



Caderno suplementar

PARA O PROFESSOR

GÊNERO DISCURSIVO PROPAGANDA



fonte: canvapro images

fonte: canvapro images



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



GLÁUCIA KELLY MOREIRA FRANCO

GÊNERO DISCURSIVO PROPAGANDA

UBERLÂNDIA, MG
2024





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



GLÁUCIA KELY MOREIRA FRANCO

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

UBERLÂNDIA, MG

2024

GÊNERO DISCURSIVO PROPAGANDA



Fonte: <https://br.freepik.com/fotos-premium/expressando-seus-proprios-pensamentos-na-internet>

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).

Caro professor/cara professora:

Apresento, com grande satisfação, este caderno de atividades contendo uma proposta pedagógica com vistas à leitura e à produção de textos construídos segundo as convenções do gênero discursivo propaganda, 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.

Cabe ressaltar que este caderno está vinculado à dissertação intitulada **Ensino de língua portuguesa por meio do gênero propaganda: contribuições para o desenvolvimento da competência argumentativa e do letramento crítico** produzida no âmbito do Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Letras da Universidade Federal de Uberlândia (Profletras – UFU).

As atividades que aqui apresento foram elaboradas por mim e aplicadas em uma escola pública localizada em Rio Verde, no estado de Goiás. A finalidade primordial é promover o desenvolvimento de habilidade de argumentar, em estudantes do 9º ano do ensino fundamental, para fomentar o protagonismo juvenil e incentivar engajamento na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para o enfrentamento desses problemas.

Dessa forma, vale ressaltar que, com o intuito de alcançar essa meta, é crucial reconhecer a importância de tornar mais acessível a incorporação desses estudantes aos acontecimentos que ocorrem na sociedade, capacitando-os para compreender os textos em circulação no contexto social em que vivem, interpretar os discursos que os influenciam e distinguir maneiras de agir, interagir, identificar-se e representar tanto o mundo quanto a própria identidade por meio dessas interações.

Tenho, portanto, a convicção de que este material lhe será útil, uma vez que colabora, por meio de uma abordagem de leitura crítica e escrita do gênero discursivo propaganda, para o aprimoramento do ensino da Língua Portuguesa. Essa contribuição está alinhada às demandas da contemporaneidade, visando fortalecer as práticas de Letramento Crítico¹ no contexto escolar, promovendo a construção de novos significados.

Bom trabalho!

¹ Segundo Oliveira (2017, p.15) Letramento Crítico 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.

1. INTRODUÇÃO.....	04
1.1 Organização da proposta didática.....	05
2. PROPOSTA DIDÁTICA.....	06
2.1 Bloco A: Apresentação da proposta e sondagem inicial.....	06
2.2 Bloco A: Conversa sobre o diário de campo para o registro das atividades com o gênero propaganda.....	09
2.3 Bloco B: Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda.....	10
2.4 Bloco C: Análise de propaganda em vídeo.....	18
2.5 Bloco C: Investigando possibilidades de mudanças: a comunidade escolar em foco.....	23
2.6 Bloco D: Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas crítica	27
2.7 Bloco D: Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)	30
2.8 Bloco E: Reflexão sobre a realidade e proposta de intervenção por meio do gênero propaganda.....	35
2.9 Bloco F: Avaliação da participação nas atividades da proposta didática.....	41
REFERÊNCIAS.....	42

O cenário educacional atual atravessou significativas transformações com a implementação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) e da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), objetivando uma educação que capacite os educadores a conduzirem os alunos ao acesso aos conhecimentos necessários para o exercício da cidadania. Diante desse contexto, é imperativo repensar o processo de ensino-aprendizagem, focando na formação de estudantes capazes de agir socialmente e posicionar-se de forma crítica em diversas situações comunicativas.

Tendo isso em vista e levando em conta minha prática docente, voltada para as séries finais do ensino fundamental em escola pública, busquei desenvolver atividades para aprimorar a leitura e a escrita, enfocando textos e gêneros textuais diversos. Nesse contexto, vale destacar que, durante o trabalho com atividades de persuasão, deparei-me com desafios apresentados pelos alunos, que revelaram dificuldades em argumentar de maneira crítica e expressar-se por escrito com propósitos persuasivos. Esta constatação, portanto, motivou-me à presente proposta de atividades, que sugere a leitura e a escrita do gênero discursivo propaganda para o desenvolvimento da competência argumentativa de alunos do 9º ano do ensino fundamental.

Assim, a partir desse contexto e levando em consideração a participação no Profletras (Mestrado Profissional em Letras), curso que possibilita ao professor de Língua Portuguesa do Ensino Fundamental refletir sobre sua prática docente, entendi que, por meio de um ambiente propício para a interação, ensino e aprendizagem, focando na prática social da leitura e da escrita, é possível propor atividades que levem os educandos a superarem as dificuldades por eles enfrentadas no tocante à defesa de um ponto de vista de forma crítica.

Diante do exposto, esta proposta propõe, portanto, uma abordagem inovadora, explorando o gênero discursivo propaganda para desenvolver e aprimorar as habilidades dos estudantes de argumentar, fomentando neles o protagonismo e o engajamento na discussão de problemas sociais e na proposição de ações para o enfrentamento desses impasses de forma crítica e construtiva. Nesse sentido, faz-se premente destacar que a escolha desse gênero se baseou na sua natureza persuasiva, que revela diferentes formas de interação entre locutor e interlocutor, promovendo uma comunicação que visa influenciar atitudes e valores. Logo, espero que o objetivo com as atividades aqui sugeridas contribua para que os estudantes possam superar os desafios enfrentados no que tange à escrita em defesa de um ponto de forma crítica e persuasiva.

Para a elaboração da proposta didática, pautei-me em pressupostos do Letramento Crítico defendidos por (Janks, 2006, 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 levei em conta o que é proposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais - PCN (Brasil, 1998) e na Base Nacional Comum Curricular - BNCC (Brasil, 2018).

Para facilitar a implementação em sala de aula, a proposta está estruturada em seis blocos distintos. Cada bloco delinea os objetivos e os passos de cada atividade, sugere a quantidade de aulas necessárias e apresenta um quadro com orientações e conceitos teóricos para o professor / professora. É importante ressaltar que o cronograma previsto para cada etapa da proposta inclui atividades envolvendo a comunidade escolar. O quadro abaixo ilustra a organização desta abordagem didática, que engloba leitura, análise crítica e escrita do gênero discursivo propaganda:

ORGANIZAÇÃO GERAL DA PROPOSTA

BLOCO	ATIVIDADES	AULAS	ENCONTROS
Bloco A	✓ Apresentação da proposta e sondagem inicial	2 (duas) horas/aula	1
	✓ Conversa sobre o diário de campo para o registro das atividades com o gênero propaganda	2 (duas) horas/aula	1
Bloco B	✓ Contato inicial com o gênero - Leitura e análise de diferentes exemplares do gênero propaganda	2 (duas) horas/aula	1
Bloco C	✓ Análise de propaganda em vídeo	2 (duas) horas/aula	1
	✓ Análise do gênero propaganda: reflexão e discussão sobre suas estratégias argumentativas	2 (duas) horas/aula	1
	✓ Trabalho em dupla: compartilhando ideias e percepções críticas	2 (duas) horas/aula	1

Bloco D	✓ Prática de escrita em grupo – (planejamento, desenho e redesenho de propagandas)	2 (duas) horas/aula	1
Bloco E	✓ Reflexão sobre a realidade e proposta de intervenção por meio do gênero propaganda	2 (duas) horas/aula	1
Bloco F	✓ Avaliação da participação nas atividades da proposta didática	2 (duas) horas/aula	1

Segue, então, a proposta:

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

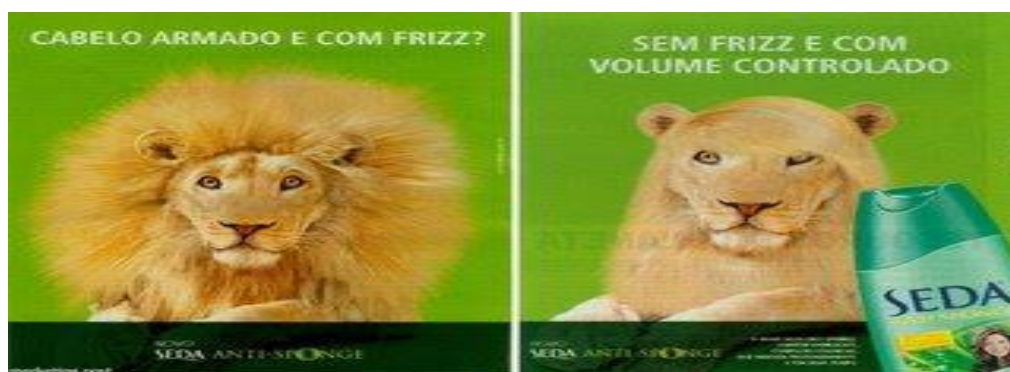
Em seguida, é importante que o professor proponha aos discentes que respondam a um questionário com questões abertas, as quais contemplam o gênero em pauta. Nesse sentido, deixar claro que o referido questionário servirá para que as respostas sejam

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.

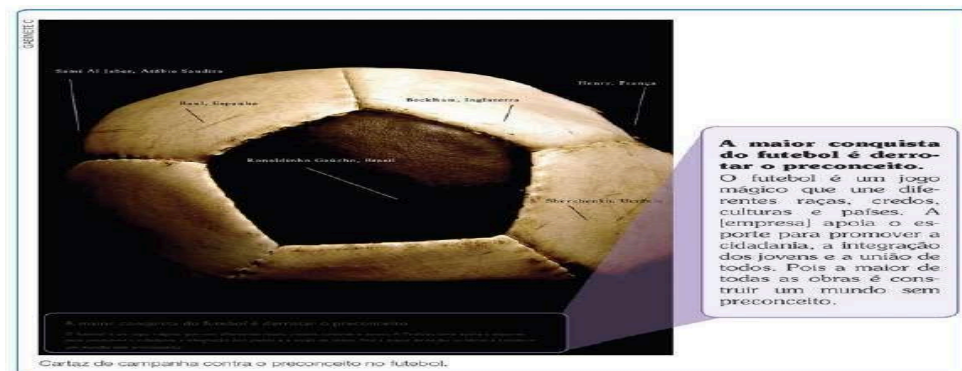
O questionário deverá ser respondido *online*, por meio do *Google forms*², pelos estudantes para facilitar a coleta de dados e posterior reflexão sobre eles.

Segue o 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-contr-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 *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:

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

- 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.

DICA AO PROFESSOR

Incentivar diálogos que abordem as experiências cotidianas dos alunos sobre o tema em questão é crucial. Esse momento destaca a relevância dessas vivências no ambiente escolar. Além disso, essa prática pode fortalecer os vínculos entre professor e alunos, pois permite que compartilhem suas experiências, percepções sobre si mesmos e os outros, bem como suas representações e identidades. Conforme Freire (2015) enfatiza, tais momentos de reflexão e "desvelamento da realidade" ajudam os indivíduos a perceber criticamente sua existência no mundo, suas crenças e onde se situam (FREIRE, 2015, p. 100. Grifos do autor).

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)

2.2 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 registro³ 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 as impressões acerca das tarefas desenvolvidas, inscritos 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

³ 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.

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.

DICA AO PROFESSOR

Professor/professora: algumas sugestões de sites que podem lhes ser úteis:

1- Para saber mais sobre o gênero, acesse:

- <https://www.google.com/search?q=di%C3%A1rio+de+campo+como+fazer&oq=di%C3%A1rio+de+campo&gs>
- <https://www.youtube.com/watch?v=TuxFFzNsKFE>
- <https://www.youtube.com/watch?v=4Aem5Myg9jQ>

2.3 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:

Sugerimos 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 deverão ser 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-estrela-campanha-de-incentivo-a-participacao-feminina-na-politica-com-foco-no-combate-a-violencia-de-genero>

Propaganda II:



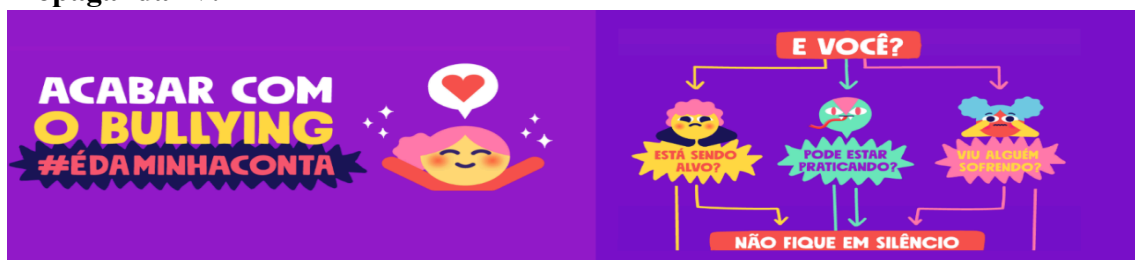
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.to.gov.br%2Fsecom%2Fnoticias%2Fcasos-reais-marcam-campanha-publicitaria-estadual-contr-a-violencia-no-transito>

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-edaminhaconta>

- 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?

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=AOvWaw1Wo5ukBqL2YedUCP051xek&ust=168143364896000&source=images>

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

- c) contexto de produção que motivou a criação dessas propagandas. Comente, opinando acerca da temática abordada nelas.
- d) Que escolhas construíram essas propagandas? Ou seja, o que os produtores mobilizaram em termos de recursos linguísticos e persuasivos para atingir os seus propósitos?
- e) 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.
- f) 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)?
- g) 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?
- h) Ao ler e analisar essas propagandas, na sua opinião, quem ganha com as ideias propagadas? E quem perde? Justifique.
- i) 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,

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".

2.4 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.



Em um primeiro momento:

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:

Consientizar 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.

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

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

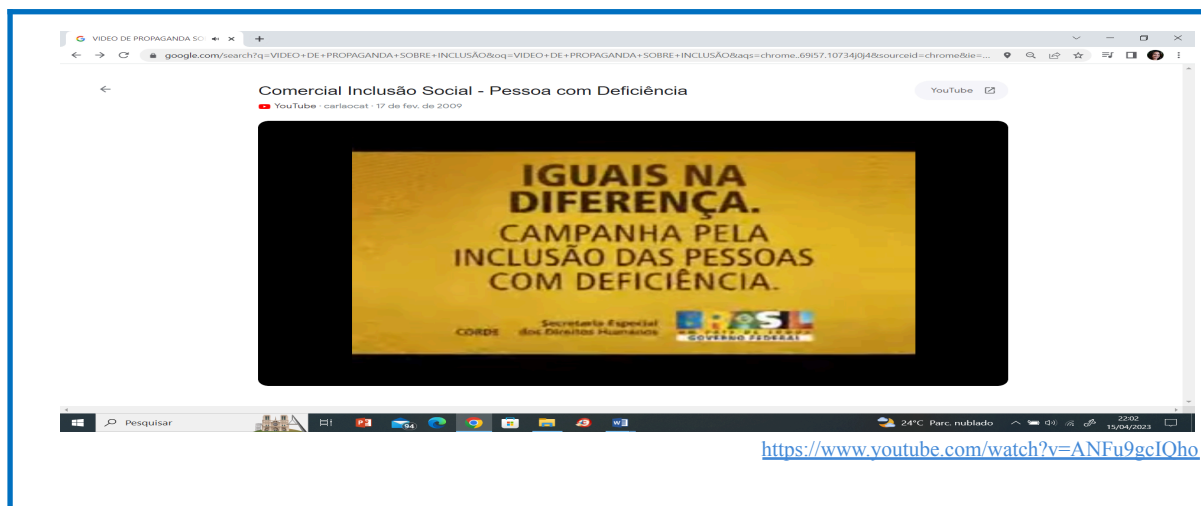
Propaganda II:

SEM QUARENTENA

A DEMANDA PELOS HOSPITAIS É GIGANTE.

<https://youtu.be/ePBByrWUXM0>

Propaganda III:



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,

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.

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.

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

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)

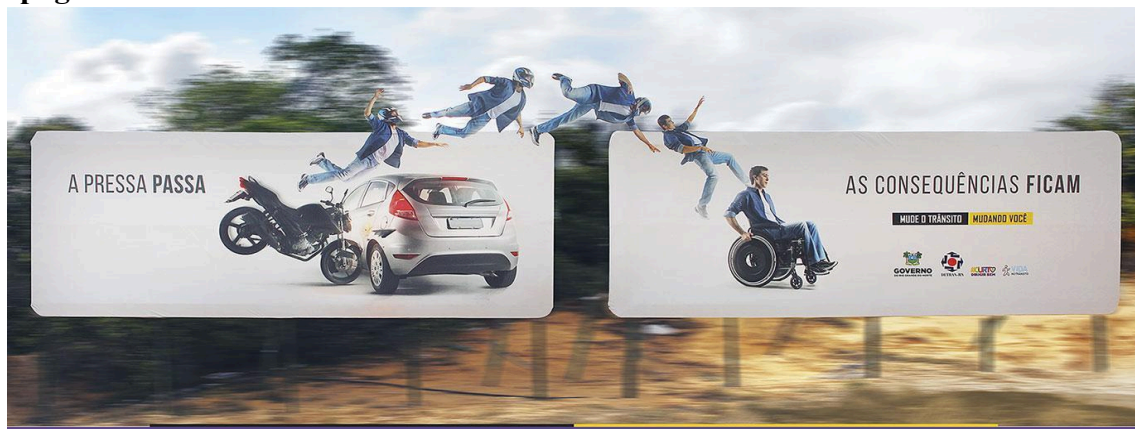
(EF69LP04) - Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com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

Proponho que a aula seja iniciada com a apresentação, por meio de slides, de algumas propagandas, instigando os alunos a relembrem as discussões realizadas no

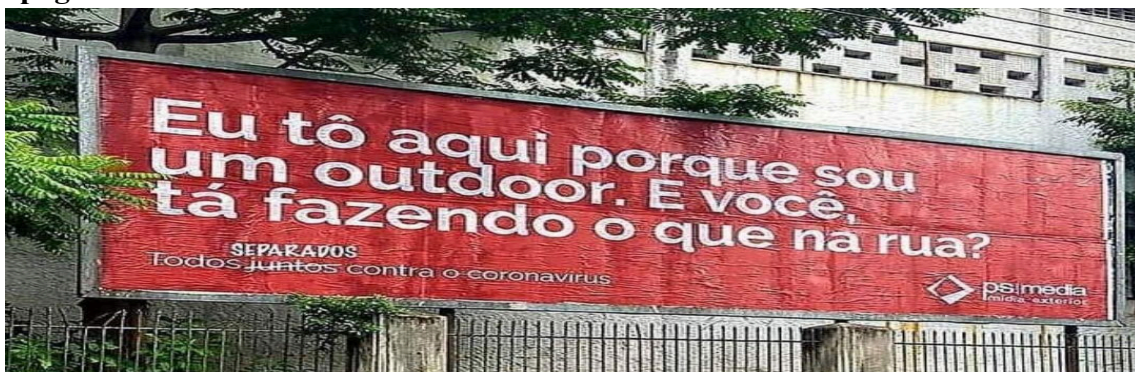
encontro anterior, buscando observar como as propagandas se apresentam quanto ao conteúdo temático, à estrutura composicional e o estilo. A partir disso, levar os estudantes a refletirem sobre o exposto, a reconhecerem as estratégias argumentativas utilizadas nas referidas propagandas e a posicionar-se 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:



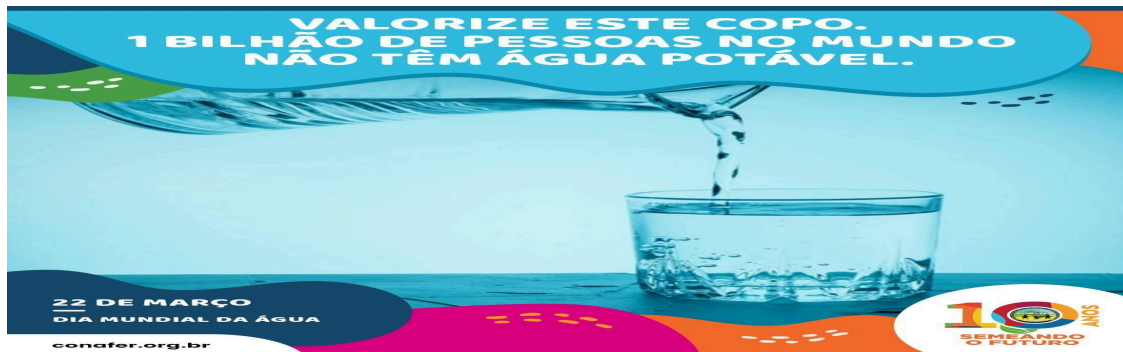
<https://temporalcerebral.com.br/as-20-melhores-propagandas-publicidades-de-2020>

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:

- Em relação a essas propagandas, quais são os contextos de produção delas? Ou seja, o que os produtores levaram em conta ao produzi-las?
- 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.
- 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.”

2.6 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 argumento 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.

2.7 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 comentarista, 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. (...)

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 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 conhecimentos 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)"

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 comentarista, 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.

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.

REFERÊNCIAS

- 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.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 30 abr. 2024.
- BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais**: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa. Brasília: MEC/SEF, 1998.
- 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.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 35. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- JANKS, H. Language and Position. *In*: JANKS, H. *et al.* **Doing critical literacy**: Texts and activities for students and teachers. New York: Routledge, 2013.
- JANKS, H. **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, H. *et al.* **Doing critical literacy: Texts and activities for students and teachers**. New York, NY: Routledge, 2013 p. 39-166.
- JANKS, H. **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. **Anais [...]**. Campinas: Unicamp, 2003, não paginado. Disponível em: Acesso em: https://alb.org.br/arquivo-morto/edicoes_antteriores/anais14/Cinda.html. 30 abr. 2024.
- 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.
- 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, v. 15). Campinas, SP: Pontes Editores, 2011. p. 279-303.
- PINHO, J. B. **Propaganda institucional**: usos e funções da propaganda em relações públicas. 4 ed. São Paulo: Summus, 1990.



SANDAMANN, A. **A linguagem da propaganda**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

SANDMANN, A. **A linguagem da propaganda**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2012.