos a serem seguidos.

Os estudantes compartilharam, na sequência, suas percepções acerca da presença de recursos persuasivos semelhantes nas propagandas analisadas. Na SD61, evidenciaram compreensão a respeito do emprego desses recursos argumentativos com o intuito de persuadir e promover o bem-estar coletivo, conforme defendido por Sandman (2012) e por Pinho (1990) que afirmam que as propagandas têm objetivos persuasivos, buscando promover uma mudança comportamental ou influenciar uma percepção específica no público-alvo. Nesse sentido, os estudantes destacaram a presença de recursos semióticos, como textos verbais e não verbais, e o apelo às emoções do interlocutor. Essa observação ressalta sua compreensão da convergência dos recursos argumentativos em todas as propagandas, enfatizando o papel dos elementos visuais e verbais na apelação emocional para influenciar as atitudes dos espectadores. Essa percepção remete à ideia de Dionísio (2011, p. 138) de que "todos os recursos utilizados na construção do gênero propaganda exercem uma função retórica na construção dos sentidos", ou seja, têm o propósito de alcançar objetivos pretendidos por meio desses textos.

Ao mencionar que as propagandas visam mexer com os sentimentos, emoções e medos do público-alvo, os discentes, também, reconhecem o uso eficaz de apelos emocionais e psicológicos para influenciar as atitudes e comportamentos dos interlocutores. Isso indica sua percepção sobre a importância do aspecto emocional na persuasão presente nesses textos da esfera publicitária, o que dialoga com Abreu (1999), o qual defende que persuadir é construir no terreno das emoções, é sensibilizar o outro para agir.

Dando continuidade às discussões, os discentes, na SD62, destacaram a necessidade de discussão e conscientização sobre os problemas sociais, reconheceram a importância de abordar essas questões para evitar prejuízos não apenas para indivíduos específicos, mas para toda a comunidade. Além disso, ao refletirem sobre suas próprias atitudes na sociedade, eles identificaram a falta de colaboração, o desrespeito às leis, a desvalorização das diferenças e do

meio ambiente como fatores que contribuem para a falta de convivência harmônica. Essa percepção demonstrou uma postura crítica dos estudantes em relação à realidade que os cerca. Eles reconheceram a importância de abordar essas questões para evitar prejuízos para toda a comunidade. Isso reflete os preceitos do LC que visa, dentre outras questões que os discentes desenvolvam a capacidade de analisar criticamente o contexto social e compreender a interdependência entre as ações individuais e o bem-estar coletivo como fizeram nesse contexto.

Na continuidade do debate, consoante ao exposto na SD63, o posicionamento dos estudantes, revelou que eles, novamente, reconheceram as estratégias persuasivas nas propagandas e, além disso, discutiram os propósitos por trás delas, expressando suas opiniões a respeito do explicitado. Esse comportamento reforça o que defende Pinho (1990). Para ele, a propaganda é um meio de influenciar opiniões e atitudes. Um exemplo claro disso é a observação feita pelos discentes sobre a inclusão de dados estatísticos nas propagandas analisadas. Eles interpretaram esse uso como uma maneira de ressaltar a gravidade do problema e enfatizar a necessidade urgente de preservar a água. Do mesmo modo, ressaltaram o uso do número "1 bilhão" para representar a quantidade de pessoas sem acesso a água potável. Assim perceberam que essas referências estatísticas foram utilizadas para realçar a extensão do problema, mostrar a sua gravidade e persuadir o público-alvo sobre a seriedade da situação, a fim de sensibilizá-lo e motivá-lo a ações em relação ao tema em discussão.

Nesse sentido, Abreu (1999) argumenta que persuadir alguém implica, em muitos casos, primeiro convencê-lo, construindo um entendimento compartilhado no campo das ideias. Assim vale ressaltar que os produtores das propagandas em pauta, inicialmente, apresentaram evidências, como os dados estatísticos, para validar seus argumentos e persuadir o público a agir em favor da mudança do cenário vigente. Os alunos, por sua vez, reconheceram essas estratégias argumentativas, mostrando compreender que persuadir envolve apresentar argumentos e evidências sólidas para motivar a ação conforme os objetivos propostos.

Na sequência do diálogo, os estudantes continuaram a reconhecer as estratégias argumentativas empregadas pelos produtores das propagandas analisadas. Cada intervenção refletiu uma percepção diferente sobre como essas técnicas são utilizadas para persuadir o público-alvo de maneira específica e eficaz. Os alunos fizeram suas considerações na SD64, destacando o uso do humor na propaganda sobre a quarentena, observando como a brincadeira com a frase "Todos juntos contra o coronavírus" é empregada para comunicar a necessidade de distanciamento social durante a pandemia. Assim, ao reconhecer o uso do humor, ele demonstrou uma compreensão do poder da linguagem e da criatividade na comunicação

persuasiva aliada a um propósito mais sério por trás dela. Eles também perceberam o uso da representação inclusiva na propaganda da mulher com deficiência, reconhecendo como essa estratégia é empregada para persuadir o público de que pessoas com deficiência também podem desempenhar papéis profissionais importantes. Essas observações dos estudantes se alinham à visão de Sandman (2012) sobre o caráter essencialmente argumentativo do texto da propaganda, destacando o propósito de adesão a uma ideia ou crença por meio de diferentes apelos, visando persuadir os interlocutores para que possam aderir ao que está sendo anunciado.

Nas intervenções seguintes, ainda na SD64, os estudantes observaram a ironia na propaganda da moça fazendo sinal de pare. Nela, a própria mulher convida as outras à denúncia. Essa observação ressalta como a ironia é utilizada para chamar a atenção para a questão da violência contra a mulher e incentivar a denúncia. É como se ela estivesse dando exemplo de como se deve agir. Ao apontar a ação da mulher como um exemplo, o aluno está utilizando a argumentação pelo exemplo, alinhada à ideia de Abreu (1999) de que a imitação das ações de outras pessoas pode ser um recurso persuasivo eficaz. Nessa mesma linha, os estudantes destacaram o apelo à responsabilidade individual na propaganda da moto chocando no carro, onde a frase "mude o trânsito, mudando você" é utilizada para persuadir o público a refletir sobre suas próprias ações e impactos no trânsito, incentivando-o a agir de maneira consciente e responsável ao dirigir.

Ao socializarem outras respostas dadas às questões subsequentes, os alunos demonstraram ter identificado estratégias argumentativas nas propagandas, que visavam despertar sentimentos como solidariedade, respeito ao próximo e ao meio ambiente, além de reconhecerem diferentes representações dos problemas sociais. Essas observações, explicitadas na SD65, por exemplo, enfatizou a importância da inclusão do sentimento de solidariedade e respeito ao próximo nos textos analisados, sugerindo que esses sentimentos são fundamentais para motivar a ajuda às pessoas em situação de vulnerabilidade. Por outro lado, evidenciaram a inclusão de casos comuns de desrespeito às pessoas e ao meio ambiente, observando que esses elementos constituem argumentos utilizados para alertar sobre os problemas em discussão e buscar soluções. Segundo Abreu (1999), argumentos como esses têm o poder de persuadir o interlocutor, uma vez que ao tocarem seus sentimentos e emoções podem sensibilizá-lo a agir em prol do próximo.

Além disso, os estudantes identificaram, conforme a SD65, a diversidade de problemas sociais incluídos nas propagandas. Eles perceberam que esses desafios são representados por meio de elementos nos textos, os quais visam chamar a atenção do espectador e incentivá-lo a combatê-los. Essas observações evidenciaram a habilidade dos alunos em reconhecer os

elementos persuasivos nas propagandas e compreender sua crítica social. Dessa forma, ao relacionar as análises dos estudantes às teorias de argumentação de Abreu (1999), é possível concluir que eles perceberam nas propagandas analisadas o uso de recursos argumentativos para provocar reflexão sobre os problemas sociais e estimular ações em direção à mudança, alinhando-se ao conceito de função social desse gênero, conforme enfatizado por Pinho (1990).

Na continuidade da conversa, SD66, a discussão revelou uma compreensão sensível e crítica por parte dos alunos sobre as representações presentes nas propagandas analisadas. Suas falas evidenciaram a percepção das questões sociais e ambientais abordadas nos anúncios, bem como a necessidade de mudanças e ações concretas para lidar com esses problemas. Essas observações refletem o uso de apelos emocionais e persuasivos nesses textos, visando envolver os interlocutores ideologicamente e levá-los a aderir às ideias e valores veiculados nos anúncios.

Nesse cenário, os alunos ressaltaram a representação de pessoas necessitadas de cuidado na sociedade e da natureza em busca de auxílio, destacando a importância de reconhecer a vulnerabilidade tanto das pessoas quanto do meio ambiente. Por sua vez, os estudantes enfatizaram a representação de indivíduos que exigem respeito na sociedade e clamam pela colaboração de todos para conter a propagação do vírus da COVID-19, salientando a necessidade de solidariedade e cooperação coletiva diante de desafios globais prementes. Eles também evidenciaram a representação de pessoas exaustas com a ausência de solidariedade no mundo, sugerindo a necessidade de agir para modificar essa realidade. Dessa forma, essas observações realçaram a importância dos recursos argumentativos nas propagandas, como reforça Pinho (1990), Sandman (2012) e Dionísio (2012) para motivar tanto a ação individual quanto coletiva do público-alvo.

Essas reflexões, portanto, demonstraram as habilidades analíticas dos discentes, que identificaram e discutiram criticamente os propósitos comunicativos das propagandas. Suas observações evidenciam a relevância desse gênero discursivo na promoção de mudanças sociais e comportamentais positivas, além de deixar clara a importância de sensibilidade e responsabilidade diante das questões sociais em pauta, o que reforça, segundo Sandman (2012), o caráter persuasivo da propaganda que visa à adesão a ideias ou crenças.

5.4 Bloco D - Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas

Este momento estava planejado para ocorrer em duas horas/aula. A intenção era levar os estudantes ao laboratório de informática, onde, em duplas, eles pesquisariam na internet dois exemplares de propagandas para realizar a leitura crítica desses textos. No entanto, devido à instabilidade do sinal de internet, os alunos foram instruídos a baixar pelo menos um exemplar

de propaganda em seus celulares para realizar a atividade proposta, mas não conseguiram.

A decisão de incentivar os discentes a escolherem suas próprias propagandas para análise adicional visava promover, ainda mais, sua autonomia e engajamento ativo no processo de leitura crítica dos textos em pauta. Entretanto, como exposto, devido aos problemas enfrentados durante a atividade programada, essa etapa não pôde ser realizada. Diante dessa dificuldade, e considerando a possibilidade de desmotivação dos alunos, se o mesmo método de seleção e análise de propagandas fosse mantido, como nas aulas anteriores, optei por excluir essa parte da proposta.

A exclusão dessa etapa foi uma decisão ponderada, baseada na compreensão de que os alunos já haviam conduzido outras análises de propagandas, o que poderia resultar em uma experiência repetitiva e potencialmente desinteressante para eles. Além disso, a exclusão dessa etapa não representava um prejuízo substancial para os objetivos gerais da pesquisa, uma vez que os alunos já haviam realizado análises semelhantes anteriormente.

Portanto, essa decisão foi tomada com o intuito de preservar o interesse e o engajamento dos alunos, evitando possíveis sentimentos de desmotivação e garantindo uma experiência de pesquisa mais produtiva e enriquecedora para todos os envolvidos.

Assim, dado o fato de que a continuidade das análises não ocorreu, consoante ao planejado neste bloco, conduzi uma etapa crucial: a sistematização de todos os conhecimentos construídos até o momento, em colaboração com os alunos. Essa fase desempenhou um papel fundamental em nossa jornada, pois possibilitou a organização e consolidação dos sentidos construídos a partir dos estudos por meio do gênero discursivo da propaganda.

Essa sistematização abrangeu a identificação do gênero estudado, sua organização, análise dos assuntos tratados e a linguagem empregada neles, visando promover uma compreensão mais profunda e coerente do tema em estudo. Além disso, fortaleceu o entendimento das propagandas analisadas durante as atividades de leitura e análise, oferecendo uma perspectiva mais ampla e coesa dos temas abordados nelas.

5.4.1 Bloco D - Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)

Finalizadas as etapas relativas ao acesso a diferentes exemplares do gênero, à análise desses exemplares, levando em conta as especificidades do gênero, da esfera publicitária, as estratégias argumentativas usadas no gênero e a proposta dos estudos de letramento crítico, chegamos à etapa de produção. Ela estava prevista para acontecer em 2 (duas) horas/aula, mas ocorreu em quatro dado o fato de que a atividade necessitou de envolvimento maior dos

discentes, pois tiveram de planejar as propagandas, discutir sobre as estratégias persuasivas que seriam empregadas nelas e produzi-las, desenhando-as e redesenhando-as, conforme sugere Janks (2018).

Inicialmente, os estudantes foram informados de que realizariam uma atividade em grupo com o propósito de criarem uma propaganda social, manualmente ou por meio de recursos tecnológicos como computadores e/ou celulares. Para tanto, cada grupo deveria pensar em um tema que considerasse importante haver intervenção em um destes contextos: comunidade escolar, bairro, cidade, estado ou sociedade. Em seguida, tomada a decisão, deveriam expor o seu tema para a turma, explicando por que o escolheu. Além disso, após a criação das propagandas, elas deveriam ser compartilhadas com os colegas, os quais fariam a análise delas para que, se fosse necessário, redesenhassem-nas para publicação nas redes sociais da escola.

Os alunos se organizaram em sete grupos. Assim, cada grupo elaborou uma propaganda, contemplando a temática, conforme a escolha feita pelos participantes. Antes, porém, os estudantes receberam cópias de roteiros, os quais foram construídos com base em pesquisa realizada neste site da internet: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fazer-uma-propaganda> e, também, em pressupostos do LC e, conforme o que melhor se encaixasse nos propósitos comunicativos do grupo, produziram os textos. Os grupos decidiram, de modo unânime, entre os dois roteiros sugeridos, pelo I. Segundo eles, tratava-se de um roteiro simples e de fácil compreensão, logo, não sentiram necessidade de escolher outro ou de criarem um. Segue, portanto, o modelo de roteiro adotado pelos grupos:

ROTEIRO I:

A criação de uma propaganda social envolve alguns passos importantes para que o assunto abordado seja claro, objetivo e impactante. Abaixo, seguem dois exemplares de roteiros que podem ajudar na criação desse tipo de propaganda:

- Pensar nos canais mais adequados para a divulgação da propaganda, como redes sociais, TV, rádio, jornais, etc.
 - identificar o objetivo da propaganda social, que pode ser:
 - conscientizar o público sobre um problema social;
 - sensibilizar o público para uma causa;
 - engajar o público em uma ação social;
 - definir qual é o público-alvo da propaganda.

Escolher a mensagem que será transmitida na propaganda, que deve:

- ser clara e objetiva;

- ter uma linguagem acessível ao público-alvo;
- ser impactante e gerar emoções e/ou no público.

Escolher o formato da propaganda, a fim de persuadir o público. Tal formato pode ser:

- vídeo: usar imagens e sons;
- áudio: usar a voz e efeitos sonoros;
- texto: usar palavras escritas;
- imagem: usar uma imagem forte e impactante;

Escrever o roteiro da propaganda, que deve incluir:

- um título chamativo e impactante;
- um texto curto e claro;
- imagens, vídeos que reforçam a mensagem e/ou emocionem o público;

Revisar o roteiro e fazer as configurações necessárias.

Diante disso, é importante esclarecer que os alunos decidiram por criar as propagandas por meio de aplicativos disponíveis na internet. Nesse sentido, de acordo com eles, a atividade ficaria mais interessante de ser realizada e, também, porque muitos estudantes não tinham facilidade de desenhar. Isto posto, fizeram a tarefa na biblioteca, que fica ao lado da sala de informática, por meio de celulares e de computadores, conforme ilustrado abaixo:

Figura 24 - Estudantes na biblioteca, planejando a propaganda social.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após escolherem o roteiro para elaborar uma propaganda social, os estudantes fizeram um planejamento detalhado para sua execução. Este planejamento foi organizado, abrangendo diversos aspectos essenciais para sua estrutura e composição. Ele foi apresentado à pesquisadora.

Primeiramente, os alunos definiram o tema central da propaganda, identificaram o objetivo pretendido e analisaram o público-alvo para direcionar o assunto a ser propagado de forma eficiente. Além disso, discutiram e delinearam estratégias argumentativas destinadas a tornar a propaganda impactante e capaz de gerar emoções no público.

No processo de planejamento, cada grupo elaborou uma prévia do título a ser utilizado, selecionou imagens, sons e outros recursos persuasivos para defender sua ideia e persuadir o público-alvo. Durante as discussões, tive a oportunidade de analisar cuidadosamente cada planejamento de propaganda em conjunto com os grupos. Para minha satisfação, constatei que o planejamento elaborado por cada grupo não necessitou de reestruturação significativa.

Essa etapa demonstrou o engajamento e a dedicação dos estudantes em criar uma propaganda social eficaz e impactante.

Concluída a atividade, socializaram as produções com a turma. Os estudantes: **A2, A9, A11, A22, A25 e A36** escolheram para a elaboração de uma propaganda social o seguinte tema: “Lixo na escola”. Segundo eles, essa temática precisava ser abordada, porque havia lixo espalhado no pátio e, também, nas salas de aulas e, apesar de haver pessoas para a limpeza escolar, se houvesse uma campanha fortalecida para evitar esse problema, todos ajudariam a preservar limpo o local onde estudam, recolhendo o próprio lixo e descartando-o nos locais adequados. Assim, com a propaganda, de acordo com os alunos, certamente, todos seriam conscientizados sobre o assunto e colaborariam mais com a limpeza da escola. Tal propaganda encontra-se ilustrada abaixo:

Figura 25 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 1.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

O grupo 2, cujos componentes eram os estudantes: **A5, A15, A18, A22, A25 e A34** optou pelo tema: “É tempo de combater o suicídio”. Consoante ao grupo, esse assunto tem deixado todos muito preocupados, porque, após a pandemia da Covid-19, muitas pessoas, inclusive, jovens, têm cometido suicídio por distúrbios emocionais, doenças mentais e por vários outros motivos. Então, consideraram essa temática necessária de ser propagada, uma vez que, além do exposto, também perderam dois ex-alunos do colégio onde estudam, neste ano de 2023. Dessa forma, sentiram que o assunto deve ser debatido e encontradas soluções para que esse problema não persista. Assim sendo, seguem a primeira versão da propaganda criada pelo grupo 2:

Figura 26 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 2.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

O grupo 3 composto pelos alunos: **A3, A12, A16, A30, A33 e A35**, por sua vez, criou uma propaganda acerca do tema “Maus-tratos aos animais”, especialmente, aos cães da raça *Pitbull*. De acordo com os alunos, por terem fama de bravos, esses cachorros são maltratados e, muitas vezes, mortos por pessoas que acham que eles não devem ser animais que possam conviver em sociedade. Para os alunos, essa é uma forma preconceituosa de enxergar esses bichos e que deve ser evitada. Para isso, segundo eles, é importante haver o combate ao problema, conscientizando as pessoas de que os *Pitbulls* não são violentos. Se forem tratados bem (com carinho) agirão do mesmo modo, assim como qualquer animal. Segue, portanto, a propaganda criada pelo referido grupo:

Figura 27 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 3.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na sequência, grupo 4 formado pelos discentes: **A1, A4, A7, A26, A28 e A31** elaborou uma propaganda, cujo tema foi “Assédio sexual contra as mulheres”. De acordo com os estudantes, a escolha desse tema se deu devido ao número de notícias que eles tinham visto a respeito desse assunto, o qual foi tratado diversas vezes tanto nos jornais locais quanto no cenário nacional. Para eles, muitas jovens têm vivido situações de assédio e isso tem sido encarado como “mimi”, ou seja, coisas à toa, invenções da cabeça das mulheres. Porém, o grupo defende a ideia de que não se trata de banalidade, mas de um problema que requer intervenção e envolvimento de todos no combate a ele. Dessa forma, segue abaixo ilustrada a propaganda criada por esses estudantes:

Figura 28 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 4.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Já o grupo 5, composto pelos estudantes: **A6, A10, A13, A29, A37e 38**, criou uma

propaganda sobre “*bullying* nas escolas”. De acordo com os participantes, esse é um assunto que chamou a atenção deles, porque, consoante ao que disseram, muitos casos de *bullying* ocorrem nas escolas e são responsáveis por um grande número de tragédias ocorridas nesses ambientes. Os alunos disseram, ainda, que é preciso que esse problema seja mais discutido entre os pais, os professores, as autoridades educacionais para que sejam evitadas tantas violências. Para esses estudantes, se não houver um trabalho constante de conscientização e combate ao *bullying*, esse problema não será solucionado. Abaixo encontra-se a propaganda criada por eles:

Figura 29 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 5.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na sequência, o grupo 6 formado pelos alunos: **A8, A10, A13 e A29** elaborou uma propaganda, cujo tema dizia respeito à ansiedade. Para os estudantes, esse assunto tem muita importância, uma vez que tanto na escola quanto fora dela estavam havendo casos de ansiedade, principalmente, entre os jovens, após a pandemia. Segundo eles, nos jornais locais, matérias a respeito de jovens com ansiedade eram frequentes e isso se tornou algo preocupante e que deveria ser combatido. Eles disseram, ainda, que, no contexto escolar, no qual estão inseridos, muitos alunos estavam faltando à aula por esse motivo. Mas, embora o problema existisse, ele estava sendo visto como um “comportamento manhoso” e não verdadeiro. Logo, todos deveriam ser conscientizados sobre esse óbice e ajudar a combatê-lo. Segue, então, a primeira versão da propaganda desses discentes:

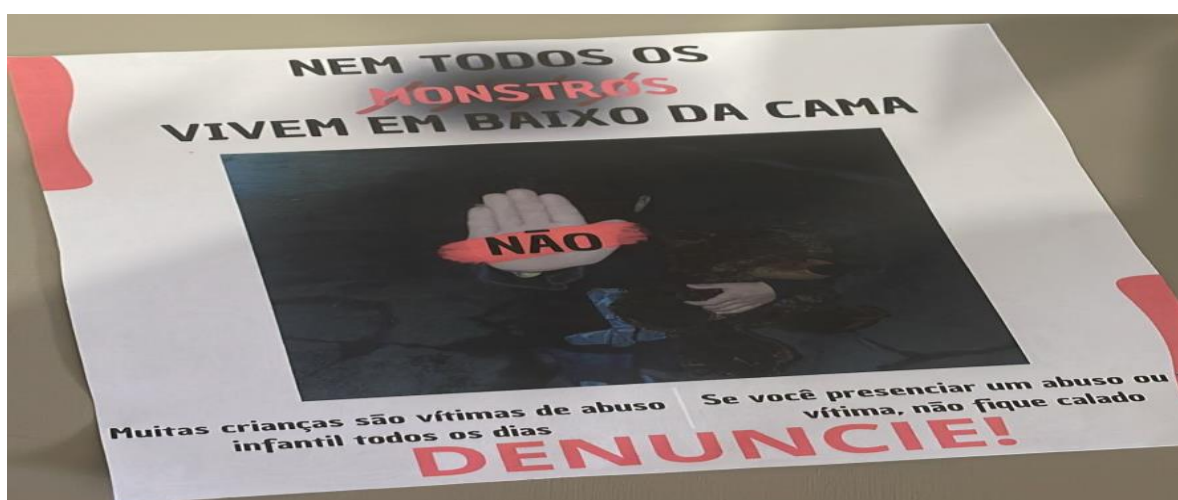
Figura 30 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 6.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Concluída a apresentação da propaganda do grupo 6, o grupo 7 composto pelos alunos: A19, A20, A21 e A23 apresentou a sua. Esta tratava do tema: “Abuso sexual infantil”. Os estudantes defenderam a criação da propaganda, argumentando que os casos de abuso infantil são “cada vez maiores”, logo, que as crianças precisam de proteção e uma das formas que eles encontraram de contribuir para o combate a esse problema foi criando a propaganda, uma vez que ele poderá alcançar um grande público e fazê-lo refletir sobre isso e ajudar a denunciar os casos de abuso sexual infantil. Dito isso, abaixo, há a propaganda criada pelo referido grupo 7:

Figura 31 - Propaganda (desenho) criada pelo grupo 7.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Durante a socialização da primeira versão das propagandas pelos alunos, foram realizadas discussões significativas acerca delas. Os estudantes observaram as produções uns dos outros, teceram comentários sobre elas, verificando se atenderam às características do gênero: propaganda social, considerando sua estrutura composicional, estilo e função. Essa

experiência colaborativa não só fortaleceu as habilidades de análise crítica e comunicação dos alunos, mas também ressaltou a importância do diálogo e da troca de ideias no processo de aprendizagem e aprimoramento das habilidades dos alunos no que diz respeito à análise crítica de propagandas.

Encerrada a socialização da 1ª versão (desenho) das propagandas pelos alunos, é importante destacar que durante esta atividade - criação de propaganda social -, os estudantes foram desafiados a explorar temas relevantes e sensíveis, evidenciando não apenas habilidades linguísticas, mas também um entendimento crítico das questões sociais, concernentes ao LC, que defende uma compreensão aprofundada da linguagem em contextos sociais e a capacidade de analisar criticamente o impacto dos textos na sociedade. Essa atividade, portanto, proporcionou aos alunos uma oportunidade enriquecedora de aplicar conhecimentos, desenvolver habilidades críticas e expressar-se de maneira persuasiva, culminando em produções que refletem a integração entre a linguagem e as questões sociais contemporâneas.

Isso se comprova quando, ao optar pelo tema "Lixo na escola", o Grupo 1 evidenciou consciência ambiental e responsabilidade, refletindo a compreensão da importância de intervir em problemas ambientais, nesse caso, no contexto escolar. A escolha temática do grupo sugere uma reflexão ideológica sobre como a língua é utilizada para abordar e resolver questões sociais, indo além de uma simples preocupação prática. A referência à consciência ambiental conecta-se à concepção de Jordão (2006) sobre a língua como ideológica e permeada por relações de poder. Essa abordagem enfatiza não só a seleção do tema, mas também a intenção subjacente a ele, evidenciando a conscientização ambiental e a consideração das dinâmicas ideológicas na linguagem. Isso leva os interlocutores a reconhecer a importância da forma como essas questões são abordadas e como a linguagem molda a percepção e a ação em torno do meio ambiente.

Nesse contexto, vale ressaltar o Grupo 2, que abordou o tema "Combate ao suicídio", demonstrando sensibilidade em relação a uma questão pós-pandêmica. Eles se preocuparam em como apresentar a temática de forma a alcançar seu propósito comunicativo. Considerando a perspectiva de Jordão (2013) e Abreu-Silva (2018), que destacam o caráter cultural e ideológico de todo texto, essa preocupação se mostrou crucial. O Grupo 2 não apenas tratou o suicídio como uma preocupação social, mas também reconheceu a importância de moldar o texto de maneira culturalmente sensível e ideologicamente consciente para atingir seus objetivos. Isso evidencia a aplicação prática dos princípios do LC na construção dos textos persuasivos e revela a sensibilidade do grupo em relação à relevância do tema. Eles não só consideraram o conteúdo, como também a sua forma de apresentação, reconhecendo a importância da maneira como o

texto se apresenta para a eficácia da persuasão e na busca por objetivos específicos, como aumentar a conscientização sobre o combate ao suicídio. Essa percepção da importância de levar em conta a forma de apresentação dos assuntos em um texto dialoga com as considerações de Silva Filho (2020). Ao desenvolver atividades envolvendo o gênero em pauta, ele percebeu que seus alunos também reconheceram que, para persuadir o público-alvo, é importante considerar a maneira como o texto será apresentado ao interlocutor.

Ademais, o Grupo 3, que escolheu "Maus-tratos aos animais", especificamente aos cães da raça *Pitbull*, demonstrou uma sensibilidade crítica em relação ao preconceito associado a esses animais. A preocupação dos alunos era combater a percepção negativa e estigmatizada em torno dos *Pitbulls*, que muitas vezes resulta em maus-tratos e até mesmo morte. Essa postura revela que os alunos não só focaram na eficácia da comunicação, mas também destacaram a importância de uma análise reflexiva dos contextos sociais mais amplos. Nesse sentido, vale ressaltar, também, que a ênfase na desconstrução de estereótipos e na promoção de uma visão mais justa e informada sobre os cães evidenciados reflete a compreensão crítica da linguagem proposta por Janks (2013) que sugere que se busque analisá-la criticamente como ela é usada para construir significados e representações na sociedade. Isso significa que, ao invés de simplesmente aceitar os textos e representações sem questionar, a compreensão crítica da linguagem busca entender como esses textos são influenciados por diferentes contextos sociais, culturais e políticos, e como elas podem perpetuar desigualdades, estereótipos ou visões tendenciosas do mundo. Essa abordagem, consoante à BNCC, encoraja a uma análise reflexiva e questionadora da linguagem e das representações que encontramos em textos, mídia e comunicação em geral.

Nesse âmbito, o Grupo 4, por sua vez, abordando o "Assédio sexual contra as mulheres", expressou preocupação com a banalização do problema. Ao escolherem esse tema, os alunos demonstram sensibilidade para a gravidade do assédio, contrapondo-se à percepção de que essas situações são frequentemente desconsideradas, tratadas como "mimimi" ou insignificantes. Essa postura do Grupo 4 pode ser associada aos pensamentos de Jordão (2013) sobre a língua como um espaço ideológico de construção de sentidos. Isso porque nota-se que os alunos reconhecem que o uso da linguagem pode influenciar a percepção do assédio, destacando a importância de tratar o tema de maneira séria e não banalizada.

Além disso, a abordagem do Grupo 4 relaciona-se, também, à teoria de Janks (2013) sobre LC. Isso porque, ao escolherem um tema que trata de questões de gênero, os estudantes demonstraram uma compreensão crítica das dinâmicas sociais. Eles buscaram criar uma forma de comunicação persuasiva além do superficial, desafiando estereótipos e promovendo uma

reflexão mais profunda sobre o problema. Essa abordagem alinha-se, igualmente, à perspectiva de Menezes de Souza (2011), o qual concebe a língua não apenas como um conjunto de regras gramaticais, mas como um espaço dinâmico cujos significados são gerados e sujeitos são representados. Para ele, a língua é entendida como um meio de expor ideias e expressar identidades. Isso fica claro na ênfase dada à representação justa das mulheres e na abordagem da gravidade do assédio, reconhecendo, portanto, a importância da linguagem na análise de questões sociais, rejeitando estereótipos prejudiciais e buscando promover uma mudança na percepção do assédio sexual.

Já o Grupo 5, ao abordar o tema "Bullying nas escolas", destacou a importância de uma investigação mais profunda acerca da problemática, o que remonta os princípios do LC, uma vez que busca compreender as nuances e complexidades subjacentes ao fenômeno do bullying. Essa perspectiva ressoa as teorias de Janks (2013) e Jordão (2013), que defendem que a língua é um espaço de construção de sentidos além da palavra escrita, incorporando elementos contextuais e subjetivos. Assim, ao enfatizar a necessidade de uma abordagem mais aprofundada, o grupo revelou uma compreensão crítica das questões sociais, reconhecendo que análises superficiais não são suficientes para capturar a complexidade do problema, suas origens e impactos. Essa abordagem reflete a visão do LC de transcender a superfície textual, compreendendo a linguagem como um espaço complexo de significados.

No tocante ao, Grupo 6, que abordou a "Ansiedade", vale destacar que ele ressaltou os impactos dessa questão após a pandemia. A elaboração da propaganda sobre esse assunto refletiu a compreensão do grupo sobre a importância do tema, especialmente considerando os impactos dele na sociedade. O grupo evidencia a relevância do problema, observando casos frequentes de ansiedade entre os jovens, tanto dentro quanto fora da escola, após o contexto da pandemia. Essa percepção alinha-se ao que propõe a BNCC e ao pensamento de Janks (2016), uma vez que defendem a importância de os estudantes estarem atentos às questões sociais presentes nos textos e compreenderem como as escolhas linguísticas e visuais podem influenciar na construção de sentidos.

Ademais, ao mencionarem que nos jornais locais as matérias sobre jovens com ansiedade eram frequentes, os alunos do Grupo 6 demonstram sensibilidade para as questões sociais e uma compreensão aguçada dos elementos contextuais que permeiam a comunicação, em consonância com a teoria de Bakhtin (2011), que destaca a interação social e a diversidade de vozes no processo comunicativo.

Além disso, ao afirmarem que muitos alunos estavam faltando à aula por ansiedade, e que o problema estava sendo percebido como um comportamento manhoso, os estudantes do

Grupo 6 abordaram uma dimensão crítica do letramento, conforme propõe Janks (2013). Eles reconhecem a necessidade de conscientização sobre o obstáculo da ansiedade e buscam combatê-lo por meio da produção publicitária.

O Grupo 7, por sua vez, ao escolher o tema "Abuso sexual infantil", expressou a urgência em proteger as crianças dessa forma de violência. A ênfase na proteção infantil e o uso da criatividade como meio persuasivo estão alinhados aos princípios do LC que concebe a língua como um espaço ideológico de construção de significados, conforme proposto por Janks (2013) e Jordão (2013). Nesse sentido, vale ressaltar que a abordagem do grupo reflete a aplicação prática das ideias do LC, integrando tanto análise linguística quanto estratégias persuasivas para impactar de maneira eficaz o público-alvo. Isso significa que não apenas a escolha de palavras e estruturas linguísticas é considerada, mas também a maneira como o texto é apresentado visualmente e como a criatividade é empregada para transmitir a seriedade do tema.

Em resumo, o Grupo 7 ilustra como as concepções do LC podem ser aplicadas na prática ao lidar com questões sociais delicadas, destacando a importância de uma abordagem holística que considere tanto a linguagem quanto a persuasão de maneira integrada para criar mensagens impactantes e conscientizar o público sobre a proteção infantil. Dessa forma, é fundamental destacar que a maneira como cada grupo elaborou a propaganda reflete a importância de considerar não apenas o conteúdo do texto, mas também a apresentação visual, os núcleos de ideias e a linguagem utilizada.

Isso posto, findada a exposição dos exemplares de propagandas criados pelos estudantes, os grupos receberam a ficha avaliativa, explicitada na figura a seguir, para que pudessem trocar os textos e avaliá-los, observando se havia necessidade de redesenho.

Figura 32 - Ficha avaliativa para avaliação das propagandas criadas pelos alunos.

FICHA AVALIATIVA	
Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.	
O texto em análise:	
a) apresenta adequação ao tema pretendido. Sim () Não ()	
b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa). Sim () Não ()	
c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim () Não ()	
d) se mostra adequado ao suporte de divulgação. ()	
e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim () Não ()	
f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida. Sim () Não ()	
Observações:	
Sugestões:	

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

À vista disso, o primeiro grupo trocou a sua propaganda com o terceiro; o terceiro, por sua vez, com o primeiro. Já o segundo, com o quarto que trocou com ele; o quinto e o sexto trocaram os textos entre si. Como eram sete grupos, o sétimo não tinha como trocar a sua propaganda, então, o grupo cinco resolveu avaliar a produção dos colegas desse grupo. Assim sendo, logo abaixo, há ilustradas as observações de cada grupo acerca do trabalho dos colegas e o redesenho das propagandas, segundo as observações deles.

Isto posto, seguem os registros das avaliações dos grupos:

Na avaliação da propaganda do grupo 3 pelo grupo 1, os avaliadores consideraram que ela estava adequada ao tema - “Maus-tratos aos animais” -, à estrutura composicional e ao estilo do gênero (destacando o tempo e modo verbal e a linguagem empregada), ao suporte de divulgação, e que possuía estratégias argumentativas necessárias à defesa da tese pretendida. Todavia, apresentava, de acordo com os alunos, alguns desvios gramaticais que não eram intencionais, como: ausência do hífen na palavra maus-tratos, falta de concordância (plural) na frase que se encontra abaixo do título. Logo, necessitava de redesenho. Dito isso, a ficha avaliativa preenchida pelo grupo 1 encontra-se, abaixo, ilustrada:

Figura 33 - Ficha avaliativa do grupo 1 acerca da produção do grupo 3.

FICHA AVALIATIVA	
Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.	
O texto em análise:	
a) apresenta adequação ao tema pretendido.	Sim () Não (x)
b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa).	Sim (x) Não ()
c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal.	Sim () Não (x)
d) se mostra adequado ao suporte de divulgação.	(x)
e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal.	Sim (x) Não ()
f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida.	Sim (x) Não ()
Observações:	
Sugestões:	
<p><i>Descrimos que talvez a palavra punição por poluição e acrescenta um ponto de interesse exclamando "as pessoas precisam sentir vontade de ajudar e não ter medo de ser punidas, corrigir a palavra "com sig" escrever "conigo", usar o verbo no imperativo "abraço", repensas sobre a frase "o mundo das escolas" e decidir se o assunto é sobre poluição / lixo escolas ou sobre sua tintabilidade. Inuar, se concordar, o excesso de folhas na imagem, pois isso está parecendo que a poluição é causada pela natureza. Ficamos confusos.</i></p>	

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Diante do exposto, o desenho do grupo 3 e o redesenho estão evidenciados abaixo:

Figura 34 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 3.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na avaliação da produção do grupo 1, cujo tema é “Lixo na escola”, pelo grupo 3, os estudantes sugeriram que, para atender adequadamente à estrutura, à composição, ao estilo e ao sentido pretendido quanto ao gênero em pauta, seria necessário que os colegas redesenhassem o texto, levando em conta os seguintes aspectos: substituíssem a palavra “punição” por poluição, a fim de que o público-alvo sentisse vontade de contribuir com a causa e não obrigação; corrigissem a palavra “com sigo” por “consigo”; usar o verbo “abraçe” em lugar da frase “devemos abraçar”; repensar sobre o trecho “O cuidado escolar” e decidir se o tema é “Lixo escolar” ou “Sustentabilidade” e, por fim, de acordo com os estudantes, eliminar o excesso de imagens de folhas no corpo da propaganda. Segundo eles, entendeu-se que o lixo na escola é proveniente da natureza. Então, “deixou o entendimento meio confuso”. Assim, segue a ficha avaliativa preenchida pelo grupo 3:

Figura 35 - Ficha avaliativa do grupo 3 acerca da produção do grupo 1.

FICHA AVALIATIVA

Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.

O texto em análise:

a) apresenta adequação ao tema pretendido. Sim () Não (x)

b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa).
Sim (x) Não ()

c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim () Não (x)

d) se mostra adequado ao suporte de divulgação. (x)

e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim (x) Não ()

f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida.
Sim (x) Não ()

Observações:

Sugestões:

Sugerimos que troque a palavra punição por poluição e acrescente um ponto de interesse, exclamação. As pessoas precisam sentir vontade de ajudar e não ter medo de ser punidas, corrigi a palavra "com sig" por "com sig" escreva "coopere". usar o verbo no imperativo "abraçar", repensas sobre a frase "o cuidado escolar" e decidir se o assunto é sobre poluição/ lixo escolar ou sobre sustentabilidade. Surar, se concordar, o excesso de folhas na imagem, pois isso parecendo que a poluição é causada pela natureza. Ficamos confusos.

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Consoante ao explicitado, encontram-se a seguir o desenho e o redesenho da propaganda do grupo 1:

Figura 36 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 1.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Quanto à avaliação da produção do grupo 4, sobre “Assédio sexual contra as mulheres”, o grupo 2 destacou que a propaganda havia ficado muito boa, mas achava que, para que ficasse ainda melhor, outras estratégias argumentativas precisavam ser acrescentadas. À vista disso, sugeriam que os colegas acrescentassem à produção “cores mais femininas, como roxo ou rosa”. Isso, consoante a ele, seria para ficar mais claro que as mulheres pediam respeito e mudança de atitude da sociedade quanto ao problema em pauta e que não se tratava de frescura. Que o assunto era sério. Além disso, sugeriam que uma figura feminina fosse usada para reforçar a representatividade delas. Dado o exposto, abaixo, segue ilustrada a ficha avaliativa

usada pelo grupo 2:

Figura 37 - Ficha avaliativa do grupo 2 sobre a produção do grupo 4.

FICHA AVALIATIVA

Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.

O texto em análise:

a) apresenta adequação ao tema pretendido. Sim (x) Não ()

b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa).
Sim (x) Não ()

c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim (x) Não ()

d) se mostra adequado ao suporte de divulgação. (x)

e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim (x) Não ()

f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida.
Sim (x) Não ()

Observações:
Este texto publicitário ficou muito bom, mas achamos que para ele ficar ainda melhor, outras estratégias precisam ser acrescentadas. Então, fizemos a sugestão abaixo.

Sugestões:
Sugerimos que o grupo acrescente cores mais femininas, como roxo e rosa. Isso é para ficar mais claro que são mulheres, estão pedindo respeito e mudança de atitude e que não se trata de frescura. O assunto é sério. E também sugerimos uma imagem feminina para reforçar a representatividade delas.

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Diante disso, explicita-se a seguir o desenho e o redesenho da propaganda do grupo 4:

Figura 38 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 4.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

A avaliação do grupo 4 a respeito da propaganda do grupo 2 apresentou um olhar crítico dos estudantes quanto à forma como os alunos elaboraram o texto. De acordo com os avaliadores, a produção dos colegas ficou “muito interessante e criativa.” Além disso, conforme eles, “os recursos argumentativos foram adequados e convincentes.” No embalo das observações, o grupo sugeriu que, para que a propaganda ficasse ainda melhor, era importante que algumas palavras fossem corrigidas, como: “impatia por empatia”; “Mês de prevenção ao suicídio” no lugar de “Mês prevenção suicídio”. Para esses estudantes “Se o texto for bem escrito, as pessoas confiam mais na propaganda.” Diante disso, há abaixo a ficha avaliativa que

foi preenchida pelo segundo grupo:

Figura 39 - Ficha avaliativa do grupo 4 sobre a produção do grupo 2.

FICHA AVALIATIVA	
Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.	
O texto em análise:	
a)	apresenta adequação ao tema pretendido. Sim (x) Não ()
b)	adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa). Sim (x) Não ()
c)	apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim (x) Não ()
d)	se mostra adequado ao suporte de divulgação. (x)
e)	apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim (x) Não ()
f)	possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida. Sim (x) Não ()
Observações:	
O texto ficou muito interessante, criativo e nos convence a refletir sobre o problema. Os recursos argumentativos são adequados e convincentes.	
Sugestões:	
Para ficar ainda melhor, é importante corrigir algumas palavras, como: impatia, empatia. Mês de prevenção ao suicídio e não "Mês prevenção". Se o texto for bem escrito as pessoas vão confiar mais na propaganda.	

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após a avaliação dos discentes do grupo 4 a respeito da propaganda 2, encontram-se a seguir, o desenho e o redesenho desta propaganda:

Figura 40 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 2.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na sequência das avaliações das propagandas, o grupo 5 suas observações feitas acerca da produção do grupo 6 os colegas do grupo 5 afirmaram que os recursos semióticos apresentados na propaganda haviam sido “bem articulados” e que estavam “convincentes, pois a combinação de cores, a disposição das palavras e dos desenhos foram bem planejadas”. Isso contribuiu, de acordo com os alunos, para que o assunto chamasse a atenção do interlocutor e o levasse a refletir sobre o problema em pauta, buscando combatê-lo. Todavia, apesar disso, sugeriam que “fizessem algumas mudanças na propaganda” para que ela ficasse ainda mais “envolvente e clara”. As mudanças seriam: deixar explícito que o que estava escrito dentro dos

círculos coloridos eram os sintomas da ansiedade - problema em pauta -, dar a escrita desses sintomas, destaque, escrevendo-os em negrito.

Figura 41 - Ficha avaliativa do grupo 5 acerca da produção do grupo 6.

FICHA AVALIATIVA

Observe com atenção a produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.

O texto em análise:

- apresenta adequação ao tema pretendido. Sim () Não ()
- está adequado à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa). Sim () Não ()
- apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim () Não ()
- se mostra adequado ao suporte de divulgação. Sim () Não ()
- apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim () Não ()
- possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida. Sim () Não ()

Observações:

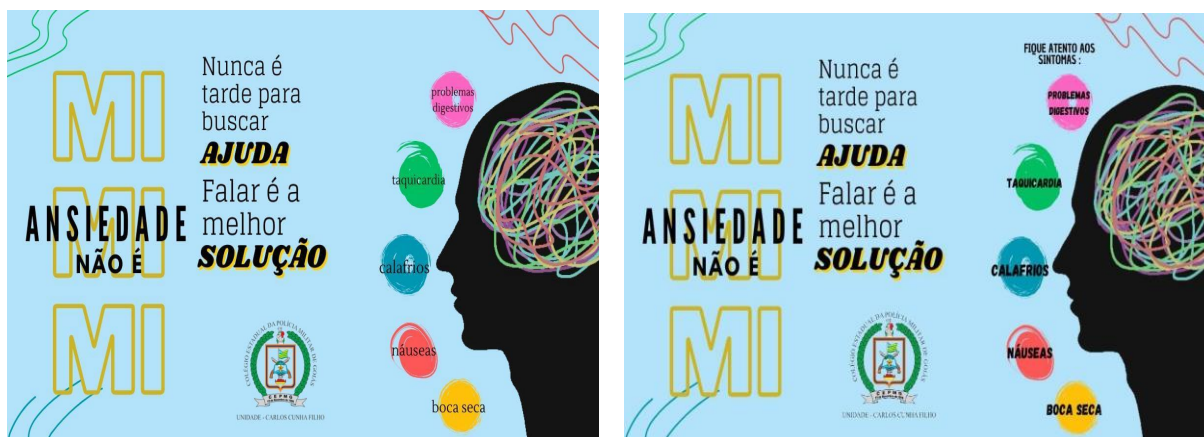
Sugestões:

Para que a propaganda fique mais chamativa e clara seria bom deixar explícito e que está dentro dos círculos, mostrando que são sintomas de ansiedade. Escreva em negrito.

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Dessa forma, acatada as sugestões dos colegas, o grupo 6, então, redesenhou a propaganda, conforme evidenciado abaixo:

Figura 42 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 6.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na continuidade da socialização das produções, o grupo 6 fez considerações a respeito da propaganda criada pelos colegas do grupo 5. Os discentes disseram que ela havia ficado muito “interessante e persuasiva, pois apresentou de forma clara o problema em evidência e com recursos argumentativos que, realmente, demonstraram a seriedade do problema”. Além disso, de acordo com esses alunos, houve criatividade na maneira de abordar o assunto que os levou a refletir sobre a questão: *Bullying*. Porém, segundo eles, seria necessário que algumas mudanças fossem feitas para tornar o texto ainda mais envolvente, como: destacar o verbo denunciar, substituindo a cor azul por amarela e que o colega, que foi usado como personagem

da propaganda, substituiu a jaqueta que compõe o uniforme da farda por outra que pertence ao uniforme de educação física. Isso porque, nesse caso, a coordenação disciplinar da escola não deixaria o texto ser publicado nas redes sociais nem em cartazes, uma vez que o uniforme estaria fora do padrão determinado pelo comando de ensino da unidade educacional. Diante disso, o grupo 5 acatou as observações dos colegas e redesenhou a propaganda. Assim, logo adiante, encontram-se expostos a ficha avaliativa preenchida pelo grupo 6 e o desenho e o redenho da propaganda feitos pelo grupo 5.

Figura 43 - Ficha avaliativa do grupo 6 acerca da produção do grupo 5.

FICHA AVALIATIVA	
<p>Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.</p> <p>O texto em análise:</p> <p>a) apresenta adequação ao tema pretendido. Sim (x) Não ()</p> <p>b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa). Sim (x) Não ()</p> <p>c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim (x) Não ()</p> <p>d) se mostra adequado ao suporte de divulgação. (x)</p> <p>e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim (x) Não ()</p> <p>f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida. Sim (x) Não ()</p> <p>Observações:</p> <p>A PROPAGANDA FICOU MUITO INTERESSANTE E BEM PERSUASIVA, POIS APRESENTOU DE FORMA CLARA O PROBLEMA. ALÉM DISSO, FOI CRIATIVA A FORMA DE ABORDAR O ASSUNTO QUE LEVOU A GENTE A REFLETIR SOBRE O BULLYING.</p> <p>DESTACAR O VERBO DENUNCIAR, SUBSTITUINDO A COR AZUL POR AMARELO E SUGERIR QUE O COLEGA QUE É O PERSONAGEM DA PROPAGANDA TROQUE A JAQUETA DA FARDA PELA DE ED. FÍSICA, PORQUE O DISCIPLINAR NÃO VAI AUTORIZAR PUBLICAR O TEXTO COM O UNIFORME FORA DO PADRÃO.</p>	

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Consoante ao explicitado, encontra-se a seguir o desenho e o redenho da propaganda do grupo 5:

Figura 44 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 5.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após a avaliação desses grupos, os alunos do grupo 5 fizeram colocações sobre a produção dos colegas do grupo 7. Para eles, a propaganda ficou “bastante criativa e chocante”. Isso porque as cores empregadas foram “muito bem articuladas, e o texto verbal contribui para causar um impacto maior no interlocutor”. Disseram ainda que a “propaganda além de causar impacto, faz as pessoas perceberem que a vítima de abuso infantil sofre muito e parece viver em um mundo escuro e triste”. Porém, os alunos afirmaram que a propaganda deveria ter ficado mais clara na parte em que o garoto que representa as vítimas de abuso sexual está. Isso para ser possível vê-la melhor. Além disso, que a palavra “embaixo” na frase: “Nem todos os monstros vivem embaixo da cama” fosse escrita junto e não separada. Sugeriram ainda que fossem colocados pontos finais nos períodos abaixo do texto não verbal, conforme cópia da ficha apresentada na figura 45.

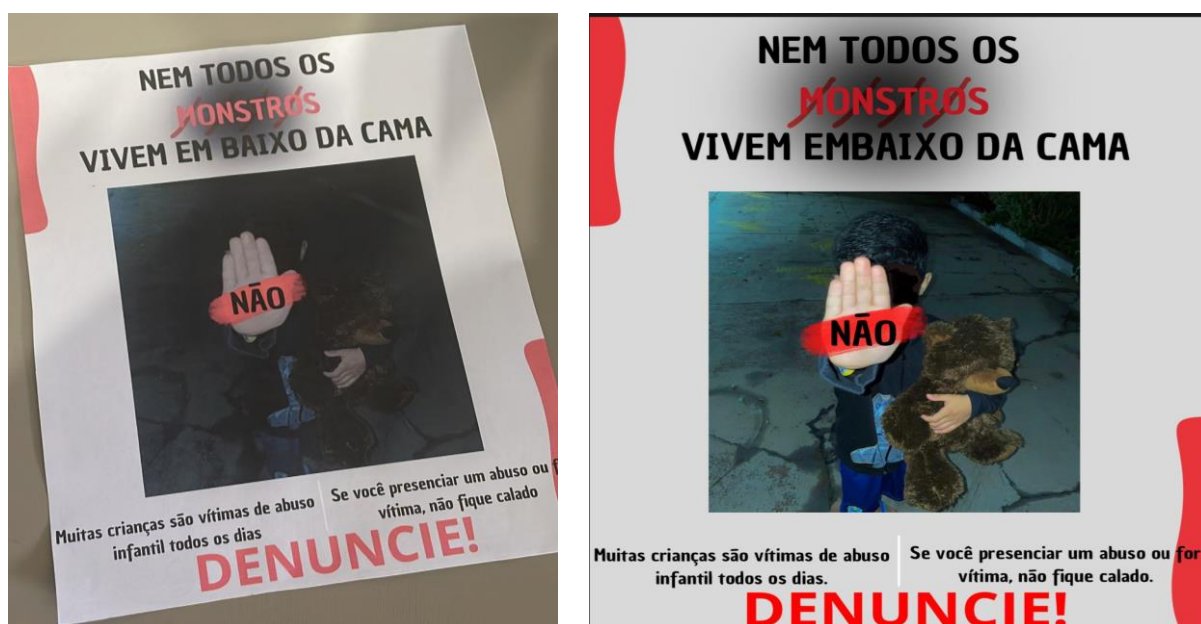
Figura 45 - Ficha avaliativa do grupo 5 acerca da produção do grupo 7.

FICHA AVALIATIVA	
<p>Observe com atenção a Produção de seus colegas e analise-a criticamente para responder ao que se pede.</p> <p>O texto em análise:</p> <p>a) apresenta adequação ao tema pretendido. Sim (x) Não ()</p> <p>b) adequação à estrutura composicional do gênero, ao estilo, no que concerne a (texto curto, título, frase de efeito, palavras com sentidos metafóricos, linguagem simples, direta, criativa). Sim (x) Não ()</p> <p>c) apresenta adequação ao tempo e ao modo verbal. Sim (x) Não ()</p> <p>d) se mostra adequado ao suporte de divulgação. (x)</p> <p>e) apresenta adequação ao uso da linguagem verbal e não verbal. Sim (x) Não ()</p> <p>f) possui o emprego de estratégias argumentativas na defesa da tese pretendida. Sim (x) Não ()</p> <p>Observações:</p> <p><i>A propaganda ficou bastante criativa e eficaz, pois as cores empregadas foram bem articuladas. Além disso, o título contém uma boa causalidade, impacta muito no entendimento. A propaganda faz as pessoas perceberem que os vítimas de abuso infantil são deixadas mais claras a negação em que o mundo que representa as vítimas de abuso sexual mais clara para vítimas de abuso em geral. Também a palavra "não" é muito usada e parece viver em um mundo exceto e triste verbal.</i></p>	

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após os comentários dos estudantes em torno da propaganda 7, ela foi, consoante ao exposto a seguir, redesenhada:

Figura 46 - Desenho e redesenho da propaganda feitos pelo grupo 7.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

A atividade acima, que incluiu análise crítica, desenho e redesenho de propagandas, representou uma estratégia eficaz no desenvolvimento da consciência crítica dos estudantes quanto ao gênero discursivo em pauta. Isso se deve ao engajamento ativo dos alunos, que se dedicaram à análise das propagandas uns dos outros, levando em consideração as escolhas feitas por cada grupo, desde a seleção de palavras e frases até a abordagem de elementos visuais. Essas escolhas, conforme ressaltado por Janks (2016), desempenham um papel nos textos e na

realização dos efeitos comunicativos desejados por meio deles.

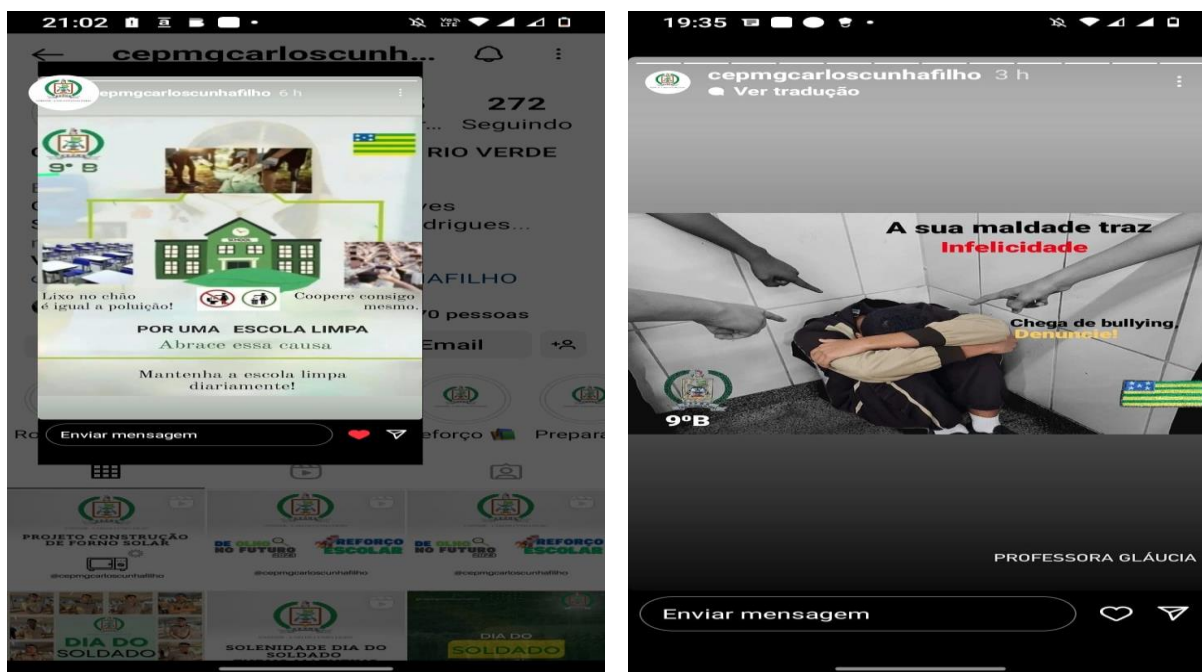
Diante disso, vale destacar que os educandos, ao realizarem a atividade proposta, não se limitaram à exploração abrangente dos aspectos verbais e visuais nas propagandas. Eles também assumiram ativamente o papel de protagonistas em seu próprio aprendizado, postura que está em sintonia com os princípios da BNCC, a qual defende uma aprendizagem participativa e significativa dos alunos. Nesse sentido, é importante evidenciar também que, ao integrar os pressupostos do LC, especificamente a proposta de Janks (2016), na análise das atividades propostas, percebe-se que os alunos, ao focarem nas escolhas verbais e não verbais das propagandas, tiveram a oportunidade de observá-las de maneira atenta, refletindo sobre como essas escolhas impactam a eficácia comunicativa.

Diante desse contexto, faz-se importante ressaltar que a avaliação por pares é uma metodologia ativa muito importante, uma vez que ela revela a relevância de cada grupo no desenvolvimento da atividade. Os alunos, ao analisarem e avaliarem as propagandas uns dos outros, foram além dos temas abordados, identificando desvios gramaticais e destacando a importância das estratégias argumentativas, da estruturação da propaganda, das escolhas verbais e não verbais para alcançar os propósitos comunicativos. Essa interação é consonante aos estudos de Janks (2013), que destaca a dinâmica da língua nos contextos sociais e a importância do letramento crítico no desenvolvimento da aprendizagem.

Em suma, a experiência demonstrou uma evolução significativa na capacidade dos discentes em analisar, criar e aprimorar propagandas, evidenciando um entendimento profundo dos elementos linguísticos, visuais e persuasivos envolvidos nesses textos. Isso se comprova, uma vez que cada grupo desempenhou um papel crucial no desenvolvimento da atividade.

Ao finalizar a produção de redesenho, as propagandas foram compartilhadas na sala de aula entre os estudantes para que pudessem escolher o exemplar mais interessante a ser divulgado nas redes sociais da escola. Contudo, um aluno sugeriu que, em vez de votarem, os textos fossem compartilhados no grupo de WhatsApp dos professores para que eles pudessem decidir. Assim foi feito. Toda a turma gostou da ideia. Diante disso, os docentes opinaram dizendo que todos os textos haviam ficado muito interessantes, criativos e persuasivos. À vista disso, a coordenadora resolveu que todas as propagandas seriam publicadas nas redes sociais da escola. Ela, então, passou a postar um exemplar por semana, consoante ao que explicitam as figuras abaixo, o que deixou os alunos muito satisfeitos:

Figura 47 - Propaganda postada nas redes sociais da escola.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Diante da atividade proposta, é de suma importância destacar que os alunos foram capazes de desenvolver as habilidades elencadas neste bloco, delineadas na BNCC, como, por exemplo, a habilidade (EF09LI11), que engloba a utilização de recursos verbais e não verbais para a construção da persuasão em textos publicitários, de acordo com o contexto de circulação. Assim, é possível afirmar que a experiência destacada aqui valida a eficácia de abordagens educacionais que promovem a participação ativa dos alunos, em consonância com os objetivos desta pesquisa. Esta metodologia não apenas evidencia o conhecimento dos estudantes, mas também estimula o aprimoramento de habilidades críticas e criativas essenciais para compreender e produzir textos persuasivos na sociedade contemporânea.

5.5 Bloco E - Investigando possibilidades de mudanças: a comunidade escolar em foco

O propósito das atividades deste bloco é promover a visita dos participantes da pesquisa às salas de aulas e a outras dependências da escola, para a realização de uma investigação a respeito do que os membros da comunidade escolar pensam sobre a necessidade de haver mudanças de postura em seu ambiente estudantil e/ou cidade, bairro, estado, sociedade e motivar os discentes a criarem uma propaganda com vistas a atender ao que anseia a comunidade escolar, e a divulgá-la no ambiente físico e virtual da escola.

Essas atividades foram desenvolvidas, consoante ao previsto, em 4 (quatro) horas/aula.

A aula foi iniciada com os alunos reunidos em círculo, para receberem as orientações detalhadas sobre a atividade. Primeiramente, eles foram instruídos a explicarem, no momento

das visitas, o motivo da atividade e, em seguida, dar continuidade a ela, no sentido de questionar tanto os discentes quanto os servidores sobre o que viam em seu contexto escolar, na cidade, no bairro, no estado e/ou na sociedade e que percebiam a necessidade de haver mudança de postura das pessoas em relação a isso. Nesse sentido, eles foram instruídos para que se atentassem sobre que tipo de assunto se tratava: contribuir com a limpeza do ambiente escolar; reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania; respeitar as diferenças; combater o *bullying*; incluir deficientes auditivos, físicos, intelectuais nos diversos setores da sociedade; promover a paz nas escolas; respeitar o meio ambiente; a importância do cuidado com a saúde mental dos jovens; etc. Em seguida, que respondessem se atividades que levam as pessoas a refletirem acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura das pessoas são importantes e, por isso, devem ser desenvolvidas com frequência nas escolas.

Para que a atividade fosse realizada, os estudantes foram orientados a elaborar questões simples, em conjunto com o professor, para aplicar aos funcionários e aos alunos de outras séries, e a esclarecer aos entrevistados que o assunto sugerido pela maioria seria divulgado na escola, por meio de exposição oral, cartazes ou grupos de *WhatsApp*. Dessa forma, ainda reunidos em sala, eles foram instigados a contribuírem com questões que eles consideravam adequadas para questionar a comunidade escolar ou adotarem a sugestão de questões do professor. Eles preferiram a sugestão docente com a justificativa de que as perguntas atendiam ao propósito pretendido com a visita. Assim ficou decidido que eles fariam as seguintes perguntas para posterior produção de uma propaganda:

Quadro 4 - Questões destinadas à comunidade escolar

As alternativas a seguir visam a levá-lo(a) a refletir sobre ações que podemos tomar para promover mudanças positivas em nossa forma de agir na sociedade. Sendo assim, se você tivesse que divulgar uma ideia, por meio de uma propaganda, a fim de que as pessoas passassem a agir de forma diferente no contexto escolar e/ou na cidade, no bairro em que vivem, no estado, na sociedade, qual(is) dos assuntos você divulgaria?

01. Marque um ou dois dos itens abaixo:

- () Evitar espalhar lixo no ambiente escolar.
- () Respeito às diferenças.
- () Inclusão de deficientes.
- () A importância de saber ouvir o outro.
- () Prática à gentileza.
- () Promoção da paz nas escolas.
- () Reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania.
- () Combate ao *bullying*.
- () A importância do cuidado com a saúde mental dos jovens.

Caso nenhum desses assuntos seja o que você divulgaria, escreva o que pensou, no espaço a seguir:

02. Atividades como esta, que levem as pessoas a refletirem acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura das pessoas, são importantes e, por isso, devem ser desenvolvidas com frequência nas escolas? Sim () Não ()

A professora de Matemática, sabendo da atividade, se ofereceu para contribuir com a organização das respostas obtidas pelos estudantes durante a visita. Segundo ela, depois que os discentes retornassem, em sua aula, eles poderiam selecionar as informações obtidas, organizá-las e fazer os cálculos com o auxílio dela, a fim de descobrirem qual teria sido o tema que a maioria da comunidade escolar havia escolhido para criarem a propaganda e divulgarem tanto nas dependências da escola quanto nas redes sociais dela e, também, terem consciência da opinião dos entrevistados a respeito de que se atividades como esta devem ser desenvolvidas frequentemente nas escolas. A proposta da docente foi aceita com grande satisfação.

Diante disso, em campo, reunidos em grupos, os discentes visitaram diferentes locais, como salas de aula, coordenação, cantina e biblioteca da escola, e solicitaram aos servidores e aos alunos que respondessem às perguntas do questionário. Na figura 57, a seguir, apresento cópia de um questionário respondido:

Figura 48 - Questionário com respostas recebidas pelos entrevistados na comunidade escolar.

As alternativas a seguir visam a levá-lo(a) a refletir sobre ações que podemos tomar para promover mudanças positivas em nossa forma de agir na sociedade. Sendo assim, se você tivesse que divulgar uma ideia, por meio de uma propaganda, a fim de que as pessoas passassem a agir de forma diferente no contexto escolar e/ou na cidade, no bairro em que vivem, no estado, na sociedade, qual(is) dos assuntos você divulgaria?

11. Marque um ou dois dos itens abaixo:

() Evitar espalhar lixo no ambiente escolar.
 Respeito às diferenças.
 () Inclusão de deficientes.
 () A importância de saber ouvir o outro.
 () Prática à gentileza.
 () Promoção da paz nas escolas.
 () Reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania.
 Combate ao *bullying*.
 () A importância do cuidado com a saúde mental dos jovens.

Caso nenhum desses assuntos seja o que você divulgaria, escreva o que pensou, no espaço a seguir:

12. Atividades como esta, que levem as pessoas a refletirem acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura das pessoas, são importantes e, por isso, devem ser desenvolvidas com frequência nas escolas? Sim Não ()

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Participaram da pesquisa feita pelos alunos 337 estudantes e 43 servidores, dentre eles: porteiro, merendeiras, faxineiras, secretários, coordenadores, gestor, vice - gestora, professores, bibliotecária e militares. Na tabela a seguir, listo a divisão de grupos formados e as pessoas da comunidade que cada grupo entrevistou:

Tabela 1 - Participantes da Pesquisa e Divisão de Grupos Entrevistados

GRUPOS	PARTICIPANTES COM OS QUAIS O GRUPO CONVERSOU	NÚMERO DE PARTICIPANTES
grupo I - A2, A9, A11 e A36	alunos do 6º ano A	33
grupo II - A5, A15, A18 e A34	alunos do 6º ano B.	38
grupo III - A3, A12, A16 e A33	alunos do 7º ano A	39
o grupo IV - A1, A4, A7e A31	alunos do 7º ano B	35
o grupo V - A6, A10, A13 e A29	alunos do 7º ano C	39
grupo VI - A8, A14, A17 e A24	alunos do 8º ano A	37
grupo VII - A19, A20, A21 e A23	alunos do 8º ano B	36
grupo VIII - A22, A25, A27 e A30	alunos do 9º ano A	37
grupo IX - A26, A28, A37 e 38	Servidores: porteiro, merendeiras, faxineiras, secretários, coordenadores, professores, gestor, vice - gestora, bibliotecária, militares.	43
TOTAL DE PARTICIPANTES DA COMUNIDADE ESCOLAR		337

Após a realização da entrevista, os grupos retornaram à sala de aula e foram convidados a irem à biblioteca para, acompanhados da docente de Matemática, organizarem as informações sobre as respostas da comunidade escolar. Em uma folha de papel sulfite, foi feito o registro da quantidade de participantes que responderam às questões e o que escolheram como tema para

a criação da propaganda, conforme ilustra a figura 49 a seguir:

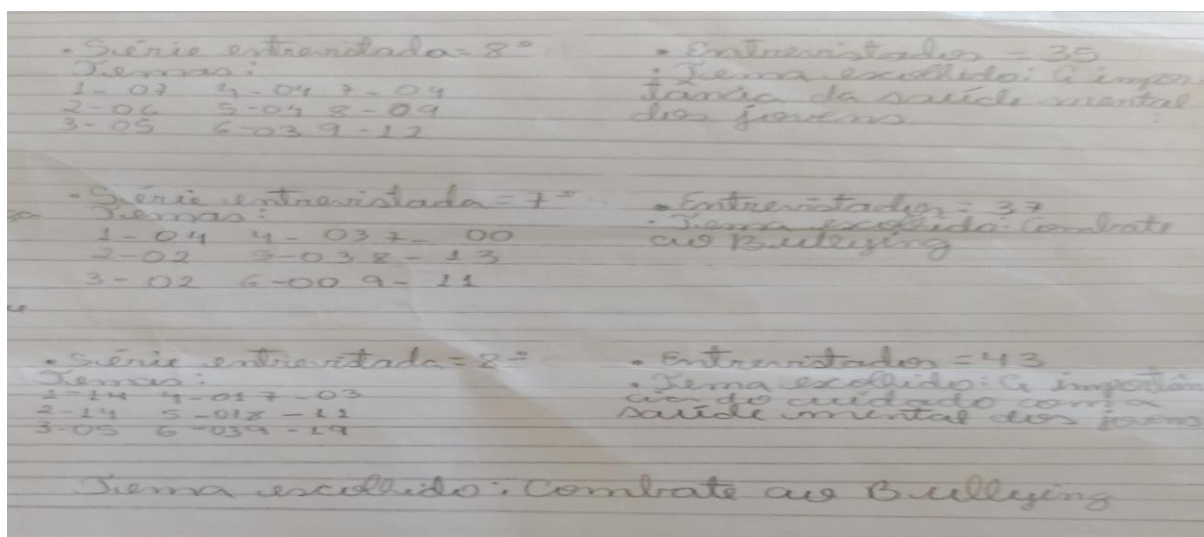
Figura 49 - Alunos reunidos para a observação e organização das informações coletadas na comunidade escolar para posterior criação das propagandas.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Antes, porém, vale salientar que, com base nas respostas dos entrevistados, eles descobriram que todos, sem exceção, opinaram positivamente sobre a importância de atividades como esta, que visam à reflexão das pessoas acerca de ações que possam contribuir para a mudança de postura dos cidadãos, continuarem a ser desenvolvidas no contexto educacional. Assim, seguem, na figura 50, os registros da participação dos discentes na seleção e organização das informações obtidas com a entrevista à comunidade escolar.

Figura 50 - Rascunho dos registros das informações coletadas.



Fonte: Arquivo cedido pela professora de Matemática.

Mediante o exposto, abaixo, encontram-se os resultados obtidos por meio das respostas ao questionário, os quais foram organizados e tabulados, pela docente de Matemática e outros dois discentes, em um programa de computador, na sala de informática, enquanto os demais

estudantes realizavam exercícios da disciplina em pauta. Nesse contexto, faz-se importante ressaltar que a docente se ofereceu para expor os resultados digitalizados, porque achou importante que os alunos pudessem ver a conclusão de suas entrevistas de modo mais claro e organizado e não em rascunho. Para isso, ela construiu um quadro com os resultados obtidos por cada grupo. Contudo, para esta dissertação, achei mais produtivo agrupar os resultados em uma só tabela, conforme a seguir:

Tabela 2: Resultados consolidados por grupo: participantes e número de escolhas de cada Tema.

TEMAS	PARTICIPANTES E NÚMERO DOS QUE ESCOLHERAM CADA TEMA									TOTAL
	6º A	6º B	7º A	7º B	7º C	8º A	8º B	9º A	Porteiro, merendeiras, faxineiras, secretários, coordenadores, gestor, vice - gestora, professores, bibliotecária e militares.	
1. Evitar espalhar lixo no ambiente escolar.	1	2	3	2	3	2	2	2	3	20
2. Respeito às diferenças.	3	9	6	4	5	5	4	3	11	50
3. Inclusão de deficientes.	2	3	2	3	3	3	9	7	3	35
4. A importância de saber ouvir o outro.	1	2	2	2	2	3	2	2	3	19
5. Prática à gentileza.	2	4	4	5	4	3	2	2	5	31
6. Promoção da paz nas escolas.	4	4	4	4	3	9	3	3	5	39
7. Reconhecer a importância da educação escolar para o exercício da cidadania.	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32
8. Combate ao <i>bullying</i> .	14	7	11	9	10	5	6	11	7	80
9 A importância do cuidado com a saúde mental dos jovens.	3	3	3	2	5	4	4	4	3	31

Fonte: Arquivo com informações cedidas pela professora de Matemática.

Esse foi um momento enriquecedor, pois os estudantes tiveram a oportunidade de saber como organizar informações coletadas e a compreenderem a importância de, por meio delas, atender aos anseios dos entrevistados. Além disso, de perceberem que as disciplinas trabalhadas em sala de aula podem “conversar entre si”, de forma interdisciplinar.

Nesse contexto, é importante destacar que a docente de Matemática disse que, em uma

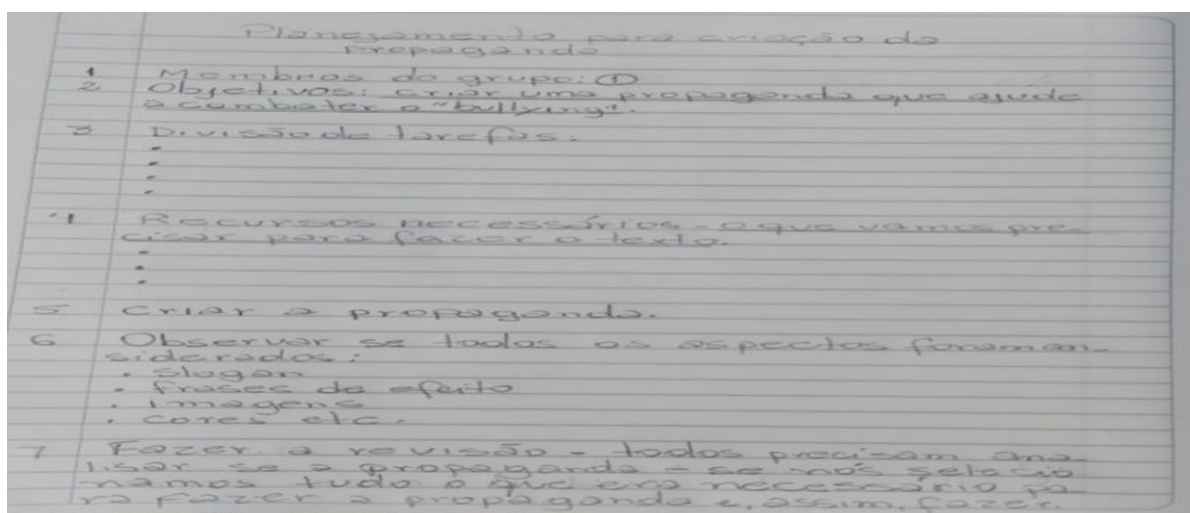
outra oportunidade, ensinaria os discentes a criarem gráficos, a partir de informações como aquelas coletadas, mas não seria naquele momento, porque eles estavam estudando outros assuntos e sendo preparados para as avaliações externas, como: SAEGO - Sistema de Avaliação Educacional do Estado de Goiás e IDEB – Índice de Desenvolvimento da Educação Básica, logo, poderia haver confusão com o acúmulo de informações que teriam.

Diante do exposto, de posse dos resultados, alguns alunos, representantes dos grupos, quando todos os discentes de todas as séries entraram em forma, no pátio da escola para receberem informes tanto militares quanto pedagógicos, expuseram a temática escolhida pela comunidade escolar e, também, divulgaram a informação nos grupos de *whatsApp*.

Depois disso, em sala de aula, iniciaram a criação das propagandas sobre o tema escolhido “Combate ao bullying” após terem sido instruídos a considerar o roteiro usado em outro momento de criação desse gênero discursivo e, a, também, considerar aspectos como adequação ao tema, estrutura composicional, estilo do gênero em pauta, suporte de divulgação, uso de linguagem verbal e não-verbal e estratégias argumentativas.

Antes de iniciar a produção da primeira versão da propaganda, foi realizado um planejamento meticuloso registrado no diário de campo, visando garantir a eficiência e a precisão do processo. Esse planejamento incluiu a definição de objetivos claros, a distribuição de tarefas entre os membros da equipe e a identificação dos recursos necessários para a criação das propagandas. Cada grupo desenvolveu sua própria estratégia de planejamento, considerando as orientações fornecidas pela docente, como evidenciado na figura abaixo:

Figura 51 - Planejamento dos alunos para criação da 1ª versão da propaganda.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

É importante destacar que o planejamento foi um processo dinâmico e colaborativo, no qual as ideias foram discutidas - junto à pesquisadora - e refinadas antes da execução. Em

algumas etapas desse planejamento, os estudantes foram buscando apoio e orientação docente para garantir que todos os aspectos relevantes à elaboração do texto fossem considerados e abordados adequadamente. Isso proporcionou uma base sólida para o início da produção da primeira versão das propagandas, garantindo uma abordagem sistemática e bem fundamentada para a produção.

Os estudantes realizaram a produção da propaganda sobre o tema escolhido pela comunidade escolar, o qual foi “**Combate ao bullying**”. Cada grupo criou o seu próprio exemplar, por meio de aplicativos disponíveis na internet, nos aparelhos celulares deles e, também, nos computadores da unidade escolar.

Nesse contexto, vale destacar que, para que as criações fossem possíveis, os educandos as elaboraram em sala de aula de informática e deram continuidade em suas casas. Isso porque a conexão com a internet não era constante. Os discentes criaram grupos virtuais via *WhatsApp* e deram continuidade ao trabalho monitorados pela pesquisadora. Dessa forma, cada grupo, conforme orientado, “desenhou” a propaganda, a qual seria avaliada pelos colegas de grupos diferentes, a fim de, se necessário, redesenhá-la. Assim, seguem abaixo as primeiras versões - desenhos - das propagandas e, após analisadas, a segunda versão - redesenho - delas, com base no que preconiza Janks (2016, 2018).

Posto isso, vale destacar que a primeira versão da propaganda - desenho - abaixo que pertence ao grupo I foi avaliada pelo grupo II composto pelos discentes: **A5, A15, A18 e A34**:

Figura 52 - Desenho - do grupo I.



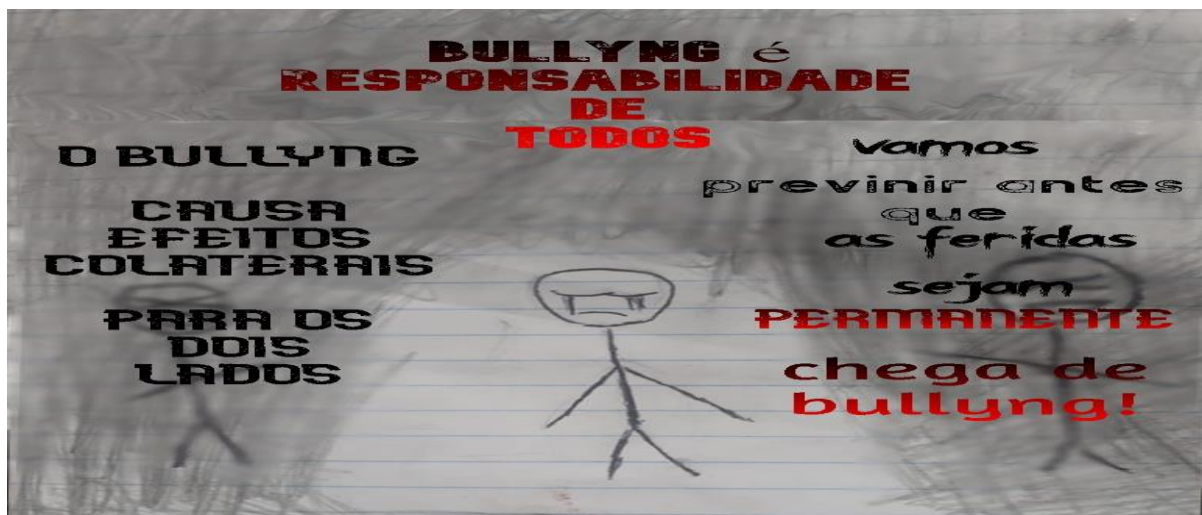
Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Nas palavras dos alunos que a avaliaram, a propaganda foi muito bem elaborada, no sentido de que as cores empregadas, a disposição das palavras e das imagens ficaram organizadas, chamativas e convincentes. Para eles, o interlocutor se sente emocionado e entende

que todos têm de ajudar a combater o bullying, porque ele traz somente tristeza para a vítima. Os discentes disseram que o texto, pelos motivos apresentados, não necessitava de redesenho.

Na sequência, o grupo I formado pelos participantes: **A2, A9, A11 e A36** avaliou a criação do grupo II. A propaganda criada por este grupo encontra-se abaixo:

Figura 53 - Propaganda – desenho - do grupo II.



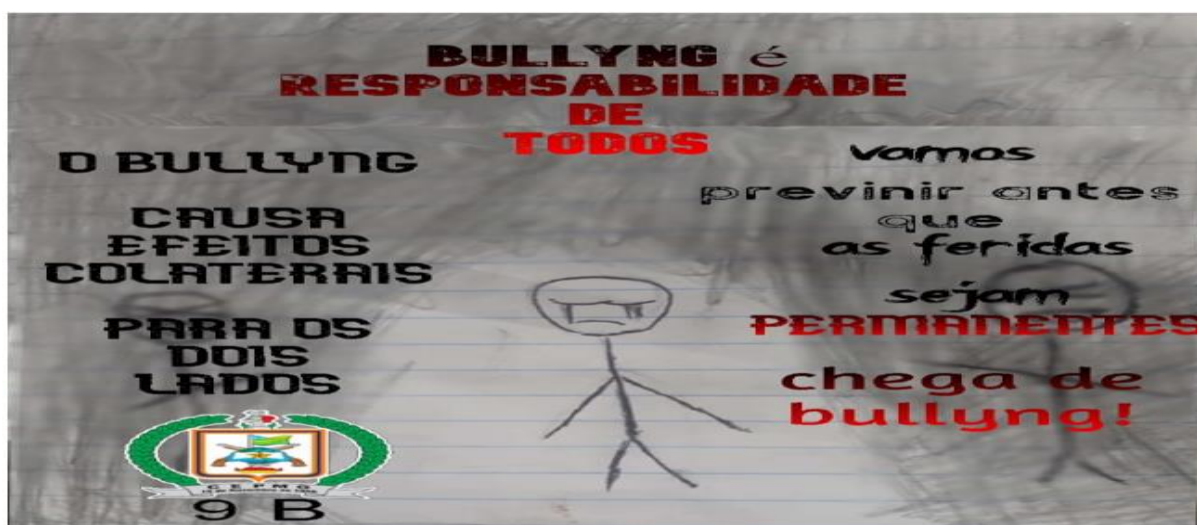
Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

De acordo com a análise do grupo I, a propaganda do grupo II, de forma criativa, apresentou o problema sobre o bullying, chamando a atenção do interlocutor, mostrando-lhe que a responsabilidade pelo problema é de todos, então, todos devem agir para combatê-lo. Além disso, disseram que as frases empregadas no corpo do texto e as cores usadas nelas convidam o público-alvo a tomar consciência de que a prática do bullying é destrutiva e acarreta problemas tanto para as vítimas quanto para quem o pratica, logo, é preciso prevenir antes que o problema se torne irreversível. Ainda, nesse contexto, os estudantes salientaram que o uso de texto não verbal contribuiu de forma significativa para reforçar as consequências de quem sofre *bullying*: o indivíduo é isolado e visto como alguém inferior.

Na esteira das observações, os estudantes afirmaram que, apesar de muito bem elaborada, os colegas deveriam fazer uma correção gramatical na palavra “permanente”. Isso porque faltou nela, o uso do “s” para que a concordância fosse estabelecida de modo correto. Ademais, afirmaram que, quando se escreve corretamente, o texto fica mais confiável. Assim sendo, o grupo II deveria, de acordo com as colocações dos colegas, redesenhar o texto nesse aspecto.

A partir das observações dos alunos do grupo I em relação à propaganda do grupo II, o redesenho foi feito e encontra-se explicitado a seguir:

Figura 54 - Propaganda – redesenho - do grupo II.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Ao avaliarem a propaganda do grupo II, os estudantes do grupo I enfatizaram a criatividade na abordagem do problema do bullying, reconhecendo a importância do uso de elementos persuasivos na construção de sentidos, os quais consistem no emprego de palavras, imagens e cores, todas utilizadas, de acordo com os discentes, de forma persuasiva. Por outro lado, sugeriram correção gramatical, destacando a ausência do "s" na palavra "permanente", o que revela uma compreensão aprofundada de que a qualidade do texto não se limita ao aspecto visual, alinhando-se à perspectiva de Bakhtin (2011), o qual afirma que é necessário, ao produzir textos, levar em conta as escolhas linguísticas, uma vez que elas são importantes para compreendermos não apenas o texto em si, mas também a relação entre ele e o contexto em que foi produzido e ao que assevera Janks (2011) sobre o redesenho como um processo que vai além da aparência. Trata-se de uma consideração cuidadosa do conteúdo e da estrutura textual, a qual não levou em conta apenas o aspecto estético da propaganda, reconhecendo, ademais, a importância da precisão linguística para a confiabilidade do texto.

Dessa forma, é necessário enfatizar que a leitura crítica dos alunos do grupo I não se restringiu a elogios, mas envolveu uma análise reflexiva que vai ao encontro da visão de Janks (2011) sobre a crítica como parte de um processo mais amplo que envolve os textos e não isolado, fora de um contexto. Nesse sentido, destaca-se a atitude ativa dos alunos ao sugerirem melhorias, evidenciando não apenas uma preocupação com a aparência do texto, mas também com a confiabilidade do sentido explicitado nele, o que significa ler contra e a favor do conteúdo e dos interesses do texto.

Na sequência das análises dos grupos, o grupo III composto pelos discentes: **A3, A12, A16 e A33** avaliou a produção do grupo IV. Para os estudantes, a propaganda dos colegas ficou criativa, abordou o problema em pauta: “*bullying*”, chamando a atenção para a importância de

denunciá-lo e, por meio do texto não verbal, revelou como a vítima é tratada por aqueles que praticam bullying. Além disso, os estudantes enfatizaram que as imagens empregadas no texto demonstram que quem mais sofre com esse impasse são crianças em idade escolar. Ademais, o texto escrito, de acordo com os discentes, convida o público-alvo a combater o bullying, reforçando por meio de verbos no imperativo a necessidade de as vítimas não se calarem.

Dando continuidade à avaliação, os alunos do grupo III evidenciaram a necessidade de os colegas do grupo IV redesenharem a propaganda. Consoante a eles, os textos verbal e não verbal necessitavam de uma melhor disposição para que chamassem ainda mais a atenção do público-alvo. Assim sendo, os colegas deveriam escrever as frases: “Combata o *bullying*. Denuncie!” abaixo do texto principal: “Não se cale! O silêncio é mais uma arma para o agressor.” Não obstante, acrescentar algo que reforçasse as ações de quem pratica o *bullying*. Nesse sentido, para eles, seria interessante acrescentar mãos apontando os dedos para a vítima, no caso, a criança que compõe o texto da propaganda.

Concluída as considerações do grupo III, abaixo encontra-se o desenho da propaganda do grupo quatro e, depois, o redesenho dela:

Figura 55 - Propaganda – desenho - do grupo IV.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Acatada a sugestão do grupo III, o grupo IV redesenhou, conforme exposto abaixo, a propaganda criada pelos seus componentes:

Figura 56 - Propaganda – redesenho - do grupo IV.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Os discentes do grupo IV formado pelos alunos: **A1, A4, A7 e A31** avaliaram a produção do grupo III. Eles afirmaram que a propaganda dos colegas ficou criativa, abordou o problema em pauta: “bullying”, chamando a atenção para a importância de se respeitar as diferenças e, por meio do texto não verbal, revelou como a vítima é tratada por aqueles que praticam bullying. Além disso, os discentes enfatizaram que o texto escrito convida o público-alvo a ser *antibullying*, levando-o a perceber que para que isso aconteça é necessário aceitar que as pessoas são diferentes.

Todavia, apesar de terem criado um bom texto, de acordo com o grupo, seria importante que os colegas redesenhassem a propaganda, no sentido de alterar a cor das letras que compõem a frase: “Seja *antibullying*”. Para os alunos, a cor vermelha ficou escura e, por isso, pouco visível, pois se misturou à cor roxa predominante no texto. Consoante ao grupo IV, a frase em questão deveria ser destacada com outra cor para que chamasse melhor a atenção do público-alvo de forma mais impactante.

Encerradas as observações do grupo IV, abaixo encontra-se o desenho da propaganda do grupo três e, depois, o redesenho dela:

Figura 57 - Propaganda – desenho - do grupo III.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Após aceitar a sugestão do grupo IV, o grupo III redesenhou, conforme exposto abaixo, a propaganda:

Figura 58 - Propaganda – redesenho - do grupo III.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Nesse contexto avaliativo, o envolvimento ativo e crítico dos estudantes evidenciou a capacidade de avaliação deles e, também, a disposição para contribuir para o aprimoramento do trabalho dos colegas, no sentido de redesenhá-lo.

Nesse contexto, vale destacar a sugestão do grupo IV para alterar a cor das letras na frase "Seja *antibullying*" e destacá-la. Essa atitude ressalta a importância dada à estética visual e à impactante comunicação do texto. Essa análise crítica não apenas identificou aspectos a serem melhorados, mas também propôs soluções concretas, evidenciando uma abordagem construtiva. Fato que mostra que o ciclo de observações, *feedback* e redesenhos entre os grupos ilustra uma prática de revisão e um engajamento colaborativo em busca de aprimoramento mútuo. Assim, percebe-se que a aceitação das sugestões, a aplicação dos redesenhos e a apresentação final dos trabalhos refletem uma atividade acadêmica que visa à preparação do educando para a participação ativa e crítica na sociedade, consoante ao que sugere tanto a BNCC quanto os princípios do LC.

Na sequência das avaliações, o grupo V formado pelos alunos: **A6, A10, A13 e A29** fez a análise da produção dos colegas do grupo VI. Os discentes afirmaram que consideraram a propaganda deles muito criativa, emocionante e sensível, porque eles representaram o problema, exatamente, onde ele normalmente acontece: na escola. Isso ficou explícito, de acordo com o grupo, quando foi usada a imagem de uma criança em idade escolar agachada e acuada, o que os deixou sensibilizados, refletindo sobre o quanto as vítimas sofrem com esse problema. Ademais, os avaliadores reforçaram que não só o texto não verbal - acompanhado de cores que representam tristeza e a gravidade do problema - ficou impactante como também o

verbal, uma vez que houve o emprego de frases curtas, mas fortes, as quais, segundo eles, convidam o público-alvo a agir, parando com atitudes de bullying e buscando, ao contrário disso, espalhar amor. Além do mais, deixaram evidente, por meio da frase “Um por todos e todos contra o bullying”, que esse problema é responsabilidade de todos. Logo, todos devem combatê-lo.

Não obstante, os estudantes do grupo V disseram que, apesar de a produção dos colegas ter ficado excelente, que o grupo deveria centralizar a frase que se encontra abaixo de “Espalhe amor”, para o texto ficar esteticamente mais atrativo, eliminando, na ocasião, o ponto final da frase anterior por não haver necessidade do uso dele.

Finalizadas as observações do grupo V, abaixo há o desenho da propaganda do grupo seis e, em seguida, o redesenho dela:

Figura 59 - Propaganda – desenho - do grupo VI.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Acatada a sugestão do grupo V, o grupo VI redesenhou, conforme exposto abaixo, a propaganda criada por seus componentes:

Figura 60 - Propaganda – redesenho - do grupo VI.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na esteira das avaliações das propagandas, foi a vez do grupo VI formado pelos discentes: **A8, A14, A17 e A24** avaliar a propaganda do grupo V. Para os alunos, a produção dos colegas apresentou de forma organizada o texto verbal e não verbal, buscou provocar o interlocutor para refletir sobre o problema do bullying, convidando-o, indiretamente, à denúncia de casos de bullying, por meio da frase “Não se cale.” Além disso, essa ideia foi reforçada quando foi dito que fazer o contrário disso significaria contribuir para que o impasse persistisse. De acordo com o grupo, o texto ainda mostra que o combate ao bullying é responsabilidade de todos, então, em virtude disso, as pessoas deveriam combatê-lo.

Por conseguinte, os alunos do grupo VI disseram achar interessante a mensagem em inglês, a qual atinge mais públicos, ou seja, aqueles que, se não entenderem a proposta em português, podem entendê-la em outra língua. Isso porque, no centro do anúncio, há um símbolo de proibição do *bullying*, mostrando que é proibido, por exemplo, o “*teasing*” que significa, de acordo com os estudantes, provocar; criar situações que incitem os outros. À vista disso, concluíram dizendo que o texto não necessitava de redesenho. Ele estava convincente em relação à intenção comunicativa.

Apresentadas as observações do grupo VI, abaixo encontra-se o desenho da propaganda do grupo cinco:

Figura 61 - Propaganda – desenho - do grupo V.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

A análise crítica dos alunos tanto do grupo V quanto do grupo VI em relação às propagandas elaboradas por eles evidenciou um crescimento significativo na forma de analisar esses textos. Tais análises demonstraram, assim como nas atividades anteriores deste bloco, que os estudantes conseguiram enxergar o uso de recursos semióticos como fundamentais na construção dos sentidos dos textos, conforme propõe, por exemplo, Dionísio (2011, p. 138), para o qual os recursos empregados na construção dos textos, como por exemplo do gênero

propaganda, exercem função retórica na formação de significados. Nesse contexto, vale destacar que os discentes do grupo V demonstraram uma compreensão madura desses recursos, reconhecendo a criatividade, emoção e sensibilidade na representação visual do problema do bullying na escola de que tratou em sua propaganda o grupo VI.

Diante disso, é importante salientar que a troca de textos entre os grupos, permeada pela análise crítica, reflete a proposta de Janks (2018) de promover tanto a crítica quanto o redesenho dos textos. A análise crítica realizada pelo grupo V representa o movimento de desconstrução, cujos alunos identificaram aspectos positivos nas propagandas, mas também outros que necessitavam de revisão, propondo, com isso, sugestões construtivas para aprimorar a comunicação pretendida por meio do texto. Isso se comprova quando houve a sugestão de centralizar uma frase para melhorar a estética visual dela.

Na esteira desse contexto, o grupo VI, ao receber as considerações do grupo V, aceitou a sugestão e procedeu ao redesenho da propaganda, configurando o movimento de redesenho preconizado por Janks (2018). Essa reconstrução colaborativa demonstra a riqueza do processo, pois não se limita à crítica isolada, mas incorpora a ação prática de ajustar e aprimorar a produção, resultando em uma melhoria na construção de sentido.

Assim, é imprescindível ressaltar que a troca de textos revelou-se enriquecedora à luz da BNCC e das teorias do LC, pois permite tanto a identificação de elementos persuasivos e retóricos como a oportunidade de desconstrução e reconstrução dos textos, contribuindo para o desenvolvimento das habilidades críticas e criativas dos alunos. Essa abordagem reflexiva e colaborativa, vale ressaltar, vai além da simples análise de textos, promove uma verdadeira ação transformadora no processo de análise e de produção de textos.

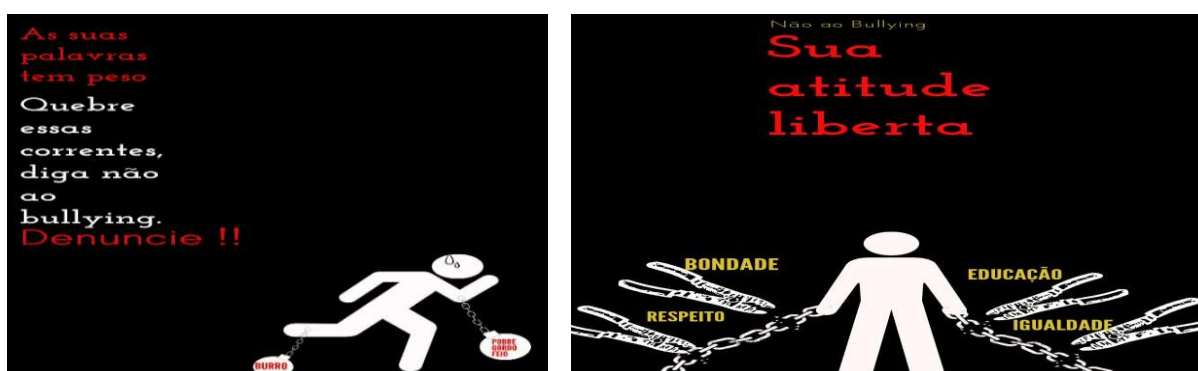
No âmbito das avaliações, o grupo VII formado pelos alunos: **A19, A20, A21 e A23** analisou a produção dos colegas do grupo VIII. Ao analisá-la afirmaram que ela havia ficado bastante envolvente dada a criatividade empregada no texto não verbal e verbal. Para os avaliadores, o texto chama a atenção para o fato de as pessoas que sofrem *bullying* estarem acorrentadas a uma situação muito difícil e para que elas se libertem seria preciso que os praticantes dissessem não ao problema, combatendo-o. Isso, para eles, é libertador e pode fazer a diferença na vida das vítimas. Além disso, disseram que os verbos no imperativo foram importantes para que o interlocutor entendesse que as ações dele é que farão a diferença, logo, seria necessário denunciar casos de bullying e agir com bondade, respeito, educação e igualdade. Palavras que compõem o corpo do texto da propaganda.

Diante do exposto, o grupo VII deixou claro que apesar de a propaganda dos colegas ter ficado excelente, com cores impactantes e coerentes com a problemática em pauta, sugeria

que o grupo VIII a redesenhasse. O redesenho, de acordo com eles, seria no sentido de modificar a cor das letras do verbo “denunciar”, diferindo-o das outras frases, a fim de dar ênfase ao que o interlocutor deveria fazer para combater o bullying, e destacar a frase “Sua atitude liberta”, escrevendo-a acima de “Não ao bullying”. De acordo com o grupo, essas mudanças deixariam o texto ainda mais envolvente, convincente e organizado, atendendo melhor aos objetivos pretendidos com a propaganda.

Explicitadas as observações do grupo VII, abaixo encontra-se o desenho da propaganda do grupo oito:

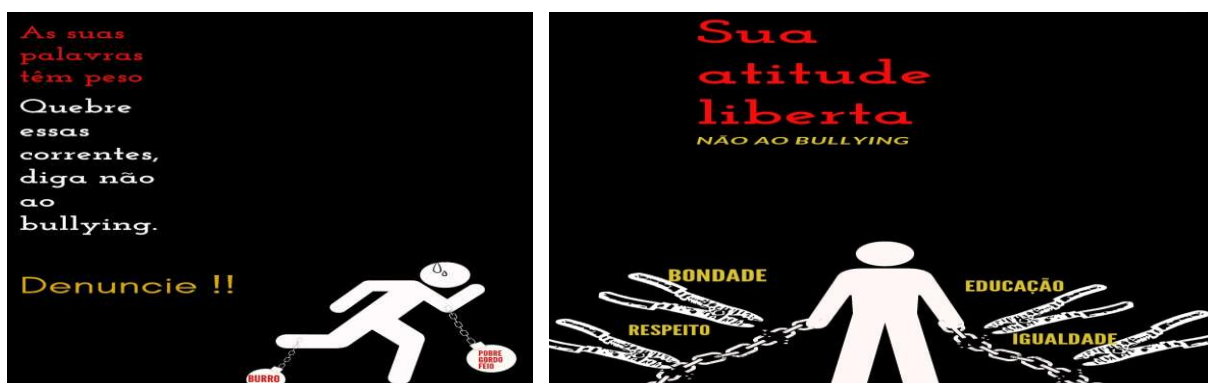
Figura 62 - Propaganda – desenho - do grupo VIII.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Acatada as sugestões do grupo VII, abaixo encontra-se o redesenho da propaganda do grupo oito:

Figura 63 - Propaganda – redesenho - do grupo VIII.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Na sequência das avaliações, o grupo VIII composto pelos alunos: A22, A25, A27 e A30 fez considerações acerca da propaganda do grupo VII. Os estudantes afirmaram que os colegas, em sua produção, apresentaram boa estratégia argumentativa, porque, por meio do texto não verbal, deixaram evidente que a prática do bullying é proibida. Além disso, os textos escritos convidam o interlocutor a não se calar, ou seja, a denúncia seria uma forma de combater

o problema e isso está explícito, de acordo com eles, nas frases: “Não se cale”, “Denuncie”. Nesse contexto, ainda afirmaram que a frase “Unidos contra o *bullying*” mostra que a responsabilidade do problema não é só de um ou de outro cidadão, mas de todos”, deixando subentendida a ideia de que, nas palavras deles, a “União faz a força contra o *bullying*” e, por fim, observaram que outra estratégia positiva foi a de motivar as pessoas a promover a empatia e o respeito nas escolas que é onde há mais casos de *bullying*.

Ao concluírem as observações a respeito da propaganda do grupo VII, os alunos apontaram para a necessidade de redesenho dela, no sentido de que, segundo eles, no texto havia repetição da frase “Unidos contra o *bullying*” e isso era desnecessário. Além disso, seria, na opinião deles, importante usar outro sinal de exclamação na frase “Não se cale” para torná-la mais chamativa e dar a sensação de que o anunciante estava reforçando a ideia da importância de denunciar.

Encerrada as observações do grupo VIII, abaixo encontra-se o desenho da propaganda do grupo sete:

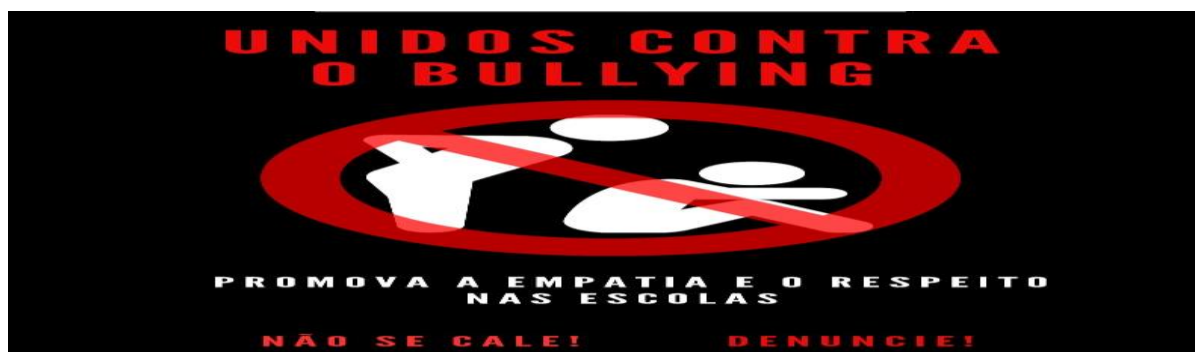
Figura 64 - Propaganda – desenho - do grupo VII.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Acatada a sugestão do grupo VIII, o grupo VII redesenhou, conforme exposto abaixo, a propaganda criada pelos seus componentes:

Figura 65 - Propaganda – redesenho - do grupo VII.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

A análise crítica realizada pelos alunos dos grupos VII e VIII em relação às propagandas desenvolvidas por eles revela um processo de avaliação colaborativo, em consonância com as teorias de Janks (2018) sobre construir e reconstruir os textos, desenhá-los e redesenhá-los.

No âmbito das avaliações, o grupo VII analisou a propaganda do grupo VIII e elogiou sua envolvimento, destacando a criatividade presente nos elementos verbais e não verbais. Os alunos avaliadores ressaltaram que o texto evidencia a difícil situação das pessoas vítimas de bullying, enfatizando a necessidade de dizer não a esse problema e agir contra ele. Para eles, isso é libertador e pode impactar positivamente a vida das vítimas.

Além disso, o grupo VII observou a importância dos verbos no imperativo para transmitir a ideia de que as ações individuais fazem a diferença, sugerindo denunciar casos de bullying e agir com bondade, respeito, educação e igualdade. Embora tenham elogiado a excelente qualidade da propaganda, propuseram um redesenho para enfatizar ainda mais o assunto, sugerindo mudanças na cor das letras e no posicionamento de frases específicas, alinhando-se assim à proposta de Janks (2018) de promover a crítica e o redesenho dos textos.

O grupo VIII, por sua vez, ao analisar a propaganda do grupo VII, destacou a boa estratégia argumentativa empregada nela. Elogiou a evidência de que a prática do bullying é proibida, motivando o interlocutor para não se calar, ressaltando que o problema é responsabilidade de todos, logo, deve ser compartilhado por todos na luta contra o bullying. No entanto, os avaliadores apontaram a repetição desnecessária de uma frase e sugeriram ajustes para tornar o texto mais impactante, propondo um novo sinal de exclamação e eliminando a redundância, também seguindo a premissa de Janks (2018) sobre reconstrução dos textos.

Ambos os grupos acataram as sugestões de redesenho, demonstrando um processo colaborativo de ajustes para aprimorar a comunicação e atender aos objetivos da propaganda. Esse intercâmbio de análises e ajustes vai ao encontro das atividades desenvolvidas por Augusto (2019), uma vez que os discentes se valeram de elementos constitutivos presentes, no gênero discursivo, para produzir suas próprias reconstruções, com base no redesenho, de Janks (2010), durante a fase da produção textual. Nesse contexto, é importante considerar as diretrizes tanto da crítica quanto do redesenho de textos, pois elas contribuem para o desenvolvimento das habilidades críticas e criativas dos alunos, conforme a BNCC. Essa abordagem reflexiva e colaborativa vai além da simples análise, provocando uma verdadeira transformação no processo de análise crítica e produção de textos, como já evidenciado em outras situações neste contexto.

Por fim, era a vez do último grupo - IX - formado pelos discentes: **A26, A28, A37** e

38 avaliar a propaganda de outro grupo e, também, ser avaliado, porém, como o número de grupos era ímpar, não houve essa possibilidade, então, eles sugeriram falar sobre as estratégias argumentativas empregadas na produção do texto deles e ouvir a opinião dos colegas a respeito da propaganda criada por eles. Assim foi feito. De acordo com os membros do grupo IX, em sua propaganda foram empregadas estratégias que envolviam texto verbal e não verbal. No verbal, houve o uso de frases curtas que, consoante aos alunos, tinham o propósito de convidar o interlocutor a refletir sobre o fato de as pessoas serem diferentes, logo, deveriam ser respeitadas e não discriminadas. Além disso, houve o emprego de frases que convidavam as pessoas para agir contra o bullying. Para eles essa foi uma maneira de tentar inculcar a ideia de combate a esse problema, apelando para o sentimento de reflexão no interlocutor.

Não obstante, em relação ao texto não verbal, o grupo afirmou que buscou inserir imagens que mostravam que as pessoas são diferentes e que isso não deve impedi-las de viver em harmonia, respeitando umas às outras. Além disso, afirmaram que as cores que selecionaram se deram, porque entenderam que são representativas de harmonia, de felicidade e não o contrário. Por fim, disseram que sua produção tinha o mesmo propósito dos demais grupos que era o defender uma opinião contra ações que machucam as pessoas.

Encerrada a exposição do grupo IX, abaixo, encontra-se explicitada a figura da propaganda criada pelos componentes dele, a qual encontra-se em formato de mural, porque os estudantes perderam o arquivo do texto que estava no celular, apresentaram esta que foi transformada, assim como as propagandas dos demais alunos, em murais que foram espalhados pela unidade escolar:

Figura 66 - Propaganda - desenho - do grupo IX.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Dessa forma, após a exposição dos alunos do grupo IX, alguns outros estudantes fizeram colocações sobre a propaganda dos colegas, a qual, de acordo eles, não necessitava de

redesenho. Para eles, o texto estava convincente, porque tratou o problema em pauta de forma atrativa, revelando, por meio de imagens, de cores diversas e de palavras que as diferenças entre as pessoas existem e que é necessário respeitá-las. Além do mais, afirmaram que houve o emprego de frases que chamam a atenção do interlocutor para que ele respeite as pessoas e pare de agir praticando o bullying, porque não as respeitar significa não aceitar que os outros são diferentes, conforme explicitado na frase em destaque no texto.

Assim, vale salientar que a atividade culminou com a revisão final das propagandas pelos próprios grupos, seguida da exposição delas nos murais espalhados pela escola, conforme sugerido por alguns estudantes durante a aula. Subsequentemente, os textos foram submetidos a uma votação por meio de uma enquete no aplicativo *Google Forms*, consoante ao explicitado abaixo das figuras representativas dos murais. Tal enquete permitiria à comunidade escolar eleger apenas uma propaganda para ser amplamente divulgada nas redes sociais.

Nesse contexto, vale destacar que todos os alunos se envolveram na preparação dos murais, consoante ao exposto nas figuras a seguir e, também, na elaboração da enquete no *Google Forms*:

Figura 67 - Estudantes reunidos no pátio da escola, produzindo os murais.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Logo a seguir, encontram-se expostos os murais criados pelos grupos de alunos:

Figura 68 - Murais criados pelos alunos para divulgação de suas propagandas na escola.





Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Logo que os discentes concluíram os murais, foi aberta uma enquete no aplicativo *Google Forms* (para ser compartilhada nos grupos de *whatsApp* da escola) com o objetivo de a comunidade escolar - servidores, militares, coordenadores, gestores, professores, alunos e pais - votar na propaganda que considerasse mais bem elaborada, atrativa e convincente acerca da temática em pauta, a fim de que ela fosse compartilhada nas redes sociais, considerando sua capacidade de atingir um amplo público e provocar reflexões e ações positivas na comunidade escolar e além dela. Segue representação imagética do formulário:

Figura 69 - Formulário para escolha de propaganda pela comunidade escolar.

Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Diante disso, ao perceber a importância da tarefa desempenhada pelos discentes, uma docente da disciplina de História sugeriu que a propaganda escolhida não só fosse publicada nas redes sociais, mas transformada em adesivos para que pudessem ser colados nos veículos

dos pais e/ou de outros cidadãos que fossem à escola. Assim, a proposta de combate ao bullying ganharia, de acordo com ela, uma dimensão ainda maior. Nesse contexto, a docente sugeriu, ademais, que fosse promovido um momento para que tais adesivos fossem distribuídos. Ocasão que ela denominou “Adesivação”. A sugestão foi acatada de forma muito positiva e empolgada pelos discentes. Destes, dois disseram que poderiam pedir aos pais deles - donos de empresas que trabalham com plotagem e adesivos diversos - para doar o material necessário para o evento.

Posto isso, a votação aconteceu com a participação de 348 (trezentos e quarenta e oito) votantes, os quais deveriam responder ao formulário, marcando uma alternativa com a seguinte instrução: Após a observação atenta das propagandas, deixe a sua opinião sobre qual delas você escolheria para ser publicada nas redes sociais e, também, ser transformada em adesivo. Além disso, os votantes deveriam apontar, de modo opcional, uma alternativa que revelasse por qual motivo determinada propaganda havia sido escolhida. Segue representações imagéticas do formulário:

Figura 70 - Formulário para escolha de propaganda pela comunidade escolar e para justificativa da escolha.

The figure consists of two screenshots of a Google Forms survey. The top screenshot shows a question titled "Após a observação atenta das propagandas, deixe a sua opinião sobre qual delas você escolheria para ser transformada em um adesivo." (After the attentive observation of the advertisements, leave your opinion on which one you would choose to be transformed into a sticker). The question is a multiple-choice type with two options: "Grupo 1" and "Grupo 2". Each option has a small image of a poster. The bottom screenshot shows a section titled "A escolha da propaganda se deu porque:" (The choice of the advertisement was because:). It is a list-type question with five options, each with a checkbox:

- é criativa, chama a atenção do interlocutor, faz um apelo a ele, atraindo-o para refletir sobre o problema ...
- revela uma crítica social.
- tem o propósito de persuadir o leitor, influenciando-o a agir no combate a uma causa.
- é chamativa e tem o objetivo de conscientizar sobre um problema social.
- busca gerar no interlocutor uma mudança de comportamento.

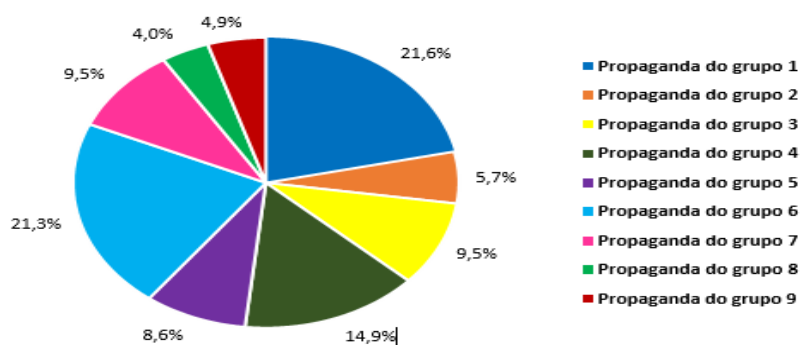
Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*

Dos trezentos e quarenta e oito participantes, 21,6% escolheram a propaganda do grupo

I; 21,3%, a do grupo VI; 14,9%, a do grupo IV; 9,5%, a do grupo III e do grupo VII; 8,6%, do grupo V; 5,7% a do grupo II, 4,9% a do grupo IX e, por fim, 4% a do grupo VIII.

Segue abaixo o gráfico 5 representando os resultados da votação para a escolha da melhor propaganda produzida pelos grupos:

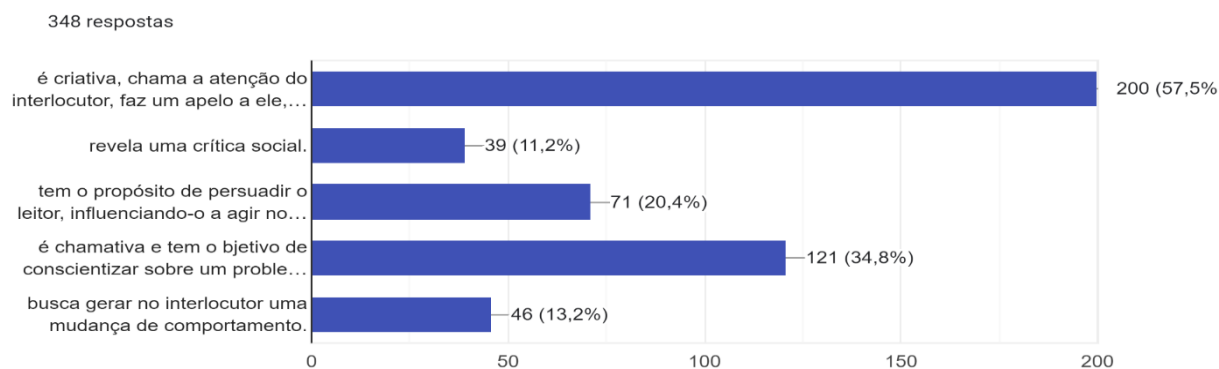
Gráfico 3 - Representativo das escolhas das propagandas pela comunidade escolar



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Com base no exposto no gráfico, notou-se que a propaganda escolhida pela comunidade escolar foi a do grupo I, a qual segundo 21,6% dos participantes, tratava-se de uma propaganda criativa, que chamava a atenção do interlocutor, fazia um apelo a ele, atraindo-o para refletir sobre o problema social apresentado. Essa observação está evidenciada, na figura abaixo, a qual revela outras justificativas dos votantes a respeito dos outros textos analisados também:

Gráfico 4 - Justificativas das escolhas da propaganda 1 pela comunidade escolar



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

A seguir, reproduzo a propaganda escolhida pela comunidade escolar:

Figura 71 - Propaganda escolhida pela comunidade escolar.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

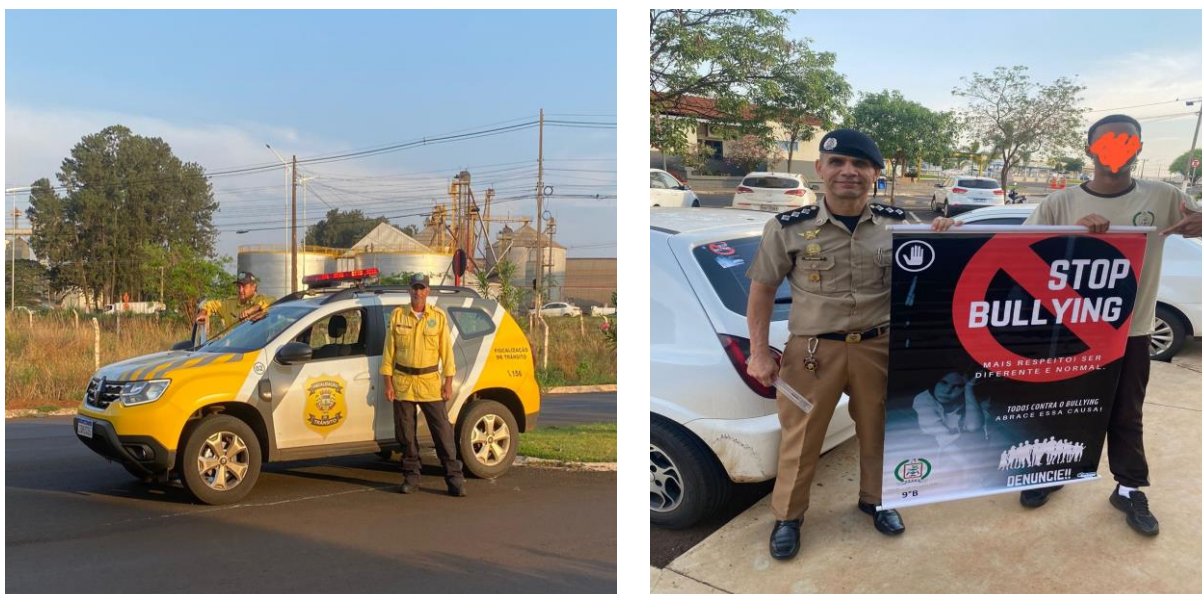
Escolhida a propaganda, ela foi exposta por meio de banner nas dependências da unidade escolar, por meio de adesivos colados nos carros que adentravam à escola e, também, nas redes sociais, onde obteve mais de mil visualizações no *reel* de apresentação. No dia do “adesivaço”, a professora de Matemática e de História, enquanto aguardavam as suas turmas voltarem de um treinamento militar que ocorria na quadra do colégio, com o consentimento da coordenação, acompanharam toda a movimentação no pátio da unidade para que tudo ocorresse, consoante ao planejado. Além disso, o professor de Ciências, o qual estava de horário vago naquele momento, se ofereceu para colaborar com o evento, junto aos policiais militares e aos agentes de trânsito - convidados por eles -, a fim de assegurar que todos os estudantes pudessem realizar a tarefa sem risco de eventual acidente de trânsito quando da colocação dos adesivos. Este, vale destacar, foi um evento bastante envolvente, pois todos se empenharam para que a atividade de língua portuguesa por meio do gênero discursivo propaganda ganhasse um desfecho surpreendente e cheio de empolgação por parte de todos os envolvidos. A seguir encontram-se as figuras que demonstram as participações no “adesivaço”:

Figura 72 - Exposição do banner da propaganda escolhida pela comunidade escolar.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Figura 73 - Agentes de trânsito, e militar, apoiando, na entrada da escola, o “adesivação”.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Figura 74 - Alunos, professores e militares, reunidos para realizar o “adesivação”.



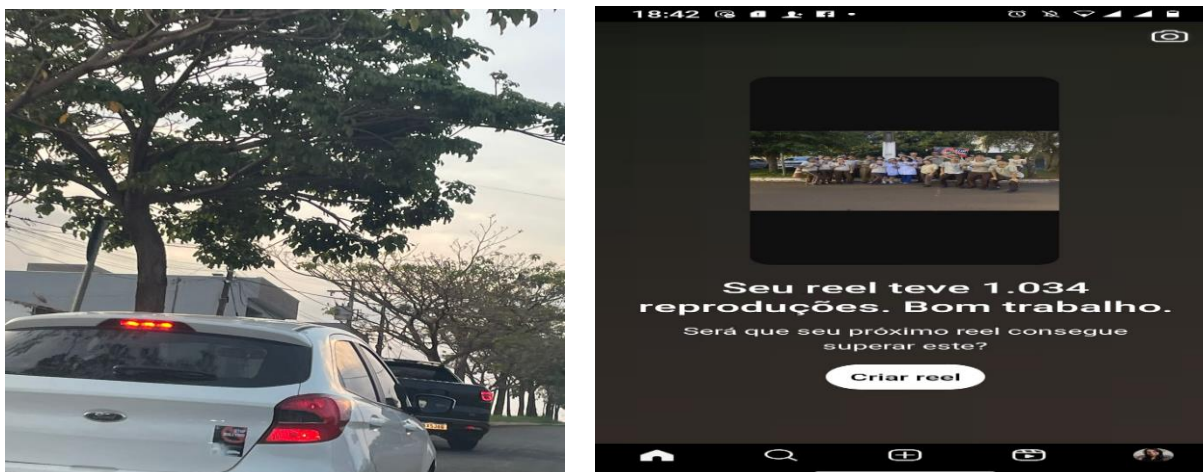
Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Figura 75 - Alunos realizando o “adesivação”.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Figura 76 - Propaganda nas ruas e nas redes sociais.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

Durante o desenvolvimento deste bloco, as atividades empreendidas revelaram-se extraordinariamente enriquecedoras, uma vez que proporcionaram aos estudantes uma experiência prática e interdisciplinar. Isso porque houve o engajamento dos alunos nas tarefas propostas e, também, a participação de profissionais de outras áreas do conhecimento, elementos que desempenharam papel significativo no êxito deste evento.

Nesse sentido, vale considerar que, desde o princípio, foi estabelecida uma atmosfera de diálogo aberto, promovendo uma comunicação envolvente sobre as atividades que seriam realizadas. Isso permitiu que a proposta de investigar um tema relevante nas dependências da escola, visando à criação de uma propaganda, refletisse o comprometimento genuíno dos alunos, culminando em produções textuais notavelmente criativas, críticas e persuasivas, conforme preconizam as teorias do LC. Nesse sentido, faz-se necessário ressaltar que a condução de uma investigação dentro da escola mostrou-se uma escolha acertada, destacando-se pela sua capacidade de aproximar os alunos da realidade escolar e estabelecer um vínculo direto com a comunidade educativa. Nessa perspectiva, conforme ressaltado por Abreu (2006, p. 45), é fundamental reconhecer a importância da adaptação ao público-alvo como um princípio essencial na arte da argumentação. Assim, por meio dessa interação, os alunos não só puderam compreender as opiniões dos diversos membros da comunidade escolar, mas também foram estimulados a expressar suas próprias ideias, contribuindo para a riqueza da experiência proposta. Tais atividades, portanto, desempenharam um papel significativo no desenvolvimento dos alunos, proporcionando-lhes uma aprendizagem mais profunda e contextualizada.

Ademais, vale evidenciar que a participação ativa da professora de Matemática na organização das respostas às perguntas direcionadas à comunidade escolar e na sugestão de utilizar os resultados para criar gráficos em uma futura atividade reforçou a integração entre

diferentes disciplinas, fortalecendo a compreensão dos alunos sobre a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em diversas áreas do currículo escolar.

Não obstante, na esteira desse contexto, é imprescindível afirmar que o envolvimento da docente de História no desenvolvimento da atividade por meio do gênero discursivo propaganda, também, enriqueceu o trabalho, ampliando o alcance da propaganda criada pelos discentes. Isso possibilitou que mais pessoas tivessem contato com a proposta e, por conseguinte, refletissem sobre a problemática em pauta, contribuindo potencialmente para seu combate.

Posto isso, nota-se, ademais, que a proposta de criação de uma propaganda relacionada ao tema escolhido pela maioria da comunidade escolar, o "Combate ao bullying", evidenciou, dentre tantas coisas, a capacidade de síntese e ação dos estudantes em atender aos anseios coletivos. Vale ressaltar que o fato de todos os entrevistados terem opinado positivamente sobre a importância de atividades que promovam a reflexão e a mudança de postura em relação a uma problemática social evidenciou a relevância desse tipo de abordagem no contexto educacional. Além disso, a etapa de criação de propagandas permitiu aos grupos mergulharem no tema relevante, expressando opiniões de forma criativa e promovendo uma consciência crítica tão essencial em linha com os princípios defendidos pelo LC e a BNCC, nos dias de hoje.

Ademais, ainda no cenário deste encontro, torna-se premente ressaltar a avaliação por pares. Esta não apenas demonstrou respeito dos alunos pela diversidade de perspectivas, mas também possibilitou o desenvolvimento deles, no que concerne a uma consciência crítica e profunda defendida por Janks (2010, 2011) em torno dos textos em pauta (propagandas). Isso se comprova quando os alunos foram perspicazes em perceber os aspectos técnicos das propagandas, como a adequação ao tema e à linguagem e a reconhecer a importância dos elementos persuasivos usados na defesa de um ponto de vista. Então, na esteira desse contexto, é notável que a troca de textos entre os grupos possibilitou, também, a compreensão de como diferentes visões podem influenciar a interpretação em um texto e fazer com que ele seja mantido ou redesenhado.

Dessa forma, é necessário enfatizar, nesse sentido, que o processo de redesenhar os textos após receber feedback dos colegas foi crucial para o desenvolvimento da consciência crítica dos estudantes, nesta aula, conforme preconiza Janks (2018). Essa prática evidenciou a disposição dos discentes em revisar e aprimorar suas próprias ideias, instigando-os a questionar suas premissas iniciais e a considerar diferentes abordagens para transmitir o sentido pretendido com a produção. Esse ciclo de aprimoramento constante reflete a habilidade de avaliar e ajustar discursos, uma competência valiosa no contexto da formação crítica proposta

tanto por Janks quanto pelas teorias do LC de modo geral.

Assim, torna-se imprescindível enfatizar que, durante o desenvolvimento das atividades deste bloco, as atividades foram, sem dúvida, enriquecedoras em vários aspectos, inclusive, no que tange à criatividade dos estudantes. Eles se manifestaram de maneira expressiva na elaboração das propagandas, abordando o tema sensível do *bullying* com sensibilidade e riqueza de argumentação. Tudo isso se destacou quando a sugestão de questões para a comunidade escolar e a votação para escolher a propaganda a ser divulgada ocorreu, conferindo um caráter democrático à atividade e ressaltando a importância de cada voz. Além disso, vale considerar a extensão da reflexão para além dos muros da escola, envolvendo a comunidade. Fato que reforçou a ideia de que a educação é uma responsabilidade coletiva, conforme defende Freire (2006).

Diante do exposto, em resumo, o desenvolvimento das atividades transcendeu a simples transmissão de conhecimento, configurando-se como uma experiência que promoveu a consciência crítica dos educandos e destacou o poder da colaboração e da reflexão. Isso porque o engajamento dos alunos na produção da propaganda não apenas atendeu às demandas sugeridas ao longo da aula, mas também abraçou as necessidades mais amplas da comunidade escolar, revelando-se inspirador.

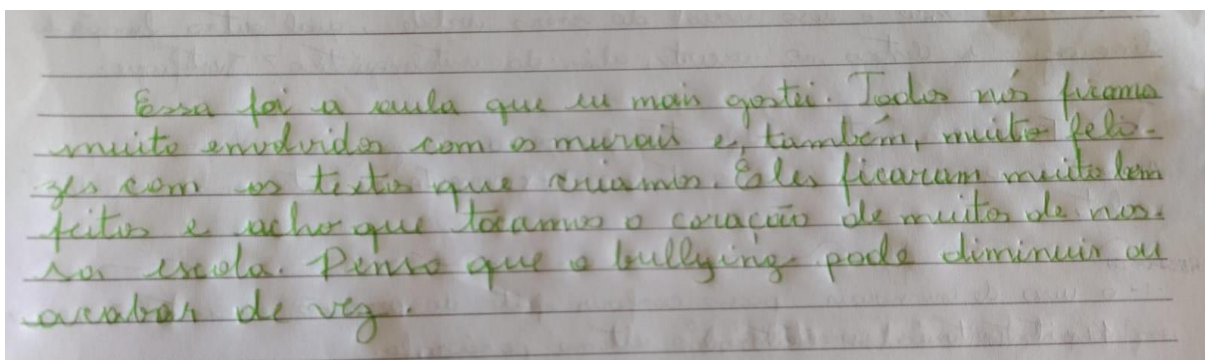
Logo, foi possível observar o quanto é fundamental buscar o desenvolvimento de atividades educacionais que incentivem o olhar crítico dos estudantes, levando-os a, como afirma Janks (2010, p. 183), ler contra e a favor do conteúdo, da forma e dos interesses do texto, destacando que o processo de desconstrução e reconstrução é contínuo e contribui para o crescimento intelectual e colaborativo dos discentes. Situação que, vale ressaltar, no ciclo de desenhar, analisar, redesenhar e discutir, com certeza, aprimorou as habilidades críticas dos alunos e capacitou-os para decodificar e recriar significados em um mundo saturado de informações, consolidando a ideia da BNCC, a qual versa que a educação não deve apenas transmitir conhecimento, mas formar cidadãos capazes de compreender, questionar e transformar a realidade que os cerca.

Para concluir o relato e a análise deste bloco, apresento, por meio de imagens, o depoimento de alguns alunos acerca do que fizemos neste bloco “e”. Tais depoimentos foram escritos no diário de campo e compartilhados pelos discentes com a turma em um momento de aula, quando todos receberiam as orientações para a atividade proposta para o próximo encontro.

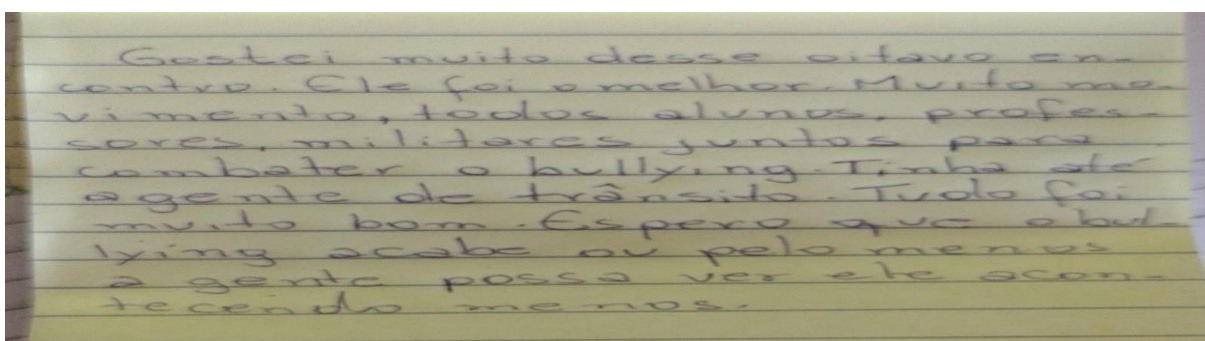
Alguns alunos afirmaram que esse bloco foi um dos melhores, porque os textos produzidos, segundo eles foram, muito bons, criativos e convincentes. Com isso, acreditavam

ter tocado o coração de muitos, inclusive de pessoas da comunidade escolar, possibilitando o combate às ações de *bullying*. Outros discentes afirmaram, na ocasião que perceberam que para convencer as pessoas a mudarem de atitude na sociedade e sobre qualquer assunto, não é algo tão simples, “é preciso sabedoria, criatividade e um bom senso crítico”. Diante do exposto, seguem as imagens que ilustram alguns dos referidos depoimentos:

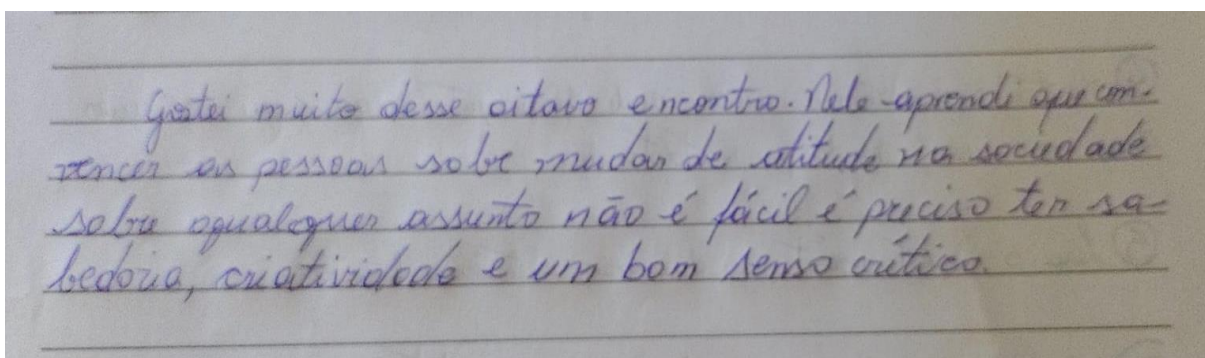
Figura 77 - Depoimentos dos estudantes A7, A21, A33, sobre o bloco “e”.



Essa foi a aula que eu mais gostei. Todos nós ficamos muito envolvidos com os murais e, também, muito felizes com os textos que criamos. Eles ficaram muito bem feitos e acho que tocamos o coração de muitos de nós na escola. Penso que o bullying pode diminuir ou acabar de vez.



Gostei muito desse encontro. Ele foi o melhor. Muito movimento, todos alunos, professores, militares juntos para combater o bullying. Tinha até agente de trânsito. Tudo foi muito bom. Espero que o bullying acabe ou pelo menos a gente possa ver ele acontecendo menos.



Gostei muito desse encontro. Nele aprendi que convencer as pessoas sobre mudar de atitude na sociedade sobre qualquer assunto não é fácil e preciso ter sabedoria, criatividade e um bom senso crítico.

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

5.6 Bloco F: Avaliação da participação nas atividades da proposta didática

Este bloco, cujo propósito é o de que os estudantes possam avaliar a participação da comunidade escolar e deles no trabalho por meio do gênero propaganda, foi desenvolvido em 2 (duas) horas/aula, as quais foram estruturadas para permitir aos estudantes - em um primeiro momento fazer uma retomada a respeito do que os membros da comunidade escolar, no bloco anterior, responderam sobre a relevância do trabalho por meio o gênero propaganda

desenvolvido na escola, a fim de motivá-los a refletirem acerca das respostas dadas e a se posicionarem criticamente quanto ao exposto.

Dessa forma, a aula foi iniciada com uma motivação aos alunos, levando-os a comentarem sobre a conclusão a que chegaram a respeito do posicionamento positivo de todos os entrevistados da comunidade escolar em relação a trabalhos desenvolvidos na escola que visam, como este, por meio do gênero discursivo propaganda, a instigar as pessoas a refletirem sobre suas ações e a agirem de forma diferente em relação ao trato com os outros na sociedade. Diante do exposto, alguns discentes fizeram as seguintes colocações:

(67) A12: Todos que a gente entrevistou falaram que trabalhos como o que a gente estava fazendo devem continuar, porque muita coisa pode mudar. Então, entendo que é preciso insistir em tentar fazer as pessoas agirem com mais bondade, e a escola é um lugar para isso.

A7: As pessoas disseram que trabalhos assim devem continuar. Eu acho que elas pensam que isso é igual o ditado que diz “Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura”. Ou seja, a gente tem que continuar fazendo as pessoas refletirem sobre as atitudes delas. Só assim elas vão mudar.

A33: Penso que as pessoas que a gente entrevistou sabem que se a gente não fizer nada sobre os problemas que acontecem na sociedade, com certeza, eles vão continuar. Por isso, que elas defendem que esses trabalhos são importantes nas escolas.

(Trecho de gravação do dia 22/08/2023)

Os comentários dos discentes em torno do posicionamento da comunidade escolar acerca de trabalhos que devem continuar a serem desenvolvidos na escola revelaram-se críticos, uma vez que os discentes apresentaram argumentos consistentes e bem fundamentados, para justificar o porquê de os entrevistados, na opinião deles, defenderem a continuidade dos referidos trabalhos. Eles demonstraram uma compreensão aprofundada dessas questões quando, afirmaram na SD67 que os entrevistados concordam com essas atividades, porque, consoante a eles, muita coisa pode mudar, logo, concluiu que isso só acontecerá se houver persistência em realizar tais atividades que buscam promover a reflexão e a mudança de comportamento. Os alunos evidenciaram, ademais, a compreensão de que a escola desempenha um papel crucial na formação de indivíduos mais conscientes e compassivos. Esse pensamento consoante aos princípios do LC, comprova que os estudantes desenvolveram uma capacidade de ler não só os textos, mas também o mundo de forma crítica e transformadora.

Nesse sentido, vale salientar que os estudantes utilizaram uma metáfora interessante ao comparar o que pensa a comunidade escolar em torno de trabalhos realizados na escola com o ditado "Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura". Essa analogia sugere que, mesmo diante de resistências, eles entendem que é fundamental persistir nas ações que promovem a reflexão e a mudança de comportamento. Esse raciocínio está em sintonia com a abordagem da BNCC, que preconiza a formação integral dos alunos, incluindo o desenvolvimento de

habilidades socioemocionais. Isso significa que além de aprender conteúdos acadêmicos, os estudantes também devem desenvolver habilidades como empatia, resolução de conflitos, colaboração e autoconhecimento, essenciais para uma formação completa e para o exercício da cidadania.

Portanto, os comentários dos discentes evidenciaram que eles conseguiram compreender o porquê de a comunidade escolar defender os trabalhos como os realizados por meio do gênero discursivo propaganda. Ou seja, nesse contexto, os educandos foram convincentes ao deixarem claro que sabem defender os seus pontos de vista, o que é importante para que se possa exercer cidadania. Logo, vale ressaltar que os comentários deles em relação ao posicionamento da comunidade escolar refletem uma postura crítica e consciente em relação ao papel da escola na formação de cidadãos engajados e reflexivos. Suas argumentações evidenciaram uma compreensão profunda da necessidade de uma postura proativa em relação ao seu próprio papel na sociedade.

Diante do exposto, vale destacar que, ao dar continuidade à aula, em um segundo momento, os estudantes foram convidados a compartilhar suas opiniões sobre o trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda. Eles foram estimulados a expressarem suas próprias impressões a respeito disso, destacando as contribuições que deram e apontando aspectos positivos e negativos percebidos no processo. Sobre esse momento, a seguir, encontram-se explicitados os depoimentos de alguns discentes:

(68) A4: Gostei muito do trabalho, porque teve coisas que eu não sabia sobre propagandas e aprendi bastante, como convencer as pessoas. Isso é muito difícil, a gente precisa saber o que usar no texto para tocar a emoção delas. Mas achei que a professora passou muitas questões e isso me deixou com um pouco de cansaço.

A7: Eu aprendi muita coisa. Sobre como a gente deve ler os textos. Eles às vezes têm intenções que a gente não percebe na hora. Então, temos que ler com atenção para não sermos enganados. Não gostei da quantidade de questões, mas sei que para aprender o que a gente precisava elas foram necessárias.

A15: Achei tudo muito interessante, inclusive, quando a gente foi entrevistar as pessoas da escola e fazer a propaganda com o assunto que elas escolheram. Isso foi para mim muito bom, porque a gente aprendeu que temos que ouvir as pessoas. O problema que elas passam pode ser o de mais gente. Então, podemos ajudar a combater isso. Achei que foram muitas perguntas. Isso me cansou um pouco.

A1: Esse trabalho muito bom, porque envolveu todo mundo, desde os militares, coordenadores, professores, pais até nós, alunos. Penso que sempre tem que ter trabalhos assim, porque a gente aprende muito até como defender a nossa opinião. Isso é importante, porque nem sempre a gente sabe como fazer isso e aprendemos muito, trabalhando em grupos e individualmente. Não vi pontos negativos nesse trabalho.

A19: Gostei muito desse trabalho. Nós aprendemos que as propagandas são importantes na sociedade e é um texto que ajuda a gente a refletir muito sobre os problemas que acontecem no nosso dia a dia. Elas são uma forma de ajudar a combater esses problemas com criatividade e argumentos que envolvem imagens e palavras também.

(Trecho de gravação do dia 22/08/2023)

Diante dos depoimentos dos alunos, torna-se necessário afirmar que o trabalho realizado por meio do gênero discursivo propaganda, sugerido nesta pesquisa, permitiu que o propósito de promover leituras críticas e reflexivas, bem como de desenvolver a capacidade de argumentar criticamente, posicionando-se em defesa de um ponto de vista aconteceu. Isso ficou claro, consoante ao exposto na SD68, quando os estudantes expressaram uma variedade de impressões sobre o trabalho, demonstrando terem adquirido novos conhecimentos e habilidades durante o processo. Os alunos destacaram o aprendizado sobre como persuadir as pessoas por meio dos textos, reconhecendo a complexidade desse processo. Da mesma forma, ressaltaram a importância de ler os textos com atenção para não ser enganado, evidenciando uma compreensão mais profunda sobre as intenções por trás das propagandas.

Além disso, os alunos reconheceram o papel essencial das propagandas na sociedade e sua capacidade de promover reflexões sobre os problemas do cotidiano. Visão que reflete os dizeres de Pinho (1990), a respeito desse gênero textual que têm uma capacidade de transformar por meio de sua influência as ações das pessoas a sociedade. Logo, os depoimentos dos alunos refletem não apenas uma compreensão aprofundada do gênero trabalhado, mas também uma consciência crescente sobre o seu poder argumentativo capaz de abordar questões sociais importantes. Isso sugere que o trabalho foi eficaz em estimular o pensamento crítico e o engajamento dos alunos, preparando-os para participarem ativamente da sociedade como cidadãos conscientes e informados.

Encerrado esse segundo momento, na sequência, no terceiro, em grupos, os estudantes foram instruídos a discutirem sobre como percebiam as propagandas e como passaram a vê-las quanto ao modo como se apresentam nos contextos sociais e a registrarem suas impressões por meio de resposta a um questionário (Apêndice 2) disponibilizado em folha de papel sulfite xerocopiada. Diante dessa sugestão, um dos discentes propôs que o questionário fosse feito na plataforma *Google Forms*. De acordo com ele, seria mais interessante e todos responderiam mais animados, já que usariam seus celulares e/ou os computadores da escola e não teriam de responder às questões manualmente. A ideia foi aceita e compartilhada com os demais alunos, os quais também acharam melhor. Todavia, como o formulário ainda seria criado, os estudantes foram orientados a se reunirem para discutirem sobre suas impressões acerca das propagandas, de posse do questionário na folha de papel sulfite com as cópias das questões para se familiarizarem com elas e, em casa, responderem via celular ou computador às perguntas.

Assim, na plataforma virtual, as questões, conforme combinado, foram respondidas. Os discentes tiveram de assinalar algumas alternativas que revelassem suas impressões e conclusões após os estudos acerca do gênero discursivo propaganda, mostrando se o trabalho

por meio dele contribuiu para o desenvolvimento do olhar crítico que se deve ter sobre os textos que circulam socialmente. Então, mediante o exposto, abaixo encontram-se as questões, cujas cópias foram distribuídas aos alunos, em grupos, na sala de aula, e disponibilizadas na plataforma *Google Forms*. Tais questões estão explicitadas junto aos gráficos emitidos pela plataforma para que se possa visualizar a porcentagem de alunos participantes e as respostas dadas por eles:

A primeira pergunta visava a que os estudantes respondessem como viam as propagandas antes de o trabalho por meio dela ter começado. Acerca dessa questão, dos 38 alunos, 52,6% deles afirmaram que às vezes se interessavam pelo gênero em pauta enquanto 34,2% raramente prestava atenção nele, 7,9% frequentemente o achavam interessante e, por fim 5,3% dos alunos sempre o ignoraram:

Gráfico 5 - Referente à primeira questão do questionário avaliativo

1. Antes de começar o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda, como você costumava vê-lo? (Escolha uma das opções)

 Copiar

38 respostas



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

A respeito da segunda questão, por sua vez, a qual tinha como objetivo que os alunos respondessem como a percepção deles sobre as propagandas mudou após o trabalho por meio delas, dos 38 estudantes, 57,9% afirmaram que agora passaram a se interessar mais por elas, já 36,8% frequentemente as acham mais interessantes e 5,3% (2 alunos) ainda raramente prestam atenção nelas:

Gráfico 6 - Referente à segunda questão do questionário avaliativo

2. Como sua percepção sobre as propagandas mudou após o trabalho por meio delas? (Escolha uma das opções)



38 respostas



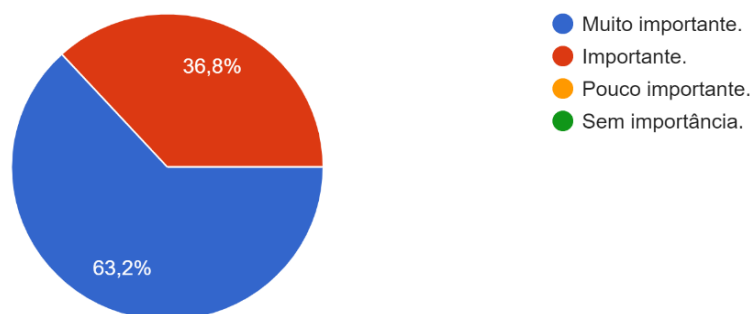
Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Em relação à terceira questão, a qual sugeria que os discentes respondessem como eles avaliavam o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda, após a sua realização, as respostas foram: dos 38 estudantes, 63% deles afirmaram que passaram a considerá-lo como muito importante, enquanto 38% como importante:

Gráfico 7 - Referente à terceira questão do questionário avaliativo

3. Após o trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda, como você o avalia?

38 respostas



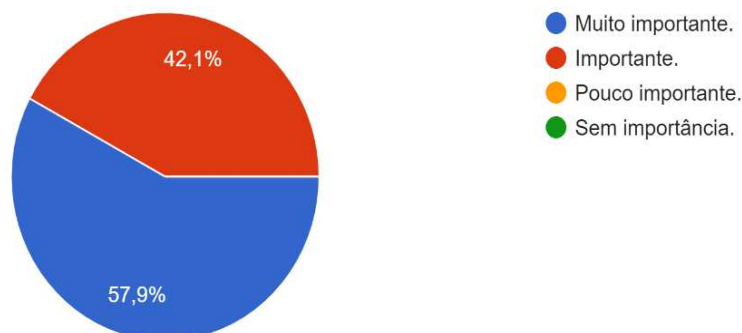
Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

No tocante à quarta questão que visava a que os alunos respondessem se o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda havia contribuído para o aprendizado deles de forma muito importante, importante, pouco importante ou sem importância, as respostas foram as explicitadas a seguir: dos 38 educandos, 63,2% disseram que o trabalho contribuiu de forma muito importante, enquanto 36,8% como importante:

Gráfico 8 - Referente à quarta questão do questionário avaliativo

4. As atividades desenvolvidas por meio do gênero discursivo propaganda contribuíram para o seu aprendizado de forma:

38 respostas



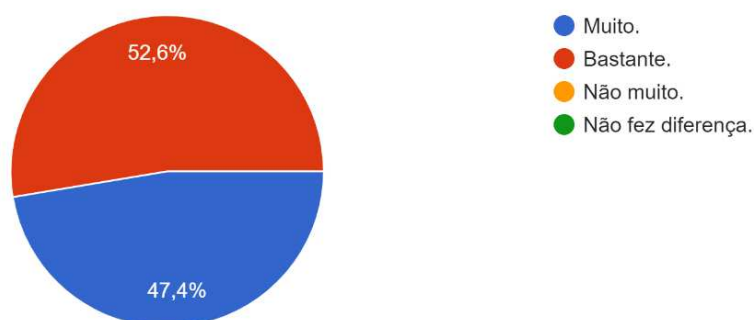
Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Na sequência, a quinta questão, cujo objetivo era o de que os estudantes respondessem se achavam que o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda havia permitido que eles tivessem o seu olhar crítico desenvolvido, as respostas foram: dos 38 alunos, 52,6% responderam que havia permitido bastante e 47,4%, muito:

Gráfico 9 - Referente à quinta questão do questionário avaliativo

5. Você acha que o trabalho por meio das propagandas permitiu o desenvolvimento de seu olhar crítico sobre os textos, em especial, desse gênero?

38 respostas



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Na continuidade das questões, a sexta pergunta foi abordada. A respeito dela, os discentes teriam de responder se após o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda, eles passaram a considerá-lo como uma forma eficaz de persuasão. À vista desse questionamento, as respostas se resumem em: dos 38 alunos, 55,3% afirmaram que passaram a considerar o gênero propaganda como uma forma muito eficaz de persuasão, 42,1%, como

bastante persuasivo e, por fim, 2,6% (1 estudante) como um gênero que não faz diferença.

Gráfico 10 - Referente à sexta questão do questionário avaliativo

6. Após o trabalho por meio das propagandas, você as considera como uma forma eficaz de persuasão?



38 respostas



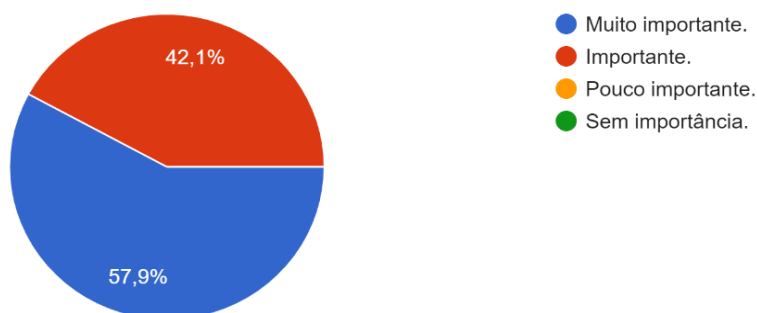
Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Quanto à sétima questão, a qual visava a que os estudantes respondessem como o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda havia influenciado a visão deles sobre a importância desse gênero discursivo na sociedade, ou seja, como ele passou a ser considerado por eles, as respostas foram: dos 38 discentes, 57,9% afirmaram que as propagandas passaram a ser consideradas como muito importantes e para 42,1%, como importantes:

Gráfico 11 - Referente à sétima questão do questionário avaliativo

7. Como o trabalho por meio do gênero propaganda influenciou sua visão sobre a importância desse gênero discursivo na sociedade? Ele passou a ser considerado:

38 respostas



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

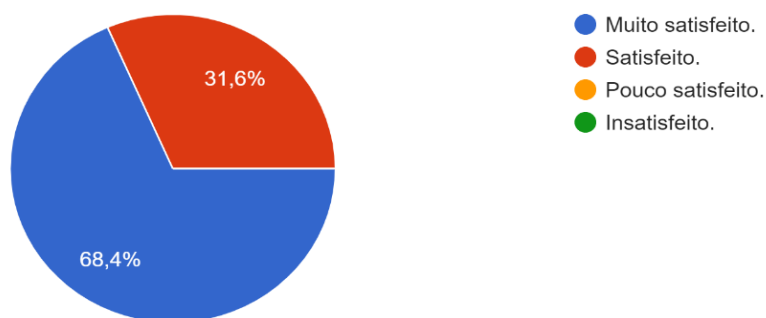
No que concerne à oitava e penúltima questão, cujo objetivo era o de que os alunos respondessem se, de modo geral, eles estavam satisfeitos com a experiência de ter trabalhado por meio do gênero discursivo propaganda, as respostas foram: dos 38 alunos, 68,4% afirmaram

que sim, estavam muito satisfeitos, enquanto, 31,6% satisfeitos.

Gráfico 12 - Referente à oitava questão do questionário avaliativo

8. Como um todo, você está satisfeito (a) com a experiência de trabalhar por meio do gênero discursivo propaganda? (Escolha uma das opções)

38 respostas



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

A nona questão, por sua vez, foi salientada. A respeito dela, os discentes deveriam responder se o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda deveria continuar a ser desenvolvido na escola por outros professores e, também, a outras séries. Em torno desse questionamento, as respostas foram: dos 38 alunos, 92,1% afirmaram que sim, 5,3% (2 alunos) disseram que de vez em quando e 2,6% (1 aluno) que não:

Gráfico 13 - Referente à nona questão do questionário avaliativo

9. O trabalho por meio do gênero propaganda deve continuar a ser desenvolvido na escola por outros professores e ser estendido a outras séries?



38 respostas



Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

Por fim, vale salientar que, ao encerrar o questionário, os alunos poderiam escrever alguma observação e/ou comentário acerca do trabalho realizado por meio do gênero discursivo propaganda. Posto isso, alguns deles fizeram seus registros, os quais encontram-se explicitados abaixo:

Figura 78 - Observações/comentários dos discentes, acerca do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda desenvolvido.

Espaço destinado a alguma observação / comentário acerca do trabalho realizado por meio do gênero propaganda.

8 respostas

1. Eu gostei muito das orientações da professora sobre a propaganda achei muito interessante e de grande aprendizado o trabalho realizado. Consigo agora enxergar as propagandas de um jeito diferente e visualizá-las melhor.

2. Estou muito satisfeita em fazer parte desse projeto tão importante!!

3. O projeto da professora Gláucia, contribuiu para minha aprendizagem. Saber diferenciar propaganda e publicidade, foi um dos grandes feitos que me ajudou muito e agora sei de sua importância na sociedade e como é importante defender nossas ideias de diferentes maneiras.

4. O trabalho com as propagandas me ajudou a perceber que devemos ficar atentos sobre que acontece na sociedade. Tem muitos problemas nela que a gente não vê ou não dá atenção e com as propagandas, podemos enxergar eles e tentar ajudar a mudar a realidade para melhor.

5. Achei o trabalho envolvendo as propagandas muito importante. A gente consegue ver coisas, como os problemas sociais que a gente não via antes. Além disso, podemos ver como as pessoas são criativas para nos convencer.

6. Todos os professores deveriam trabalhar esse gênero para os alunos aprenderem interpretar melhor textos verbais e não verbais e saber que para persuadir alguém é preciso saber como, por exemplo, usando imagens, cores, frases, verbos, letras diferentes etc.

7. Esse trabalho deve continuar para que todos aprendam a interpretar esses textos que falam muito sobre como é a vida na nossa sociedade. Ela tem muito problemas, mas podemos ajudar a resolvê-los, usando várias formas, como as propagandas.

8. Eu achei esse trabalho fundamental para nossa aprendizagem. Ele nos ensinou que devemos saber ler os textos, interpretá-los e tirar nossas próprias conclusões para decidirmos sobre como agir na sociedade, de acordo com o que pensamos e não como as pessoas querem que a gente pense.

Fonte: Formulário criado pela pesquisadora no *Google Forms*.

O desenvolvimento do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda revelou-se uma experiência enriquecedora e transformadora para os alunos, como evidenciado em seus depoimentos e nas respostas ao questionário avaliativo. Percebeu-se um notável crescimento na compreensão e apreciação dos estudantes em relação a esse texto persuasivo, preparando-os, na perspectiva do Letramento Crítico (LC), para interagir de forma consciente diante dos diversos

desafios sociais e das diferentes perspectivas, possibilitando uma leitura crítica do mundo ao seu redor, conforme preconizado por Menezes de Souza (2011).

É digno de consideração, inicialmente, destacar a diversidade de percepções dos alunos, refletindo uma compreensão multifacetada do tema em questão. Isso se comprova quando os estudantes, por exemplo, ressaltaram a complexidade da persuasão, reconhecendo a importância de emocionar o público-alvo, revelando uma apreciação mais profunda das nuances da linguagem dos textos da esfera publicitária. Esta que, de acordo com Pinho (1990, p.19) consiste “no conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor.”

Além disso, os estudantes evidenciaram uma habilidade aprimorada na leitura crítica ao mencionar a percepção das intenções ocultas nos textos publicitários. Essa capacidade de discernir as intenções veladas é crucial para desenvolver uma visão crítica e resistir a possíveis manipulações, alinhando-se aos estudos do LC, que propõem um ensino focalizado no uso social da linguagem, permitindo que o sujeito atue de acordo com suas próprias maneiras de pensar. Ideia defendida por Abreu (1999), para o qual é fundamental ao sujeito o gerenciamento de suas relações sociais, de suas razões e emoções, por meio de ideias convincentes e/ou persuasivas.

Assim, nesse contexto, é importante evidenciar, além do mais, a experiência prática mencionada pelos alunos, envolvendo entrevistas e a criação de propagandas baseadas em problemas reais. Eles destacaram a conexão entre a sala de aula e a realidade social. Essa prática não só promove a compreensão do gênero discursivo, mas também a aplicação prática dos conceitos aprendidos, em consonância com as teorias do LC e da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

Nesta seara, vale ressaltar que os discentes destacaram a abrangência do trabalho, envolvendo alunos, militares, coordenadores, professores e pais. Essa perspectiva mais ampla reflete a importância de projetos que englobem a comunidade escolar, contribuindo para uma compreensão holística da sociedade, conforme defendido por Freire (2006) e Jordão (2013).

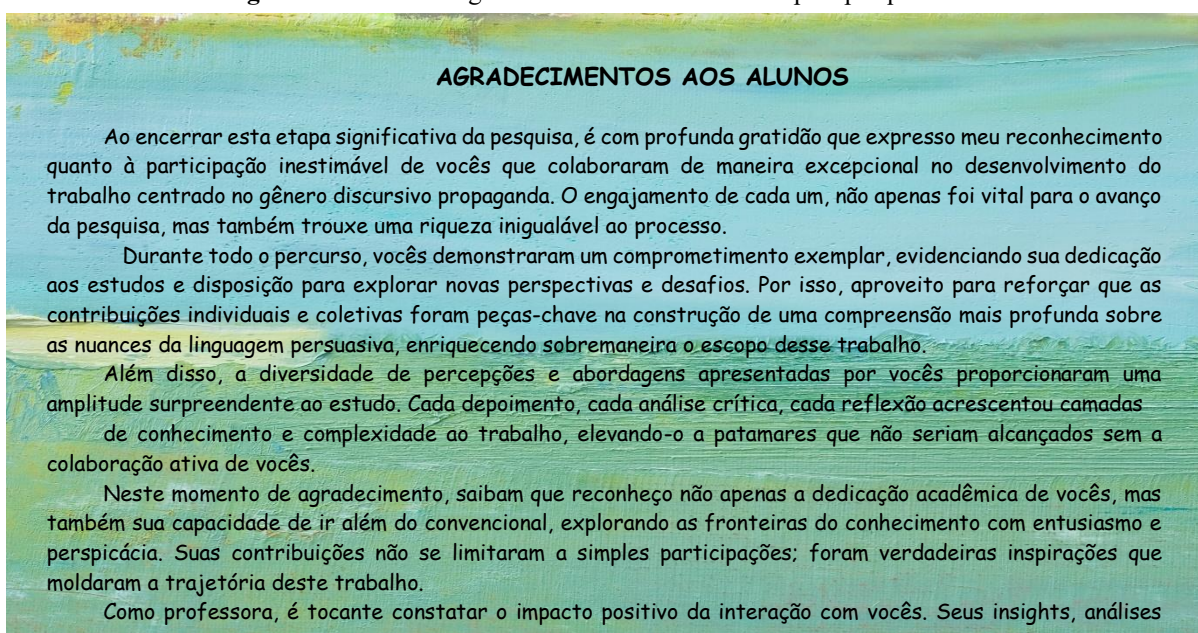
Diante do exposto, é crucial enfatizar que os resultados do questionário forneceram evidências significativas do impacto positivo do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda. A maioria dos alunos expressou um aumento no interesse por propagandas, considerou o trabalho fundamental para o aprendizado e acreditou que contribuiu para o desenvolvimento de seu olhar crítico. Além disso, os comentários adicionais dos discentes no final do questionário destacaram a relevância do trabalho, sugerindo sua continuidade. Dessa

forma, é preciso considerar que essas observações ressaltaram a importância de aprender a interpretar textos verbais e não verbais, reconhecendo a criatividade envolvida na persuasão e a necessidade de se posicionar criticamente na sociedade, fazendo valer os direitos do cidadão, os quais, envolvidos em um processo de interação social, argumentando, podem contribuir para a diminuição de discórdias, posicionando-se criticamente, consoante a Abreu (1999), de modo a promover o entendimento entre as pessoas.

Portanto, diante das colocações dos estudantes em torno do trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda, percebeu-se o que a BNCC enfatiza quanto a pertinência de promover a participação ativa dos estudantes em atividades de leitura com demandas crescentes. Essa abordagem não apenas amplia o repertório de experiências e conhecimentos dos discentes, mas também fortalece a capacidade deles de aplicar esses saberes diante de novos textos. Dessa forma, compreende-se que a diversidade de práticas adotadas no trabalho com propaganda contribuiu para a formação da criticidade dos alunos participantes, alinhando-se aos princípios da BNCC, os quais sugerem a promoção de uma atividade pedagógica voltada para uma leitura cada vez mais crítica e contextualizada e para a promoção do olhar crítico dos alunos, o que está de acordo com os objetivos desta pesquisa.

Encerrada a participação dos discentes no momento de avaliação do trabalho por meio do gênero discursivo propaganda, eles, na aula seguinte, que ocorreu no dia 23 de agosto 2023 receberam a devolutiva das respostas dadas ao questionário avaliativo e os agradecimentos quanto à participação nas atividades propostas nesta pesquisa. Dessa forma, foi entregue aos discentes um texto elaborado pelo docente, o qual encontra-se abaixo. O referido texto foi lido para eles:

Figura 79 - Texto de agradecimento aos alunos feito pela pesquisadora.



críticas e questionamentos instigantes não só impulsionaram o desenvolvimento do trabalho, mas também desafiaram a mim e aos demais (professores de outras áreas que se dispuseram a contribuir com a realização das atividades sugeridas) a repensar e aprimorar constantemente nossas práticas pedagógicas, uma vez que como afirma Paulo Freire, isso contribui para a formação do aluno enquanto sujeito do processo educacional.

Assim, ao encerrar esta etapa do trabalho, expressei minha mais profunda gratidão a vocês que, com empenho pelo aprendizado e comprometimento, participaram, verdadeiramente das atividades, enriquecendo a pesquisa a que me propus desenvolver. Cada um de vocês deixou uma marca indelével nesta jornada, e a conclusão desta etapa é tanto um tributo à dedicação de vocês quanto um estímulo para futuras explorações.

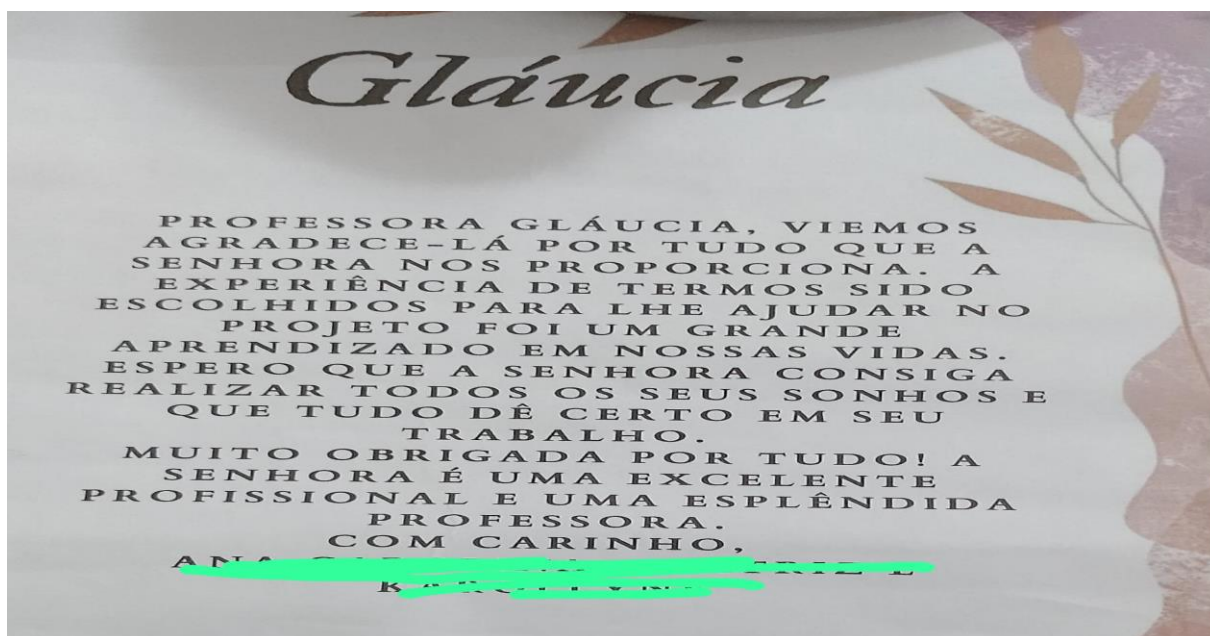
Que este agradecimento ressoe como um reconhecimento formal e como uma expressão sincera de apreço por todos que contribuíram para a realização deste estudo. Que cada discente envolvido se sinta parte desta pesquisa e um agente crucial na construção do conhecimento e da visão crítica acerca do mundo no qual está inserido. O caminho percorrido juntos foi significativo, e o legado dessa colaboração perdurará muito além deste ponto de conclusão, refletindo-se no constante avanço do saber.

Encerro esta etapa com um coração pleno de agradecimento e uma mente ansiosa pelas possibilidades que o futuro reserva, ciente de que, juntos, construímos algo verdadeiramente especial. Que este momento de agradecimento seja tanto um ponto de chegada quanto um ponto de partida para novas descobertas e realizações.

A todos vocês envolvidos, meu mais profundo e sincero obrigado.

Após a leitura desse texto, os alunos aplaudiram o momento e agradeceram também pela participação no trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda, lendo um texto que eles escreveram. Um estudante se propôs a ler a produção em nome da turma e após a leitura, entregar a cópia dela à docente. Tal cópia encontra-se abaixo ilustrada:

Figura 80 - Texto criado pelos estudantes em agradecimento pela participação no trabalho por meio do gênero discursivo propaganda.



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora.

6 REFLEXÃO SOBRE A PESQUISA

O panorama educacional contemporâneo tem passado por grandes transformações, notadamente a partir da implementação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) e da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Essas mudanças buscam assegurar aos alunos o acesso a conhecimentos fundamentais para sua plena participação cidadã. Nesse contexto, é crucial ressaltar que a condução do processo de ensino-aprendizagem torna-se imperativa diante da necessidade de formar estudantes capazes de agir socialmente, posicionar-se de maneira crítica e engajar-se ativamente nas diversas esferas da sociedade.

Diante desse contexto desafiador, educadores têm se empenhado no aprimoramento de práticas pedagógicas voltadas para a promoção da leitura, da escrita e da consciência crítica dos estudantes. Contudo, apesar desse comprometimento, é perceptível que muitos alunos enfrentam desafios ao buscar desenvolver habilidades cruciais para sua participação efetiva na vida em sociedade, especialmente no tocante à expressão de opiniões persuasivas. Essa realidade reflete a intrincada natureza do trabalho com a língua portuguesa, cuja habilidade argumentativa se destaca como elemento fundamental. O desafio, portanto, reside na necessidade de desenvolver essas competências de forma significativa e eficaz, uma vez que a prática docente, ainda enfrenta obstáculos, muitas vezes associados a métodos tradicionais que priorizam a gramática normativa em detrimento da interatividade e da construção colaborativa do conhecimento.

À vista disso, vale salientar o Mestrado Profissional em Letras, Profletras. Por meio dele somos desafiados a identificar e a enfrentar ativamente as crescentes necessidades educacionais. Este desafio nos impulsiona a desenvolver propostas de atividades alinhadas às exigências do cenário educacional contemporâneo. Assim sendo, o impacto do Profletras transcende o aspecto profissional, ampliando nossas habilidades de análise, reflexão e comunicação para além do ambiente escolar, capacitando-nos a ser agentes de transformação em nossas comunidades.

Dessa forma, ao promover um trabalho com vistas para uma educação mais justa, inclusiva e crítica, o Profletras busca moldar não apenas nossa trajetória profissional, mas também influenciar profundamente nossas vidas e atuações como educadores. Assim, durante o curso e a elaboração de nossas dissertações, seguimos a orientação de fundamentar nossas práticas em teorias e métodos que valorizam e consideram as necessidades dos alunos, respeitando sua diversidade cultural, reconhecendo a riqueza das múltiplas culturas presentes em nossas salas de aula, buscando, com isso, criar um ambiente que estimule a compreensão intercultural e promova a equidade no processo educativo.

Nesse contexto, como estudante do Mestrado Profissional em Letras, faz-se premente ressaltar que esse processo se destacou como um agente transformador na minha formação como professora e no desenvolvimento de práticas pedagógicas inovadoras. Ao oferecer uma jornada de conhecimento e reflexão, ele me preparou para enfrentar os desafios da educação do século XXI e para contribuir de forma significativa para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva. Essa condição não apenas me motiva, mas também me coloca diante do constante desafio de desenvolver propostas de atividades alinhadas às exigências do cenário educacional contemporâneo.

Nesse viés, resalto que, ao longo do curso e durante a elaboração de minha dissertação, segui a orientação de fundamentar minha prática em teorias e métodos que não somente valorizassem, mas complementassem as necessidades dos discentes, levando em conta a diversidade cultural deles. Diante disso, é imperativo considerar a riqueza das múltiplas culturas presentes em nossas salas de aula, criando um ambiente que estimula a compreensão intercultural e promove a equidade no processo educativo.

Dessa forma, torna-se oportuno enfatizar que, na atuação como educadores de ensino básico, é comum elaborar estratégias para intervir nas dinâmicas de sala de aula. No entanto, frequentemente essas abordagens enfrentam dificuldades para atingir os objetivos pretendidos. Portanto, o desenvolvimento efetivo dessas estratégias demanda conhecimentos teóricos e metodológicos que sustentem a criação de materiais didáticos abrangentes. Nesse contexto, a presente pesquisa propôs uma resposta aos desafios identificados na prática docente, concentrando-se no desenvolvimento da competência argumentativa dos estudantes do 9º ano do ensino fundamental por meio do gênero discursivo propaganda.

A escolha desse gênero visou explorar estratégias argumentativas presentes nas propagandas, promovendo o desenvolvimento da habilidade de argumentar com base em dados, informações confiáveis e produção textual. Buscou-se compreender como a linguagem persuasiva das propagandas pode ser uma ferramenta eficaz para o ensino da argumentação. Vale salientar que a abordagem enunciativo-discursiva de linguagem adotada neste trabalho destaca a importância de relacionar os textos aos seus contextos, promovendo uma leitura crítica da realidade e conscientizando os alunos sobre o funcionamento do gênero propaganda até a análise das estratégias argumentativas nele utilizadas.

Assim, a proposta didática sugerida almeja não só ensinar a produzir propagandas, mas, além disso, desenvolver uma consciência crítica sobre como esses textos influenciam a opinião pública. Logo, essa pesquisa não se limitou a identificar as dificuldades existentes, mas também ofereceu subsídios para superá-las, explorando o potencial do gênero discursivo

propaganda como ferramenta pedagógica. Ademais, iluminou os desafios enfrentados e propôs caminhos para um aprendizado mais significativo, preparando os estudantes para uma participação cidadã ativa e crítica.

Diante disso, é necessário ressaltar que ao buscar uma mudança emancipatória, partindo da percepção das dificuldades dos alunos em relação à leitura e à escrita argumentativa, utilizando o arcabouço teórico de maneira crucial para investigar obstáculos e desenvolver uma proposta didática inovadora. Diante disso, reconhecendo a importância da leitura crítica, esta pesquisa visou refletir sobre possíveis caminhos para solucionar impasses no que tange à arte de argumentar e persuadir, utilizando o corpus analisado para revelar como os discursos circulam socialmente e a significância do desenvolvimento de uma leitura crítica que permita aos educandos lidar eficazmente com esses discursos.

Nesse contexto, vale destacar que, durante o desenvolvimento das atividades de leitura, análise crítica e produção de propagandas, enfrentamos alguns desafios significativos relacionados ao acesso à internet. Em determinados momentos, devido à falta de sinal, algumas atividades não puderam ser realizadas, conforme o planejado. No entanto, esses contratemplos não foram motivo para desmotivar os estudantes, que demonstraram um engajamento admirável ao persistirem nas tarefas propostas.

Além das questões de conectividade, também lidamos com a necessidade de alguns alunos se ausentarem das aulas devido às exigências das atividades militares. Apesar dessas interrupções temporárias, foi notável a rapidez com que os estudantes retornavam e retomavam o trabalho proposto. Esse comprometimento e determinação foram verdadeiramente gratificantes, pois evidenciaram o empenho dos alunos na pesquisa em andamento e na construção do conhecimento coletivo.

Essas experiências ressaltam a importância da resiliência e da adaptabilidade em face dos desafios que podem surgir durante o processo educacional. Ao enfrentarmos essas dificuldades juntos, fortalecemos não apenas nossas habilidades acadêmicas, mas também nossa capacidade de superar obstáculos e alcançar nossos objetivos com sucesso.

Nesse sentido, volto a ressaltar que todo esse processo me permitiu, guiada pelo Profletras, enxergar a educação como muito mais do que apenas um conjunto de disciplinas a serem ensinadas. Ele me mostrou que educar vai além de transmitir conhecimentos; é também sobre cultivar valores, estimular o pensamento crítico e promover a transformação social. Ao longo dessa jornada, esse Programa de Mestrado contribuiu para o aprimoramento de minha prática docente e moldou minha essência como educadora, inspirando-me a ser uma agente de mudança, um farol de esperança para os que buscam conhecimento. Isto posto, afirmo que esse

foi não somente um programa acadêmico, mas uma jornada de descoberta, crescimento e impacto, que continuará a influenciar positivamente minha vida e minha missão como educadora, hoje e sempre.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação foi motivada pela convicção de que a leitura e a escrita são práticas sociais que devem transcender os limites escolares, requerendo abordagens significativas e eficazes para seu ensino e para aqueles que delas se beneficiam.

Assim, este estudo questionou de que forma uma abordagem de leitura e escrita centrada no gênero discursivo propaganda pode auxiliar no desenvolvimento da habilidade de argumentar dos discentes, fomentar o protagonismo juvenil e o engajamento deles na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para enfrentamento desses problemas, nas aulas de língua portuguesa.

Para responder a essa questão de pesquisa, parti dos estudos realizados sobre os pressupostos do Letramento Crítico (Janks, 2006, 2011; Menezes de Souza, 2011; Jordão, 2013; Monte-Mór, 2011; Lopes; Andreotti; Menezes de Souza, 2006); sobre a argumentação (Abreu, 1999, 2006), sobre gêneros (Bakhtin, 2011) e sobre o gênero propaganda (Pinho, 1990; Sandmann, 2007; Dionísio, 2011). Também levei em conta o que é proposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN (Brasil, 1998) e na Base Nacional Comum Curricular - BNCC (Brasil, 2018). Utilizei esses referenciais teóricos para elaborar e desenvolver uma proposta didática de ensino de Língua Portuguesa, utilizando o gênero propaganda, aplicada a alunos do 9º ano de uma escola pública. Este processo envolveu a geração, coleta e análise de dados relevantes.

Diante disso, vale ressaltar que, considerando que o estudo das estratégias argumentativas aplicadas à leitura e à produção de textos construídos segundo as convenções do gênero discursivo propaganda, possibilita ao educando o desenvolvimento de sua capacidade argumentativa, promovendo uma ideia, influenciando na mudança de crenças, de atitudes, de valores, a partir da argumentação que lhe é inerente, apoiei-me no arcabouço teórico mencionado.

Nesse sentido, com o intuito de alcançar os propósitos desta pesquisa, foram delineados os seguintes objetivos específicos: a) investigar se e como o desenvolvimento da proposta mencionada pode contribuir para que alunos do 9º ano adquiram consciência de como, por que e segundo os interesses de quem textos do gênero propaganda podem funcionar; b) explicitar as marcas linguístico-discursivas características do gênero propaganda e os efeitos de sentido por elas produzidos; c) identificar as diferentes estratégias argumentativas utilizadas em propagandas; d) examinar se, na produção de propagandas, os alunos utilizam diferentes estratégias argumentativas para defender uma ideia e persuadir seu interlocutor, de modo a influenciá-lo a agir de determinada forma, se levam em conta as especificidades do gênero, o

desenho, o redesenho e a crítica.

Tais objetivos foram atingidos por meio da elaboração e desenvolvimento da proposta e da análise dos resultados, portanto, apresento sumariamente, os principais resultados.

No tocante ao objetivo “a”, constatei que o desenvolvimento da proposta mencionada pode contribuir para que alunos do 9º ano adquiram consciência de como, por que e segundo os interesses de quem textos do gênero propaganda podem funcionar. Isso porque os estudantes demonstraram familiaridade não apenas com o gênero propaganda, mas também com os meios de sua circulação. Além disso, conseguiram identificar as características específicas do gênero, como seus propósitos comunicativos, o uso de recursos verbais e não verbais, e seus efeitos persuasivos sobre o leitor. Percebi, além do mais, um conhecimento deles sobre o potencial persuasivo das propagandas. Isso demonstrou que explorar o gênero em sala de aula, visando desenvolver nos estudantes uma visão mais crítica do conteúdo abordado nele, capacitou-os a discernir e a resistir à influência desses textos. Assim ficou evidente a importância da implementação de atividades que proporcionam aos alunos a oportunidade de se engajarem na prática da leitura crítica, resultando em um posicionamento alinhado aos princípios do LC de forma mais ampla. Em outras palavras, possibilitar a eles oportunidades significativas de envolvimento ativo na prática da leitura crítica, indo além das atividades tradicionais de leitura e escrita na sala de aula, o que está previsto na BNCC que sugere que a escola ofereça aos alunos oportunidades de engajar-se em leituras que apresentam demandas cada vez mais complexas, o que lhes permite expandir seus conhecimentos prévios. Isso porque, ao entrar em contato com novos textos, os alunos são desafiados a mobilizar suas experiências anteriores, práticas de leitura e conhecimentos adquiridos, aplicando-os em novas situações de leitura.

No tocante ao objetivo “b”, foi possível concluir que os alunos demonstraram um entendimento das marcas linguístico-discursivas características do gênero em pauta e dos efeitos de sentido por elas produzidos ao longo das discussões e análises realizadas. Eles demonstraram reconhecer elementos visuais e estilísticos como slogans impactantes, cores marcantes e imagens provocativas, que são utilizados para atrair a atenção do público-alvo e sugerir sentidos implícitos, o que demonstrou que os alunos se mostraram conhecedores das técnicas persuasivas inerentes ao gênero. Além disso, os discentes foram capazes de relacionar os recursos visuais com a argumentação, compreendendo as estratégias de persuasão e como elas influenciam a percepção do público acerca do assunto propagado.

Os educandos também levaram em conta a seleção de recursos linguísticos, fraseológicos e gramaticais, reconhecendo que esses elementos não apenas compõem o texto, mas também moldam a maneira como ele é recebido e interpretado pelo público. Assim, é

possível afirmar que os discentes não se contentaram em arranhar a superfície do conteúdo, eles exploraram as nuances da linguagem e da retórica empregadas nele, entendendo sua relevância na construção de significados e na interação com o contexto social.

Com relação ao objetivo “c”, foi possível perceber, por meio do desenvolvimento da pesquisa, que os estudantes demonstraram saber identificar as diferentes estratégias argumentativas utilizadas em propagandas. Eles reconheceram as técnicas de persuasão empregadas e a importância das representações dos problemas sociais nesses textos, destacando a inclusão de elementos que visavam despertar sentimentos como solidariedade, respeito ao próximo e preocupação com o meio ambiente, por exemplo. Eles observaram que esses elementos persuasivos têm o poder de sensibilizar o público e motivá-lo a agir em prol do bem comum. Além disso, identificaram a diversidade de problemas sociais abordados nas propagandas e compreenderam como esses desafios são representados por meio de recursos linguísticos e visuais. Nesse sentido, vale destacar que reconheceram a importância dessas representações na provocação de reflexão e na estimulação de ações para lidar com os problemas apresentados, os quais requerem mudanças urgentes.

Essas observações dos alunos refletem, portanto, a compreensão sensível e crítica das representações presentes nas propagandas analisadas. Eles notaram a utilização da persuasão para promover ideologias e valores específicos, bem como a importância dos recursos argumentativos na motivação tanto da ação individual quanto coletiva do público-alvo. Assim, sendo, os estudantes demonstraram uma compreensão profunda das estratégias argumentativas nas propagandas.

Na sequência, no que tange ao objetivo “d”, os estudantes demonstraram ter reconhecido a importância de uma abordagem crítica e reflexiva na escrita, que vai além da mera transmissão de informações para englobar uma análise cuidadosa das estruturas de poder e dos discursos dominantes. Ao produzirem as propagandas, utilizaram diferentes estratégias argumentativas em suas produções para defender suas ideias e persuadir seu interlocutor. Compreenderam, nesse sentido, que a argumentação não se limita a apresentar um ponto de vista, mas também envolve a habilidade de analisar criticamente os discursos existentes e construir contra-argumentos sólidos.

Além disso, consideraram as especificidades do gênero textual em que estavam trabalhando, demonstrando uma compreensão aguçada das nuances do discurso persuasivo e adaptaram sua linguagem e estilo de acordo. Integraram também o desenho e o redesenho como elementos essenciais no processo de elaboração de seus textos, reconhecendo a importância da revisão e do aprimoramento contínuo.

Nesse contexto, vale ressaltar que, quando envolvidos na análise crítica de suas próprias produções, desempenharam um papel fundamental nesse processo, identificando pontos fortes e fracos em seus textos, o que está relacionado às teorias do Letramento Crítico e dos estudos sobre argumentação. Além disso, ao receberem *feedback* dos colegas, os alunos foram capazes de refletir sobre suas próprias práticas de escrita e desenvolver uma consciência aguçada das estratégias argumentativas mais eficazes. Este contexto reflete as conclusões de Augusto (2019), que, seguindo o método de sua pesquisa baseado em textos da esfera publicitária, informou que os alunos também apresentaram novas atitudes durante as análises realizadas no decorrer das aulas. Essas análises levaram a uma conscientização por parte dos alunos, que foi evidenciada pela discussão em sala de aula sobre a adesão ou resistência aos discursos apresentados nos textos em pauta. Isso significa que os estudantes absorveram novas informações e desenvolveram uma postura crítica em relação aos discursos veiculados nas propagandas, o que reforça a importância do diálogo e da reflexão crítica no ambiente educacional.

Diante do exposto, ficou evidente, ainda, que o processo de criação e revisão de textos realizado pelos alunos refletiu uma abordagem crítica e reflexiva da escrita. Essa prática não apenas fortaleceu suas habilidades de comunicação e argumentação, mas também os capacitou a se tornarem leitores e escritores mais conscientes e eficazes em seus esforços para influenciar e persuadir o público-alvo, conforme os objetivos desta pesquisa. Essa conclusão se fundamenta na análise dos textos produzidos pelos alunos, que reforçaram a importância da leitura, da análise de textos e da escrita como elementos de caráter social no contexto escolar. Tais práticas contribuem para a aquisição e construção de significados, para a formação de indivíduos capazes de se relacionarem uns com os outros, para promover reflexões, sensibilizar, emocionar, argumentar, defender um ponto de vista e impulsionar mudanças no cenário social, de acordo com o que preconiza a BNCC e as teorias do LC.

Para ampliar a visibilidade das propagandas elaboradas pelos alunos, elas foram publicadas tanto nas dependências da escola quanto em suas redes sociais, incluindo o Instagram. Essa estratégia não apenas proporcionou um alcance mais amplo para as produções, mas também ofereceu aos estudantes a oportunidade de se reconhecerem como protagonistas, verdadeiros autores no processo de escrita de seus textos. Essa prática está alinhada às diretrizes estabelecidas na BNCC, que busca promover uma educação mais abrangente e significativa, cujos alunos se envolvam ativamente no processo de aprendizagem e tenham a chance de ver suas produções alcançando uma dimensão mais ampla.

No entanto, é importante ressaltar que essa iniciativa, embora fundamental, enfrenta

desafios dentro do contexto da educação pública no país. Muitas escolas passam dificuldades para proporcionar aos alunos atividades que ultrapassem os limites físicos da instituição. Questões como falta de recursos materiais e humanos, assim como a precariedade de equipamentos em condições adequadas para uso, dificultam o desenvolvimento de projetos pedagógicos que promovam uma educação mais dinâmica e conectada com a realidade dos estudantes. No entanto, como educadora do ensino básico, destaco a importância de buscar soluções para superar esses obstáculos e assegurar que todos os alunos tenham acesso a experiências de aprendizagem enriquecedoras e significativas. Isso é essencial, de acordo com a BNCC, para proporcionar aos alunos uma formação humana e integral, contribuindo para a construção de uma sociedade justa, democrática e inclusiva, na qual os sujeitos envolvidos sejam agentes ativos na construção do próprio conhecimento.

Dessa forma, após realizarem leituras, discussões, reflexões, produções, publicações, organização e apresentação das propagandas, os participantes reconheceram que trabalhar com o gênero discursivo propaganda pode aprimorar tanto a leitura quanto a escrita. Isso se deve ao fato de que a propaganda é um gênero multifacetado, que oferece diversas linguagens e oportunidades de construção textual.

É importante destacar que o trabalho proposto não apenas cumpriu os objetivos da pesquisa, mas também proporcionou atividades interativas e colaborativas. Além disso, essas atividades contribuíram para romper com certas relações sociais, uma vez que os participantes se sentiram capacitados para compreender o mundo e a sociedade de forma mais ampla. Eles também foram capazes de perceber como o discurso participa ativamente da prática social de ensino de língua portuguesa.

A partir do desenvolvimento das atividades por meio do gênero discursivo propaganda e dos resultados alcançados, optei por elaborar um caderno suplementar com a proposta apresentada. Ele está disponibilizado neste link: <https://drive.google.com/file/d/1308D8zXiTQOI2MFLmtvvpABJuiLb01kD/view?usp=drivesdk> e no site da escola, cuja proposta foi desenvolvida. Esta iniciativa não apenas atende à demanda do Profletras, mas também busca fornecer suporte essencial a outros professores no ensino da leitura e escrita por meio do gênero discursivo propaganda. Entendo que um estudo como este não deve ficar restrito apenas às estantes ou repositórios da universidade que o produziu, embora reconheça o valor desses espaços. Acredito na importância de compartilhar o conhecimento com todos os interessados, disseminando-o para alcançar o maior número possível de pessoas envolvidas no processo crucial de dominar a leitura e escrita, especialmente de forma argumentativa. Essa iniciativa visa capacitar outros professores a terem acesso ao

material e desenvolverem práticas similares em suas salas de aula, contribuindo assim para a melhoria do ensino da língua portuguesa em nosso contexto educacional.

Ao definir os objetivos e avaliar os resultados, chego ao momento de refletir sobre os impactos desta pesquisa em minha prática profissional, em minha identidade acadêmica e no contexto do curso de pós-graduação Mestrado Profissional – Profletras. Participar desse Mestrado foi uma experiência transformadora, que me proporcionou desenvolver um trabalho capaz de modificar minha concepção sobre como abordar o ensino em sala de aula por meio do texto. Em particular, destaco como foi significativo buscar contribuir para superar as dificuldades enfrentadas pelos alunos na escrita persuasiva.

Ao longo dos estudos realizados, da elaboração e desenvolvimento da proposta, bem como da análise dos dados gerados, percebi a oportunidade de influenciar a transformação não apenas da minha própria visão sobre o ensino, mas também a dos alunos, colegas e escola, e, quem sabe, até mesmo potencialmente do ensino de língua portuguesa em todo o país. Entendi que é por meio de uma educação centrada nas práticas sociais em que os alunos estão inseridos, valorizando seus conhecimentos prévios, promovendo o letramento crítico e reconhecendo a importância do trabalho com o texto como veículo de expressão discursiva, que podemos efetivamente melhorar o ensino de leitura e escrita em língua portuguesa, contribuindo para a superação das dificuldades encontradas durante o processo de ensino e aprendizagem.

Assim sendo, acredito que todo o percurso percorrido durante este Mestrado Profissional vai além de me conferir um título de mestre. Ele me proporcionou uma profunda reflexão sobre minha prática docente e minha identidade como educadora. Ao final deste curso, percebo que não sou mais a mesma. Graças ao Profletras, aos mediadores que conduziram as disciplinas, aos cursos e seminários, assim como às leituras, análises e reflexões realizadas, tornei-me uma educadora que acredita no potencial da educação para romper as relações sociais de poder, emancipar e conferir autonomia aos alunos.

REFERÊNCIAS

- AUGUSTO, Elisabeth Pereira Alves. **Leitura e produção do gênero anúncio de propaganda: uma abordagem dialógica no ensino fundamental**. 2019, 166f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira- PB, 2019.
- ABREU, A. S. **A arte de argumentar– gerenciando razão e emoção**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.
- BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2011. p. 261-270.
- BAKHTIN, M.; VOLOCHINOV, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: uma teoria do romance**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BARBOSA, J. R. A. **Por uma prática de letramento crítico: leitura e produção escrita para a mudança social**. In: CARVALHO, A. M de; TAVARES, L. H. M. da C; SILVA, M. B. da. (Org.). **De linguagem e de sentidos**. Mossoró: Edições UERN, 2015, v. 1, p. 50-60.
- BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa/ Secretaria de Educação Fundamental**. – Brasília: MEC/SEF, 1998.
- BRASIL. **Base nacional comum curricular: educação é a base**. Brasília: Secretaria da Educação Básica, 2018.
- CARBONIERI, D. (Org.). **Práticas de multiletramentos e letramento crítico: outros sentidos para a sala de aula de línguas**. Campinas: Pontes, 2016. p. 21-39.
- COELHO, Márcia Cristina Maia. **Argumentação e persuasão na sala de aula: o gênero propaganda**. 2015. 90 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Sergipe, Itabaiana, SE, 2015.
- DIONÍSIO, A. P. **Gêneros multimodais e multiletramento**. In: KARKOVSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Org.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006. p. 131-144.
- SARDINHA, Patrícia Miranda Medeiros. **Letramento Crítico: uma abordagem crítico-social dos textos**. *Linguagens & Cidadania*, v. 20 [S.i.:s.n.], 2018.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 35. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- JANKS, Hilary. Language and. Position. In: JANKS, H. et al. **Doing critical literacy: Texts and activities for students and teachers**. New York, NY: Routledge, 2013.
- JANKS, Hilary. **Panorama sobre letramento crítico**. In: JESUS, D. M.; JANKS, H. A

importância do letramento crítico. *Letras & Letras*, v. 34, n. 1, p. 15-27, 2 jul. 2018.

JANKS, Hilary et al. **Doing critical literacy: Texts and activities for students and teachers**. New York, NY: Routledge, 2013.

JANKS, Hilary. **Literacy and power**. London: Routledge, 2010.

JORDÃO, C. M.; ANDREOTTI, V. **O Programa de Capacitação em Língua Inglesa para Professores da Rede Pública Estadual no Paraná: da capacitação à formação**. In: Congresso de leitura do Brasil, 14, Campinas, 2003.

KLEIMAN, A. **Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura**. 16 ed. São Paulo: Pontes Editoras, 2016.

LOPES, M. C. L.; ANDREOTTI, V.; MENEZES DE SOUZA, L. M. T. **Uma breve introdução ao Letramento Crítico na educação em línguas estrangeiras**. Paraná, 2006.

LEDUC, Robert. **Propaganda: uma força a serviço da empresa**. São Paulo: Atlas, 1980.

MENEZES DE SOUZA, L. M. T. **O professor de inglês e os letramentos no século XXI: métodos ou ética?** In: JORDÃO; MARTINEZ; HALU (org.). **Formação desformatada: práticas com professores de língua inglesa**. Coleção: Novas Perspectivas em Linguística Aplicada Vol. 15, Campinas, SP: Pontes Editores, 2011. p. 279 – 303.

MOSCA, L. do L. S. (Org.) **Retóricas de ontem e de hoje**. São Paulo: Humanitas, 1999.

LIMA, Ana Maria Pereira; ALVES, Benedito Francisco; DE OLIVEIRA PAIVA, Francisco Jeimes. **As práticas de letramento (s) crítico (s): uma análise sociosemiótica aplicada em atividades de produção de textos multimodais em aulas de língua portuguesa**. Revista *form@re em novo endereço*, v. 5, n. 2, Teresina Piauí, 2017.

OTTONI, Maria Aparecida Resende; LIMA, Maria Cecília de. (Org.) **Discursos, identidades e letramentos: abordagens da análise do discurso crítica**. São Paulo: Cortez, 2014.

PINHO, J. B. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. 4 ed. São Paulo: Summus, 1990.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROJO, R. **Escola conectada: os multiletramentos e as TICs**. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

ROJO, R. **O letramento na ontogênese: uma perspectiva socioconstrutivista**. In: _____. (Org). **Alfabetização e Letramento: perspectivas linguísticas**. 4. reimpr. Campinas: Mercado de Letras, 2009. p. 121-172.

ROTHERY, Joan. **Making changes: developing an educational linguistics**. In: HASAN e WILLIAMS (Org.). **Literacy in Society**. London: Longman, 1996.

SANDAMANN, A. **A linguagem da propaganda**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

SANDMANN, A. **A linguagem da propaganda**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

SANTANA, Ana Lorena dos Santos. **Leitura de anúncios publicitários televisivos: perspectivas para o ensino de língua portuguesa**. 2014. 99 f. Dissertação (Mestrado em Ensino) - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2014.

SILVA FILHO, Luiz Rosa da. **O gênero propaganda na sala de aula: competência leitora e estratégias de produção textual**. 2020. [250 f.]. Dissertação (Programa de Pós-Graduação Profissional em Letras - PROFLETRAS) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira.

SILVA, Caroline Costa. **Os gêneros anúncio publicitário e anúncio de propaganda: uma proposta de ensino ancorada na análise de discurso crítica**. 2015. 155 f. Dissertação (Mestrado em Linguística, Letras e Artes) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

SOARES, Magda. **Letramento e alfabetização: as muitas facetas**. Revista Brasileira de Educação, n. 25, Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Alfabetização, Leitura e Escrita, Minas Gerais, 2004.

STREET, B. New Literacies, **New Times: developments in literacy studies**. In: STREET, B.; HORNBERGER, N. **Literacy: Encyclopedia of Language and Education**. Vol. 2. New York: Springer, 2010.

TAKAKI, Nara Hiroko de; SANTANA, Fernanda Belarmino de. **Entendendo os novos letramentos da perspectiva educacional: foco nas práticas sociais diárias. Diálogos Interdisciplinares** - GEPPFIP 61, Aquidauana, v. 1, n. 1, p. 52-66, out. 2014.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1986.

ANEXOS

ANEXO 1 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA RESPONSÁVEL LEGAL POR MENOR DE 18 ANOS

Considerando a sua condição de responsável legal pelo(a) menor, apresentamos este convite e solicitamos o seu consentimento para que ele(a) participe da pesquisa intitulada “**ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DO GÊNERO PROPAGANDA: CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA ARGUMENTATIVA E DO LETRAMENTO CRÍTICO**”, sob a responsabilidade dos pesquisadores Profa. Especialista Gláucia Kely Moreira Franco (orientanda) e Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni (orientadora).

Nesta pesquisa nós estamos buscando investigar em que medida uma proposta didática de ensino de língua portuguesa por meio do gênero discursivo propaganda pode contribuir para que os alunos desenvolvam a capacidade de argumentar. Para isso, vamos elaborar uma proposta de leitura, análise crítica e produção de propagandas e desenvolvê-la, em sala de aula, com os alunos do 9º ano. Durante a pesquisa os alunos conhecerão mais o gênero propaganda e os recursos nele usados para convencer e persuadir o leitor, analisarão vários textos desse gênero e produzirão propagandas. Durante sua participação no estudo, o aluno, além de desenvolver as atividades propostas na própria escola, em horário de aula, com e sobre propagandas, responderá a um questionário de sondagem dos seus conhecimentos, participará de rodas de discussões, lerá e analisará os textos oferecidos pela professora pesquisadora, produzirá seus próprios textos. Ao final do projeto o estudante participará de uma pesquisa de opinião.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será obtido pela pesquisadora Profa. Especialista Gláucia Kely Moreira Franco, na escola onde os/as alunos/alunas estudam, durante reunião de esclarecimentos, a ser realizada com a pesquisadora mestranda, os responsáveis dos alunos menores, e, se possível, o coordenador pedagógico da escola. Nesse momento a professora pesquisadora deixará claro aos participantes que os mesmos terão liberdade para decidirem se participarão ou não da pesquisa, conforme item IV da Resol. CNS 466/12 ou Cap. III da Resol. 510/2016.

Na participação do(a) menor sob sua responsabilidade, ele(a) jamais será identificado(a), qualquer gravação ou filmagem que porventura vier a ser feita será toda destruída ao final do projeto. Os resultados da pesquisa serão publicados, entretanto a identidade de todos os participantes, em tempo algum será revelada.

Reafirmo que em nenhum momento, nem o(a) menor nem vocês serão identificados. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim a identidade dele(a) e a sua serão preservadas.

Nem ele(a) nem vocês terão gastos nem ganhos financeiros por participar na pesquisa.

O único risco da participação do/da menor no desenvolvimento do projeto seria a sua identificação. Para evitar tal risco, será garantido o sigilo quanto à sua identidade e quanto ao nome da instituição onde ele estuda.

Quanto aos benefícios, esta pesquisa possibilitará aos alunos que estudam no 9º ano a oportunidade de participar de práticas sistematizadas de leitura, oralização e escrita de propaganda, objetivando desenvolver seu senso crítico e sua identificação pessoal com os temas abordados nas propagandas, ainda se reconhecerem como sujeitos em construção pessoal e social, através das reflexões e interações linguístico-discursivas das quais participam, buscando construir suas próprias identidades e representações. Além disso, os alunos participantes poderão ampliar o estudo das estratégias argumentativas e, com isso, investir no aprimoramento

de sua habilidade de argumentar, o que contribuirá para um posicionamento consciente e crítico na sociedade e nas relações com as pessoas e com o mundo.

Ademais, esta pesquisa poderá beneficiar outros professores de Língua portuguesa, que terão disponível, como produto desta pesquisa, uma proposta didática que poderá ser desenvolvida em diferentes escolas e anos de ensino. Com a proposta, poderão encontrar subsídios e motivação para dar um novo enfoque às aulas de Língua Portuguesa, partindo do estudo e análise de propagandas.

A qualquer momento, você poderá retirar o seu consentimento para que o(a) menor sob sua responsabilidade participe da pesquisa. Garantimos que não haverá coação para que o consentimento seja mantido nem que haverá prejuízo ao(à) menor sob sua responsabilidade. Até o momento da divulgação dos resultados, você também é livre para solicitar a retirada dos dados do(a) menor sob sua responsabilidade, devendo o pesquisador responsável devolver-lhe o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por você.

O(A) menor sob sua responsabilidade também poderá retirar seu assentimento sem qualquer prejuízo ou coação. Até o momento da divulgação dos resultados, ele(a) também é livre para solicitar a retirada dos seus dados, devendo o pesquisador responsável devolver-lhe o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por você.

Uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficará com você.

Em caso de qualquer dúvida a respeito desta pesquisa, você poderá entrar em contato com: Maria Aparecida Resende Ottoni, à Avenida João Naves de Ávila, 2121, bloco U, sala 220, telefone (34) 3239-4162, ou com Gláucia Kely Moreira Franco, telefone (64) 9 99345175. Você poderá também entrar em contato com o CEP - Comitê de Ética na Pesquisa com Seres Humanos na Universidade Federal de Uberlândia, localizado na Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco A, sala 224, *campus* Santa Mônica – Uberlândia/MG, 38408-100; telefone: 34-3239-4131. O CEP é um colegiado independente criado para defender os interesses dos participantes das pesquisas em sua integridade e dignidade e para contribuir para o desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos conforme resoluções do Conselho Nacional de Saúde.

Uberlândia, de de 20.....

Assinatura dos pesquisadores

Eu, responsável legal pelo(a) menor (nome do(a) menor) _____
consinto na sua participação na pesquisa citada acima, após ter sido devidamente esclarecido.

Assinatura do responsável pelo(a) participante da pesquisa

ANEXO 2 - TERMO DE ASSENTIMENTO PARA MENORES DE 18 ANOS

Você está sendo convidado (a) para participar da pesquisa intitulada: **“ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DO GÊNERO PROPAGANDA: CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA ARGUMENTATIVA E DO LETRAMENTO CRÍTICO”**, sob a responsabilidade das pesquisadoras: Profa. Especialista Gláucia Kely Moreira Franco (orientanda) e Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni (orientadora).

Nesta pesquisa nós estamos buscando desenvolver uma proposta de leitura, análise crítica e produção de textos publicitários de propaganda. Durante a pesquisa os alunos tomarão conhecimento sobre as formas como são estruturados os textos do gênero em pauta e também a respeito de como os discursos são apresentados neles, as suas intencionalidades e influência na vida social dos indivíduos. Este estudo será feito com base em textos impressos, orais e digitais. O aluno participará, semanalmente, destas atividades, as quais serão desenvolvidas em sala, na própria escola, em horário de aula, nas quais o aluno responderá a questionário, participará das rodas de discussões, lerá e analisará os textos oferecidos pela professora pesquisadora, produzirá seus próprios textos. Ao final do projeto ele participará de uma pesquisa de opinião.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será obtido pela pesquisadora Profa. Especialista Gláucia Kely Moreira Franco, na escola onde os/as alunos/alunas estudam, durante reunião de esclarecimentos, a ser realizada com a pesquisadora mestrande, os responsáveis dos alunos menores, e, se possível, o coordenador pedagógico da escola. Nesse momento a professora pesquisadora deixará claro aos participantes que eles terão liberdade para decidirem se participarão ou não da pesquisa, conforme item IV da Resol. CNS 466/12 ou Cap. III da Resol. 510/2016.

Garantimos que sua participação jamais será identificado(a), qualquer gravação ou filmagem que porventura vierem a ser feitas serão todas destruídas ao final do projeto. Os resultados da pesquisa serão publicados, entretanto a identidade de todos os participantes, em tempo algum será revelada.

Reafirmo que em nenhum momento, vocês serão identificados. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim a identidade dele(a) e a sua serão preservadas.

Você não terá nenhum gasto e ganho financeiro por participar da pesquisa.

O único risco da participação do/da menor no desenvolvimento do projeto seria a sua identificação. Para evitar tal risco, será garantido o sigilo quanto à sua identidade e quanto ao nome da instituição onde estuda.

Quanto aos benefícios, esta pesquisa possibilitará aos alunos que estudam no 9º ano a oportunidade de participar de práticas sistematizadas de leitura, oralização e escrita de textos publicitários de propaganda, objetivando desenvolver seu senso crítico e sua identificação pessoal com os temas abordados nas propagandas, ainda motivá-los a se reconhecerem como sujeitos em construção pessoal e social, através das reflexões e interações linguístico-discursivas das quais participam, buscando construir suas próprias identidades e representações. Além disso, objetivo com essa pesquisa, a construção de uma sequência didática para que outros professores de Língua portuguesa possam encontrar subsídios e motivação para dar um novo enfoque às aulas de Língua Portuguesa, partindo do estudo e análise de propagandas.

Mesmo seu responsável legal tendo consentido na sua participação na pesquisa, você não é obrigado a participar da mesma se não desejar. Você é livre para deixar de participar da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo ou coação.

Uma via original deste Termo de Esclarecimento ficará com você.

Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, o(a) senhor(a) poderá entrar em contato com: Maria Aparecida Resende Ottoni, na Av. João Naves de Ávila, 2121, bloco U, sala 220, telefone 3239-4162, ou com Elizânia Rodrigues Oliveira, fone: (64) 99611-9752.

Poderá também entrar em contato com o Comitê de Ética na Pesquisa com Seres-Humanos – Universidade Federal de Uberlândia: Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco A, sala 224, Campus Santa Mônica – Uberlândia –MG, CEP: 38408-100; fone: 34-32394131.

Uberlândia, _____ de _____ de 20_____

Assinatura dos pesquisadores

Eu aceito participar do projeto citado acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido.

Participante da pesquisa

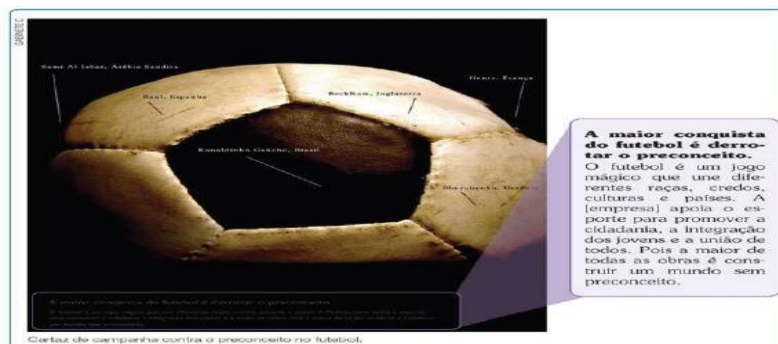
APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Questionário sondagem

1- Veja estes dois textos:



Fonte: <https://compartilhartexto.blogspot.com/2019/06/o-que-e-texto-publicitario-e-suas.html/> acesso 05/09/2022



Fonte: <https://armazemdetexto.blogspot.com/2021/09/cartaz-campanha-contra-o-preconceito-no.html> acesso 05/09/2022

a) O que você vê de diferença entre os dois? O que há em comum entre eles?

2- Atualmente, encontramos propagandas em rádio, televisão, internet, jornal etc. Você costuma ler/ouvir/assistir propagandas?

3- Se sim, você se lembra de alguma propaganda que leu, ouviu ou assistiu? Ela o influenciou a agir ou a pensar de determinada forma?

4- Na sua opinião, qual seria o propósito principal de uma propaganda?

5- O que mais lhe chama a atenção nas propagandas?

6- Na sua opinião, quais recursos o produtor de uma propaganda usa para “vender” sua ideia?

7- Para você, qual é a importância das propagandas na nossa sociedade?

8- Você acha importante a escola conceder a oportunidade de os estudantes lerem, compreenderem/interpretarem e escreverem propaganda? Por quê?

Fonte: Autoria própria

APÊNDICE 2 – Questionário de avaliação dos estudantes participantes da pesquisa

<p>01. Antes de começar o trabalho por meio do gênero discursivo propaganda, como você costumava vê-lo? (Escolha uma das opções)</p> <p><input type="checkbox"/> Sempre o ignorei.</p> <p><input type="checkbox"/> Raramente prestava atenção nele.</p> <p><input type="checkbox"/> Às vezes, me interessava por ele.</p> <p><input type="checkbox"/> Frequentemente o achava interessante.</p>
<p>02. Como sua percepção sobre as propagandas mudou após o trabalho por meio delas? (Escolha uma das opções)</p> <p><input type="checkbox"/> Continuo ignorando as propagandas.</p> <p><input type="checkbox"/> Ainda raramente presto atenção nelas.</p> <p><input type="checkbox"/> Agora me interessa mais por elas.</p> <p><input type="checkbox"/> Frequentemente as acho mais interessantes.</p>
<p>03. Após o trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda, como você o avalia?</p> <p><input type="checkbox"/> Muito importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Pouco importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Sem importância.</p>
<p>04. Após o trabalho desenvolvido por meio do gênero discursivo propaganda, como você o avalia?</p> <p><input type="checkbox"/> Muito importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Pouco importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Sem importância.</p>
<p>05. As atividades desenvolvidas por meio do gênero discursivo propaganda contribuíram para o seu aprendizado de forma</p> <p><input type="checkbox"/> Muito importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Pouco importante.</p> <p><input type="checkbox"/> Sem importância.</p>
<p>06. Você acha que o trabalho por meio das propagandas permitiu o desenvolvimento de seu olhar crítico sobre os textos, em especial, desse gênero?</p> <p><input type="checkbox"/> Muito.</p> <p><input type="checkbox"/> Bastante.</p> <p><input type="checkbox"/> Não muito.</p> <p><input type="checkbox"/> Não fez diferença.</p>
<p>07. Após o trabalho por meio das propagandas você as considera com uma forma eficaz de persuasão?</p> <p><input type="checkbox"/> Muito.</p> <p><input type="checkbox"/> Bastante.</p> <p><input type="checkbox"/> Não muito.</p> <p><input type="checkbox"/> Não faz diferença.</p>

08. Como o trabalho por meio do gênero propaganda influenciou sua visão sobre a importância desse gênero discursivo na sociedade? Ele passou a ser considerado:

- Muito importante.
- Importante.
- Pouco importante.
- Sem importância.

09. Como um todo, você está satisfeito (a) com a experiência de trabalhar por meio do gênero discursivo propaganda? (Escolha uma das opções)

- Muito satisfeito.
- Satisfeito.
- Pouco satisfeito.
- Insatisfeito.

10. O trabalho por meio do gênero propaganda deve continuar a ser desenvolvido na escola por outros professores e ser estendido a outras séries?

- Sim.
- De vez em quando.
- Não.
- Talvez.

Espaço destinado a alguma observação / comentário acerca do trabalho realizado por meio do gênero propaganda.

Fonte: A autoria própria