



UEPB
Universidade
Estadual da Paraíba



PROFLETRAS

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
CAMPUS III CENTRO DE HUMANIDADES
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS**

LUIZ ROSA DA SILVA FILHO

**O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E
ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**

**GUARABIRA-PB
2020**

LUIZ ROSA DA SILVA FILHO

**O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E
ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS, da Universidade Estadual da Paraíba-UEPB, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Linguagens e Letramento

Linha de pesquisa: Leitura e Produção Textual: Diversidade Social e Práticas Docentes.

Orientadora: Dr^a Edilma de Lucena Catanduba.

**GUARABIRA-PB
2020**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586g Silva Filho, Luiz Rosa da.
O gênero propaganda na sala de aula [manuscrito] :
competência leitora e estratégias de produção textual / Luiz
Rosa da Silva Filho. - 2020.
248 p. : il. colorido.
Digitado.
Dissertação (Mestrado em Profissional em Letras em Rede
Nacional) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de
Pós-Graduação e Pesquisa, 2020.
"Orientação : Profa. Dra. Edilma de Lucena Catanduba,
Departamento de Letras - CH."
1. Linguagem. 2. Gêneros textuais. 3. Propaganda. 4.
Leitura. 5. Produção Textual. I. Título

21. ed. CDD 410

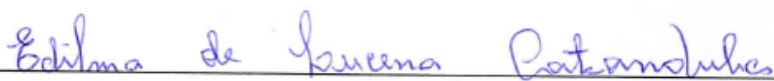
LUIZ ROSA DA SILVA FILHO

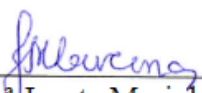
**O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E
ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**

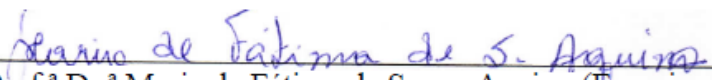
Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS, da Universidade Estadual da Paraíba-UEPB, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Aprovada em: 27 / 02 / 2020 .

BANCA EXAMINADORA


Prof.^a Dr.^a Edilma de Lucena Catanduba (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (PROFLETRAS - UEPB)


Prof.^a Dr.^a Josete Marinho de Lucena (Examinadora)
Universidade Federal da Paraíba - UFPB


Prof.^a Dr.^a Maria de Fátima de Souza Aquino (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (PROFLETRAS - UEPB)

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela concessão do bem mais precioso: a vida, a partir da qual temos a possibilidade de sonhar, planejar e ir em busca das conquistas e realizações.

Aos meus pais, Luiz e Maria por tudo que me concederam ao longo da trajetória de vida. Sensatez e persistência mesmo em épocas difíceis, sempre insistiram que a Educação ainda é o melhor para o ser humano.

À minha esposa Hozana e aos meus filhos, Lívia, Laura e Luiz Antônio pela compreensão, pelo incentivo, por fazerem parte deste projeto juntos comigo, e pelo poder de sempre entender a minha ausência nos momentos em que me dediquei a essa pesquisa.

Aos meus irmãos, Lucílio, Luzenildo e Lucivânia pela colaboração que sempre deram, e por serem fundamentais nas minhas conquistas.

À minha orientadora, professora Dr^a Edilma de Lucena Catanduba, por tudo que me proporcionou desde a primeira disciplina que ministrou até a elaboração deste trabalho, ensinamentos na vida acadêmica, como também ensinamentos que levarei não apenas para a sala de aula, levarei para a caminhada da minha vida em sociedade. Muito obrigado professora.

A todos os professores do Programa do Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS) da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, pela colaboração que deram para minha formação acadêmica, humana, profissional e social.

À quinta turma do PROFLETRAS-UEPB, pela constituição de saberes e conhecimentos proporcionados nos debates de sala de aula, como também pelo apoio e incentivo dado durante esses quase dois anos de convivência.

À minha diretora, Cícera Soares Timóteo, pelas constantes ajudas, compreensão e palavras de incentivos proferidas.

Aos meus queridos alunos do 9º ano da turma de 2019 por ter abraçado a ideia do trabalho, pela participação e dedicação no desempenho das atividades propostas. A todos vocês o meu sincero agradecimento de gratidão.

Aos meus amigos pelos conselhos, orientações, companheirismos e todas as formas de estímulos dadas durante minha trajetória de vida.

Enfim, a todos aqueles que me ajudaram de forma direta ou indireta para a realização deste sonho.

RESUMO

A leitura e a escrita são utilizadas como forma de interação social, que se adquire quase sempre pela educação formal, que acontece no âmbito escolar. Neste sentido, a escola precisa alinhar seus objetivos com esta expectativa e proporcionar ao aluno o contato constante com a linguagem por meio dos gêneros textuais/discursivos, que se concretizam através dos textos, que circulam no meio social. Assim, o objetivo do nosso trabalho é desenvolver nos alunos a capacidade de ler e escrever, para que possam utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de maneira consciente e crítica. O ensino por meio dos gêneros se sustenta por ser a maneira consistente, para a utilização da linguagem nas várias práticas cotidianas. Nós optamos nesta pesquisa pelo gênero propaganda por ser um gênero com ampla divulgação social através de diferentes suportes e com um imenso léxico persuasivo, que busca levar o leitor a comprar produtos ou serviços, como também aderir a ideias que são propagadas. O gênero propaganda por apresentar um caráter interacional se torna importante para a sala de aula, pois ele favorece o aprofundamento da leitura e produção textual por sua multimodalidade e diversidade ao abordar diferentes temáticas. O estudo aborda a concepção sociodiscursiva de linguagem, a reflexão sobre compreensão, produção de texto e estratégias argumentativas, como também o gênero propaganda. Nós Utilizamos 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 Sandmann (2003) que discutem a respeito da propaganda, dentre outros que contribuíram para disseminação dos temas aqui abordados. Aplicamos uma sequência didática inspirada no modelo de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), a partir da qual exploramos a leitura e a produção do gênero propaganda como uma maneira de associar teoria e prática. Ao final do trabalho, os alunos desenvolveram competências e habilidades em interpretação e produção textual no gênero propaganda, por meio do trabalho desenvolvido a partir dos elementos constitutivos dos gêneros na perspectiva de Bakhtin (2016). Atividades de leitura por meio do gênero propaganda com exercício de compreensão de texto com questões objetivas e subjetivas foram trabalhadas, isso em dois momentos. O primeiro momento aconteceu antes da aplicação da sequência didática, e o segundo momento foi pós-sequência didática. Depois aconteceram as análises levando em conta os elementos que compõem os gêneros, conteúdo temático, estilo e composição. Com relação à produção textual, solicitamos aos alunos a produção de duas propagandas, uma antes da sequência didática e outra depois. Cabe destacar que o procedimento de análises das produções textuais seguiu o mesmo utilizado nas análises dos exercícios referente à leitura. Ou seja, com base nos elementos constitutivos dos gêneros. Ainda é relevante mencionar que as análises feitas tanto nas atividades de leitura quanto na produção de texto, primeiro e segundo momento, foi levado em consideração os trabalhos dos mesmos alunos respectivamente. Assim, acreditamos que as competências e habilidades de leitura e produção textual desenvolvida pelos alunos com o gênero propaganda os credenciam para a compreensão e escrita de outros gêneros textuais/discursivos, que circundam no ambiente social, e são tão importantes quanto a propaganda na prática da ação social.

Palavras-chave: Linguagem. Gêneros textuais. Propaganda. Leitura. Produção Textual.

ABSTRACT

The Reading and the writing are utilized as form of social interaction, which is almost always acquired through of the formal education, which happen in the environment school. In this sense, the school needs to align its objectives with this expectation and provide the pupil the constant contact with the language through textual/discursive genres, which are realized through of the texts, which circulate in the social middle. Thus, the objective of our work is to develop in the pupil the ability of read and write, so that they can utilize the reading and the writing as form of participation in the diverse situations of social communication of conscious and critical way. The teaching through middle of the genres if sustained by being the consistent way, to utilization of the language in the various everyday practices. We opted in this research for the propaganda genre by be a genre with wide social dissemination through of different supports and with an immense persuasive lexicon, which seek to lead the reader the buy products or services, as well as adhere the ideas that are propagated. The propaganda genre, by presents an interactional character, becomes important for the classroom, as it favors the deepening of the reading and textual production due to its multimodality and diversity that addressing different themes. The study addresses the sociodiscursive conception of language, the reflection about comprehension, production of text and argumentative strategies, as well as the propaganda genre. We utilized as theoretical contribution the studies of Bakhtin (2016), Marcuschi (2008), which discuss about textual/discursive genres; Koch and Elias (2017), Antunes (2003), who reflect about process of teaching, reading and writing; Cobra (1991), Leduc (1980), and Sandmann (2003), who discuss about of the propaganda, among others who contributed to the dissemination of the themes here addressed. We applied a didactic sequence inspired in the model of Dolz, Noverraz and Schneuwly (2004), from which we explored the reading and the production of the propaganda genre as a way of associating theory and practice. At the final of the work, the pupils developed skills and abilities in interpretation and textual production in the propaganda genre, through of the work developed from the constitutive elements of the genres in the perspective of Bakhtin (2016). Activities of reading through the propaganda genre with exercise of comprehension of text with objective and subjective questions were worked out, this in two moments. The first moment happened before of the application of the didactic sequence, and the second moment was after of the didactic sequence. Then happen the analyzes took into account the elements that make up the genres, thematic content, style and composition. With relation to production of text, we asked to the pupils the produce of two propaganda, one before the didactic sequence and the other after. It highlight that the procedure of analysis of the productions textual followed the same procedure utilized in the analysis of the exercises referring to reading. That is, with based on the constitutive elements of the genres. Still is relevant to mention that the analysis made as in the activities of reading as in the production of text, first and second moments, were taken into account the works of the same pupils respectively. Thus, we believe that the skills and abilities of reading and textual production developed by pupils with the propaganda genre accredit them for the comprehension and writing of other textual /discursive genres, which surround the social environment, and are as important as the propaganda in the practice of the social action.

Keywords: Language. Textual genres. Propaganda. Reading. Textual production.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Percentual a respeito do gênero dos alunos	71
Gráfico 2- Percentual das idades dos alunos participantes.....	72
Gráfico 3- Percentual de alunos que gostam de ler	73
Gráfico 4- Percentual do motivo da leitura	74
Gráfico 5- Percentagem com as funções da leitura	75
Gráfico 6- Percentual com o gênero textual/discursivo que os alunos gostam de ler	76
Gráfico 7- Percentagem com relação à frequência de leitura	77
Gráfico 8- Percentagem dos lugares onde o aluno costuma ler	78
Gráfico 9- Percentual com relação à prática de leitura em sala de aula	79
Gráfico 10- Percentagem a respeito da forma de abordagem da leitura em sala	79
Gráfico 11- Percentagem de como deveria ser o ensino de leitura na visão do aluno	81
Gráfico 12- Percentual sobre o hábito de produção de texto	82
Gráfico 13- Percentagem relativo às situações de produção de texto	83
Gráfico 14- Percentagem sobre os textos que os alunos gostariam de produzirem	84
Gráfico 15- Percentagem relativo ao conceito de produção textual	86
Gráfico 16- Percentagem com relação ao incentivo da escrita pela escola	87
Gráfico 17- Percentagem com relação à frequência de produção de texto	88
Gráfico 18- Percentagem relacionada às disciplinas que lidam com a escrita	89
Gráfico 19- Percentagem sobre os gêneros textuais/discursivos abordados em sala	90
Gráfico 20- Percentagem sobre a leitura de propaganda	91
Gráfico 21- Percentual relacionado ao espaço em que ler propaganda	92
Gráfico 22- Percentagem relativa à facilidade de encontrar uma propaganda	93
Gráfico 23- Percentual relativo à finalidade da propaganda	94
Gráfico 24- Percentual relativo à influência da propaganda na compra de algo	95
Gráfico 25- Percentagem relacionada ao motivo da propaganda persuadir alguém	96
Gráfico 26- Percentagem relacionada aos locais de mais acesso à propaganda	97
Gráfico 27- Percentual sobre o tema escolhido pelos alunos para a produção de uma propaganda	99
Gráfico 28- Percentagem relativa ao motivo de escolha do tema	100
Gráfico 29- Percentagem relativa ao gênero abordado na atividade inicial de leitura	117
Gráfico 30- Percentual relacionado à finalidade da propaganda do exercício inicial de leitura	118

Gráfico 31- Percentagem relativa aos alunos que acertaram à pergunta 3 (três) da atividade inicial de leitura	120
Gráfico 32- Percentual sobre o efeito de sentido possível para a questão 4 (quatro) do exercício inicial de leitura	121
Gráfico 33- Percentagem da resposta da questão 5 (cinco) do exercício inicial de leitura	122
Gráfico 34- Percentual sobre o autor da propaganda abordada na atividade inicial de leitura.....	123
Gráfico 35- Percentagem relativa à pergunta 7 (sete) da atividade inicial de leitura.....	124
Gráfico 36- Percentagem relacionada a respeito se a propaganda se constitui como uma expressão social	125
Gráfico 37- Percentual relacionado às respostas da questão 8 (oito) da atividade inicial de leitura	126
Gráfico 38- Percentagem relativa aos efeitos de sentidos possíveis na questão 9 (nove)	127
Gráfico 39- percentual relacionado aos elementos de linguagem apropriados à resposta da questão 10 (dez)	128
Gráfico 40- Percentagem das respostas dadas a questão 10 (dez) da segunda parte da atividade inicial de leitura	130
Gráfico 41- Percentual relativo à resposta da questão 1 (um) da atividade final de leitura ..	149
Gráfico 42- Percentagem relacionada à pergunta 2 (dois) da atividade final de leitura	150
Gráfico 43- Percentual relativo à resposta 3 (três) da atividade final de leitura	152
Gráfico 44- Percentual relacionado à resposta da questão 4 (quatro) do exercício final de leitura	154
Gráfico 45- Percentagem relacionada à questão 5 (cinco) da atividade final de leitura	155
Gráfico 46- Percentual relativo à resposta da questão 6 (seis) do exercício final de leitura com relação ao conteúdo temático	157
Gráfico 47- Percentual relativo à resposta da questão 6 (seis) do exercício final de leitura com relação ao estilo	158
Gráfico 48- Percentual relativo à resposta 6 (seis) da atividade final de leitura com relação à composição	159
Gráfico 49- Percentual relativo à resposta da questão 7 (sete) da atividade final de leitura	160
Gráfico 50- Percentual relativo à resposta da questão 8 (oito)	162

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Esquema da Sequência didática	44
Quadro 2- Questionário da entrevista com os alunos	68
Quadro 3- Atividade inicial de leitura	104
Quadro 4- Atividade inicial de produção de texto	106
Quadro 5- Atividade final de leitura	113
Quadro 6- Atividade final de produção de texto	115
Quadro 7- Produção textual inicial do aluno 1	131
Quadro 8- Produção textual inicial do aluno 2	133
Quadro 9- Produção textual inicial do aluno 3	135
Quadro 10- Produção textual inicial do aluno 4	137
Quadro 11- Produção textual inicial do aluno 5	138
Quadro 12- Produção textual inicial do aluno 6	140
Quadro 13- Produção textual inicial do aluno 7	142
Quadro 14- Produção textual inicial do aluno 8	144
Quadro 15- Produção textual inicial do aluno 9	145
Quadro 16- Produção textual inicial do aluno 10	146
Quadro 17- Produção textual final do aluno 1	164
Quadro 18- Produção textual final do aluno 2	166
Quadro 19- Produção textual final do aluno 3	168
Quadro 20- Produção textual final do aluno 4	169
Quadro 21- Produção textual final do aluno 5	171
Quadro 22- Produção textual final do aluno 6	172
Quadro 23- Produção textual final do aluno 7	174
Quadro 24- Produção textual final do aluno 8	175
Quadro 25- Produção textual final do aluno 9	177
Quadro 26- Produção textual final do aluno 10	178

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	11
2- O DESENVOLVIMENTO SÓCIO LINGUÍSTICO NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA	16
2.1- Concepções de linguagem: percursos teóricos e implicações para o ensino de Língua portuguesa	17
2.2- A leitura na perspectiva sociointerativa	24
2.3- A produção de texto como meio de participação e interação social	28
3- OS GÊNEROS DO DISCURSO: ELEMENTOS INDISPENSÁVEIS À INTERAÇÃO SOCIAL	34
3.1- Os elementos que constituem os gêneros textuais/discursivos diante da interação social	38
3.2- As sequências didáticas e sua contribuição no ensino dos gêneros textuais/discursivos..	42
4- O GÊNERO PROPAGANDA E SUA RELEVÂNCIA NO MEIO SOCIAL	48
4.1- Propaganda e publicidade: Conceito e utilização	49
4.2- A propaganda e suas implicações sociointerativa	51
4.3- Aspectos linguísticos e persuasivos da propaganda	54
4.4- Estratégias argumentativas na propaganda	58
5- METODOLOGIA	62
5.1- Tipo de pesquisa	62
5.2- Local da pesquisa	64
5.3- População e Amostra	65
5.4- Processamento e Análise de dados	66
5.5- Intervenção pedagógica	67
5.6- Análises dos dados a partir do questionário	71
5.7- Sequência didática: a propaganda	101
5.7.1- Apresentação da situação	102
5.7. 2- Produção inicial	103
5.7.3- Primeiro Módulo: Concepções de língua, leitura, escrita, texto e gênero textual/discursivo na perspectiva sociointeracionista	108
5.7.4- Segundo Módulo: Elementos constitutivos dos gêneros textuais: conteúdo temático, estilo e composição	109

5.7. 5- Terceiro Módulo: O gênero propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais: conteúdo temático, estilo e composição	.110
6- ANÁLISES DAS ATIVIDADES DE LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL DESENVOLVIDAS PELOS ALUNOS PARTICIPANTES DO ESTUDO	116
6.1- Análises da atividade inicial de leitura	116
6.2- Análises da atividade inicial de produção textual	130
6.3- Análises da atividade final de leitura	148
6.4- Análises da atividade final de produção textual	163
7- CONSIDERAÇÕES FINAIS	180
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	184
ANEXOS	187
APÊNDICES	197

1- INTRODUÇÃO

A sociedade não é estática. Com o passar do tempo acontecem transformações que ocasionam mudanças de paradigmas, seja no aspecto educacional, cultural, político ou ideológico. Cada época é construída e desenvolvida com base nas inovações que surgem.

A educação como um dos pilares responsáveis pela formação do ser humano precisa levar em consideração o meio social na elaboração de um currículo de ensino que ofereça o desenvolvimento de habilidades e competências que auxiliem o ser humano a conviver e se adaptar às mutações ocorridas na sociedade, para que possa utilizar o aprendizado como forma de crescimento humano e social.

Diante do exposto, é importante mencionarmos que a partir dos PCNs (Parâmetros Curriculares Nacionais) o ensino de língua portuguesa nas escolas vem passando por grandes debates ao longo das últimas décadas, em busca de caminhos que possam contribuir na solução de problemas de competência linguística.

Com relação à leitura e à produção de texto percebemos déficits há muito tempo, isto, quando os alunos são requisitados a escrever um texto, quando são colocados em situação de leitura de variados textos que circulam socialmente ou quando é preciso atuar utilizando a palavra em um discurso oral.

As deficiências detectadas nos alunos representam um problema do ensino de língua portuguesa que não consegue de forma satisfatória promover aos alunos o desenvolvimento de determinadas competências, que lhe deem a possibilidade de atuar no meio social fazendo uso da escrita e da leitura como forma de manifestação de suas ideias e atuação de maneira crítica e consciente.

É importante que a escola leve em consideração um ensino de língua portuguesa que proporcione ao seu público o desempenho da competência linguística, esta, entendida como a capacidade de ler e produzir textos, compreendendo o que está escrito e se manifestando nas mais diversas situações de interação levando em conta os aspectos da língua. Desta forma estará contribuindo para que os alunos aprendam a se manifestar de diferentes maneiras interativas de acordo com o propósito comunicativo e os seus interlocutores.

Nesta ótica, é oportuna a discussão do ensino de língua portuguesa como um mecanismo fundamental que ofereça recursos para que o ser humano compreenda cada situação vivida, como também possa atuar de forma diversificada a depender do contexto social. Para consecução deste intento, nos questionamos: o ensino de língua portuguesa com base nas regras gramaticais é suficiente? O ensino de gramática de forma descontextualizada

contribui para o aluno entender e participar de seu ambiente social de forma consciente e crítica? Por que os alunos ao lerem um texto não conseguem construir e situar os vários sentidos possíveis de acordo com a situação de interação, e ficam presos apenas ao processo de decodificação? Por que os alunos não constroem habilidades satisfatórias para escrever diferentes textos apropriados a cada situação interativa específica?

Cabe lembrar, que a nossa pesquisa não se propõe a responder cada pergunta levantada acima, mas vale dizer que são questões que nos preocupa e que nos possibilita uma reflexão, para que se possível possamos intervir enquanto professor de língua portuguesa em busca de melhorias para tais questionamentos.

Para isto é necessário fazermos uma discussão em torno do ensino de língua portuguesa, levando em conta os trabalhos produzidos pelos vários autores como: Bakhtin (2016), Marcuschi (2008), que trabalha a questão dos gêneros textuais, Antunes (2003) e Koch e Elias (2017), que discutem a respeito do ensino, da leitura e da escrita, a fim de buscar respostas para o baixo rendimento dos alunos, quando o assunto é leitura e produção textual.

Observamos que o ensino de língua que se consolidou por várias décadas nas diversas escolas do nosso país foi um estudo centrado nas regras da gramática normativa com a exposição de frases, produzidas com o intuito de apenas demonstrar o funcionamento das normas, sem nenhuma preocupação com a praticidade da linguagem, ou seja, fazer da comunicação um fator de construção e entendimento da realidade.

Este tipo de ensino concentrados nas regras gramaticais pode não está atendendo satisfatoriamente aos anseios sociais do momento. Assim, é conveniente um ensino de língua que ofereça aos alunos condições para que de forma autônoma, possam entender e dar voz de maneira consciente e crítica aos diversos tipos de informação que circulam na sociedade.

A interação social requer do sujeito procedimentos de leitura e estratégias de produção de gêneros textuais/discursivos, seja escrito ou oral, com a intenção de viabilizar a comunicação na sociedade. Pois, antes de se pronunciar diante de uma determinada situação, o indivíduo precisa compreendê-la, levando em conta uma série de requisitos imprescindíveis à produção de sentido e posteriormente na construção do gênero, este responsável pela comunicação do ser humano em meio social.

O contexto exposto acima justifica a importância do nosso trabalho com o gênero, devido à relevância dele para a interação social, deixando nítido que é por meio dele que a comunicação acontece. Assim, o ensino de língua portuguesa precisa priorizar o ensino de leitura e produção textual por intermédio dos gêneros textuais/discursivos. Desta forma, o ensino de língua portuguesa busca a expansão da competência linguística dos alunos, para que

sejam capazes de utilizar a linguagem nas várias situações de interação.

Diante deste contexto, acreditamos que o estudo do gênero propaganda pode contribuir para o desenvolvimento da capacidade de interação do aluno, por ser um gênero de intensa circulação social, por ser um gênero construído por uma linguagem multimodal em acordo com o propósito comunicativo, a intenção do autor, o público alvo, o suporte, etc.

Ainda, percebemos no gênero propaganda uma forma dinâmica de composição, há imagens, cores variadas, fotos de pessoas famosas e influentes na sociedade, isto com o intuito de chamar a atenção do leitor. Deste modo, trabalhar com um gênero que está ao alcance do aluno pode se tornar uma estratégia primordial para motivação do aluno, a fim de que ele entenda a importância da leitura e da escrita na vida em sociedade, bem como perceba a necessidade da mobilização de determinados recursos a depender da situação interativa.

Assim, também tomamos como justificativa o fato da propaganda ser um tipo de texto que oferece a oportunidade ao aluno de compreensão dos implícitos que permeiam a linguagem, a observação da intenção do autor e o propósito comunicativo. Ainda, pode contribuir na prática da escrita, por ser um gênero que apresenta diferentes formas de produção e diferentes suportes de circulação social.

O objetivo geral do nosso trabalho é desenvolver nos alunos a capacidade de ler e escrever, para que possam utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de maneira consciente e crítica.

Com isso, o estudo colabora no desenvolvimento de habilidades e competências leitoras e de produção de texto no aluno, para que ele seja capaz de praticar a leitura e a produção de texto na perspectiva interacionista, construindo seu discurso de forma autônoma de acordo com cada situação específica de interação.

É oportuno destacarmos os objetivos específicos que norteiam o estudo, que são: analisar propagandas de temas diversificados, que circulam em abundância no meio social; identificar as características de produções da propaganda com base nos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição; organizar atividades que envolvam a leitura e a escrita, que contribuam para a prática efetiva tanto em relação à compreensão quanto à produção do gênero propaganda; levantar discussões e refletir a importância da leitura e da escrita para vivência no ambiente social.

O estudo se fundamenta em estudos de Bakhtin (2016), Marcuschi (2008), que discutem sobre gêneros discursivos; Koch e Elias (2017), Antunes (2003), que refletem acerca da leitura, escrita e ensino; Cobra (1991), Leduc (1980), e Sandmann (2003) que discutem a respeito da propaganda, dentre outros que contribuem para disseminação dos temas aqui

abordados.

O trabalho foi desenvolvido na turma de 9º ano, turno manhã de uma escola pública estadual localizada na cidade de Bonito de Santa Fé. Vale lembrar que o autor do trabalho faz parte do quadro de professores da referida escola. A turma que participou do estudo é composta de 18 (dezoito) alunos com uma faixa de idade que varia de 14 a 16 anos.

O estudo está dividido em partes, buscando sistematizar a discussão em capítulos, que progredem ao entendimento da proposta que é o desenvolvimento da competência leitora e estratégias de produção do gênero textual propaganda numa perspectiva interacionista.

Na primeira parte discutimos o ensino de língua portuguesa e concepções de linguagem. Na sequência, tratamos do estudo dos gêneros textuais e os seus elementos constitutivos, além da sequência didática; em seguida trazemos a discussão a respeito do gênero propaganda, bem como suas estratégias argumentativas; Noutro capítulo abordamos a questão da metodologia, que inclui o uso de um questionário com perguntas objetivas e subjetivas como forma de entrevistar os alunos participantes, atividades de leitura e produção textual por meio de exercício de compreensão e escrita com foco no gênero propaganda, ainda foi trabalhada uma intervenção pedagógica, ou seja, uma sequência didática aos moldes dos autores Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004); no último capítulo apresentamos as análises dos dados das atividades de leitura e a produção textual desenvolvida ao longo do trabalho, cabe mencionar que as análises foram feitas levando em conta os elementos que compõem os gêneros: conteúdo temático, estilo e composição.

2- O DESENVOLVIMENTO SÓCIO LINGUÍSTICO NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA

As avaliações externas, organizadas por instituições avaliadoras como o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), que usa a Prova Brasil para verificar o desempenho dos alunos do 5º ao 9º ano do ensino fundamental, demonstra por meio de seus resultados, que o ensino da língua portuguesa não está sendo satisfatório, haja vista, que a maioria dos alunos não consegue atingir os objetivos propostos relacionados à leitura e a produção textual.

Nas avaliações realizadas pelo PISA (Programa Internacional de Avaliação dos Estudantes) mostra que o Brasil se encontra na parte de baixo da tabela. Ainda observamos no Brasil um índice considerável de analfabetismo funcional.

Diante deste contexto, nasce a necessidade de reflexões em torno de um ensino que possa contribuir de forma eficiente para a formação do cidadão a fim de que ele seja capaz de utilizar a linguagem nas mais diversas situações de comunicação que a vida lhe proporciona.

Precisamos de uma escola que consiga entender a importância e a necessidade concreta do uso de uma língua, e que esta seja uma das possibilidades de atuação social de forma consciente e crítica. Desta forma, estamos dando vez e voz àqueles que, talvez, a sociedade já marginalizou. Àqueles que vêm das classes oprimidas, de baixo poder aquisitivo. Neste sentido, “o ensino da língua portuguesa também não pode afastar-se desses propósitos cívicos de tornar as pessoas cada vez mais críticas, mais participativas e atuantes, política e socialmente”. (ANTUNES, 2003, p. 15).

Conforme o exposto, e para a consecução de tais objetivos, é necessária a elaboração de um plano de trabalho com a linguagem, que possa dar sustentação e colabore com o que é desejável, ou seja, um plano que contribua para o desenvolvimento da competência leitora e de escrita dos alunos, a fim de que possam participar de forma consciente e crítica da sociedade. Para isto, é preciso um diálogo com as teorias em voga, para nos orientarmos rumo a uma prática que seja viável ao que se propõe. “Não pode haver uma prática eficiente sem fundamentação num corpo de princípios teóricos sólidos e objetivos.” (ANTUNES, 2003, p. 40).

Assim, para o desenvolvimento do trabalho com a língua portuguesa uma das condições primordiais é o conhecimento das concepções de língua, que circulam ao longo do tempo, a fim de adotar aquela que melhor corresponde a nossa finalidade, com relação ao ensino de língua portuguesa. Pois, “toda atividade pedagógica de ensino do português tem

subjacente, de forma explícita ou apenas intuitiva, *uma determinada concepção de língua.*” (ANTUNES, 2003, p. 39, grifo da autora). Neste sentido também se posicionou Travaglia (2009), afirmando que:

outra questão importante para o ensino de língua materna é a maneira como o professor concebe a linguagem e a língua, pois o modo como se concebe a natureza fundamental da língua altera em muito o como se estrutura o trabalho com a língua em termos de ensino. A concepção de linguagem é tão importante quanto à postura que se tem relativamente à educação. (p. 21).

Diante desta configuração, os profissionais que trabalham com o ensino de língua não podem se afastar das leituras sobre concepções e implicações pedagógicas relacionadas à língua portuguesa, pois, a reflexão precisa ser constante e efetiva, a fim de guiá-los nas discussões e elaboração do plano de trabalho interligando teoria e prática, com o enfoque da consecução dos objetivos e a escolha do objeto que determinará o ponto de partida do ensino de língua portuguesa.

Então, é necessário discutirmos sobre as concepções de linguagem, para que possamos melhor compreendê-la. Passemos a discussão e reflexão.

2.1- Concepções de Linguagem: Percursos teóricos e implicações para o ensino de Língua portuguesa

Como é sabido, o desenvolvimento do ensino de língua portuguesa depende da concepção de linguagem que adotamos na nossa prática de ensino. Desta forma, é muito importante ter o conhecimento das concepções que foram formuladas e como elas contribuíram para facilitar o ensino de língua portuguesa. Neste sentido, Geraldi (2012, p. 41) aponta fundamentalmente três concepções de linguagem: a linguagem como expressão do pensamento, a linguagem como instrumento de comunicação e a linguagem como uma forma de interação.

Na perspectiva da linguagem como expressão do pensamento, a língua é tratada como a externalização de ideias pelas pessoas. Nesta concepção, a expressão é construída na mente do falante, que faz a exteriorização para o ouvinte/leitor, como uma forma de tradução. Assim, os falantes precisam pensar para poder se expressar com eficácia, pois “as pessoas não se expressam bem porque não pensam.” (TRAVAGLIA, 2009, p. 21).

Esta concepção apresenta um tipo de sujeito responsável pelo ato da linguagem, sendo assim o centro principal para que aconteça a comunicação. Podemos dizer que este sujeito que

escreve é o ator principal da trama que se delinea, ou seja, o protagonista de suas ações por meio da linguagem. Sobre isso, neste caminho se posicionam Koch e Elias (2017b): “**língua como representação do pensamento** corresponde à de **sujeito psicológico, individual, dono de sua vontade e de suas ações.**” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 9, grifo das autoras).

No entanto, neste contexto, é concebível e merece destaque considerar o sujeito que escreve como uma pessoa consciente e conhecedora de suas ações e vontade. Inclusive é um sujeito em conexão com o meio social, haja vista, que são necessários no mínimo dois participantes para que a comunicação venha a existir.

Na verdade, porém, este *ego* não se acha isolado em seu mundo, mas é, sim, um sujeito essencialmente histórico e social na medida em que se constrói em sociedade e com isto adquire a habilidade de interagir. Daí decorre a noção de um sujeito social, interativo, mas que detém o domínio de suas ações. (KOCH, 2006, p. 14, grifo da autora).

Nesta perspectiva, observamos a importância da sociedade para a construção das expressões a serem assumidas pelo sujeito no momento da exteriorização do pensamento. Neste direcionamento, é relevante refletirmos com Marx e Engels apud Fiorin (2007): “nem o pensamento nem a linguagem constituem um domínio autônomo, pois ambos são expressões da vida real [...]” (MARX e ENGELS apud FIORIN, 2007, P. 8).

Assim, a concepção de linguagem como expressão do pensamento dá destaque ao sujeito como idealizador da comunicação por meio de formulação de expressões de forma consciente e lógica com o intuito de externar seu pensamento por meio do ato da linguagem. Contudo, vale a inferência da contribuição da sociedade para a concepção ora em discussão.

De acordo com Koch e Elias, na concepção de linguagem como expressão do pensamento a leitura se configura como:

a atividade de captação das ideias do autor, sem se levar em conta as experiências e os conhecimentos do leitor, a interação autor-texto-leitor com propósitos constituídos sócio cognitivo-interacionalmente. O foco de atenção é, pois, o autor e suas intenções, e o sentido está centrado no autor, bastando tão-somente ao leitor captar essas intenções. (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 10).

O sujeito responsável pela produção textual tem algo a dizer, estando este dizer coberto de intenções. Para o entendimento por parte do leitor/ouvinte é necessária detectar estas intenções do sujeito produtor do texto como fonte primordial de compreensão. Para esta concepção, o ato de leitura não importa nada além destas intenções, aqui ficam de lado os conhecimentos do leitor, para centrar no autor como único representante para a linguagem ter atuação. O comportamento do leitor é totalmente de passividade, carecendo apenas atuar

como um tradutor dos propósitos do autor.

Ainda vale salientar, que a escrita nesta concepção como expressão do pensamento, implica dizer que o escritor deseja manifestar uma ideia e a transcreve para o papel sem levar em conta as características e a sapiência do público ao qual se direciona nem a situação interativa em que ocorre a produção, pois neste tipo de concepção o que prevalece é o que é pensado e manifestado.

Conforme Koch e Elias (2011), a escrita neste contexto não passa de um exercício mental em que o autor de um texto simplesmente codifica o que pensa, com o propósito que aconteça a comunicação social com base na escrita do seu pensar, porém sem levar em consideração nenhum tipo de participação e reflexão, a não ser a informação advinda do seu próprio pensamento.

Passemos à discussão da concepção de linguagem como um instrumento de comunicação, tratada por Koch e Elias (2017b) como “concepção de **língua como estrutura** [...]” (KOCH e ELIAS, 2017b, p.10, grifo das autoras). Aqui, o foco sai do autor e passa para um sistema de código, responsável por conceber a linguagem, ou seja, para que exista a comunicação faz-se necessário conhecer o código, que é tratado como a própria língua. Assim, “o princípio explicativo de todo e qualquer fenômeno e de todo e qualquer comportamento individual repousa sobre a consideração do sistema, quer linguístico, quer social.” (KOCH, 2006, p. 14).

Nesta ótica, a linguagem passa a ser vista como um conjunto de símbolos que precisam ser ordenados segundo regras pré-estabelecidas, a fim da transmissão de determinada informação de um autor para um leitor. Conforme Geraldi (2012), “essa concepção está ligada à teoria da comunicação [...]” (GERALDI, 2012, p. 41). Desta forma, a produção da comunicação carece de um emissor que vai utilizar o código – a língua- para transmitir uma determinada mensagem para um receptor, que simplesmente precisa conhecer o código e buscar o significado, para que tenha a compreensão do que foi dito. Como elenca Koch e Elias, “tudo está dito no dito” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 10). Ou seja, está no código utilizado todo o sentido pretendido pela linguagem.

Esse código deve, portanto, ser dominado pelos falantes para que a comunicação possa ser efetivada. Como o uso do código que é a língua é um ato social, envolvendo consequentemente pelo menos duas pessoas, é necessário que o código seja utilizado de maneira semelhante, preestabelecida, convencionada para que a comunicação se efetive. (TRAVAGLIA, 2009, p. 22).

Assim, os envolvidos no ato comunicativo precisam ter conhecimento do código, bem

como ter o domínio para que a comunicação se concretize. Assim, segundo Marcuschi, “o interesse central dessa perspectiva é tratar os fenômenos sistemáticos da língua.” (MARCUSCHI, 2008, p. 60). Ainda é preciso que o código seja determinado por meio de convenção social, pois assim, todos terão acesso e conhecimento de um código homogêneo, para que possam utilizar na comunicação.

Esta concepção de linguagem como instrumento de comunicação, segundo afirma Koch e Elias, “corresponde a de **sujeito determinado, “assujeitado” pelo sistema, caracterizado por uma espécie de “não consciência.”** (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 10, grifo das autoras). Desta maneira, nesta concepção saímos de um sujeito tratado como consciente, dono de suas ações definido na concepção anterior para um sujeito que é dominado pelo sistema, ou seja, sua expressão só é concretizada através do código. Aqui é o código quem fala.

Nesta situação, o indivíduo não tem o controle de seu discurso nem da sua vontade, pois se infere um sujeito dominado pelo sistema, é locutor de uma instituição que fala por meio dele, por exemplo, o indivíduo participa de um determinado grupo social e quando se expressa, o sentido desta expressão foi construída pelo grupo, sendo o código a maneira utilizada para a manifestação. Não é levada em consideração a vontade do indivíduo.

Diante deste contexto, observamos a mudança de caracterização do sujeito, aqui ele perde o poder de absoluto dono de suas ações, para se tornar um sujeito guiado pelo sistema linguístico ou social, quando pretende transmitir uma mensagem aos leitores. Fica nítida a troca de papel, o sujeito aqui não é o protagonista, o ator principal, pois esta função é atribuída ao sistema, que se torna essencial na exposição de sentidos, que são transmitidos por meio do código.

Assim, a leitura é entendida como um meio de decodificação do código, ou melhor, a percepção do significado das palavras empregadas na produção do ato comunicativo. O sentido do discurso está na tradução do código convencionalizado. Segundo Azeredo, “é verdade que a atividade de leitura costumava se resumir ao reconhecimento óptico [...]” (AZEREDO, 2018, p. 13).

O reconhecimento do código codificado empregado é sinônimo de leitura, de compreensão. Sob esta ótica, quando um indivíduo almeja expor uma mensagem, uma informação basta apenas codificá-la e remeter para o leitor/ouvinte, que por sua vez faz a leitura, ou melhor, faz a decodificação do código e consegue fazer a interpretação da informação recebida. “Conseqüentemente, **a leitura** é uma atividade que exige do leitor o foco no texto, em sua linearidade [...]” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 10, grifo das autoras).

A função primordial, com relação à leitura nesta concepção de linguagem é a percepção de como as palavras são expostas dentro do texto, para que com base no sentido delas e na estrutura de produção do texto seja possível ao leitor o entendimento das informações transmitidas. O leitor permanece um sujeito passivo, que realiza uma atividade de tradução do código para o reconhecimento da informação, não tendo uma participação de construção, e sim apenas de reconhecimento.

Diante da exposição da leitura como decodificação do escrito, merece destacar que existe uma limitação da leitura a compreensão do código, que passa a ser a essência da leitura. Entendemos que a leitura não deve ser encarada apenas como decifração de um código sem levar em conta o propósito da comunicação, a situação de interação, a intenção do autor, no entanto, precisamos ter em mente que sem o código não existe leitura, seja o código verbal ou não verbal, pois eles são os elementos fundamentais de composição de um gênero textual/discursivo.

Precisamos frisar que o código é tão importante na leitura quantos outros elementos para a compreensão de um texto, como: conhecimento de mundo, objetivos do texto, contexto de interação, mas que não deve ser o único elemento responsável pela leitura de um texto.

A escrita nesta concepção de linguagem com foco no código, consoante Koch e Elias é “um sistema pronto, acabado, devendo o escritor se apropriar desse sistema e de suas regras.” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 33). Neste pensamento, a escrita é considerada como a reprodução de uma mensagem através do código, e para isto é necessário o conhecimento do código de uma língua e de suas regras gramaticais, sendo isto suficiente para a produção de um texto.

Nesta concepção de linguagem centrada no código, a escrita termina sendo uma espécie de codificação das ideias do pensamento, assim, fica observada que para a existência desta concepção de escrita é primordial a concepção de escrita anterior, a escrita como expressão do pensamento, pois para haver a codificação é preciso pensar em algo. Deste modo, as duas concepções de linguagem em comentário se complementam, uma precisa da outra para que ocorra a escrita de um gênero textual/discursivo.

Diante do exposto, a escrita se torna uma espécie de elementos múltiplos, uma vez que precisa do código, pois sem ele é impossível à produção de um texto, como também sem pensamento não existe ideia e não tem o que codificar. Assim, entendemos que tanto a concepção de escrita como expressão do pensamento quanto à concepção da escrita como código têm pertinência para que a produção de um texto aconteça.

Chegamos à terceira concepção de linguagem concebida como uma forma de interação. Esta concepção de linguagem é assim entendida por Travaglia, que afirma que, “o

que o indivíduo faz ao usar a língua não é tão-somente traduzir e exteriorizar um pensamento, ou transmitir informações a outrem, mas sim **realizar ações, agir, atuar sobre o interlocutor (ouvinte/leitor).**” (TRAVAGLIA, 2009, p. 23, grifo nosso).

Precisamos mudar o olhar com relação a forma de interlocução, pois o viés aqui deixa de ser a passividade do leitor/ouvinte, para uma perspectiva em que os envolvidos na interação possam dialogar entre si, buscando a participação ativa de cada um no processo de comunicação em situações definidas. Para Travaglia, “a linguagem é, pois um lugar de interação humana, de interação comunicativa pela produção de efeitos de sentido entre interlocutores, em uma dada situação de comunicação e em um contexto sócio-histórico e ideológico.” (TRAVAGLIA, 2009, p. 23).

Desta forma, a expressividade na interação depende do diálogo construído com a linguagem entre os participantes da comunicação, levando em consideração a situação em que acontece a interação, o contexto social e histórico. Também é necessário que as ideias apresentadas sejam compartilhadas pelos membros que compõem a interlocução. Assim, “o falante termina o seu enunciado para passar a palavra ao outro ou dar lugar à sua compreensão ativamente responsiva.” (BAKHTIN, 2016, p. 29).

Nesta configuração, os envolvidos na interação são os produtores de sentidos no meio social e estão em par de igualdades, haja vista que atuam ativamente na comunicação. Constroem a interação no relacionamento ativo entre falante e ouvinte mediado pelo processo de interlocução que acontece por meio do diálogo. Assim, Koch e Elias define o sujeito da seguinte forma:

na concepção **interacional (dialógica) da língua**, os sujeitos são vistos como **atores/construtores sociais, sujeitos ativos que – dialogicamente – se constroem e são construídos no texto**, considerando o próprio lugar da interação e da constituição dos interlocutores. (KOCH e ELIAS, 2017B, p. 10-11, grifo das autoras).

Percebemos a importância dos sujeitos nesta concepção de linguagem, mas esta importância é concretizada no diálogo que acontece através do texto, “evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas.” (BEAUGRANDE, apud MARCUSCHI, 2008, p. 72). Assim, o texto é o local onde se realiza a interação entre os sujeitos, e é responsável pela construção destes sujeitos que dialogicamente participam das atividades de ações linguísticas desenvolvidas no meio social.

Desta maneira, Koch e Elias contemplam a leitura como sendo,

uma atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos, que se realizam evidentemente com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo. (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 11).

Assim, para que o diálogo se efetive entre os sujeitos da interação e para que haja uma posição de resposta entre ambos, é necessária uma ampla construção de sentidos, e esse processo precisa levar em consideração não apenas os elementos linguísticos que estruturam o evento comunicativo. Inferimos que é preciso ir além, levando em conta as diversas características dos participantes da interação, como a experiência sobre o assunto, os conhecimentos ligados ao contexto da interlocução, e ainda a intenção do texto.

Com relação à escrita, esta concepção focada na interação, conforme Koch e Elias (2011) é considerada como uma produção textual em que é preciso para a sua construção a ativação de diversos conhecimentos, inclusive o público alvo, a situação interativa, os elementos linguísticos a serem utilizados, a finalidade a ser atingida, e para isto é imprescindível a escolha de estratégias que favoreçam a consecução do efeito de sentido desejado.

Nesta ótica, a escrita é tida como uma forma de planejar um dizer sobre uma determinada situação de interação, mas não apenas com foco na utilização do código da língua nem somente como uma forma de expressar um pensamento, e sim com a associação destes à importância de levar em consideração a interação entre o produtor e leitor na escrita de um gênero textual/discursivo.

Neste contexto, a produção textual é constituída a partir do diálogo entre produtor e leitor, tendo como expectativa a relação de experiência de ambos, a fim de apresentar uma situação de interação social. A escrita nesta concepção interacional, concentra a sua atenção na tríade autor-texto-leitor como maneira de construir o diálogo no meio social com ênfase nos acontecimentos que desencadeiam a vida em sociedade.

Feitas estas reflexões a respeito das concepções de linguagem, seguiremos pelo caminho da terceira concepção, ou seja, a concepção que considera a língua uma forma de interação em uma perspectiva sociointeracionista situada historicamente, pois, as ações que acontecem em nosso dia-a-dia são construções linguísticas das quais os sujeitos participam por meio da interação. Neste caso, “a língua é uma forma de ação, ou seja, um trabalho que se desenvolve colaborativamente entre os indivíduos na sociedade.” (MARCUSCHI, 2008, p. 67).

Como nosso foco é um ensino de língua portuguesa em que seja desenvolvida a

competência comunicativa do aluno, para que este seja capaz de participar de forma ativa, consciente e crítica da construção e transformação social é preciso oferecer a ele a oportunidade de contato com os variados tipos de linguagem que circulam no meio social, a fim de que o aluno se aproprie das diversas formas de produção de discursos e efeitos de sentido no processo dialógico com a linguagem.

Assim, inferimos que a concepção mais apropriada à consecução da finalidade exposta é a sociointeracionista. Neste sentido, se pronunciou Antunes ao afirmar que “somente *uma concepção interacionista da linguagem*, eminentemente funcional e contextualizada, pode, de forma ampla e legítima, fundamentar um ensino da língua que seja, individual e socialmente, produtivo e relevante.” (ANTUNES, 2003, p. 41, grifo da autora).

Diante deste contexto, vale salientar que o pleno desenvolvimento da concepção como forma de interação acontece por meio de gênero, produzido por meio de discursos diversos na interação entre os sujeitos em diferentes situações de interlocução. Consoante Porto, “quando adotamos a concepção interacionista, nosso objeto de estudo passa a ser o texto, com toda a diversidade de gêneros que circulam no cotidiano.” (PORTO, 2009, p. 15).

Desta maneira, precisamos ter ciência da emergência do trabalho com os gêneros textuais/discursivos na sala de aula, pois pode instigar o aluno ao contato com as diversas formas de expressão que é possível através da língua. Isto poderá contribuir para a proficiência em leitura e produção de textos nas mais diversas situações de interação, que circundam no meio social. Nesta ótica, é fundamental uma reflexão a respeito de leitura e escrita na visão interacionista, é o que faremos na sequência.

2.2- A leitura na perspectiva sociointerativa

A leitura é uma forma de comunicação indispensável ao ser humano, pois na vivência em sociedade ela contribui para o entendimento múltiplo entre ambos. Então, a escola ao receber o aluno é responsável por inserir o indivíduo no mundo da escrita e formar leitores, a fim de facilitar a compreensão dos variados tipos de discursos que circulam na sociedade, da qual o indivíduo é membro. Para isso, é importante visibilizar que “o processo de leitura deve garantir que o leitor compreenda o texto e que pode ir construindo uma ideia sobre seu conteúdo, extraindo dele o que lhe interessa, em função dos seus objetivos.” (SOLÉ, 1998, p. 32).

Esta configuração é esclarecedora, para que possamos entender que a leitura de um

texto implica muito mais do que a simples decodificação de palavras e frases, levando em consideração apenas o código, para que se obtenha a compreensão do todo. A decodificação se faz necessária, para que a leitura aconteça. Mas a leitura vai além da simples decodificação, pois nela é preciso levar em conta também a intenção do autor, a situação de construção do gênero textual/discursivo, o contexto de interação dos sujeitos envolvidos.

Nesta ótica, estamos em consonância com Koch e Elias que entendem que “a leitura e a produção de sentido são atividades orientadas por nossa bagagem sociocognitiva: conhecimentos da língua e das coisas do mundo (lugares sociais, crenças, valores, vivências).” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 21).

Diante do exposto, entendemos que a compreensão não se restringe a uma ação linguística, pois, a leitura colabora para que o sujeito em contato com os que fazem parte de seu grupo social, bem como de grupos diferentes, conheçam os vários contextos, inclusive, o que nele se encontra inserido, tome consciência do que está ocorrendo e contribua para a transformação caso seja necessário.

Assim, a leitura instiga o ser humano à compreensão e à socialização do mundo com seus semelhantes em uma prática de interação social. Como falou Marcuschi, “compreender não é uma ação apenas linguística ou cognitiva. É muito mais uma forma de inserção no mundo e um modo de agir sobre o mundo na relação com o outro dentro de uma cultura e uma sociedade.” (MARCUSCHI, 2008, p. 230).

Nesta direção, a eficiência para a leitura depende tanto da participação do leitor em diálogo com o texto e o autor, quanto das estratégias que irá utilizar em correspondência com o objetivo de cada leitura. Isso implicará na sensibilidade do leitor no momento da interação, a fim de que possa se apoiar naqueles procedimentos mais adequados para a realização da leitura.

Conforme Koch e Elias, “encontra-se reforçado, na atividade de leitura, o papel do **leitor enquanto construtor de sentido**, utilizando-se, para tanto, de estratégias, tais como **seleção, antecipação, inferência e verificação**.” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 13, grifo das autoras). Aqui as autoras disponibilizam alguns procedimentos de leitura, porém, não afirmam que são as únicas estratégias, que podem servir de apoio no processo de compreensão. Outras estratégias poderão e devem ser adotadas sempre objetivando a realização da leitura na consecução dos possíveis efeitos de sentidos demonstrados na interlocução.

É pertinente destacarmos a importância do leitor/ouvinte responsável pela produção de sentidos no momento da comunicação, porque ele é fundamental neste processo de compreensão. Desta maneira, é essencial levar em conta os seus conhecimentos na hora da

leitura, pois estes ditarão como se procederá à produção de sentidos.

Os conhecimentos que o leitor possui são primordiais para a compreensão e produção de sentido de um gênero, pois tais conhecimentos são colocados em interação diante de pontos de vista que podem coincidir ou não com o do autor do texto.

Nesta situação, poderemos ter embates, negociações de possíveis sentidos, tudo como forma de adequar à situação de interlocução, e assim, propiciar um processo interativo que favoreça a participação ativa dos sujeitos. Pois, “*compreender é, essencialmente, uma atividade de relacionar conhecimentos, experiências e ações num movimento interativo e negociado.*” (MARCUSCHI, 2008, p. 252, grifo do autor).

Assim, ainda é possível, produzir o sentido do texto no diálogo entre os sujeitos, partindo de inferências detectadas através das pistas disponibilizadas pelo gênero. Neste contexto, procuramos efetivar a compreensão levantando hipóteses e por meio de inferências concretizarmos sentidos possíveis, aos quais a leitura nos conduz por meio de um processo de interação. E ela própria nos coloca perante o meio social.

Sendo uma atividade de produção de sentidos colaborativa, a compreensão não é um simples ato de identificação de informações, mas uma construção de sentidos com base em atividades inferenciais. Para se compreender bem um texto, tem-se que sair dele, pois o texto sempre monitora o seu leitor para além de si próprio e esse é um aspecto notável quanto à produção de sentido. (MARCUSCHI, 2008, p. 233).

Nesta situação, as marcas utilizadas na compreensão precisam fazer parte de um contexto em que a situação é construída. Pois precisamos entender que o gênero textual/discursivo é escrito de maneira situada e pertencente a um contexto de interlocução. Desta forma, o gênero nos proporciona informações, por meio das quais, somos guiados às inferências e à constituição de sentidos possíveis de cada texto lido, desta forma “compreender um texto é realizar inferências a partir das informações dadas no texto e situadas em contextos mais amplos.” (MARCUSCHI, 2008, p. 239.).

Ainda, segundo Marcuschi, “não é justificável buscar todos os sentidos do texto no texto, como se eles estivessem ali postos de modo objetivo.” (MARCUSCHI, 2008, p. 241). Nesta configuração, percebemos que o sentido do texto carece da interferência do leitor/ouvinte, bem como do contexto em que a interação se manifesta a fim de situar a comunicação e facilitar a compreensão, já que todo discurso é situado em um contexto mais amplo, pois,

em uma situação de comunicação, os interlocutores situam o seu dizer em um determinado contexto – que é constituinte e constitutivo do próprio dizer – e vão

alterando, ajustando ou conservando esse contexto no curso da interação, visando à compreensão. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 63).

Deste modo, a produção de um discurso é conduzida também pelo contexto de interlocução, pois os conhecimentos utilizados na elaboração do gênero textual/discursivo precisam pertencer ao mesmo mundo dos sujeitos, precisam dialogar de forma recíproca, e ainda, serem compatíveis e acessíveis à comunicação a que se propõem os envolvidos no processo de leitura.

Assim, consoante Koch e Elias, “**o contexto** é, portanto, um **conjunto de suposições**, baseadas nos saberes dos interlocutores, mobilizadas para a interpretação de um texto.” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 64, grifo das autoras).

Diante desta configuração, entendemos que o contexto pode ser entendido como uma forma de conhecimento que envolve certos fatores, inclusive, a cultura, os valores, as crenças, a religião, a ideologia, nos quais os envolvidos no ato interacional, estão imersos sendo essencial no fortalecimento da leitura com o propósito de construção de sentido. “O ato de ler envolve práticas e experiências humanas nas quais devem ser considerados diversos fatores, como a idade do leitor, seu grau intelectual, seus gostos e cultura, entre outros.” (PORTO, 2009, p. 24).

A leitura acontece como um meio de viabilizar a comunicação entre as pessoas em meio social, facilitando a relação de entendimento e convivência. Assim, a compreensão das ações que são desenvolvidas na sociedade pelo indivíduo precisa ser apreendida, para que se tenha uma harmônica construção de sentido levando em consideração o propósito comunicativo de cada situação de interação.

Deste modo, faz-se imprescindível conceber a leitura nas escolas neste viés de construção de sentido, pois o intuito é a formação do aluno em uma perspectiva de participação social de forma ativa, no entanto, para isto é preciso ter em mente que,

a leitura é uma atividade altamente complexa de produção de sentidos que se realiza, evidentemente, com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes. (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 57).

Percebemos, assim, que para a leitura se concretizar no sentido sugerido precisamos de uma série de conhecimentos, inclusive do código, porém, precisamos ser conscientes que só ele não é o suficiente, pois, vários outros saberes, como já apresentados no decorrer da discussão, também é fundamental para a interação social que acontece através dos sujeitos por

intermédio da leitura.

É cabível mencionar que, para que a leitura aconteça é indispensável a produção do discurso, este que pode ser oral ou escrito e anda junto com a leitura. Vamos nos concentrar na sequência na escrita de texto com um olhar de construção de sentido em meio social.

2.3- A produção de texto como meio de participação e interação social

A comunicação entre os seres humanos pode ser construída por meio de texto escrito de variados tipos a depender da finalidade e da situação em que se desenvolve. Com isso, é nítida que não existe apenas uma forma de texto escrito – a redação – sobre a qual tradicionalmente ouvimos falar nas escolas. Aquela é mais uma das diversas formas textuais disponíveis que temos, a fim de construirmos uma comunicação através da linguagem escrita.

Nesta ótica, a escola, formalmente responsável pelo desenvolvimento da competência discursiva dos alunos, para que eles possam participar de forma consciente e crítica do ambiente social, não pode e nem deve, com relação à escrita, explorar somente a redação como única forma de produção textual.

É importante atentarmos para a existência de vários gêneros textuais/discursivos que são encarregados da interação entre os sujeitos na modalidade escrita. Assim, é interessante colocar o aluno em contato direto com estes gêneros, com o interesse de que eles se apropriem e possam fazer uso de acordo com cada situação interativa específica, adequando cada gênero ao contexto de interlocução do evento comunicativo, uma vez que “cada jeito diferente de escrever um texto ganha sentido e se justifica porque responde a uma diferente função interativa.” (ANTUNES, 2003, p. 63).

Nesta configuração, observamos a importância de estudar os diversos gêneros textuais/discursivos escritos que circundam na sociedade, haja vista, que o diálogo entre os indivíduos pode se realizar por esta forma de linguagem, ou seja, os gêneros textuais, que oferecem a possibilidade de participação na sociedade com variados objetivos.

A participação do sujeito na sociedade pode ocorrer de diversas maneiras, inclusive, por meio da escrita, mas para que isto aconteça é necessária uma finalidade que requeira a ação do indivíduo por meio da produção textual. Assim, precisa existir a apropriação da atividade ao suporte linguístico, neste caso o gênero textual/discursivo escrito, determinado para tal atuação.

Quando precisamos dizer algo em meio social, buscamos a interação com um público alvo, pois, a situação comunicativa precisa ser levada em consideração, a fim de atender a

certo tipo de propósito através da intencionalidade do produtor. Neste caso, além dos elementos linguísticos que usamos na produção do gênero textual/discursivo, precisamos destacar a importância do outro que compõe com o autor do texto a cadeia interativa.

Neste contexto, podemos perceber que a produção textual é mais do que o seguimento de regras pertinentes ao sistema linguístico, pois, também é concebida como uma ação situada, e requer a consideração dos conhecimentos sobre o leitor na hora da produção textual, objetivando a efetivação do diálogo entre produtor e leitor. Para Koch e Elias,

a escrita não é compreendida em relação apenas à apropriação das regras da língua, nem tampouco ao pensamento e intenções do escritor, mas, sim, em relação à interação escritor-leitor, levando em conta, é verdade, as intenções daquele que faz uso da língua para atingir o seu intento sem, contudo, ignorar que o leitor com seus conhecimentos é parte constitutiva desse processo. (KOCH e ELIAS, 2011, p. 34).

Assim, para que a produção textual seja bem sucedida, cabe salientar que é necessário levarmos em conta estratégias persuasivas adequadas aos objetivos pretendidos na hora da escrita, que aproximem cada gênero as suas especificidades próprias, bem como àquelas que proporcionem uma maior expressividade de acordo com a finalidade desejada e com o gênero propício a cada situação de interação. Deste modo,

o produtor elabora um projeto de dizer e desenvolve esse projeto, recorrendo a estratégias linguísticas, textuais, pragmáticas, cognitivas, discursivas e interacionais, vendo e revendo, no próprio percurso da atividade, a sua produção. (KOCH e ELIAS, 2011, p. 36).

Neste sentido, a produção textual é um ato que além de linguístico, envolve outras bases de constituição do dizer, isto mostra que os sentidos dos textos produzidos levam em consideração outros fatores como os extralinguísticos, que surgem na interação entre produtor e leitor em uma situação específica de comunicação. A cultura, o grau de instrução, a ideologia dos envolvidos no processo de interação são premissas reconhecíveis no processo de escrita.

Desta forma, o que notamos no processo de produção textual é a capacidade de interação que é concebida por meio de fatores extralinguísticos, ou melhor, os conhecimentos adquiridos na vivência em sociedade, que implicam numa correlação cultural, social, histórico e cognitivo, que envolvem os participantes da comunicação em um determinado contexto. Assim, “não se pode produzir [...] um texto considerando apenas a linguagem. O nicho significativo do texto (e da própria língua) é a cultura, a história e a sociedade.” (MARCUSCHI, 2008, p. 87-88).

Diante do exposto, cabe a qualquer pessoa que se disponha a produzir um texto, observar uma série de fatores que devem ser refletidos e analisados, a fim de nortear a escrita, pautado no propósito comunicativo que se busca. Estes elementos denominarão que tipo de linguagem, se formal ou informal, que tipo de léxico, que elementos coesivos e estruturais, dentre outros, serão viáveis para a elaboração do evento comunicativo a que se propõe.

Neste sentido, temos o entendimento de que a produção textual representa “um processo que exige do sujeito escritor atenção a uma série de fatores: tema, objetivo, sujeito leitor, gênero textual, seleção e organização das ideias de acordo com o tema e objetivos determinados.” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 77). Diante do exposto, a escola precisa trabalhar os fatores citados acima para que o aluno desenvolva habilidades para produzir variados textos, inclusive a propaganda.

Deste modo, a escrita irá evoluindo a partir da observação que se faz no decorrer da produção, da interação entre os sujeitos que participam do diálogo, levando em consideração sempre o propósito comunicativo a que se destina à escrita. “Produzir um texto, por exemplo, implica a realização e articulação de tarefas diversas: planejar o texto em função dos objetivos colocados, do leitor, das especificidades do gênero e do suporte.” (BRASIL, 1998, p. 38).

Nesta ótica, notamos que a produção de um texto escrito exige que o autor mobilize uma série de fatores, que indicará a característica do discurso que ele se dispõe a construir, levando em conta as especificações do contexto no qual se destina atuar, como também os conhecimentos partilhados entre os sujeitos que participam da interação.

Neste caso, os conhecimentos dos sujeitos envolvidos na interação são fundamentais para a proposta de produção de um gênero textual/discursivo, pois quem escreve se dirige a um determinado leitor, embora, depois de escrito o escritor perde o domínio de seu texto, que passa a ser público e sujeito a compreensões variadas em consonância com cada contexto em que é posto. Pois ao escrever, o escritor subtende que o leitor a quem é dirigido o texto possui conhecimentos suficientes para conseguir interagir no evento comunicativo, porque “a escrita é um trabalho no qual o sujeito tem algo a dizer e o faz sempre em relação a outro (o seu interlocutor/leitor) com certo propósito.” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 36).

Diante deste contexto, a produção textual impulsiona a interação entre escritor e leitor. Assim, o ato de escrever requer mais do que somente colocar no papel palavras e frases, haja vista, que o contato entre ambos requer um diálogo constante durante a escrita. Deste modo, acontece uma forma de negociação, na qual precisam ser observados os conhecimentos que possam ser partilhados em decorrência da cultura, do meio social, da crença, dos valores de cada um.

Qualquer pessoa que se disponibiliza a escrever sobre algo precisa ter domínio do assunto, pois é praticamente impossível falar sobre algo que não se conhece, ou seja, a ausência do conhecimento prévio do assunto nos impossibilita situar o conteúdo em um contexto apropriado de interação. Assim, “é preciso sempre ter em mente é que o produtor do texto não tem como escrever sobre coisas que absolutamente desconhece;” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 91).

Assim, na produção textual o escritor tenta construir um canal de comunicação com base no que ele sabe do assunto, no entanto, precisa considerar a participação do leitor, para que a interação se efetive.

Ao abrir um canal de interação somos guiados por conhecimentos dos nossos semelhantes extraídos de outros textos, de outros contextos, de outros diálogos, com base no grau de informação que assimilamos no decorrer de nossa experiência comunicativa junto ao meio social em que estamos inseridos. Neste sentido, Bakhtin se pronunciou de forma enfática, dizendo que,

nosso discurso, isto é, todos os nossos enunciados (inclusive as obras criadas) é pleno de palavras dos outros, de um grau vário de alteridade ou de assimilabilidade, de um grau vário de aperceptibilidade e de relevância. Essas palavras dos outros trazem consigo a sua expressão, o seu tom valorativo que assimilamos, reelaboramos, e reacentuamos. (BAKHTIN, 2016, p. 54).

Desta forma, ao tratarmos de algum tema estamos apenas reconstituindo um dizer que anteriormente foi dito, e lançamos mão deste dizer como forma de participar de uma determinada situação congênere a mencionada, construindo a nossa maneira de se posicionar sobre determinado assunto, pautado sempre no discurso do outro.

O mesmo raciocínio é dado à produção textual, pois, ao escrever um gênero textual/discursivo se busca agir em um contexto social por meio da escrita, no entanto, vale ressaltar que o texto nosso não será mera cópia de outro texto já escrito e utilizado em uma situação com uma determinada função.

Nós nos apropriamos destes escritos e construímos o nosso, sendo os escritos do outro a base para o desenvolvimento da nossa interação em sociedade. Desta forma, “na atividade escrita, sempre recorreremos, de forma consciente ou não, a outros textos, dependendo dos conhecimentos de textos armazenados na nossa memória e ativados na ocasião da produção do texto.” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 114).

Diante do exposto, no trabalho com a produção textual em sala de aula, é indispensável à escola colocar o aluno em situação diversificada de leitura, visto que esta dá a

oportunidade de acessar os diversos conhecimentos, que circundam no meio social, e servirão de apoio no momento da construção do discurso, seja ele pertencente a qualquer modalidade, por exemplo, escrita ou oral.

Como nosso discurso é baseado em outros discursos, vale mencionar que nossa forma de nos expressarmos acompanhará modelos pré-definidos de produção textual, que nos garantirá uma forma de interação, dependendo da situação interativa e o contexto no qual se encontram envolvidos os sujeitos da interação. Isto irá nos facilitar a escolha do léxico, dos elementos linguísticos, da estrutura do texto em consonância com a proposta que se deseja. Com isso,

os modelos são constituídos e reconstituídos ao longo de nossa existência em decorrência das inúmeras práticas sociais de que participamos. A produção textual solicita a ativação de modelo(s) para a organização do texto, seleção de ideias e modo de constituição do dizer, posicionamento enfatizado quando se concebe a relação linguagem, mundo e práticas sociais. (KOCH e ELIAS, 2011, p. 58).

Nesta visão, precisamos atender a denominados modelos de textos de acordo com o propósito comunicativo, haja vista, que a escrita não se apresenta de modo acidental e desordenado como se fosse um conjunto de frase sem nexos causais com a realidade.

A produção textual precisa seguir sequência definida, coerente e coesa, buscando elaborar ou reconstruir de forma acessível o evento comunicativo, “um texto, enquanto unidade comunicativa, deve obedecer a um conjunto de critérios de textualização (esquematização e figuração), já que ele não é um conjunto aleatório de frases, nem é uma sequência em qualquer ordem.” (MARCUSCHI, 2008, p. 93).

Assim, na utilização da linguagem seja pela oralidade ou pela escrita é fundamental o emprego de fatores linguísticos e extralinguísticos, para a constituição dos sentidos que almejamos construir através dos gêneros textuais/discursivos em uma dada relação de interação social. Deste modo, temos a obrigatoriedade de seguir preceitos sociais de construção do discurso, construídos de forma consciente ou não na convivência dos sujeitos envolvidos no processo interacional. “Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso.” (BAKHTIN, 2016, p. 12).

Neste mesmo sentido, com relação ao seguimento de modelos para produção do discurso, inclusive com relação à produção textual, Koch e Elias se posiciona dizendo que, “todas as nossas produções, quer orais, quer escritas, se baseiam em formas-padrão relativamente estáveis de estruturação de um todo a que denominamos *gêneros*.” (KOCH e

ELIAS, 2011, p. 55, grifo das autoras).

Desta forma, evidenciamos a importância dos gêneros textuais/discursivos para a concretização do discurso, haja vista que é fator essencial para o direcionamento de padrão de produção textual, adequando-o a cada situação específica de interação. Sendo assim, é primordial o aprimoramento da discussão com relação aos gêneros do discurso. É o que faremos a seguir.

3- OS GÊNEROS DO DISCURSO: ELEMENTOS INDISPENSÁVEIS À INTERAÇÃO SOCIAL

Por meio da linguagem o ser humano desenvolve ações em meio social. Estas ações acontecem da interação intersubjetiva dos sujeitos envolvidos no ato comunicativo. No entanto, ao interagir com o outro, o sujeito utiliza construção linguística historicamente e socialmente compatível com a situação. São construções que estruturam o projeto de interação, levando em conta a adequação do propósito comunicativo ao contexto em que o indivíduo se dispõe atuar.

Estas formas de construção do discurso ocorrem em forma de textos diversificados, produzidos de acordo com a cultura, a formação ideológica, crença e valores dos interlocutores, e recebem o nome de gêneros textuais/discursivos, assim sendo, “toda interação se dá por algum gênero discursivo que se realiza por algum texto.” (CAVALCANTE, 2018, p. 44).

Neste sentido, para que a interação cumpra o seu objetivo as pessoas fazem uso de diferentes composições de textos a depender do intuito comunicativo, dentro de uma forma específica e com estruturas que se efetivaram na relação discursiva dos sujeitos ao longo do tempo em sociedade.

Isto favorece a interação de forma adequada, pois, ao contrário não sabemos se seríamos capazes de produzir pela primeira vez forma interativa nova, que nunca tivesse sido convencionalizada pela sociedade. “Se os gêneros do discurso não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente cada enunciado e pela primeira vez, a comunicação discursiva seria quase impossível.” (BAKHTIN, 2016, p. 39).

Desta forma, notamos a fundamental importância dos gêneros textuais para a interação social. Pois é por meio deles que todo evento comunicativo se arquitetava, produz os efeitos de sentidos, além das combinações linguísticas pertinentes a cada situação e contexto de interação.

Neste contexto, ainda, nos oportuniza imprimir destaque aos gêneros textuais/discursivos por sua diversidade interacional e a sua submissão ao objetivo desejado no evento comunicativo, sem negar a característica social, a fim de que possamos utilizar a maneira apropriada a cada propósito interacional. Deste modo, para Cavalcante os gêneros textuais,

são padrões sociocomunicativos que se manifestam por meio de textos de acordo com necessidades enunciativas específicas. Trata-se de artefatos constituídos sociocognitivamente para atender aos objetivos de situações sociais diversas. Por esse motivo, eles apresentam relativa estabilidade, mas seu acabamento foi (e continua) constituído historicamente. (CAVALCANTE, 2018, P. 44).

Na configuração apresentada, podemos ver uma estabilidade atribuída aos gêneros, porém, carece destaque que é uma estabilidade relativa. Então, se é relativa é preciso entender que nem sempre a produção textual vai aparecer obedecendo aos mesmos padrões, pois quem vai guiar a construção é o propósito comunicativo.

Assim, é importante ficarmos atentos à situação em que acontece a interação, a intenção do autor na propositura dos efeitos de sentidos que se deseja, bem como ao público que almeja atingir. Pois de acordo com o que se propõe é possível entender que, “os gêneros discursivos são, simultaneamente, formas estabilizadas (ou seja, regulares, passíveis de estruturação) e instáveis (ou seja, passíveis de sofrerem mudanças).” (CAVALCANTE, 2018, p. 49).

Neste mesmo sentido, mostrando a flexibilidade dos gêneros se expressou Marcuschi, afirmando que “o gênero é essencialmente flexível e variável, tal como seu componente crucial, a linguagem. Pois, assim como a língua varia, também os gêneros variam, adaptam-se, renovam-se e multiplicam-se.” (MARCUSCHI, 2011, p. 19).

A discussão alavancada até aqui, é esclarecedora no sentido de entendermos o papel sociointerativo dos gêneros textuais/discursivos em decorrência de seu aspecto funcional em detrimento de sua forma, pois, o uso de um gênero em sociedade precisa atender à função social ao que ele se predispõe. “Mais do que uma forma, o gênero é uma “ação social tipificada”, que se dá na recorrência de situações que tornam o gênero reconhecível.” (MARCUSCHI, 2011, p. 19).

Nesta ótica, na elaboração de um gênero o escritor não deve abandonar a forma, apenas precisa entender o gênero textual/discursivo além dela, para se enfatizar a ação social que o sujeito pretende por meio da funcionalidade do gênero. “Ou seja, a ênfase da questão deve estar na explicitação dos modelos pelos quais, em seus textos, as pessoas realizam seus fins comunicativos e, não, na possibilidade de se estabelecer um sistema uniforme para a classificação da imensa variedade de gêneros.” (ANTUNES, 2009, p. 56-57).

Diante do exposto, não temos dúvida em relação à relevância dos gêneros textuais/discursivos para a concretização dos discursos em meio social. O que não se deve ter em mente é o engessamento da forma na hora da interlocução. Existem diversas maneiras de dizer a mesma coisa, porém, o que vai ser decisivo na hora da escolha é o fator propósito

comunicativo.

Assim, conforme Marcuschi, “quando dominamos um gênero textual, não dominamos uma forma linguística e sim uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares.” (MARCUSCHI, 2008, p. 154).

Sendo assim, existem na utilização de um gênero textual/discursivo interesses para a construção de uma comunicação, haja vista o efeito de sentido e a ênfase que se quer dar ao processo de interação intermediada pelo ambiente social. “A escolha do gênero se faz em função da definição dos parâmetros da situação que guiam a ação. Há, pois, aqui uma relação entre meio-fim, que é a estrutura de base da atividade mediada.” (SCHNEUWLY, 2004, p. 24).

Neste mesmo caminho, se manifestou Marcuschi: “a ação com gêneros é sempre uma seleção tática de ferramentas adequadas a algum objetivo.” (MARCUSCHI, 2008, p. 20). Desta maneira, podemos inferir que a ação humana em meio social requer que se lance mão de uma gama de instrumentos linguísticos e extralinguísticos de forma planejada e que seja apropriada ao momento interlocutivo desejado.

Então, as ações dos sujeitos em sociedade passam por uma determinação, que se sustenta no propósito comunicativo, na relação cognitiva, histórica e sociocultural proposta pela finalidade da interação social, que leva o autor da comunicação à escolha do gênero adequado à situação interativa.

Isso nos leva a considerar que os gêneros se diversificam de acordo com a situação imediata de comunicação, os elementos socioculturais historicamente construídos, bem como as necessidades específicas solicitadas por certas condições associadas à modalidade (oralidade ou escrita), ao grau de formalismo, à possibilidade de participação simultânea dos interlocutores, entre outros aspectos. (CAVALCANTE, 2018, p. 46).

Nesta configuração, evidenciamos a dinamicidade dos gêneros textuais/discursivos, que podem ser diversos em consonância com o contexto de interação, como também com a pretensão de sentido que se propõe a comunicação. Deste modo, é notável a grande quantidade de gêneros textuais/discursivos de que o sujeito dispõe a seu favor, quando necessitar abrir um canal de interação em meio social.

Em acordo com a situação discutida acima, podemos afirmar que, “os gêneros são instáveis também, no sentido de que passam por modificações, no decorrer do tempo e diante de situações que possibilitem alterações em alguma de suas características (estrutura, conteúdo, suporte, estilo etc.) para atingirem suas finalidades.” (CAVALCANTE, 2018, p. 50-51).

Podemos ir além, pois, os gêneros textuais/discursivos podem ser produzidos no formato de outro para atingir o propósito comunicativo e o efeito de sentido que se procura. Assim, podemos produzir um poema com a função de propaganda, uma crônica com a função de um relatório, e assim por diante.

Desta forma, a prioridade é a expressividade de sentido, bem como a consecução da finalidade desejada, haja vista que os gêneros podem proporcionar esta dinâmica, quando se trata da relação meio-fim.

Esta transposição na mudança da forma para priorizar a função, é chamada por Ulla Fix apud Marcuschi de “intertextualidade tipológica para designar esse aspecto da hibridização ou mescla de gêneros em que um gênero assume a função de outro.” (MARCUSCHI, 2008, p. 165). No entanto, o próprio Marcuschi entende por melhor tratar da questão utilizando a expressão intergenericidade, quando diz que “pessoalmente, estou usando **intergenericidade** como a expressão que melhor traduz o fenômeno.” (MARCUSCHI, 2008, p. 165, grifo do autor).

Diante do exposto, percebemos a desenvoltura dos gêneros textuais/discursivos no movimento de sua viabilidade em meio social, pois o que prevalece é a funcionalidade e não a forma rígida estanque. O importante é focar nos gêneros seu aspecto interativo proporcionado pela eficiência na elaboração de sentido, que leve em conta os mecanismos utilizados para que a comunicação atinja seu fim independente da estrutura pela qual se opte. Assim,

identificar os gêneros como ações retóricas recorrentes, e não como formas similares, é mais plausível. Não é na similaridade de formas que reside a identificação de um gênero e sim nos atos praticados recorrentemente. [...] A primazia da ação postula que é pela ação que produzimos e reproduzimos os sentidos sociais e criamos as estruturas. (MILLER, apud MARCUSCHI, 2011, p. 24).

É visível para nós, a preocupação em privilegiar as atividades que o ser humano produz no ambiente social através dos gêneros textuais/discursivos, bem como demonstrar que a consecução dos objetivos propostos pela interação não se situa na forma do gênero, mas sim, no propósito comunicativo. Este irá determinar o modo como devemos combinar os elementos em prol da funcionalidade, e assim se chegar ao modo mais apropriado na escolha do gênero que melhor atenderá a expressividade que se quer construir, “imperará o domínio da função sobre a forma na determinação interpretativa do gênero, o que evidencia a plasticidade e dinamicidade dos gêneros.” (MARCUSCHI, 2008, p. 164).

Neste caminho, ainda, se faz necessário destacarmos a associação do gênero com o

suporte em que o gênero é apresentado na interlocução no meio social, pois, é concebível que o suporte pode exercer um papel primordial na identificação do propósito comunicativo e venha a facilitar o entendimento do efeito de sentido que é sugerido na interação comunicativa. “O suporte firma ou apresenta o texto para que se torne acessível de certo modo.” (MARCUSCHI, 2008, p. 176).

Neste contexto, carecemos esclarecer o que vem a ser um suporte de gênero, para tal efeito citamos o entendimento de Marcuschi, que o conceitua da seguinte maneira:

entendemos aqui como suporte de um gênero um locus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. Pode-se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto. (MARCUSCHI, 2008, p. 174).

Diante desta consideração, o suporte é considerado específico, então, subtendem que é criado para situação de caráter comunicativo, e que se liga ao gênero textual/discursivo com a finalidade bem definida, ou seja, tornar o texto disponível a um determinado público alvo com o intuito de produzir sentidos em acordo com a situação interativa. Assim, “o certo é que o conteúdo não muda, mas o gênero é sempre identificado na relação com o suporte.” (MARCUSCHI, 2008, p. 174).

Desta forma, independente do tipo de suporte que se use, o conteúdo do texto que compõe o gênero não é alterado. Então, a finalidade do suporte é tornar viável ao leitor à aproximação com o evento comunicativo, a fim de que se possa abrir um canal de interação sugerido pelos envolvidos na interlocução.

3.1- Os elementos que constituem os gêneros textuais/discursivos diante da interação social

Sabemos que a linguagem se realiza por meio de discursos, que são produzidos através de enunciados por sujeitos, que participam da interação em uma determinada situação de interlocução. Estes enunciados são construídos em forma de gêneros textuais/discursivos que dão a dinâmica de constituição de todo e qualquer evento comunicativo. Sendo assim, conforme Bakhtin,

esses 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, 2016, p. 11-12).

Nesta situação, podemos detectar que para a construção dos gêneros textuais/discursivos são requeridos aspectos linguísticos, precisa haver uma estrutura para a sua construção, como também informações características dos interlocutores, para que se tenha apoio para a escolha de determinado tipo de gênero textual/discursivo de acordo com o contexto e a situação em que se propõe a atuar, ainda levando em consideração os efeitos de sentidos que procuram instituir por meio da interação.

De acordo com o apresentado por Bakhtin, Wachowicz, faz a seguinte premissa:

O tema, [...] compõe a tríade da constituição de um gênero discursivo, ao lado da composição e do estilo. Bakhtin, vale lembrar, imprime ao gênero uma relativa estabilidade a partir da relação socialmente previsível entre esses três elementos. [...] É isso que permite com que os usuários reconheçam o gênero. (WACHOWICZ, 2012, p. 36).

Desta maneira, os gêneros textuais/discursivos se encontram imbricados na relação com os elementos que os organizam, dando a possibilidade ao escritor de percorrer o caminho que lhe der a conjuntura de produção de um discurso, como também facilitar a compreensão de um discurso com base nestes elementos, ainda considerando para isto, o propósito comunicativo e as intenções do processo de interação.

É preciso nos aprimorar em cada elemento que compõe os gêneros, para ter consciência na hora de manipulá-los, quando tivermos diante de uma situação interativa de construção de um evento comunicativo.

Com relação ao conteúdo temático, Koch e Elias se referem da seguinte maneira: “o **conteúdo temático** diz respeito ao tema esperado no tipo de produção em destaque [...]” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 60, grifo das autoras). Deste modo, o conteúdo temático busca alavancar as características que envolvem os interlocutores envolvidos na interação social, procura deixar transparente o acordo social que há entre ambos.

Wachowicz trata o assunto do seguinte modo:

numa visão mais abrangente do que o nome sugere, tema é o conjunto de informações trazidas pelos interlocutores em determinadas situações com vistas à construção textual. Logo, o tema está diretamente associado às possíveis condições que definem usos específicos de gêneros. (WACHOWICZ, 2012, p. 37).

Podemos observar que a autora comunga com o pensamento de Koch e Elias (2011) relacionado ao assunto abordado, porém, acrescenta a possível influência do conteúdo temático para a escolha do gênero que será mais adequado à interação pretendida. Neste caso, a depender do que vai ser executado no processo interativo, é que se percebe qual o gênero

textual que será desenvolvido na construção do intento comunicativo.

O estilo, outro componente do gênero, é tratado por Bakhtin da seguinte forma: “No fundo, os estilos de linguagem ou funcionais não são outra coisa se não estilos de gênero de determinadas esferas da atividade humana e da comunicação.” (BAKHTIN, 2016, p. 18).

Neste entendimento, o estilo não se configura como um estilo individual do escritor, mas uma característica que compreende as peculiaridades de determinado gênero textual/discursivo na atuação da interação social, para a prática de ações desenvolvidas pelos sujeitos por intermédio da língua.

Conforme Wachowicz, “estilo é uma escolha de um sujeito, que vive em relação a um tempo e a outros sujeitos, acima de um conjunto de regras de uma língua.” (WACHOWICZ, 2012, p. 131). Assim, o estilo se correlaciona também ao contexto sociohistórico e cultural dos sujeitos que se envolvem na prática de interação social, bem como aos aspectos linguísticos pertinentes a uma língua. “Estilo aqui é produto de um conjunto de opções recorrentes que são motivadas por um gênero do discurso.” (WACHOWICZ, 2012, p. 128).

Vale salientar que o estilo está ligado à maneira de dizer algo ou de como dizer algo, pois, deste modo entram as combinações das palavras de acordo com a expressividade de sentido, que o produtor do discurso quer florescer diante da situação, do contexto, dos interlocutores, como também a intenção mediante a produção do gênero textual, que por meio deste o sujeito participa do diálogo social. “Mais do que **o que** é dito, o estilo se concentra na **maneira como** é dito. Isso nos remete imediatamente ao plano das palavras, das estruturas sintáticas, das escolhas lexicais, das conexões etc.” (WACHOWICZ, 2012, p. 136, grifo da autora).

Assim, o estilo provoca nos interlocutores diferentes competências para se adequar aos diversos contextos de interação social mediante a mobilização das formas discursivas existentes historicamente e culturalmente, que contribuem para a produção dos gêneros textuais/discursivos em cada situação específica e em conformidade com o público que pretende atingir. Isto detém do produtor a escolha de formas da língua motivada pelo contexto social no qual deseja agir linguisticamente.

Temos ainda na constituição dos gêneros textuais/discursivos para a produção de efeito de sentido, o aspecto composicional, que Bakhtin concebe como, “determinados tipos de construção do conjunto, de tipos do seu acabamento, de tipos da relação do falante com outros participantes da comunicação discursiva – com os ouvintes, os leitores, os parceiros, o discurso do outro, etc.” (BAKHTIN, 2016, p. 18).

Diante do exposto, podemos inferir que não existe uma estrutura única na produção da

interação social, o que implica perceber que a situação comunicativa motivará as escolhas para a formação do todo, que precisa, ainda, levar em consideração o destinatário que participa da interlocução, bem como os elementos de organização que combinem com a ação interativa que se almeja desenvolver em sociedade.

Neste mesmo sentido, Koch e Elias se manifestam dizendo que, “**do ponto de vista da composição dos gêneros**, deve-se levar em conta a forma de organização, a distribuição das informações e os elementos não-verbais: a cor, o padrão gráfico ou a diagramação típica, as ilustrações.” (KOCH e ELIAS, 2017, p. 109-110, grifo das autoras).

Deste modo, podemos observar que na constituição dos gêneros textuais/discursivos precisamos impulsionar diversos elementos que contribuam para a produção de efeito de sentido em consonância com o propósito comunicativo, haja vista que o plano composicional permite uma forma de organização que possibilita uma determinada maneira de distribuir as informações dentro do gênero.

Destacamos que a composição de um gênero precisa atender a função interativa, a qual se disponibiliza no ambiente social, não possuindo forma engessada e rígida, pois, o que deve prevalecer é a construção da comunicação, tendo em vista a finalidade que o gênero deseja atingir, como também o público alvo que quer mobilizar. “Todo texto se concretiza numa determinada forma de construção, que engloba certa sequência de elementos, mais ou menos estipulados.” (ANTUNES, 2009, p. 58).

Portanto, como visto, a interação social acontece por meio de discurso construído em forma de gêneros textuais/discursivos, que precisam do manuseio de uma série de elementos, inclusive dos que constituem os gêneros, para que assim, sejam produzidos os efeitos de sentido. Para Bakhtin, “o falante com sua visão do mundo, os seus juízos de valor e emoções, por um lado, e o objeto de seu discurso e o sistema da língua (dos recursos linguísticos), por outro – eis tudo o que determina o enunciado, o seu estilo e sua composição. É esta a concepção dominante.” (BAKHTIN, 2016, p. 57).

Sendo assim, são primordiais os conhecimentos linguísticos, bem como os extralinguísticos para a produção do discurso, ou seja, são levados em conta os conhecimentos culturais, cognitivos, ideológicos e sociais na produção da interação. Deste modo, os gêneros textuais/discursivos são primordiais para a consecução dos objetivos linguísticos socialmente requeridos pelos interlocutores envolvidos no evento comunicativo de elaboração de sentido.

Logo, se os gêneros são indispensáveis na construção do discurso, é louvável considerarmos os seus elementos constitutivos na produção e compreensão do texto, seja ele escrito ou oral.

Para a exploração dos gêneros textuais/discursivos e seus elementos constitutivos precisamos criar condições que facilitem o trabalho de leitura e produção de texto por meio de cada gênero específico. Deste modo, trataremos da questão através das sequências didáticas, que pode ser um fator essencial para o ensino dos gêneros, seja oral ou escrito.

3.2- As sequências didáticas e sua contribuição no ensino dos gêneros textuais/discursivos

O ensino de leitura e produção de texto se desenvolve por intermédio dos gêneros, mas é preciso que a escola crie possibilidades com o intuito de explorar a utilização destes gêneros em situação concreta de uso da linguagem. Assim, colocar o aluno em contato constante com o gênero pode viabilizar a assimilação de habilidades e competências em termos de leitura e escrita, que ofereça ao aluno oportunidade de atuar no meio social de forma crítica e consciente, através das diversas linguagens adequadas a situação de interação.

É imprescindível o papel do professor no planejamento de estratégias pedagógicas que venham a facilitar o desempenho do aluno em qualquer nível de ensino-aprendizagem. Cabe também ao professor possibilitar ao aluno propostas de ensino condizentes com sua realidade e que sejam úteis no convívio social, pois não faz sentido para o aluno se apropriar do que não terá eficiência em sua vida diária.

Neste sentido, necessitamos oportunizar aos que frequentam a escola a possibilidade de apreender habilidades, que impulsionem o desenvolvimento da competência de se comunicar no meio social de forma oral ou escrita, como também se apropriar de aptidão leitora que proporcione entender as várias linguagens que circulam no ambiente social. Para Dolz, Noverraz e Schneuwly é possível alcançar o objetivo requerido da seguinte maneira:

Criar contextos de produção precisos, efetuar atividades ou exercícios múltiplos e variados: é isso que permitirá aos alunos apropriarem-se das noções, das técnicas e dos instrumentos necessários ao desenvolvimento de suas capacidades de expressão oral e escrita, em situações de comunicação diversas. (DOLZ, NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 82).

Nesta configuração, é importante termos um projeto de ensino que possa abranger o desempenho dos alunos em expressão oral e escrita, sem abrir mão neste mesmo projeto, de atingir o desenvolvimento em competência de leitura, uma vez que a leitura é uma das capacidades que oferecem ao indivíduo a compreensão dos aspectos sociais, antes de agir sobre eles.

Assim, para a produção textual, oral e escrita, se faz primordial ter acesso à leitura de variados assuntos em gêneros diversos que circundam na sociedade, haja vista, que a leitura dá a oportunidade de familiarização com os gêneros textuais/discursivos, contribuindo na percepção das características de produção dos mesmos.

A leitura de gêneros discursivos na escola nem sempre pressupõe a produção escrita. Esta, no entanto, pressupõe sempre atividades de leitura para que os alunos se apropriem das características dos gêneros que produzirão. É por isso que um projeto pedagógico para produção escrita deve sempre ser iniciado por um módulo didático de leitura para que os alunos se apropriem das características típicas do gênero a ser produzido. (LOPES-ROSSI, 2011, p. 72).

Diante do exposto, não seria conveniente o trabalho da escrita sem partir da leitura, por isso, optamos por nos empenhar nas duas modalidades de interação social, proporcionando ao aluno a possibilidade real de aprimoramento tanto na leitura quanto na produção de texto.

Neste contexto, as sequências didáticas podem ser fundamentais para a consecução do objetivo a que se propõe, ou seja, contribuir para que o aluno desenvolva a sua capacidade de se expressar por meio de um gênero textual/discursivo de acordo com as diversas situações de interação social, levando em consideração os elementos que compõem os gêneros na visão Bakhtiniana (2016), conteúdo temático, estilo e composição.

Desta forma, “a finalidade de trabalhar com as sequências didáticas é proporcionar ao aluno um procedimento de realizar todas as etapas para a produção de um gênero.” (MARCUSCHI, 2008, p. 2014). Assim sendo, é preciso através das sequências didáticas a articulação de uma série de procedimentos para colocar o aluno em contato com o gênero a fim de que eles conheçam as peculiaridades de formação, e façam leitura de sentidos diversos em acordo com cada situação específica.

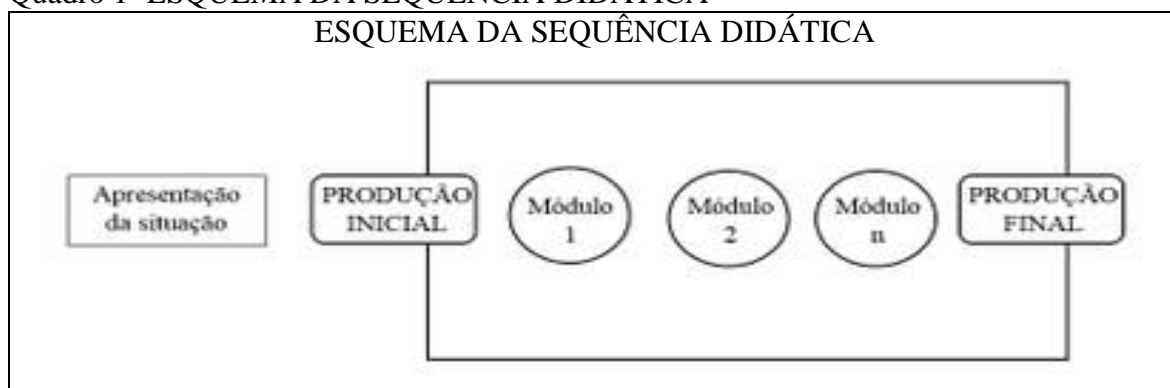
De acordo com Dolz, Noverraz e Schneuwly, “uma “sequência didática” é um conjunto de atividades escolares organizadas, de maneira sistemática, em torno de um gênero textual oral ou escrito.” (DOLZ, NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 82). Neste sentido, as sequências didáticas permitem uma sucessão de atividades que vão concentrar o ensino no conhecimento de um gênero específico.

Deste modo, as sequências didáticas buscam facilitar o desempenho da competência expressiva do aluno na produção de texto, e conseqüentemente na aquisição de proficiência em leitura, visto que, para a produção é cabível o contato com o gênero por meio da leitura.

Os autores citados acima, nos apresentam a base de concentração de uma sequência

didática, que é uma inspiração, que pode ser adaptada de acordo com a realidade de cada contexto.

Quadro 1- ESQUEMA DA SEQUÊNCIA DIDÁTICA



(DOLZ, NOVERRAZ & SCHNEUWLY, 2004, p. 83)

Nesta configuração, as sequências didáticas são compostas de uma apresentação da situação, produção inicial, módulos e uma produção final. Assim, é importante entendermos como acontece cada etapa.

Com relação à apresentação da situação da sequência didática é relevante ter o entendimento de que ela “é, portanto, o momento em que a turma constrói uma representação da situação de comunicação e da atividade de linguagem a ser executada.” (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 84).

Nesta etapa da sequência didática, faz-se a configuração a respeito do projeto que será iniciado, ou seja, a explicitação do gênero, suas particularidades e em que situação de interação ele é utilizado, a importância do gênero para a participação no meio social. Nesta etapa, é oportuno enfatizarmos como serão realizadas as demais etapas do projeto, buscando esclarecer que em toda situação de interação social estamos expostos à leitura e produção de textos, que se concretiza na forma de gênero.

Ainda, é conveniente neste ciclo de apresentação da situação, deixarmos explícitos os conteúdos que o gênero a ser desenvolvido pode abordar, bem como a finalidade e a influência destes conteúdos na convivência em sociedade. “A fase inicial de apresentação da situação permite, portanto, fornecer aos alunos todas as informações necessárias para que conheçam o projeto comunicativo visado e a aprendizagem de linguagem a que está relacionado.” (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 85).

Diante deste contexto, esta fase da sequência didática possui a responsabilidade de orientação de uma forma geral do projeto, solucionando eventuais dúvidas, como também,

podemos considerar esta etapa como o cartão de visita para motivação dos alunos, fazendo com que eles “comprem” a ideia e se dediquem ao projeto. Entendendo que é essencial para seu crescimento educacional, cultural e linguístico.

Após esta etapa, vem a primeira produção, em que os alunos terão a oportunidade de ter o contato inicial prático com o gênero sugerido. Como nossa proposta é o ensino da leitura e da produção textual, nesta fase se faz necessário tanto organizar uma atividade de leitura como de produção de texto, visto que, esta fase é propícia para avaliar as habilidades dos alunos no gênero em estudo, como também observar as dificuldades da turma de um modo geral e as que acontecem de forma específica, pois, “a produção inicial tem um papel central como reguladora da sequência didática, tanto para os alunos quanto para o professor.” (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 86).

É nesta fase que o professor faz um diagnóstico da situação da turma, a fim de definir quais serão as medidas adotadas e o caminho a percorrer para desenvolver as capacidades de linguagens que o aluno precisa, para conseguir proficiência no gênero por meio da leitura e escrita, que são fatores primordiais para a consecução da competência linguística, para a participação consciente e crítica do aluno na sociedade.

É oportuno destacarmos, que esta etapa da sequência didática tem a incumbência de orientar a elaboração dos módulos, que ocorre na etapa seguinte da sequência didática. Assim, a produção inicial norteará para o que deve ser feito e como será feito nos módulos com a finalidade de amenizar os problemas demonstrados nesta etapa. “Nos módulos, trata-se de trabalhar os *problemas* que apareceram na primeira produção e de dar aos alunos os instrumentos necessários para superá-los.” (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 87, grifo dos autores).

Diante desta configuração, os módulos serão elaborados com a proposta de em cada um suscitar a possibilidade de suprir determinados tipos de dificuldades apresentadas pelos alunos, buscando uma evolução passo a passo. Assim, carece que os professores proponham atividades diferenciadas, que reflitam nos obstáculos expressados pelos alunos.

Em cada módulo, é muito importante propor atividades as mais diversificadas possível, dando, assim, a cada aluno a possibilidade de ter acesso, por diferentes vias, às noções aos instrumentos, aumentando, desse modo, suas chances de sucesso. (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 89).

É nítida a dinâmica existente nos módulos em termo de metodologia, pois propõe uma multiplicidade de maneiras para que possa atingir os alunos por variadas vias, aumentando

assim, a probabilidade de assimilação das habilidades e competências em termo de gênero textual/discursivo, e conseqüentemente em leitura e produção de texto.

Precisamos entender que as turmas são compostas de alunos advindos de vários grupos sociais, se consolidando como alunos com diferentes culturas, hábitos e formas de aprendizagens também diferentes. Assim, o professor precisa observar estas diversidades no momento de selecionar as atividades que constituirão os módulos da sequência didática, que se disponibiliza colocar em prática.

Cabe salientar, que os módulos da sequência didática não são elaborados de uma única vez, visto que, cada módulo é produzido levando em referência o anterior. Assim, no decorrer de cada módulo, é preciso que o professor vá avaliando cada passo dado, tentando perceber o que está sendo satisfatório ou não, pois, pode ser que no mesmo módulo haja a necessidade de se fazer adaptação.

O caráter modular das atividades não deverá obscurecer o fato de que a ordem dos módulos de uma sequência didática não é aleatória. Se vários itinerários são possíveis, certas atividades apresentam uma base para a realização de outras. (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 94).

Desta maneira, o fundamental é passar ao módulo seguinte, quando pelo menos se tenha percebido que foram adquiridos pelos envolvidos conhecimentos adequados, que possam ser utilizados no desdobramento do módulo que segue. Então, cada módulo está submetido um ao outro, carecendo serem garantidas em cada um, habilidades linguísticas pertencentes ao planejado para o gênero textual abordado, para que possibilitem a passagem ao posterior.

Chegando a conclusão dos módulos planejados, é o momento de finalizar. Assim, “a sequência didática é finalizada com uma produção final que dá ao aluno a possibilidade de pôr em prática as noções e os instrumentos elaborados separadamente nos módulos.” (DOLZ; NOVERRAZ e SCHNEUWLY, 2004, p. 90).

Nesta fase, os alunos foram submetidos à produção de uma propaganda, como também a uma atividade de leitura envolvendo o gênero propaganda, com a finalidade de que os alunos possam aplicar na prática o que foi explicado no decorrer dos módulos. Neste momento, desejamos que os alunos consigam mobilizar de forma satisfatória as competências planejadas e desenvolvidas nos módulos, isto, com relação à finalidade proposta que é o conhecimento de um gênero específico, sua função, a situação de uso, seus elementos de composição, estratégias de produção e competência de leitura, além de perceber a importância

dele na interação social.

A abordagem da sequência didática requer a escolha de um gênero específico, seja oral ou escrito. Assim, decidimos pelo gênero propaganda, e passamos ao seu estudo na sequência.

4- O GÊNERO PROPAGANDA E A SUA RELEVÂNCIA NO MEIO SOCIAL

A propaganda é um gênero textual/discursivo com intensa circulação no meio social. Desta forma, o sujeito está em contato permanente no seu dia-a-dia com esse gênero seja por meio da mídia televisiva, revistas, jornais, livros didáticos, outdoor, entre outros. Assim, é nítida a sua multimodalidade com o propósito de aproximação com a sociedade em seus diversos segmentos.

Neste contexto, a aproximação que se deseja com o público por meio do gênero textual/discursivo propaganda é de ordem variada, seja na exposição de produtos, seja na propagação de ideias, seja na distribuição de funções que, por sua constância na sociedade se torna um fator primordial para ditar o ritmo em que as pessoas devem atuar a fim de alimentar um sistema capitalista. Esse sistema dissemina a ideia de que o indivíduo precisa consumir não importando o meio que vá utilizar, já que o intuito é levar as empresas ao lucro.

Diante desta configuração, Leduc (1980) faz uma importante socialização com relação à desenfreada aplicação da propaganda no ambiente social, ao se posicionar da seguinte maneira: “A padronização dos produtos, as novas formas de comércio, o aumento do poder aquisitivo médio, o crescimento da dimensão da esfera econômica e o aparecimento do fator pressão na luta comercial, contam entre as principais causas desta súbita expansão da propaganda.” (LEDUC, 1980, p. 19).

Diante do exposto, percebemos a ligação do gênero textual/discursivo propaganda com a área econômica, em que a preocupação se volta para obtenção de vender, lucrar, e para isto, precisa conseguir a adesão do público, para que este se proponha a comprar. Nesta dimensão, a propaganda aparece como a estratégia perfeita para interagir com o público. “A propaganda toma lugar neste conjunto: representa nele a principal força de promoção e de desenvolvimento da venda de um produto e o meio mais econômico, mais eficaz e mais prático para se estabelecer o contato com o todo dos consumidores.” (LEDUC, 1980, p. 20).

Assim, a força da propaganda é inquestionável quando o assunto é vender um produto, haja vista o seu poder de praticidade para se relacionar com os consumidores de forma geral. Deste modo, possui, em tese, a capacidade de convencimento maior por sua multimodalidade de interação em sociedade e por sua característica própria que é levar o consumidor a comprar.

Vale salientar que no ambiente social observamos uma alternância entre o termo propaganda e o termo publicidade, para fazer referência à divulgação de um produto, serviço ou ideia. Desta forma, é preciso ter o conhecimento da razão desta alternância, a fim de que se

possa caminhar na discussão de forma fundamentada e adequada, entendendo as peculiaridades de cada termo e fazendo opção por um ou outro a depender da situação comunicativa.

4.1- Propaganda e publicidade: conceito e utilização

Em um sentido mais restrito do termo propaganda apresentamos a conceituação de Leduc, “*a propaganda é o conjunto dos meios destinados a informar o público e a convencê-lo a comprar um produto ou um serviço.*” (LEDUC, 1980, p. 22, grifo do autor).

Neste sentido, o gênero textual/discursivo propaganda aparece primeiro como forma de informação, ou seja, busca criar uma cadeia de interação com o interlocutor, a fim de exibir o produto criado, uma forma de apresentação, para que o indivíduo tenha ciência do que está circulando no ambiente social. Até parece uma maneira de conscientizar o público do que está sendo criado.

Depois de feita a apresentação do produto, a propaganda objetiva convencer o consumidor da importância de adquirir o produto, para isto, lança mão de uma série de procedimentos linguísticos e extralinguísticos para conseguir a aceitação do público, “a informação cede lugar à persuasão, isto é, a todos os meios pelos quais procurar-se-á tentar, seduzir, fazer desejar e convencer.” (LEDUC, 1980, p. 22-23).

Assim, a propaganda é a expressão do discurso, uma forma de interação, que visa certo propósito comunicativo, a consecução do convencimento do interlocutor, para que se suceda a “venda-compra” de um determinado produto ou um serviço, “a propaganda é uma tentativa de influenciar a opinião e a conduta da sociedade de tal modo que as pessoas adotem uma opinião e uma conduta determinada.” (DOMENACH, apud COBRA, 1991, p. 21).

Com relação à publicidade, Leduc (1980) na nota do revisor técnico de seu livro, considera a publicidade como “o esforço de comunicação destinado a influenciar determinadas atitudes, mas sem o patrocínio ostensivo de alguém, que é o anunciante clara e perfeitamente definido.” (LEDUC, 1980, p. 19).

Nesta seara, podemos inferir que a publicidade objetiva mais uma campanha de esclarecimentos e orientação do que a venda propriamente dita de um produto. Deste modo, percebemos que não existe uma associação com investimento-lucro, ao contrário da propaganda tratada pelo mesmo autor como a propositura de uma ação que induza ao consumo. No entanto, existe uma finalidade, que é convencer as pessoas a agirem de um determinado modo, assim, pretende “vender” uma ideia.

A publicidade aqui, não deixa de ser uma forma de convencimento através da interação, pois, prevalece à consecução da tomada de consciência do destinatário, que deve fazer a adesão a um tipo de propósito.

Carvalho (2014) faz sua formulação a respeito do tema abordado, da seguinte maneira: “**Propaganda** é um termo abrangente, vem de *propagar* e inclui a propaganda política, a institucional, a ideológica e a comercial, sendo que esta última é considerada e nomeada como **publicidade** (institucional, de produtos ou de serviço).” (CARVALHO, 2014, p. 14, grifo da autora).

Diante desta ótica, podemos deduzir que a propaganda inclui todo tipo de divulgação, inclusive, a correlacionada a produtos ou serviços. No entanto, de forma específica podemos utilizar a publicidade quando desejamos divulgar produtos e serviços.

Neste mesmo caminho, se posiciona Sandmann (2003) ao se pronunciar com relação ao tema em discussão: “Em português *publicidade* é usado para a venda de produtos ou serviços e *propaganda* tanto para a propagação de idéias como no sentido de *publicidade*. *Propaganda* é, portanto, o termo mais abrangente e o que pode ser usado em todos os sentidos.” (SANDMANN, 2003, p. 10, grifo do autor).

É relevante mencionarmos, que propagar, propagação, ecoa como espalhar, divulgar, e naturalmente quem divulga, subtende que objetiva uma aceitação, pois do contrário qual seria o intuito de propagar algo?

Então, mesmo de forma implícita, propagar aponta para o interesse de “vender” não importando se seja uma ideia, um produto ou um serviço. Desta forma, a utilização do termo propaganda ou publicidade para se direcionar a venda de produtos ou serviços precisa ficar a critério do produtor, haja vista que não iremos ter perda nenhuma se optarmos por um ou outro, já que o foco seria o mesmo propagar algo com o desejo de convencimento de alguém, que leva a “compra” de um produto, um serviço, uma ideia.

Vale mencionar, que a propagação de algo acontece por meio do discurso, ou seja, por meio de enunciados sejam orais ou escritos. Assim, na produção do gênero propaganda ou publicidade, iremos fazer o uso de variados enunciados dependendo do propósito comunicativo. E conforme Bakhtin, “todo enunciado é pleno de ecos e ressonância de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva.” (BAKHTIN, 2016, p. 57).

Neste sentido, o que precisamos observar é que tudo que vamos dizer fazemos por meio de discurso do outro, que adotamos na interação com o meio social em que vivemos, e fazemos a utilização em situações semelhante a fim de obter o propósito comunicativo que

queremos. Assim, podemos aludir que:

O discurso, por sua vez, também é determinado por coerções ideológicas. Ora, se a consciência é constituída a partir dos discursos assimilados individualmente por membros de um grupo social e se o homem é limitado por relações sociais, não há uma individualidade de espírito nem uma individualidade discursiva absoluta. (FIORIN, 2007, p. 36).

Com tudo isto, queremos esclarecer, que quando se pretende vender um produto ou um serviço, temos implícita no discurso uma intenção determinada pela classe social dominante, que é a disseminação de uma ideia, de uma ideologia, buscando fazer acreditar que o consumo em massa traz privilégio, bem estar, segurança, poder, com a finalidade de alimentar um sistema capitalista, que favorece aos grandes empresários, detentores do poder econômico. “Embora haja, numa formação social, tantas visões de mundo quantas forem as classes sociais, a ideologia preponderante é a ideologia da classe dominante.” (FIORIN, 2007, p. 31).

Diante da situação apresentada, pretendemos demonstrar que: “a propaganda exerce sobre os indivíduos a ela expostos efeitos que vão desde a simples aquisição do produto anunciado à adesão e assimilação da ideologia social que o produz. À ação comercial se acrescenta uma ação ideológica e cultural.”. (CARVALHO, 2014, p. 21).

O interesse aqui é levar ao entendimento de que mesmo quando se utiliza a expressão publicidade, termo apropriado para quando se deseja vender um produto ou serviço, não devemos esquecer que implicitamente se quer propagar uma ideia, uma ideologia. E assim sendo, a publicidade tem o mesmo propósito da propaganda e vice-versa. Sendo assim, propaganda e publicidade podem ser consideradas sinônimas, e com os mesmos fins.

Diante do exposto, optamos por utilizar no título do trabalho o termo propaganda, mas, no decorrer do estudo fazemos a utilização também do termo publicidade, visto que não teremos prejuízo de sentido, pois usando um ou outro está descrevendo a mesma proposta.

4.2- A propaganda e suas implicações sociointerativa

Diante da concepção de língua adotada por nós neste trabalho, a sociointeracionista, o gênero propaganda consiste em um instrumento de interação social abundante, que oferece variadas formas de comunicação de acordo com a situação e os envolvidos, levando os sujeitos incluídos na interlocução ao uso de diferentes estratégias seja para elaboração ou compreensão da mesma.

É um gênero que mobiliza uma multiplicidade de fatores linguísticos e extralinguísticos, com o seu propósito que é prender a atenção do leitor, para que este compre um produto, um serviço, inclusive, uma ideia, uma ideologia. “A função essencial da propaganda é fazer conhecer um produto para que ele seja procurado.” (LEDUC, 1980, p. 23).

Deste modo, para a produção do gênero propaganda é preciso fazer um planejamento minucioso, efetuando um levantamento de informações pertinentes ao produto, à marca, ao público alvo, ao contexto, para em seguida fazer a utilização dos recursos disponíveis na língua, procurando interagir socialmente e da forma mais adequada a cada contexto específico e a situação interativa em que deseja atuar, uma vez que, “a propaganda é comunicação. É verbo e imagem. É dialética e poesia. É também um dos maiores usuários das artes gráficas: desenho, fotografia, tipografia, cinema, televisão, e assim por diante.” (LEDUC, 1980, p. 23).

É notável a influência do gênero propaganda junto à sociedade, haja vista, que objetiva convencer as pessoas à aceitação de uma determinada proposta. Assim, é importante a ativação de recursos variados, pois é um tipo de gênero textual diferenciado dos demais que circulam no nosso dia-a-dia. No entanto, vale ressaltar que estamos em constante contato com o mesmo, pois a propaganda é veiculada por vários suportes, que facilitam a presença do gênero nas diversas camadas sociais.

Organizada de forma diferente das demais mensagens, a publicidade impõe, nas linhas e entrelinhas, valores, mitos, ideais e outras elaborações simbólicas, utilizando os recursos próprios da língua que lhe serve de veículo, sejam eles fonéticos, léxico-semânticos ou morfossintáticos. (CARVALHO, 2000, p. 13).

Nesta configuração, é imprescindível, quando se tratar do gênero textual/discursivo propaganda, não estar buscando convencer alguém à compra-venda. E isto não é uma questão recente, pois, de acordo com Fernández “em 1625, foram publicados os primeiros anúncios em jornais ingleses.” (FERNÁNDEZ, 2009, p. 28). Leduc (1980) afirma que:

Foi em 1845 que Émile de Girardin introduziu a propaganda nos jornais. E ainda considera que: a primeira agência de propaganda (J. Walter Thompson) apareceu em 1864 e somente depois da Primeira Guerra Mundial se desenvolveram as agências de propaganda. Mas é a partir da Segunda Guerra Mundial que a propaganda adquire a sua real dimensão. (LEDUC, 1980, p. 25).

Diante desta situação, fica nítida que a propaganda existe há um bom tempo na sociedade. Desta maneira, é evidente a sua importância como uma forma de interação fundamental para a interlocução social. Pois envolve diversos segmentos sociais, bem como uma gama de recursos que contribui para que o gênero obtenha uma expressividade interativa,

esta responsável pelo alcance do propósito comunicativo, que é convencer o leitor a aderir a uma proposta.

O papel da propaganda testemunha com clareza que ela é essencialmente uma atividade de comunicação com o público. Abordar seu estudo consiste em ao mesmo tempo examinar o conteúdo e a forma da mensagem tanto quanto a maneira pela qual ela será entregue ao público escolhido. (LEDUC, 1980, p. 29).

Assim, na constituição do gênero textual/discursivo propaganda, precisamos levar em consideração alguns fatores de enunciação responsáveis pelo efeito de sentido que se deseja. Ainda sendo relevante a escolha do suporte adequado em que a mensagem será veiculada, em consonância com o público alvo. Na produção da mensagem, são levados em conta diversos aspectos como, a intenção, a situação, o contexto, os interlocutores e a relação com o propósito.

A propaganda apresenta uma função predominante na postura de uma sociedade, pois através dela podemos conservar ou mudar o posicionamento dos sujeitos que dela fazem parte. Dado que, quando nos comprometemos a produzir uma propaganda assumimos o compromisso de agir discursivamente na propagação de um produto, um serviço ou uma ideia.

Nesta direção, Carvalho (2000) se posiciona da seguinte maneira:

O papel da publicidade, vista aqui em termos gerais, como sinônimo de propaganda, é tão importante na sociedade atual, ocidentalizada e industrializada, que ela pode ser considerada a mola mestra das mudanças verificadas nas diversas esferas do comportamento e da mentalidade dos usuários/receptores. (CARVALHO, 2000, p. 10).

É comprovada a força da propaganda em meio social, inclusive, na propositura de transformação do comportamento dos membros que dela fazem parte. Uma vez que, os recursos da língua são mobilizados de forma consciente pelo autor do discurso, a fim de envolver o receptor e persuadi-lo a aceitar a informação como verdade absoluta. Assim sendo, não há espaço para questionamentos nem para contraditórios, já que a aceitação se perpetuou no público de forma satisfatória. “O discurso publicitário é um dos instrumentos de controle social e, para bem realizar essa função, simula igualitarismo, remove da estrutura de superfície os indicadores de autoridade e poder, substituindo-os pela linguagem da sedução.”. (CARVALHO, 2000, p. 17).

Neste contexto, a dominação social fica emergente por trás da propaganda, consolidando esta em uma poderosa ferramenta capaz de influenciar um ambiente social,

construindo e desenvolvendo o que uma ideologia predominante socialmente se disponibiliza assumir, a preponderância das ideias, inclusive, a manipulação do consumo de produtos e serviços. E para isto utiliza determinados recursos linguísticos disponíveis na conjuntura propagandística para vender um produto, um serviço, bem como para a reprodução das ideias, a fim de que elas se consolidem no interlocutor a ponto de construir a modificação de uma conduta.

A principal finalidade de qualquer texto publicitário e propagandístico: “vender” uma determinada ideia. E “vender”, aqui, não se restringe a uma relação estritamente mercantil, relacionada à compra e venda de produtos, mas fundamenta-se na concepção de que um determinado ser social tem uma ideia, quer que ela circule e que o possível interlocutor seja profundamente marcado por ela, a ponto de refletir, modificar pensamentos ou tomar atitudes a partir de sua ressignificação. (FERNÁNDEZ, 2009, p. 41).

Portanto, é de suma importância perceber a dimensão que o termo “vender” no contexto publicitário assume, ele comporta a venda de produtos ou serviços, mas sua extensão vai mais além. Deste modo, o discurso produzido pode estar impregnado de sentido implícito, refletindo a vontade do enunciador que ultrapassa a simples venda no sentido literal da palavra, e implica na vontade de incutir no ser humano o seguimento de uma proposição que se esconde por trás do anúncio do produto. Assim, a configuração apresentada deixa claro que “o enunciador é o suporte da ideologia, vale dizer, de discursos, que constituem a matéria-prima com que elabora seu discurso.” (FIORIN, 2007, p. 41-42).

Nesta ótica, se faz necessária uma discussão pertinente à forma como o gênero textual/discursivo propaganda é produzido, que elementos são permitidos, que padrão deve ser seguido, que relação apresenta com os elementos que constituem os gêneros textuais/discursivos. Isto, para enfatizar os meios que são elencados no discurso, quando da construção do texto publicitário, levando em conta a sua multiplicidade de sentidos que exhibe na relação “vender-comprar” produtos, serviços, ideias. Logo, passemos a discussão e reflexão do tópico seguinte, que irá abordar os elementos da língua que podem mediar o texto publicitário.

4.3- Aspectos linguísticos e persuasivos da propaganda

No texto de propaganda o objetivo é persuadir o leitor para que ele se posicione favorável ao que a mensagem transmitida lhe oferece, ou seja, comprar um produto, um serviço ou uma ideia. Para isto, o produtor precisa mobilizar uma série de recursos

disponíveis em uma língua que seja capaz de lhe ajudar a conseguir a atenção do leitor, para em seguida instigar a aceitação do propósito.

Diante deste contexto, notamos que o texto publicitário possui características argumentativas. Desta forma, o produtor precisa articular uma sequência de estratégias argumentativas na elaboração da propaganda, já que busca manipular o leitor independentemente de sua vontade de aderir a uma sugestão. Deste modo, é indispensável a utilização de meios linguísticos, estilísticos e argumentativos, pois “a linguagem publicitária usa recursos estilísticos e argumentativos da linguagem cotidiana, ela própria voltada para informar e manipular. Falar é argumentar, é tentar impor.” (CARVALHO, 2000, p. 9).

Neste foco, a linguagem utilizada sendo pertencente à linguagem do dia-a-dia demonstra uma preocupação em se assemelhar com o público em geral, especialmente, aqueles menos escolarizados, que em contato com uma linguagem informal mais próxima do seu dialeto tende a ser aprovada com menos resistência. Assim, a apropriação da mensagem acontece de forma mais rápida, e a imposição do propósito pode se realizar de forma instantânea. “Na seleção vocabular, um dos cuidados principais diz respeito à adequação dos termos ao público que o anúncio pretende atingir.” (CARVALHO, 2000, p. 48).

Como a intenção da propaganda é o convencimento de um público a aceitação de um produto, serviço ou ideia, é indispensável uma seleção de recursos que venham a qualificá-los positivamente, atribuindo-lhes características em conexão com os anseios impregnados na sociedade como: lazer, luxo, eficiência, beleza, sexualidade, etc.

Carvalho (2000) afirma que estas características citadas são essenciais para a atribuição de qualidade, nomeação e valoração de um produto que se deseja vender, para com isso convencer o leitor da necessidade de comprar o que está sendo divulgado. Os recursos lexicais valorativos que podem fazer a diferença em uma propaganda “são representado lingüisticamente pela classe dos nomes: substantivos próprios (marca), substantivos comuns (apresentação do objeto), substantivo abstrato (qualidades do objeto) e adjetivos (caráter do objeto).” (CARVALHO, 2000, p. 37).

Então, para que aconteça a persuasão a utilização de estratégias linguísticas é primordial, com a intenção de personalizar o objeto usado para o convencimento, além da promoção que se dá por atribuição de qualidades e da divulgação do nome.

Além dos meios mencionados acima, ainda, é de suma relevância outros de ordens ortográficas, fonética, morfológicas, sintáticas e semânticas, que são imprescindíveis na composição do texto publicitário. Em relação a estes recursos linguísticos Sandmann (2003) faz uma seleção descritiva, porém não exaustiva dos aspectos gramaticais que são úteis na

elaboração de uma propaganda, que são:

aspectos ortográficos: grafias exóticas, por exemplo; aspectos fonéticos: rima, ritmo, aliteração, paronomásia; aspectos morfológicos: criações lexicais mais ou menos marginais, ressegmentações; aspectos sintáticos: topicalização, paralelismos, simplicidade estrutural; aspectos semânticos: polissemia e homonímia, ambigüidade, antonímia; linguagem figurada: metáfora e desmetaforização, metonímia, personificação; o jogo com frase feita e com a palavra; os chamados desvios lingüísticos da norma padrão ou do sistema concebido mais abstratamente. (SANDMANN, 2003, p. 13).

Nesta ótica, na produção do gênero propaganda são mobilizados diversos meios lingüísticos. No entanto, vale salientar que vai depender da criatividade do produtor na busca do melhor meio a ser utilizado para chamar a atenção do leitor para o texto, procurando fazer com que ele se aproprie da mensagem, e se possível até memorize. Com isso, pode facilitar a adesão ao chamamento feito no texto publicitário.

Ainda, nos textos propagandísticos segundo Sandmann (2000): “É fato muito freqüente no português de hoje a incorporação de empréstimo lingüísticos, sendo os de origem inglesa os mais numerosos.” (SANDMANN, 2003, p. 39). Isto, para jogar com as palavras com a finalidade de associar a língua estrangeira com as possíveis influências dos produtos que são fabricados nestes países.

Todos estes elementos lingüísticos citados acima são fatores associados ao estilo que é um dos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos. Neste sentido, e com relação ainda ao estilo Carvalho (2014) afirma que “a publicidade usa frases nominais, frases fragmentadas, frases curtas e só raramente frases longas [...]” (CARVALHO, 2014, p. 62).

Busca, assim, por meio de estruturas breves e com formas nominais, que são mais valorativas e chamativas, atrair o público, para que dê atenção aos escritos, pois caso contrário o alvo não será atingido e dificultará a divulgação do produto, ideias ou serviço, dificultando a consecução da finalidade, vender algo. Assim, é inegável a diversidade de opções estilísticas, que o produtor dispõe a seu favor para a construção dos textos publicitários, e alavancar o seu objetivo, convencer o leitor.

Os recursos estilísticos que a mensagem publicitária adota correspondem em geral à retórica, tipo de discurso voltado para examinar, descrever, perceber e avaliar atos e eventos que venham a influenciar percepções, sentimentos, atitudes e ações, com palavras empregadas de forma diferente do uso comum, literal. Usar os recursos retóricos é usar a comunicação para definir a realidade do modo como se *deseja* que ela seja vista. (CARVALHO, 2000, p. 74, grifo da autora).

O produtor, com o intuito de persuadir o receptor, pode utilizar diferentes maneiras de

construção, manuseando os recursos disponíveis na língua e de forma “livre” da rigidez das regras convencionadas, haja vista que aqui o que prevalece é o convencimento, e para isto o interlocutor tem a possibilidade de mobilizar qualquer tipo de linguagem a depender da situação, intencionalidade e finalidade.

Como todos os gêneros textuais/discursivos, a propaganda conta com uma forma composicional. O texto publicitário, que conforme Carvalho (2014), “é um tipo de comunicação na qual as mensagens são formadas através de imagens, textos e composições, usando-se conotações culturais, icônicas e linguísticas.” (CARVALHO, 2014, p. 9). Assim, na composição do gênero propaganda, prevalecem à junção de meios linguísticos e elementos, como símbolos, imagens. Estas geralmente com cores variadas que remetem a algum sentido dentro de uma determinada cultura.

Neste sentido, são provocados valores, crenças, mitos, emoções, com o propósito de prender a atenção do leitor, mexer com seus sentimentos e convencê-lo a aderir a “compra” de um produto, serviço ou ideia, visto que “a mensagem publicitária constrói a imagem do receptor, impondo à realidade o estereótipo criado e fazendo acreditar que corresponde à verdade.” (CARVALHO, 2014, p. 24).

Nesta configuração, a composição dos textos publicitários concentra o foco em elementos lúdicos, gráficos, artísticos, que prendam a atenção do consumidor, para que este seja seduzido e passe a consumir o oferecido pela propaganda. É relevante exprimir que, “no caso específico da publicidade, a fotografia ou imagem de uma celebridade funciona também como argumento de autoridade, podendo-se prescindir-se de suas declarações.” (CARVALHO, 2014, p. 71).

É óbvio, que esta situação demonstra a perspectiva da propaganda em colocar em igualdade o público com a celebridade utilizada, como forma de transmitir satisfação pessoal e social àqueles que aderirem ao anunciado.

Diante da discussão exibida, percebemos que o texto publicitário lança mão de uma série de estratégias, para construir uma imagem perfeita, chamativa e atraente do que se deseja propagar no meio social, com o intuito de convencer o leitor e levá-lo ao consumo.

Ainda é oportuno salientarmos, que as características de produção que são usadas no texto de propaganda são guiadas pelos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos defendidos por Bakhtin (2016). Além disto, é notável a predominância da função argumentativa dentro do gênero propaganda, haja vista, que o principal objetivo deste gênero é o convencimento.

Deste modo, é essencial abrir uma discussão em torno dos aspectos argumentativos, a

fim de uma reflexão que viabilize o conhecimento na aplicação deste tipo textual de forma consistente e adequada. É o que trazemos no tópico subsequente.

4.4- Estratégias argumentativas na propaganda

No nosso cotidiano, estamos sempre expostos à comunicação com o outro por meio da linguagem em forma de discursos, que nos proporciona agir em determinadas situações de interação social. Neste contexto, usamos a linguagem para conversas informais, formais, narramos fatos verídicos ou fictícios, descrevemos atividades e situações, recebemos elogios, fazemos, somos convencidos pelos nossos semelhantes, como também buscamos convencer, tudo como maneira de atuação social.

Nas diversas circunstâncias de interação, os sujeitos envolvidos são guiados por ideias, valores, crenças, adquiridos no contato diário com o seu grupo social, bem como com outros grupos diversos daquele do qual faz parte, assim, se encontram no diálogo constante independente do grupo social. Neste contexto, as ideias se confrontam, e quando divergentes ocorre a necessidade da utilização de argumentos que favoreçam o propósito comunicativo a que se dispõe alcançar numa interlocução. “Os argumentos são os raciocínios que se destinam a persuadir, isto é, a convencer ou a comover, ambos meios igualmente válidos de levar a aceitar uma determinada tese.” (FIORIN, 2017, p. 19).

Nesta ótica, os envolvidos estão segundo Bakhtin em uma situação responsiva, ou seja, ocorre a participação ativa tanto do emissor quanto do receptor, pois, como ensina o mesmo autor, “toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante.” (BAKHTIN, 2016, p. 25).

Desta maneira, os enunciados ganham equivalência do ponto de vista de cada um dos partícipes da interação. Sendo estes enunciados produzidos a partir de uma ideologia própria de cada sujeito envolvido, advinda do seu grupo social, que fornecerá os argumentos contundentes à defesa de seu posicionamento. Neste caso, “a argumentação opera com o preferível, isto é, com juízos de valor, em que alguma coisa é considerada superior a outra, melhor do que outra, etc.” (FIORIN, 2017, p. 77).

Nesta configuração, prevemos um confronto de ideias, tendo em vista, que o meio social é composto de comportamentos diversificados, que impulsionam a prática de costumes sedimentados pelas variadas classes sociais disponíveis na sociedade. Assim, a interação social fica impregnada de diferentes valores constituídos histórica e culturalmente.

Diante desta situação, a argumentação se consolida como o modo mais propício na

resolução dos impasses nascidos nos discursos sociais, pois, ao invés da força, procura contornar a situação divergente através do diálogo, do uso apropriado da linguagem a depender da circunstância comunicativa. Assim,

o ato linguístico fundamental” é o **ato de argumentar**. Isto significa que comunicar não é agir na explicitude linguística e sim montar o discurso envolvendo as intenções em modos de dizer cuja ação discursiva se realiza nos diversos atos argumentativos constituídos na tríade do **falar, dizer e mostrar**. (KOCH, 2011, p. 10, grifo da autora).

Neste contexto, é visível a relevante função da argumentação na interação social, visto que, não trata de uma ação linguística que acontece de forma inconsciente, e sim de uma maneira planejada que abarca uma série de procedimentos, inclusive, leva em conta a intencionalidade do evento comunicativo, na construção da situação interativa.

Notamos que na composição de uma argumentação consistente é preciso observar diversos fatores, a partir da ideia que o produtor almeja defender à utilização de recursos linguísticos. As experiências adquiridas no ambiente social em determinadas épocas além dos conhecimentos pertinentes da língua se constituem recursos disponíveis que combinam com o gênero textual/discursivo propaganda na busca de convencer o leitor.

Argumentação, portanto, é o resultado textual de uma combinação entre diferentes componentes, que exige do sujeito que argumenta construir, *de um ponto de vista racional*, uma explicação, recorrendo a experiências individuais e sociais, num quadro especial e temporal de uma situação com finalidade persuasiva. (KOCH e ELIAS, 2017a, p. 24, grifo das autoras).

Deste modo, o texto argumentativo é seguido de perto por aspectos da língua, que oferece recursos para a propositura da ação desejada. Assim, conforme Koch e Elias (2017b), “uma seleção lexical adequada à situação comunicativa, ao conhecimento de mundo que pressupomos do nosso destinatário constitui um fator essencial de incremento ao poder persuasivo de nossos textos.” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 33).

Neste sentido, a escolha do léxico é fator fundamental em qualquer texto, inclusive nos argumentativos, pois, estes aspectos lexicais precisam fazer parte do contexto do receptor, para não correr o risco de não haver a interação. Porque quando o vocabulário utilizado em uma comunicação não é de propriedade dos sujeitos envolvidos, não acontece o diálogo, e não há entendimento entre as partes. Desta forma, o ato comunicativo fica prejudicado, e o propósito comunicativo não se concretiza.

Então, quando da seleção do léxico, é necessário fazer o uso de acordo com cada

situação interativa de produção da propaganda, como também priorizar os conhecimentos associados à finalidade.

Depois de decidido sobre o léxico apropriado, é hora de organizar a produção do texto argumentativo, para isto, é crucial atentar dentre os recursos da língua aos que são propícios à finalidade de persuasão.

Nesse sentido, destaca-se no texto o papel de alguns elementos linguísticos que orientam os enunciados para determinadas conclusões, razão pela qual são denominados **operadores** ou **marcadores argumentativos** [...], bem como contribuem para a coesão e coerência do texto. (KOCH e ELIAS, 2017a, p. 26, grifo das autoras).

É evidente, que a língua nos oportuniza uma variedade de elementos linguísticos, que nos possibilita produzir os sentidos desejados em qualquer circunstância interativa. Cabe ao emissor tomar conhecimento do funcionamento de cada um, a fim de manusear com habilidade em cada momento específico de comunicação.

Como visto, os marcadores argumentativos são característicos e apropriados à organização dos argumentos que se deseja utilizar, para que se tenha uma aceitação do proposto pelo emissor junto ao receptor. Estes marcadores são maneiras que ajudam na persuasão, como também são responsáveis na produção de um texto argumentativo coeso e coerente.

Os operadores argumentativos são elementos que fazem parte do repertório da língua. São responsáveis pelo **encadeamento dos enunciados**, estruturando-os em texto e determinando a **orientação argumentativa**, o que vem a comprovar que a **argumentatividade** está inscrita na própria língua. (KOCH e ELIAS, 2017a, p. 76, grifo das autoras).

Então, é nítida que a ordenação dos argumentos acontece com as disposições destes articuladores, que servem para organizar o texto numa sequência que oportunize a consecução do objetivo, visto que eles colaboram para que os enunciados se complementem e possam orientar os interlocutores no sentido de produzir e compreender o evento comunicativo. “Com isto, o ato de argumentar é visto como o **ato de persuadir** que “procura atingir a vontade”, envolvendo a subjetividade, os sentimentos a temporalidade, buscando **adesão** e não criando certezas.” (KOCH, 2011, p. 10, grifo da autora).

As próprias palavras destacadas pela autora na citação acima demonstram a ligação do ato de persuadir à consecução da adesão, deixando claro que a intenção do texto argumentativo é levar ao convencimento de um público específico a aderir a um produto,

ideia ou serviço. Para isto, a motivação pode surgir de variadas maneiras, da forma até a função.

Neste entendimento, Koch e Elias nos apresentam que perante a finalidade de convencer, é viável, “produzirmos ou recorreremos a narrativas que lemos (ou ouvimos ou que tiveram origem em nossas experiências, vivências) como uma **estratégia argumentativa.**” (KOCH e ELIAS, 2017b, p. 28, grifo das autoras).

Buscamos por meio de uma história contada ou da exposição de uma situação que passamos no decorrer da vida ou mesmo que lemos em uma situação semelhante ao que pretendemos transmitir, “prender” o leitor à intenção de conseguir sua adesão a uma tese defendida. Desta forma, construímos o diálogo com base em experiências vividas, que são compartilhadas com o receptor na busca de sua aprovação. “Quanto mais os argumentos forem sustentados em provas que podem ser fatos, exemplos, opiniões relatadas, dados estatísticos, mais chances teremos de ser bem-sucedidos em nosso intento.” (KOCH e ELIAS, 2017a, p. 34).

Em um texto argumentativo, quanto mais usarmos procedimentos que caracterizem a ação como positiva mais próximo estamos de conseguir o convencimento e a adesão do público. Deste modo, podem contribuir para este objetivo, discursos de pessoas influentes e renomadas no meio social, além de citação de autores que discorrem sobre o assunto abordado.

Nesta ótica, os argumentos em certas condições precisam ser creditados por pessoas especializadas no assunto, pois, a menção de suas afirmações surge como fator primordial para solucionar possíveis dúvidas que persistam no interlocutor ou para efetivar de vez a ideia que o emissor se disponibiliza a propagar.

Diante da discussão levantada, podemos inferir a importância da argumentação para a interação social, uma vez que a construção dela se faz por meio da linguagem. E assim sendo, os discursos são influenciados por valores, crenças, cultura.

5- METODOLOGIA

5.1- Tipo de pesquisa

O estudo ao qual nos propusemos foi guiado por pesquisas relevantes que contribuíram para o aprimoramento das temáticas que abordamos em nosso trabalho, ou seja, a leitura, a escrita, os gêneros textuais/discursivos, o gênero propaganda e suas características de produção.

Com base nos aportes teóricos, fizemos uma discussão, refletindo sobre as propostas dos teóricos, comparando-as com a prática oferecida na escola alvo do estudo, visando adequar, caso necessário, esta prática escolar às teorias disponíveis, e assim direcionar o ensino da leitura, da produção de texto numa concepção interacionista.

A pesquisa foi concebida em uma perspectiva quali-quantitativa. Este tipo de abordagem envolve métodos qualitativos, como também métodos quantitativos.

No que concerne ao caráter qualitativo objetivamos a análise e a reflexão de dados levantados por meio da experiência vivenciada em sala de aula pelo professor pesquisador, como também por meio de atividades de leitura e produção textual, que foram oferecidas aos alunos participantes no decorrer do estudo.

Bortoni-Ricardo (2008) enfatiza a importância da pesquisa qualitativa, quando aponta a característica compreensiva da mesma. Assim, a pesquisa qualitativa procura entender a realidade de uma determinada situação por meio da reflexão. Ainda, por meio dela é possível organizar o processo de ensino-aprendizagem, contribuindo para a escolha de teorias que sejam condizentes com a prática que se deseja desenvolver, uma vez que “é tarefa da pesquisa qualitativa de sala de aula construir e aperfeiçoar teorias sobre a organização social e cognitiva da vida em sala de aula, [...]” (BORTONI-RICARDO, 2008, p. 42).

Nesta expectativa, Bortoni-Ricardo enfatiza que, o professor aparece como pesquisador, um sujeito ativo responsável pela produção de conhecimento referente aos problemas detectados diante de seu contexto profissional, buscando a melhoria da sua prática pedagógica, e conseqüentemente do desempenho dos alunos envolvidos, e não mais como aquele profissional passivo, que repassa o conhecimento produzido por outros, que não tem experiência com o contexto em que acontece o ensino-aprendizagem.

Uma grande vantagem do trabalho do professor pesquisador é que ele resulta de uma “teoria prática”, ou seja, em conhecimento que pode influenciar as ações práticas do professor, permitindo uma operacionalização do processo ação-reflexão-ação [...].

(BORTONI-RICARDO, 2008, p. 48).

Assim, percebemos a influência efetiva do professor na construção de conhecimentos, que irão propiciar mudanças na realidade prática do seu dia-a-dia em sala de aula, haja vista, que a convivência diária com o público facilita na tomada de decisão para escolher as melhores propostas, que conduzirão o processo de mudança de uma realidade.

No que diz respeito à pesquisa na perspectiva quantitativa, Creswell (2007) afirma que é um tipo de pesquisa que, “emprega estratégias de investigação (como experimentos, levantamentos e coleta de dados, instrumentos predeterminados que geram dados estatísticos)”. (CRESWELL, 2007, p. 35). Desta forma, percebemos como estratégias de levantamento e coletas de dados a ser investigada neste tipo de pesquisa, a utilização de questionários para colher as opiniões e informações, a fim de serem analisados e disponibilizados na forma de estatísticas, no nosso caso, os números foram apresentados em gráficos.

Assim, Fizemos o uso de um questionário, para entrevistar os alunos participantes sobre a temática em pauta. Proporcionamos também aos alunos atividades escritas de leitura a partir do gênero propaganda, cujos resultados foram analisados e apresentados em gráficos. Deste modo, “as informações coletadas são analisadas com o uso de procedimentos estatísticos e teste de hipótese.”. (CRESWELL, 2007, p. 37).

Procuramos com isso, fazer um levantamento estatístico dos alunos de uma turma de 9º ano, sobre o conhecimento e desenvolvimento deles com relação à leitura, produção textual, gênero textual/discursivo e do gênero propaganda, a fim de saber o percentual relacionado a cada assunto abordado. Pois segundo Creswell (2007), “um projeto de *levantamento* dá uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões de uma população ao estudar uma amostra dela.”. (CRESWELL, 2007, p. 161, grifo do autor).

Os procedimentos usados para levantamentos e coletas de dados como: questionários, atividades de leitura e produção de texto foram a base para confrontarmos os dados colhidos com as referências bibliográficas selecionadas para o estudo, e com aquelas discutidas e refletidas nas aulas do PROFLETRAS (Mestrado Profissional em Letras), a fim de descrever a situação e promover mudanças no ambiente pesquisado, a partir da participação direta do professor.

No que se relaciona aos objetivos, o estudo é classificado como uma pesquisa ação, pois, nos propomos à análise e à reflexão acerca da situação inicial, e buscamos modificá-las com base nas teorias apresentadas e discutidas. Deste modo, vale mencionar, que a pesquisa

ação não procura apenas fazer uma demonstração de uma situação concreta, mas também favorece a tomada de decisão sobre esta situação, a fim de contribuir na transformação da mesma.

5.2- Local da pesquisa

O estudo foi realizado no 9º ano, turno manhã, de uma escola que está localizada no município de Bonito de Santa Fé, estado da Paraíba.

Nesta época, a escola possuía nove salas de aula, uma sala de direção, uma secretaria, uma sala de leitura, uma sala de informática, uma sala de robótica, uma sala de professores, uma sala de apoio, uma cantina, um depósito de merenda, dois almoxarifados, quatro banheiros (dois masculinos e dois femininos), dois banheiros para funcionários e professores (um feminino e um masculino), uma quadra esportiva, um pátio coberto, três passarelas com acessibilidade aos portadores de deficiência.

Quanto à estrutura mencionada, é importante destacar que a sala de leitura e a sala de informática não disponibilizam de um funcionário com trabalho efetivo durante o período das aulas, somente sendo utilizada quando alguém requisita. Ultimamente a sala de leitura está servindo de ambiente para atuação do apoio pedagógica, que a utiliza como sala específica para suas atribuições. Na sala de leitura, o empréstimo dos livros acontece sem nenhuma restrição com relação ao público da escola, nem anotações são feitas daqueles que requerem os livros. Porém, a demanda de empréstimo quase não existe a não ser quando um professor em raríssimas situações elabora algum trabalho em sala e existe a necessidade de consulta a um determinado livro que lá se encontra.

O laboratório de informática vive fechado, quase sem utilidade, uma vez que a internet não funciona em virtude da má qualidade, e desta forma fica inerte, pois sem o acesso a internet fica quase impossível a sua eficácia e utilização. Vale destacar que a direção da escola já efetuou inúmeros ofícios ao setor competente para regularização da internet, no entanto, sem êxito, pois nunca atenderam a solicitação.

A referida escola nesta época contava com 19 turmas ativas, distribuídas entre as séries de 9º ano do ensino fundamental; 1º, 2º e 3º do ensino médio e as modalidades do ensino de jovens e adultos (EJA). O quadro de funcionário está distribuído da seguinte forma: 22 professores, sendo 09 efetivos e 11 prestadores de serviço, todos possuindo no mínimo graduação, um apoio pedagógico e 21 funcionários de apoio geral, vale ressaltar que o autor deste estudo faz parte do quadro de professores da referida escola. A escola conta com 393

alunos inicialmente matriculados no ano letivo de 2019, sendo alunos advindos da zona urbana e rural.

A escola é detentora de recursos didáticos, como: um aparelho de TV, um aparelho de DVD, duas caixas acústicas e livros didáticos, com exceção do livro didático, estes recursos não são utilizados com efetividade e frequência nas aulas, apenas de forma ocasional por um ou outro professor. Prevalece o uso do livro didático.

5.3- População e Amostra

A turma escolhida para o desenvolvimento do estudo é uma turma de 9º ano, que possui uma faixa de idade que varia de 14 a 16 anos, a maioria destes alunos estão com a idade apropriada ao ciclo de ensino em que se encontram, porém é observado que existem alunos fora desta faixa etária se configurando discentes em distorção idade-série.

A escolha pela turma citada se justifica pelo baixo nível em leitura e produção textual detectado em atividades desenvolvidas em sala de aula, como também em simulado interno da escola. Ainda vale mencionar que, o último IDEB (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica) em que a referida escola foi avaliada no ano de 2015, aplicado pelo MEC para aferição do nível de cada etapa da educação básica, não foi satisfatório nas turmas de 9º ano da escola em que a pesquisa ocorrerá, pois a meta de 4,2 (quatro vírgula dois) traçada para a referida escola no ano de 2015 não foi alcançada, ficando com a pontuação 2,9 (dois vírgula nove). (ver documento em anexo na página 197). É de suma relevância destacar a não divulgação dos números da edição do IDEB do ano de 2017 da escola em discussão, em virtude do número de participantes no SAEB (Sistema de Avaliação da Educação Básica) terem sido insuficiente para que os resultados pudessem ser divulgados.

Desta forma, desenvolvemos este estudo na referida turma como maneira de propiciar aos envolvidos a possibilidade de adquirir procedimentos de leitura e produção textual que os incluam no perfil proposto para a turma, bem como possa instigar os mesmos ao gosto pela leitura e produção de texto, que são conhecimentos indispensáveis à vivência em sociedade de modo consciente e crítico.

Os alunos que compõem a turma em discussão são advindos da zona urbana e da zona rural pertencente à cidade em que se encontra localizada a escola, a maioria é oriunda de família de baixa renda, com pais, que às vezes nem concluíram o ensino fundamental. Nesta configuração, é provável que o contato com a leitura e a produção textual só aconteça na escola, haja vista, que os pais não são leitores ativos ou nem leem.

Ainda é oportuno enfatizarmos, que alguns alunos estão fora da faixa etária para a turma em que se encontram, por questão de evasão, reprovação, ocasionados na maioria das vezes por ter que trabalhar para ajudar no sustento da família. Estes procedimentos são motivos que talvez influenciem o baixo rendimento destes alunos, isto sendo percebido no decorrer do estudo com a desistência por parte de alguns alunos.

5.4- Processamento e Análise de Dados

A proposta nasceu a partir da experiência do professor em sala de aula, que detectou o baixo rendimento dos alunos com relação à leitura e a produção textual, bem como a observação dos números do IDEB, que aponta a não consecução da meta proposta para o ano de 2015, último ano em que a escola participou da avaliação e teve seu resultado divulgado.

Como meio de coletar mais informações pertinentes à realidade apontada, usamos um questionário, contendo perguntas objetivas e subjetivas, para entrevistar os alunos da referida turma em que foi desenvolvido o estudo, isto, com a finalidade de coletar dados relacionados à leitura, produção de texto e gênero textual. Assim, fizemos uma análise geral com base na concepção de linguagem, de leitura, de escrita e gênero que adotamos no presente estudo, que é a sociointeracionista.

Deste modo, fizemos através das respostas dadas pelos alunos na entrevista por meio de um questionário, um levantamento com informações relacionadas ao conhecimento destes alunos sobre leitura, produção de texto, gênero textual/discursivo, gênero propaganda, como também à frequência com que eles praticam a leitura e a produção textual.

No segundo momento, foi apresentada uma atividade de leitura com o gênero propaganda por meio de exercício de compreensão de texto com questões de cunho objetivo, como também subjetivo. Depois da aplicação, analisamos as atividades com base nos elementos que compõem os gêneros textuais segundo Bakhtin (2016).

Para buscar informações sobre a produção textual solicitamos aos alunos, uma atividade de produção textual, na qual o aluno foi submetido à produção de uma propaganda, e seguindo o mesmo procedimento de análise que utilizamos com relação à leitura, isto é, com base nos elementos constitutivos dos gêneros textuais conforme Bakhtin (2016), buscamos levantar as dificuldades encontradas pelo aluno tanto no aspecto da leitura quanto da escrita.

Com base nos dados coletados por meio do questionário, vimos a necessidade de uma intervenção pedagógica, ou seja, uma sequência didática foi trabalhada em sala de aula, na qual estudamos a leitura e a escrita através do gênero propaganda, com foco nos elementos

constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição, com o intuito de solucionar ou pelo menos amenizar os problemas apresentados pelos alunos nas modalidades de leitura e produção textual.

É de suma relevância enfatizar que a pesquisa passou pelo comitê de ética da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), sendo aprovada, isto de acordo com o parecer número: 3.478.548. Como Consta o documento em anexo na página 193.

5.5- Intervenção pedagógica



A intervenção pedagógica aparece como um mecanismo pedagógico, que deve ser utilizado como uma opção de intervir em uma situação-problema, quando detectada no processo educacional. No nosso caso no ensino de Língua Portuguesa, especificamente, leitura e produção textual.

A intervenção adotada é uma sequência didática aos moldes de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), adaptada ao nosso contexto e público alvo. A sequência didática escolhida se concretiza como um processo que viabiliza o trabalho com os gêneros textuais/discursivos, assim configurando como uma boa opção para o trabalho com o gênero textual/discursivo propaganda.

Com o intuito de obter mais informações sobre os alunos envolvidos na intervenção pedagógica e o seu nível de conhecimento em leitura e produção textual foi aplicado, como forma diagnóstica, um questionário que versa sobre questões de leitura, escrita e o gênero propaganda. A partir deste, juntamente com as deficiências encontradas pelo professor pesquisador no decorrer do desenvolvimento do ensino da leitura e produção de texto em sala de aula, foi elaborada e executada a sequência didática como intervenção pedagógica que visa colaborar com o crescimento dos envolvidos em termo de leitura e produção textual na perspectiva interacionista.

Antes de mencionar o desenvolvimento da sequência didática, apresentamos o resultado obtido com a pesquisa feita por meio do questionário aplicado, com relação ao entendimento do aluno pertencente à leitura, escrita e o gênero propaganda. O questionário aplicado segue na sequência.

Quadro II – QUESTIONÁRIO DA ENTREVISTA COM OS ALUNOS

 UEPB Universidade Estadual da Paraíba	 PROFLETRAS
UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA CAMPUS III CENTRO DE HUMANIDADES MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS	
ORIENTANDO: LUIZ ROSA DA SILVA FILHO ORIENTADORA: DR ^a EDILMA DE LUCENA CATANDUBA	
O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL	
CONVITE	
<p>Prezados alunos, é com muita alegria, que venho convidar todos a participar do projeto de leitura e produção textual a partir do gênero propaganda, com a finalidade de levar os envolvidos a elevarem o seu nível em compreensão e escrita de texto. O projeto faz parte da pesquisa de mestrado desenvolvida no Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS - da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), campus III – CH (Guarabira). Os participantes terão a oportunidade de participar de diversas atividades envolvendo leitura e produção de texto por meio do gênero propaganda. De início, pedimos que respondam ao questionário abaixo, a fim de fazermos um diagnóstico com relação aos conhecimentos prévios sobre leitura, escrita e acerca do gênero textual/discursivo propaganda.</p>	
Desde já agradeço pela colaboração e participação!	
Luiz Rosa da Silva Filho	
QUESTIONÁRIO	
Escola: _____	
Aluno: _____	
01- Indique o seu sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino	
02- Sua idade: _____ anos. Série: _____	
03- Você gosta de ler? Por qual motivo você (não) gosta de ler?	
_____ _____ _____	
04- O que é leitura para você?	
_____ _____ _____	

05- O que você mais gosta de ler? (PODE SER MARCADA MAIS DE UMA OPÇÃO)

- Carta Romance História em quadrinhos Piada
 Bíblia Torpedo/mensagem de celular Textos de whatsapp
 Outros? Qual(is)?

06- Com que frequência que você pratica a leitura? Em qual(is) ambiente(s) você lê?

07- A leitura é praticada em sala de aula? Se afirmativo, de que forma?

08- Como deveria ser o ensino de leitura na sala de aula?

09- Você costuma produzir textos? Se sim, em qual(is) situação(ões)?

10- Que tipo(s) de gênero(s) você gostaria de escrever?

11- O que é produzir um texto para você? Por quê?

12- A escola incentiva à produção de texto? Se sim, qual a frequência? Em quais disciplinas? Quais gêneros?

13- Já teve a oportunidade de ler uma propaganda? Se positivo, onde aconteceu?

14- A propaganda é de fácil acesso?

() Sim. () Não.

15- Para que serve uma propaganda?

16- A propaganda já levou você a comprar algo, te convenceu a aderir a uma ideia ou um serviço? Se afirmativo, por quê?

17- A propaganda é encontrada com mais frequência em quais locais?

18- Se tivesse a oportunidade de produzir uma propaganda, o que você produziria? Por qual motivo?

5.6- Análises dos dados a partir do questionário

O questionário utilizado para entrevistar os alunos é composto por 18 (dezoito) perguntas, como podemos ver acima, tendo uma composição diversificada entre questões objetivas e subjetivas com o propósito de fazer um levantamento de informações sobre como os alunos veem a leitura, a produção textual e o conhecimento sobre o gênero textual/discursivo propaganda do público envolvido no trabalho. As questões de 1 (um) a 8 (oito) são sobre leitura, das questões 9 (nove) a 12 (doze) são sobre produção textual, e das questões 13 (treze) a 18 (dezoito) trata acerca do gênero propaganda. É importante mencionarmos que a entrevista foi respondida por 16 (dezesesseis) alunos que faziam parte da turma. A entrevista foi aplicada no dia: 18 de setembro de 2019.

As respostas dadas pelos participantes durante a entrevista via questionário podem ser observadas a seguir por meio de gráficos.

O gráfico que segue representa o índice relacionado ao gênero dos alunos entrevistados.

PERGUNTA Nº 1

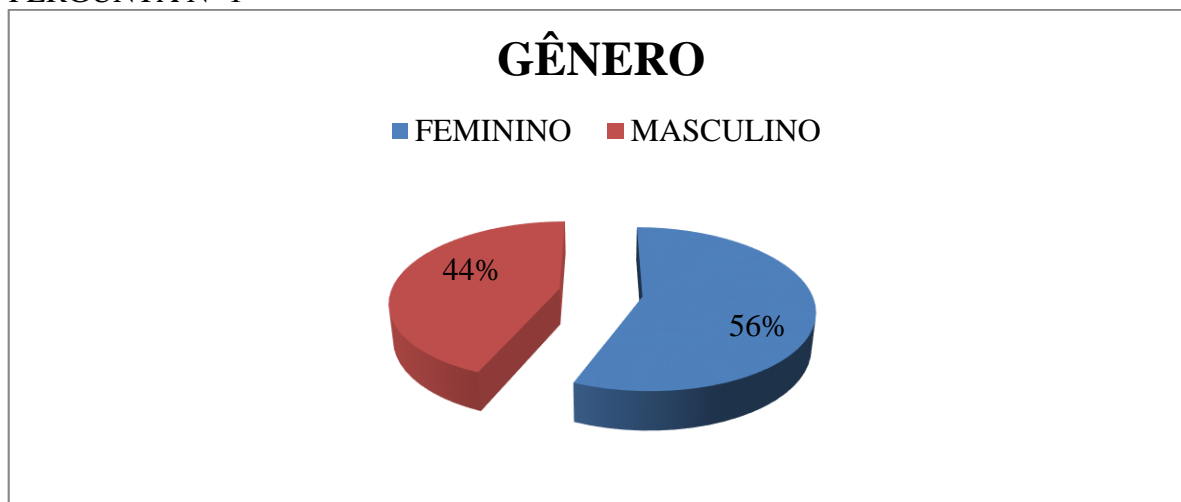


Gráfico 1- percentual a respeito do gênero dos alunos
Gráfico elaborado pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

A questão 1 (um) foi relacionada ao sexo dos alunos, a fim de mostrar a composição da turma em termo de gênero, embora não tenhamos investigado evidências da interferência da questão de gênero na produção dos alunos. Do universo entrevistado, 44% declararam pertencer ao gênero masculino, enquanto 56% afirmaram ser do gênero feminino.

Na sequência, tratamos da questão relacionada à idade dos alunos.

PERGUNTA Nº 2

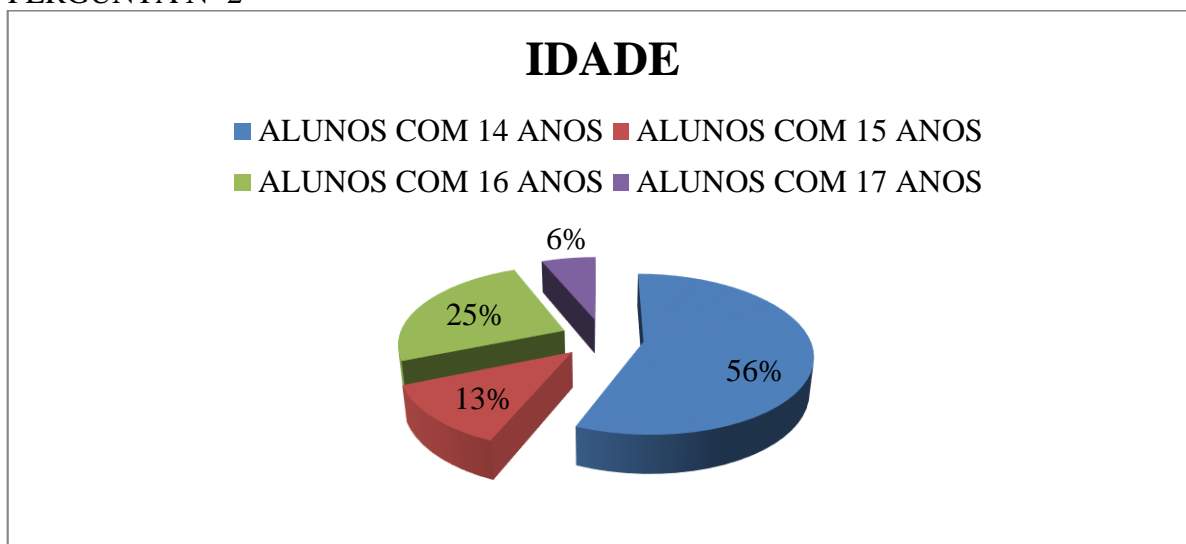


Gráfico 2- Percentual das idades dos alunos participantes

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Abordamos na pergunta 2 (dois) do questionário a informação sobre a idade dos alunos, a fim de traçarmos o perfil idade/série, e com isso demonstrar se os alunos se encontram dentro da faixa etária com relação ao ano de estudo. O resultado obtido foi que: 56% dos alunos têm 14 anos de idade, 13% possuem 15 anos de idade, 25% têm 16 anos de idade, 6% dos alunos se encontram com 17 anos.

Estes dados foram importantes para compreendermos e selecionarmos os temas das propagandas a serem usadas nas atividades oferecidas aos alunos. Assim, escolhermos temáticas que fizessem parte do contexto da vida diária dos alunos que se encontram nestas faixas etárias. Com isso poder chamar a atenção deles e incentivá-los a participar das atividades propostas com interesse e dedicação.

Percebemos que de acordo com a idade/série, a grande maioria dos alunos se encontra dentro da faixa etária requerida, estão adequados à série cursada, neste caso o 9º ano. Pois até os 15 anos de idade podem ser considerados dentro da faixa para a conclusão do ensino fundamental. No entanto, acima dos 15 anos e não tendo concluído o ensino fundamental já se pode considerar como aluno em situação de distorção idade-série.

Nesta situação, a nossa turma encontra-se com um percentual de 25% dos alunos com 16 anos e um percentual de 6% com 17 (dezessete) anos de idade, totalizando um percentual de 31% dos alunos em situação de distorção idade-série, podendo ser considerado um número alto devido às políticas adotadas nas últimas décadas, a fim de manter as crianças e adolescentes na escola na idade apropriada para cada série.

No próximo gráfico, demonstramos os dados percentuais em relação ao gosto pela

leitura.

PERGUNTA 3

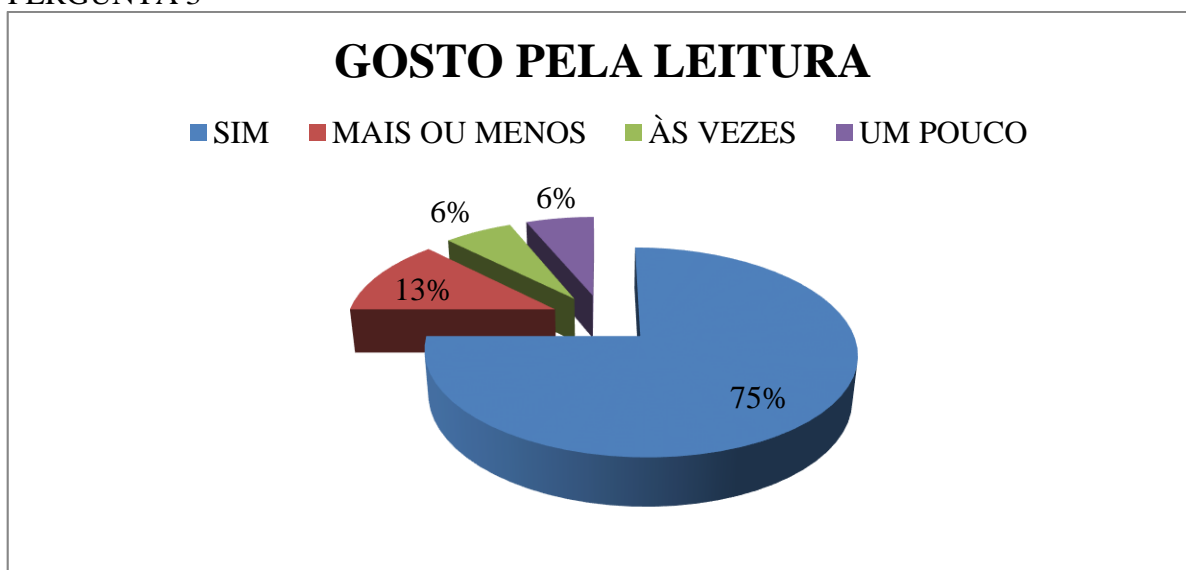


Gráfico 3- Percentual de alunos que gostam de ler

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

A pergunta 3 (três) da entrevista versa sobre o gosto pela leitura, como também o motivo que leva os alunos à prática da mesma. Nesta pergunta 3, 75% dos alunos responderam que sim, que gostavam de ler, enquanto 13% falaram que gostavam mais ou menos de ler, 6% afirmou que gostava um pouco de ler, e 6% mencionou que às vezes ler.

Diante dos números expostos, é observável que os alunos fazem uso da leitura, mesmo às vezes sendo de forma esporádica, de maneira não efetiva e cotidiana.

Utilizamos o gráfico a seguir para representar os índices concernentes aos motivos que levam os alunos à prática da leitura.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA 3

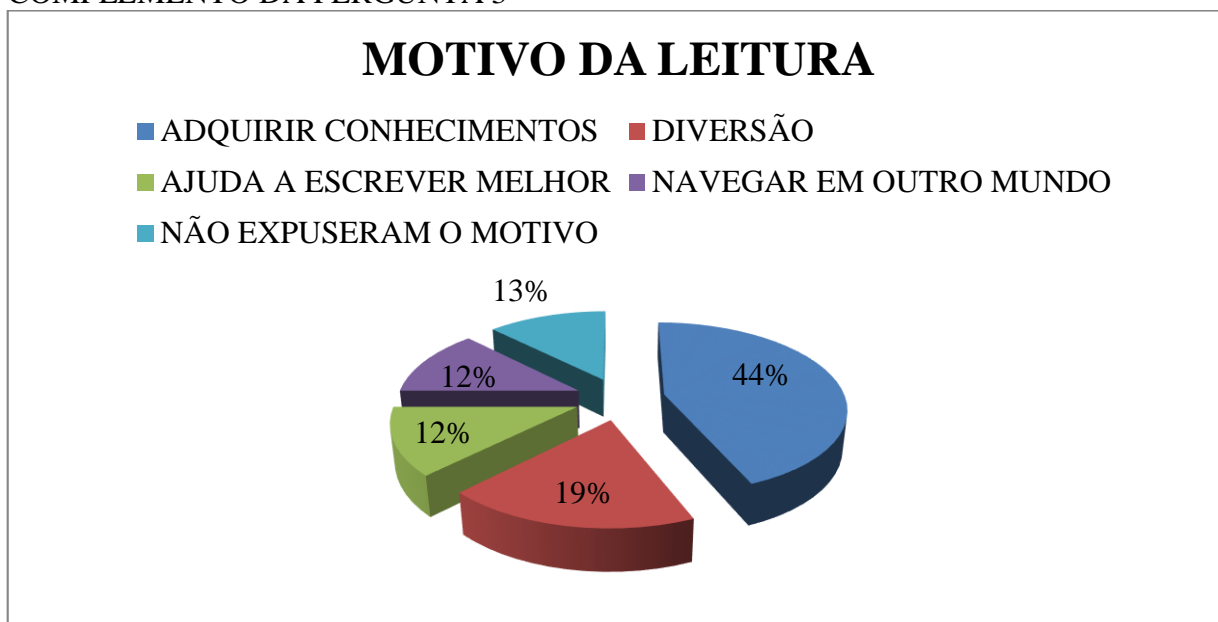


Gráfico 4- Percentual do motivo da leitura

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Complementando a pergunta 3 (três) da entrevista, a respeito do motivo que levam os alunos à prática da leitura, podemos constatar que, dentre os alunos entrevistados 44% afirmaram que o motivo seria para adquirir conhecimentos, 19% falaram que o motivo de gostar de ler era por diversão, 12% responderam que o motivo da leitura seria porque ajuda a escrever melhor e 12% responderam que a leitura faz navegar em um mundo diferente, 13% não expuseram o motivo.

Observamos que, os alunos ao exporem os motivos de ler deixam claro alguns objetivos que a leitura proporciona, no entanto, é preciso esclarecer aos alunos que a leitura não tem como finalidade apenas os motivos declarados, vai além destes, chegando a um patamar de comunicação social, onde os indivíduos participam ativamente da vida em sociedade, sendo um elo entre os diversos setores sociais. E que por intermédio da leitura é possível entender o sistema social em que vivemos e intervir nele como forma de modificá-lo para atender aos propósitos de uma sociedade igualitária.

Precisamos que o aluno entenda que a leitura é uma forma de interação social, que proporciona ao cidadão uma participação crítica, ativa e consciente diante dos acontecimentos que permeiam a vida em sociedade.

Agora o gráfico apresenta os números relacionados às funções da leitura e para que serve a leitura na perspectiva dos alunos.

PERGUNTA Nº 4

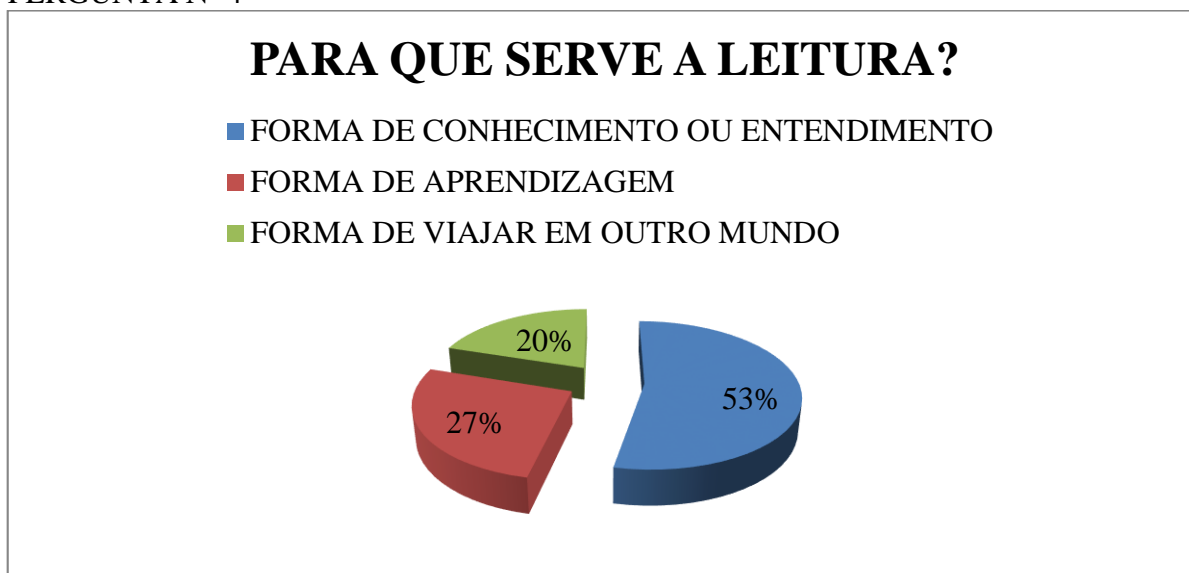


Gráfico 5- Percentagem com as funções da leitura

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Na pergunta de número 4 (quatro) do questionário em análise, a abordagem foi com relação às funções da leitura no entendimento do aluno. O gráfico acima expõe os percentuais referentes à compreensão dos alunos acerca das funções da leitura, ou melhor, para que serve a leitura na perspectiva dos alunos. Embora no questionário apareça a pergunta “o que é leitura para você?”, no momento da aplicação do questionário explicamos que o que estávamos querendo era saber na perspectiva do aluno, para que servia a leitura.

Dos participantes, 53% aponta que a leitura serve como uma forma de conhecimento ou entendimento, 27% dos alunos responderam que a leitura serve com uma forma de aprendizagem, 20% afirmou que a leitura serve como uma forma de viajar em outro mundo.

De acordo com os dados apresentados notamos que as compreensões sobre as funções da leitura para os alunos se apresentam como um instrumento de comunicação, na qual o texto é produzido com o intuito de informar, transmitir alguma informação para o leitor, que se apodera da mensagem como uma maneira de conhecimento, de aprendizagem e até como uma forma de se imaginar naquele ambiente trazido pelo o autor do texto.

É relevante este tipo de leitura, no entanto, não deve ser a única visão que o aluno precisa ter sobre as funções da leitura, pois, a leitura tem uma função que vai muito além do exposto pelos alunos. A leitura tem como função primordial a interação, em que as ações produzidas no meio social estão impregnadas de sentidos, que só podem ser decifrados por meio da interação entre o autor-texto-leitor. Estes precisam dialogar com base em diversos elementos como: elementos linguísticos do texto, a forma de organização do texto, como

também o conhecimento de mundo. Com isso, a função essencial da leitura é o diálogo que acontece entre o leitor e o autor do texto com o objetivo de produção de sentidos em consonância com o propósito comunicativo do gênero textual/discursivo, o contexto de produção e a intencionalidade da interação social.

O próximo gráfico traz os números relacionados ao que o aluno mais gosta de ler.

PERGUNTA Nº 5

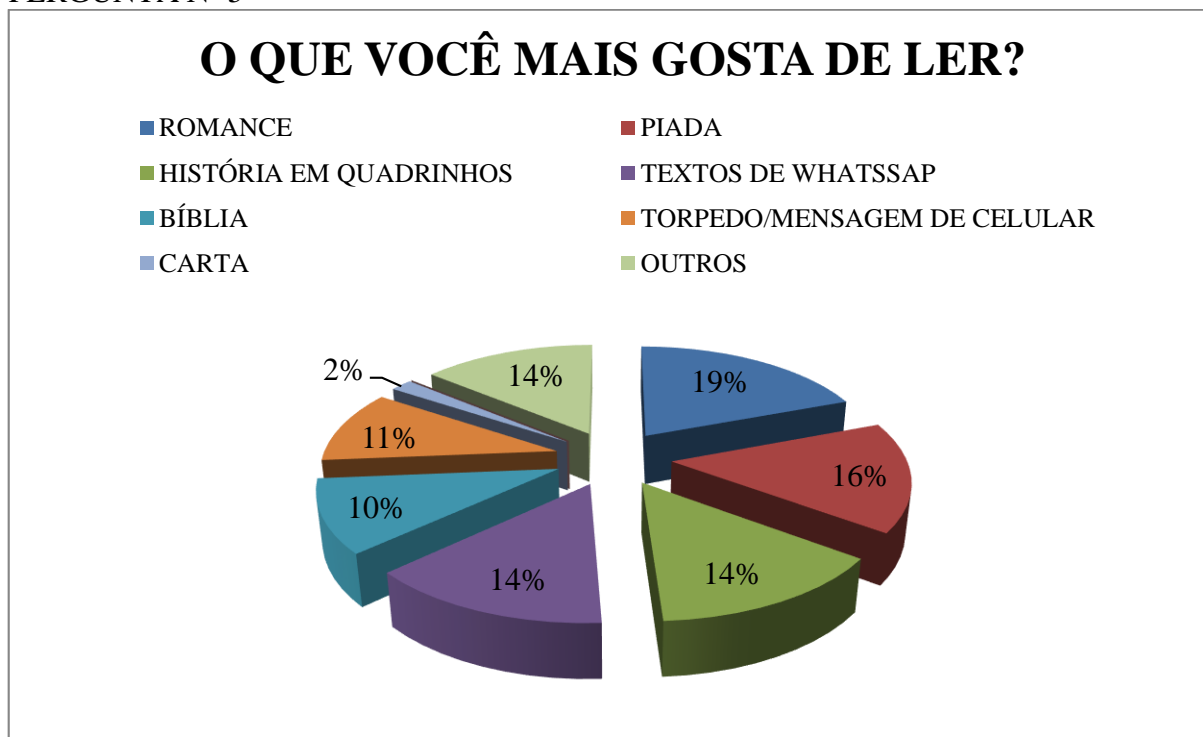


Gráfico 6- Percentual com o gênero textual/discursivo que os alunos gostam de ler
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Nas respostas dadas pelos alunos na questão 5 (cinco) do questionário, com relação ao que gostam de ler, percebemos uma variedade de gêneros textuais/discursivos citados pelos alunos, quando da prática da leitura. Vale ressaltar, que a ausência de uma alternativa com a palavra propaganda na pergunta 5 (cinco) do questionário foi proposital, para verificarmos se os alunos citariam este tipo de gênero na opção outros do questionário como um gênero, que fazia parte do repertório de leitura apreciado por eles. No entanto, não houve menção do gênero propaganda por nenhum aluno na pergunta destinada aos textos que mais gostam de ler. Na opção outros foram citados: pesquisas da internet, animes, aventuras, ficção científica, comédia, poema, reportagem, terror, literatura.

Assim, a ausência de citação do gênero textual/discursivo propaganda pelos alunos nos levou a entender a necessidade de abordagem em sala de aula, devido ser um gênero que

circula com muita força na sociedade. E como o aluno ainda não atentou para a presença frequente e a funcionalidade deste gênero, seria mais uma razão para a escola trabalhar com a propaganda.

No gráfico que segue, as informações são ligadas à frequência com que o aluno pratica a leitura.

PERGUNTA Nº 6

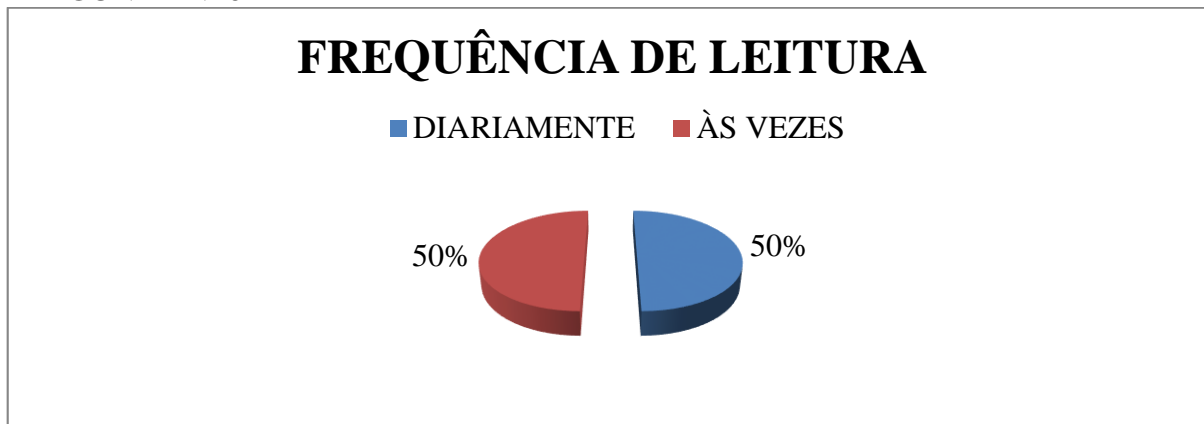


Gráfico 7- Percentagem com relação à frequência de leitura

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

O resultado apresentado para a pergunta 6 (seis) da pesquisa traz uma coerência com a pergunta 3 (três) do questionário, pois quando indagado do gosto pela leitura, a maioria dos entrevistados se posicionaram de forma positiva, afirmando que gostam de ler. Assim, na pergunta em análise no caso a 6 do questionário, o resultado também foi positivo, pois 50% falou que leem diariamente, enquanto 50% afirmou que leem às vezes, não se eximindo da prática da leitura, embora não sigam uma rotina. Porém, a escola pode motivar essa parcela que não é assídua na leitura a desenvolverem o hábito, porque os alunos precisam e devem desenvolver a leitura cotidianamente, haja vista que vivemos em uma sociedade dinâmica em que os gêneros textuais/discursivos circulam a todo o momento e com uma grande variedade.

Desta forma, a escola precisa oferecer ao aluno possibilidades de leituras diversas por meio de gêneros textuais/discursivos variados, que chame a atenção do aluno e possam desenvolver a prática da leitura de forma diária.

Além de procurar saber a frequência da prática da leitura, buscamos na mesma pergunta saber os ambientes em que os alunos costumavam fazer estas leituras. No gráfico seguinte demonstramos os números colhidos.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 6

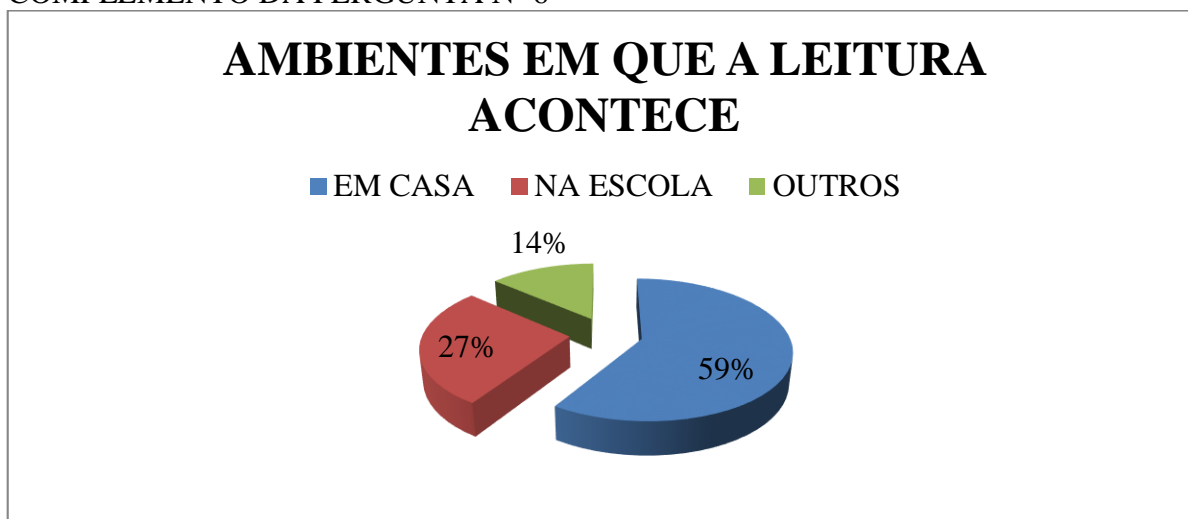


Gráfico 8- percentagem dos lugares que o aluno costuma ler
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

A grande maioria dos entrevistados foi enfática ao destacar a sua própria casa como o ambiente em que mais pratica a leitura, entretanto, a escola foi citada mesmo com menor expressividade. Assim, surgem alguns questionamentos: será que a escola tem desenvolvido a leitura de forma efetiva e atrativa? Qual é o objetivo da escola ao trabalhar com a leitura? Visa apenas levar o aluno a decodificar o texto ou procura utilizar a leitura como uma prática interacionista de contato com a sociedade em geral? Discutir estas questões é bastante relevante, quando se deseja proficiência em leitura, porém encontrar respostas para as mesmas não é o objeto da nossa pesquisa neste momento. Resolvemos manter estas questões aqui para ressaltar que a análise da propaganda, gênero que circula fora da escola, deva fazer parte da discussão no ambiente escolar. .

Merece destaque mesmo com os questionamentos feitos anteriormente, a existência de algo a ser comemorado, o fato do aluno ler, independente da maneira como o faz. O importante é que ele faz o uso da leitura, isto já é um fator primordial para o desenvolvimento de sua competência leitora, carecendo de mudanças de paradigmas na abordagem quando do estudo da leitura.

Na sequência, o gráfico aponta os percentuais concernentes à prática da leitura em sala de aula, que poderá ser esclarecedor com relação às questões levantadas no item anterior.

PERGUNTA Nº 7



Gráfico 9- Percentual com relação à prática de leitura em sala de aula
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

À pergunta 7 (sete) do questionário usado para entrevistar os alunos, a resposta foi unânime quando indagados a respeito da prática da leitura na sala de aula, todos falaram que sim, que o estudo com a leitura era abordado. Neste contexto, entendemos que a leitura precisa ser praticada nas várias disciplinas que formam o currículo escolar, e pelas respostas unânimes dos alunos, é possível que as demais disciplinas além da língua portuguesa trabalhem com a leitura, nem que seja para a compreensão dos conteúdos e conhecimentos abordados.

Por isso, entendemos fundamental o complemento da pergunta 7 (sete), que se estende a perguntar que se é afirmativo o estudo da leitura em sala de aula, como acontece a leitura na escola. O gráfico reproduz os números.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 7

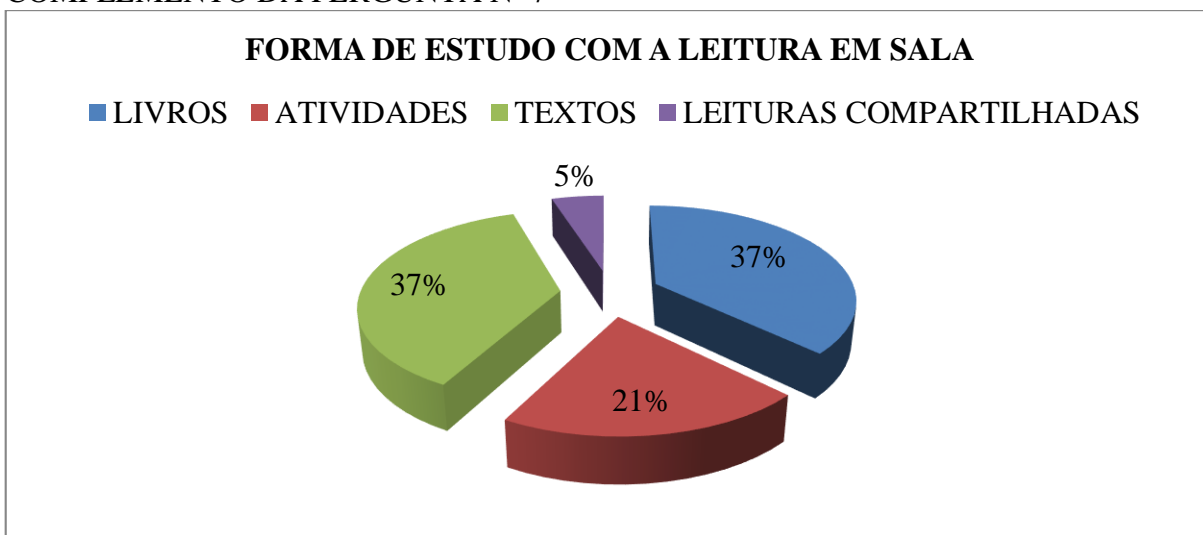


Gráfico 10- percentagem a respeito da forma de abordagem da leitura em sala
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Levando em consideração a abrangência da pergunta, percebemos que contribuiu para que alguns alunos participantes da entrevista, respondessem indicando os materiais utilizados nas aulas com a leitura, e outros respondessem apontando mais para a metodologia utilizada pelos professores, quando do trabalho com a leitura.

Percebemos com as respostas mencionadas que a leitura é trabalhada com foco em livros e textos. Estes fazem referência aos materiais mais utilizados pelos professores, quando do trabalho com a leitura em sala de aula, ou seja, a maior parte dos alunos respondeu a pergunta fazendo referência aos materiais utilizados.

Ainda foi citada pelos alunos em menor percentual como forma de resposta a questão que versa sobre a forma de estudo da leitura em sala de aula, atividades e leituras compartilhadas, estes ligados a metodologia utilizada pelos professores.

Diante deste contexto, é previsível que o ensino-aprendizagem da leitura se dá nos moldes tradicionais de leitura compartilhada, na qual cada aluno vai lendo um trecho do texto e vai passando ao próximo. Essa prática não possibilita ao aluno refletir sobre o texto, não leva o aluno à produção dos variados sentidos que o texto pode oferecer a depender de cada situação de interação.

Desta maneira, faz-se necessário um trabalho mais concreto e efetivo com os gêneros textuais/discursivos. Reconhecemos que apenas esta inserção não vai resolver todo o arsenal de problemas da leitura, mas é uma contribuição bastante importante a ser realizada, para que os alunos possam presenciar na prática o que está sendo discutido em sala de aula e passem a compreender o processo de leitura como prática social dialógica.

A pergunta 8 (oito) do questionário em análise procura incentivar o aluno a opinar sobre como deveria ser abordado o ensino de leitura na sala de aula. As respostas efetuadas são descritas no próximo gráfico.

PERGUNTA Nº 8

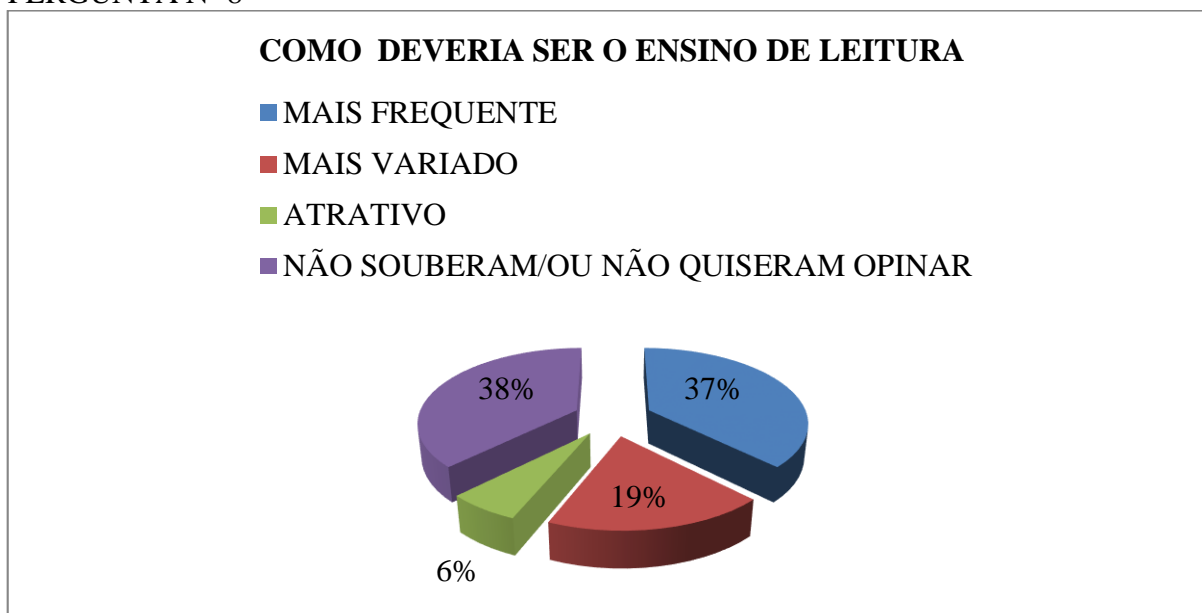


Gráfico 11- Percentagem de como deveria ser o ensino de leitura na visão do aluno
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Observando os posicionamentos dos alunos com relação à pergunta exibida na questão 8 (oito), a maioria não soube responder ou preferiu não se manifestar. Isto nos leva a refletir sobre os possíveis motivos que contribuem para a não participação do aluno em alguns assuntos pertinentes a ele. Uma possibilidade é o não domínio sobre o assunto pautado, bem como a falta de participação nos debates que envolvem questões ligadas ao ensino. Assim, um percentual alto de aluno não respondeu a questão.

Desta forma, é concebível que a escola procure incentivar os alunos a participarem do debate público, inclusive adotando situações que levem estes alunos a se posicionarem diante de diversas situações sociais, seja de forma escrita ou oral. Por outro lado, os demais percentuais provam mais uma vez que a leitura é trabalhada em sala de aula, porém, na opinião de uma grande parcela dos alunos precisa atingir outros níveis, como ser mais frequente, com um repertório mais variado e de modo atrativo.

Os professores de língua precisam despertar para a elaboração de suas aulas pautadas na ampliação da competência linguística dos alunos, a fim de contribuir para que eles se tornem proficientes na sua língua materna, sendo capazes de fazer o uso da leitura para o entendimento das diversas práticas de linguagem, que fazem parte do cotidiano.

A partir deste momento os gráficos seguintes descrevem sobre os dados levantados com relação à produção textual. O primeiro gráfico exibe os números pertencentes à pergunta acerca do costume dos alunos em produzir textos.

PERGUNTA Nº 9

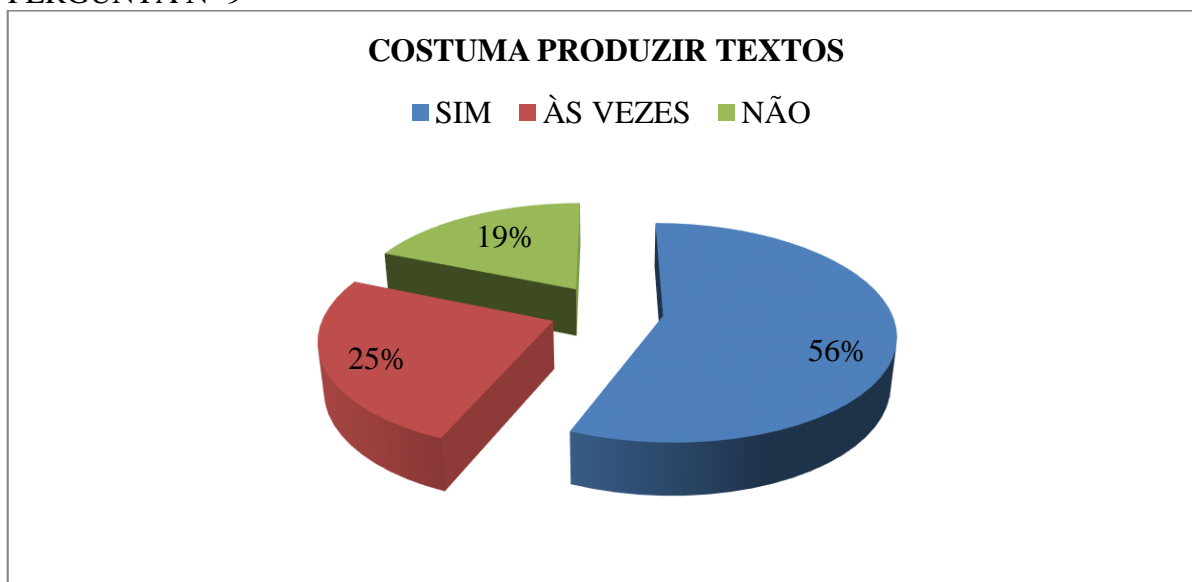


Gráfico 12- Percentual sobre o hábito de produção de texto
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Na pergunta 9 (nove) sobre produção de texto, os alunos afirmaram em grande maioria que a produção é praticada, seja de forma mais constante ou esporadicamente. Deste modo, o contato com a escrita se faz presente. O contexto em que os alunos vivem inseridos contribui para que escrevam, porém é importante saber em que situação estas produções ocorrem. O próximo gráfico trará esta informação.

Uma minoria relatou que não costuma escrever texto. Desta maneira, surgem algumas indagações: o que estes alunos entendem por textos? Será que o entendimento de texto se remete a uma produção com muitas linhas escritas? Ou será que realmente estes alunos não costumam escrever textos? As afirmações dos alunos de que não costumam escrever textos também remete a uma questão de como a escola se comporta diante do ensino de leitura e escrita. Como de fato a escola trabalham estas questões.

Esta premissa de que não costumam escrever textos é um fato preocupante, devido a estes alunos estarem no último ano do ensino fundamental, próximo ao ingresso no ensino médio. Isso dificulta também a participação destes alunos no meio social por meio da escrita, que é um processo fundamental para se posicionarem com críticas e possíveis soluções para soluções de problemas.

Ainda tratando da pergunta 9 (nove), o gráfico a seguir aponta os dados pertinentes as situações nas quais os alunos costumam produzir textos.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA 9

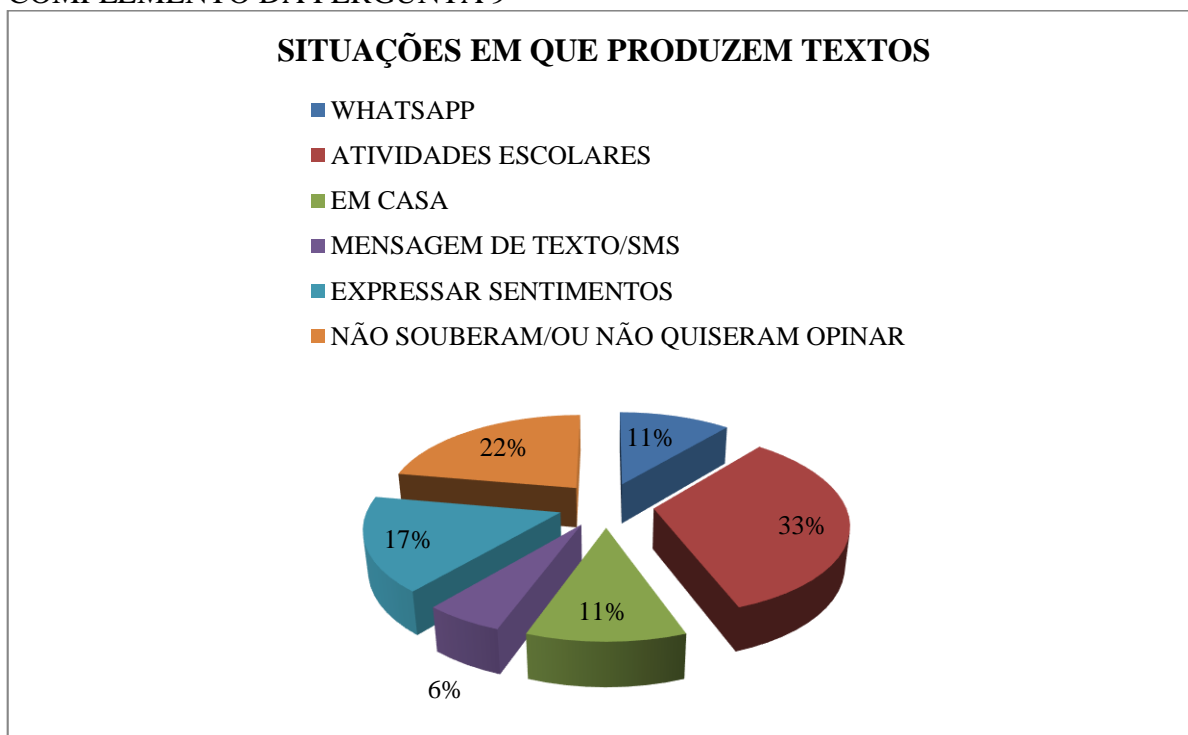


Gráfico 13- Percentagem relativo às situações de produção de texto
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números revelam que as atividades escolares são as maiores incentivadoras para a produção textual. Isto é positivo, visto que a escola possui este papel de despertar e desenvolver no aluno estratégias que venham a facilitar a escrita de diferentes gêneros textuais/discursivos. No entanto, é preciso que estes ensinamentos escolares possam atravessar os muros da escola, oferecendo condições para que o aluno use estes conhecimentos para participar efetivamente da conjuntura social.

Nesta direção, podemos constatar nos percentuais exibidos, que existe uma diversidade de situações além das escolares, nas quais, os alunos costumam fazer a produção de textos. Assim, a escrita de texto vai além das atividades de sala de aula, fortalecendo a função primordial da escrita, que é a interação no meio social, porém, é imprescindível a conscientização dos alunos através da escola para o alcance desta finalidade.

Nesta configuração, é fundamental uma tomada de providência da escola, a fim de criar maneiras que der sentido à produção textual na escola, a fim de que os alunos percebam a importância da produção de texto para a interação com os mais variados segmentos sociais, uma vez que a produção textual é um meio indispensável na construção do diálogo em sociedade.

O gráfico da sequência traz as respostas da pergunta 10 do questionário, que é sobre o gênero textual/discursivo que o aluno gostaria de escrever.

PERGUNTA Nº 10

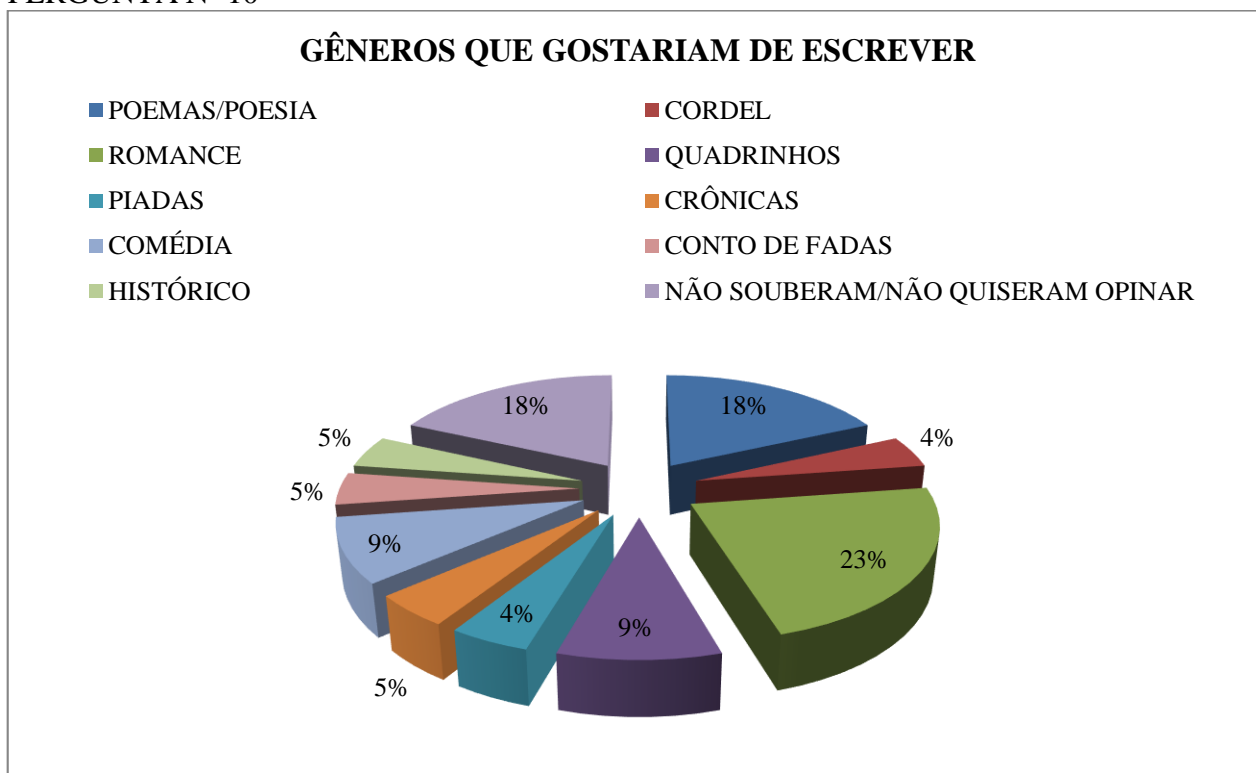


Gráfico 14- Percentagem sobre os textos que os alunos gostariam de produzirem
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As respostas dadas na questão 10 (dez) do questionário utilizado para entrevistar os alunos, expõem o desejo deles em terem a oportunidade de produzir diversos gêneros textuais na escola.

O gráfico 14 (catorze) exhibe os seguintes percentuais e gêneros textuais/discursivos citados pelos alunos, quando perguntados a preferência para a produção de textos: 23% gostariam de produzir romances; 18% preferem escrever poemas/poesia; 9% optaram por escrever quadrinhos; 9% desejam produzir o gênero comédia; 5% gostariam de produzir crônicas; 5% preferem escrever contos de fada; 5% textos históricos; 4% optaram por escrever piadas; 4% desejam produzir cordel.

Vale destacar ainda, que 18% dos entrevistados não souberam/não quiseram opinar com relação à pergunta 10 (dez) sobre que tipo de texto gostaria de escrever. Uma leitura possível que podemos fazer, é que a escolha destes alunos pode dever-se ao fato de não terem o costume de fazer este tipo de posicionamento. Ou ainda por timidez ou em última análise por não ter o conhecimento dos gêneros textuais/discursivos pelos seus respectivos nomes, uma vez que a pergunta 10 (dez) foi elaborada na modalidade aberta, sem nenhum tipo de influência, para o aluno citar os textos que gostariam de escrever.

É de grande pertinência mencionarmos, que semelhante ao acontecido na pergunta 5

(cinco) do questionário, que perguntava aos entrevistados o que eles mais gostavam de ler, e não teve nenhuma menção ao gênero propaganda, aqui na análise da pergunta 10 (dez) percebemos o mesmo. Nenhum dos entrevistados apontou o gênero textual/discursivo propaganda como um desejo de produzi-lo.

Desta forma, vemos a necessidade de trabalhar com a produção deste gênero na escola, por ser um gênero presente de forma contínua na sociedade. E assim, sendo de grande valia o aprofundamento dos alunos neste tipo de gênero textual/discursivo, para que eles possam conhecer as características e objetivos da propaganda, para poder interagir satisfatoriamente quando da escrita desta.

Os dados apontados na pergunta 10 (dez) deixam claro que a maioria dos alunos deseja estudar gêneros variados, ou ao menos ouvirem falar dos gêneros textuais/discursivos citados. Não faz sentido a escola priorizar apenas um gênero para ser abordado. Há sim a necessidade de expandir os diversos gêneros textuais/discursivos de acordo com a carência do aluno, uma vez que o contato com diferentes gêneros facilita o aprendizado do aluno, que na prática vai assimilando as características de cada gênero, aumentando a sua capacidade de produção textual.

O trabalho em sala de aula com gêneros textuais/discursivos diversificados precisam acontecer pelo contato constante do indivíduo com uma série de gêneros veiculados através de diferentes veículos de comunicação, com isso o aluno precisa conhecer as estratégias de produção, a intencionalidade, a situação e a esfera social que cada gênero atende.

Mesmo com os números demonstrando que os alunos ao se manifestarem com relação ao desejo de produção textual, apontam para uma diversidade de gênero, vislumbra-se um número considerável de alunos que permanecem inertes, como se dissessem que o que for estudado está ótimo. Desta maneira, a escola deve procurar mecanismos que possam motivar os alunos a produzirem textos. Pois todos têm o direito de uma formação educacional digna e propícia à vivência em sociedade, sendo a escrita primordial para o crescimento intelectual, e fundamental para a participação nas transformações sociais.

Os dados do gráfico seguinte diz respeito ao que o aluno entende por produção textual.

PERGUNTA Nº 11

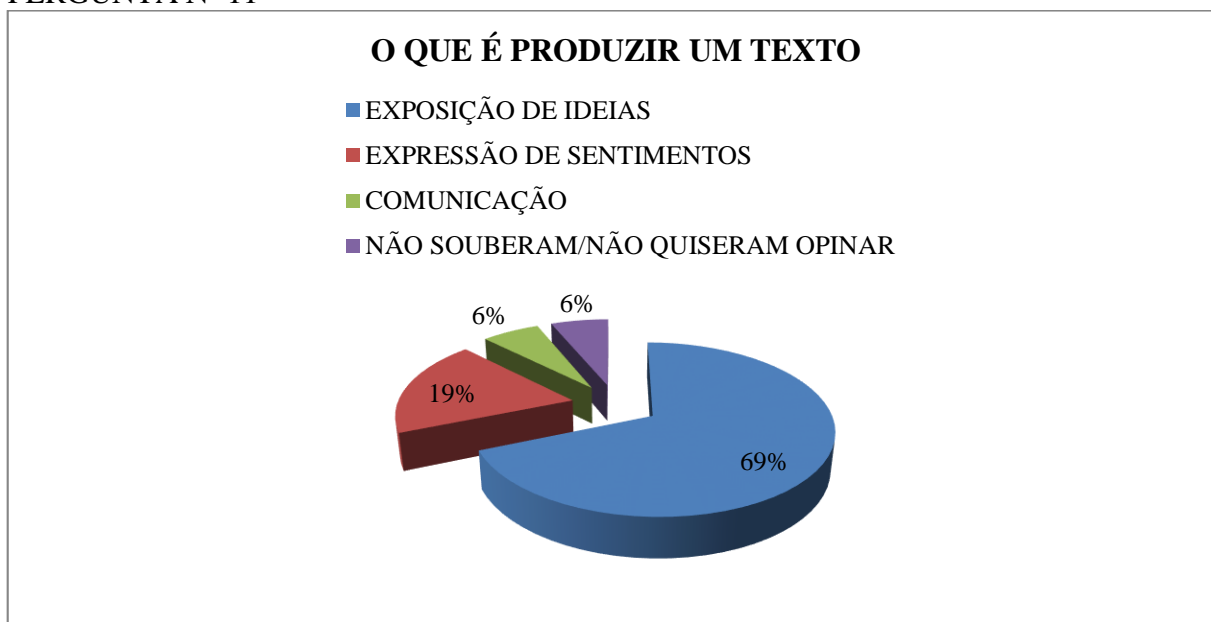


Gráfico 15- Percentagem relativo ao conceito de produção textual
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números concernentes à pergunta 11 (onze) expressam uma tendência de produção textual com base na expressão do pensamento ou no ato de comunicação, no qual se tem uma ideia, uma informação, uma mensagem, e que pode ser divulgada através da escrita. Aqui a escrita é apenas uma forma de propagação das ideias que está contida na mente, buscando transmitir para o outro por meio de um código linguístico.

A escrita é uma forma dialógica de comunicação, que proporciona ao cidadão a interação social por meio da linguagem, possibilitando o esclarecimento reflexivo acerca dos fenômenos e acontecimentos sociais de uma determinada situação, expondo causas e consequências em sintonia com o contexto de produção, o propósito comunicativo e a intenção do autor. Assim, é importante que os alunos compreendam esta proposta de produção textual, a fim de que possam interagir de maneira consciente na sociedade em que vivem.

Um público mínimo não se manifestou com relação à pergunta da questão 11, nesta situação, é condizente que a escola sempre procure diagnosticar as razões que fazem os alunos não se exporem em determinadas ocasiões, para que busquem alternativas para amenizar a deficiência encontrada nos envolvidos.

As informações expostas no gráfico a seguir dizem respeito ao incentivo da escola no quesito produção de texto.

PERGUNTA Nº 12



Gráfico 16- Percentagem com relação ao incentivo da escrita pela escola

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As respostas pertinentes à pergunta da questão 12 (doze) do questionário da entrevista com os alunos a respeito do incentivo da escola à produção de texto foram unânimes no sentido afirmativo. Assim, a escola vem contribuindo para o aprofundamento da escrita em sala de aula.

No entanto, notamos uma lacuna de acordo com as respostas da questão anterior, em razão dos alunos ficarem presos ao entendimento da escrita como um modo somente de expressar suas ideias. É preciso que o aluno entenda a produção textual como uma forma que engloba o diálogo no convívio social, e que a produção de sentido acontece com a intersecção entre produtor/texto/leitor.

É fundamental enfatizarmos que, os dados mencionados neste gráfico 16 (dezesseis) relacionados ao incentivo da escola em relação à produção textual mantém uma coerência com o resultado apresentado pelos alunos no gráfico 13 (treze), que discute sobre as situações em que os alunos produzem textos. Nesta questão, 33% dos entrevistados, maior índice apresentado para a referida pergunta, apontaram que as atividades escolares são as maiores incentivadoras da prática de produção de texto. Desta forma, ficou comprovado que a escola da qual os alunos entrevistados fazem parte desenvolve um trabalho com a produção de texto.

Já que foi unânime a resposta sim ao incentivo da escola com respeito à produção de texto, é importante saber a frequência com que este trabalho se desenvolve em sala de aula. O gráfico II relativo à pergunta 12 (doze), que segue apresenta os percentuais.

II GRÁFICO RELATIVO À PERGUNTA 12

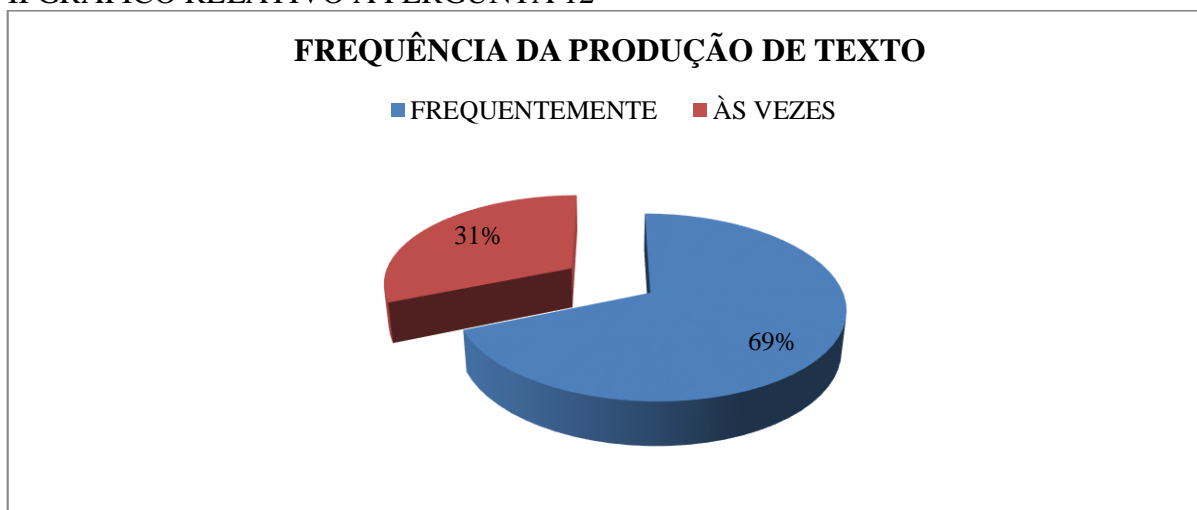


Gráfico 17- Percentagem com relação à frequência de produção de texto
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os dados apontados no gráfico acima ainda fazem parte da pergunta 12 (doze) do questionário, e observamos que, fortalece as respostas do gráfico anterior, quando perguntado aos alunos a respeito do incentivo à produção textual pela escola. Fica expresso nesta questão doze que a escrita é desenvolvida na sala de aula, justificado devido a um grande percentual de alunos terem afirmado que frequentemente produzem texto, como também outra parte de alunos entrevistados falaram que às vezes o trabalho é desenvolvido. Estes números suprem qualquer dúvida, caso existisse sobre a abordagem da escrita pela escola.

O gráfico da sequência mostra os números sobre as disciplinas que fazem o trabalho com a produção de texto. Vale salientar que estas respostas ainda são uma complementação da pergunta doze em análise.

III GRÁFICO RELATIVO À PERGUNTA 12

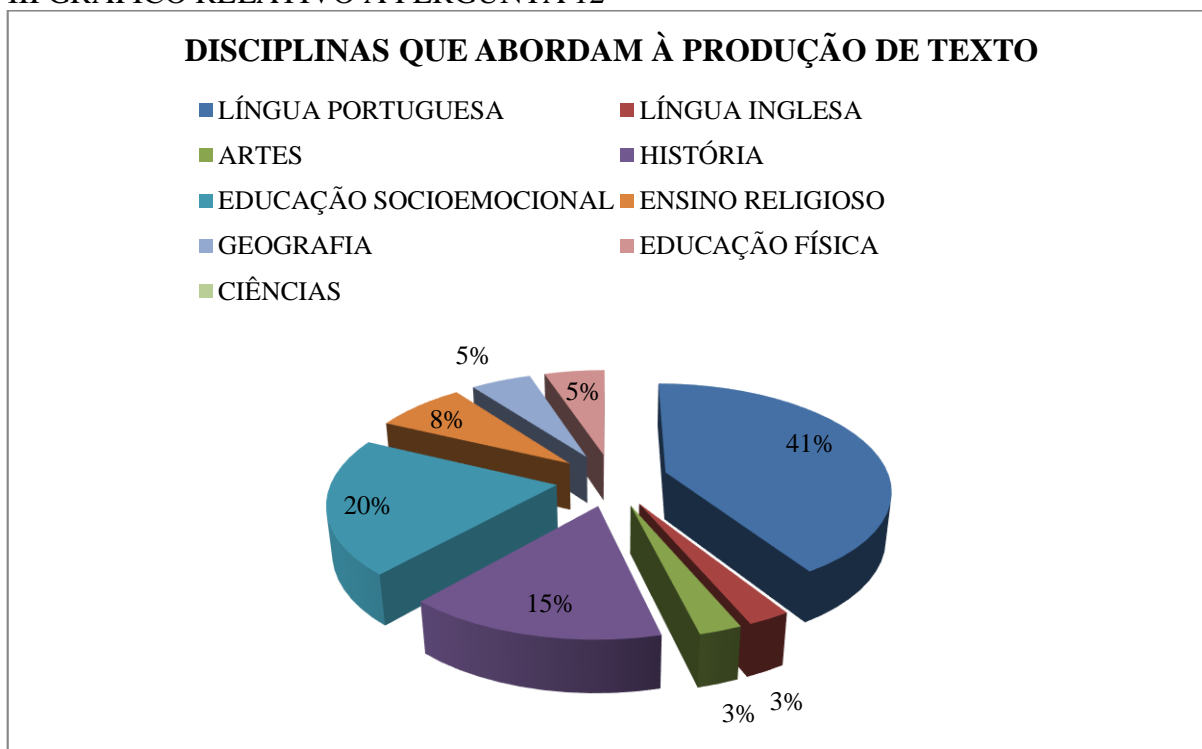


Gráfico 18- Percentagem relacionada às disciplinas que lidam com a escrita
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Percebemos diante dos números, que a grande maioria das disciplinas do currículo escolar prioriza a produção textual. Assim sendo, por qual razão os alunos ficam presos ao entendimento da escrita somente como um modo de externar suas ideias? Como apontado nos dados acima, a disciplina de Língua portuguesa é a grande incentivadora no estudo com o assunto em questão, então, por que a produção de texto permanece sendo encarada como apenas exposição de ideias?

Diante destes questionamentos, é cabível fortalecer que talvez a maneira como a escola abordar a temática não possibilite ao aluno ultrapassar esta compreensão. Podemos inferir como sentido possível, que o trabalho com a produção textual possa estar sendo usada apenas como mais uma atividade de sala de aula sem nenhuma preocupação com a reflexão social. Assim, o aluno deixa de observar a produção textual como um mecanismo que vá além da perspectiva de exposição de ideias. O aluno não é induzido à percepção de que a produção textual é também uma maneira de dialogar com os diversos setores da sociedade.

Os dados demonstrados no gráfico acima trazem as disciplinas do currículo escolar que se preocupam com a produção de texto, no entanto, é importante saber quais gêneros textuais/discursivos são utilizados com mais frequência no desenrolar da temática. O gráfico a seguir traz esta informação.

IV GRÁFICO RELATIVO À PERGUNTA 12

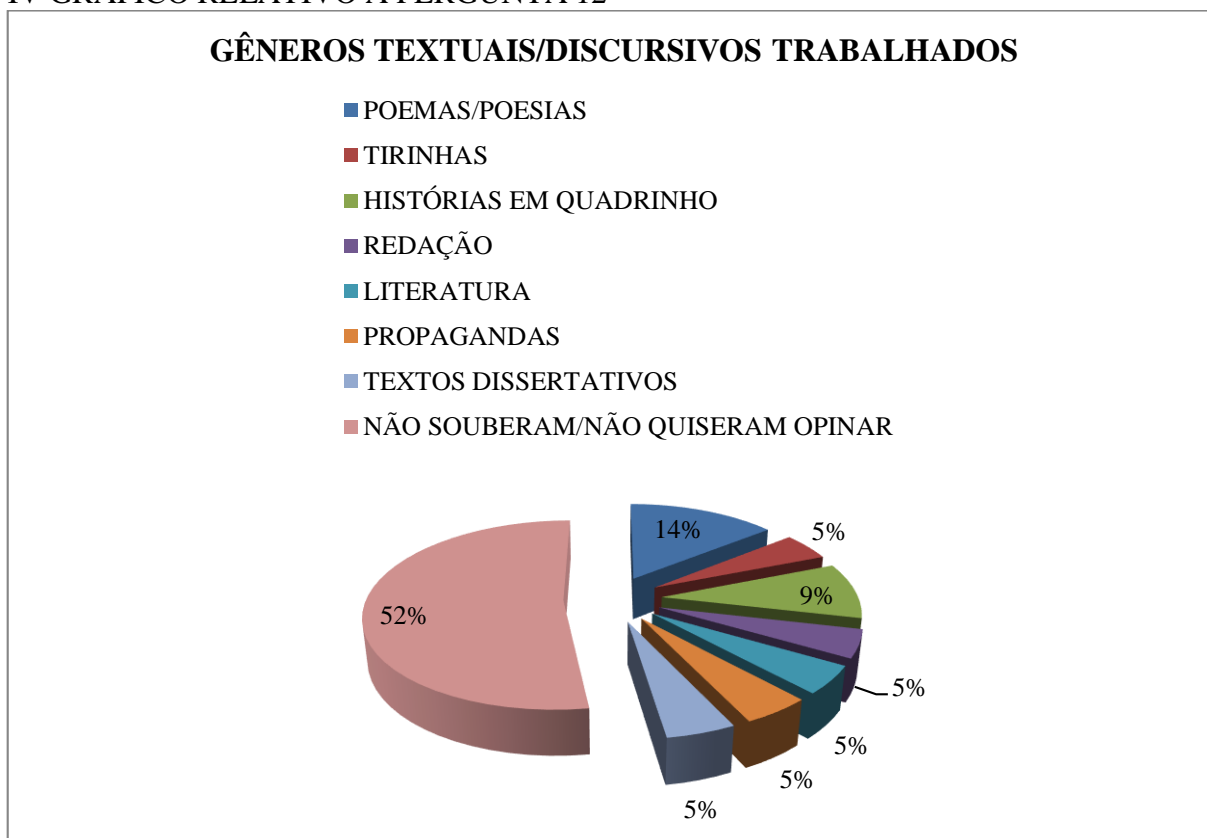


Gráfico 19- Percentagem sobre os gêneros textuais/discursivos abordados em sala
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

O gráfico 19 (dezenove), que é um complemento da pergunta 12 (doze), tem como finalidade saber dos alunos participantes da entrevista, quais são os gêneros textuais/discursivos trabalhados na escola como forma de incentivar à produção textual.

Alguns gêneros foram mencionados. O mais citado foi o poema/poesia por 14% dos alunos, inclusive este gênero textual/discursivo foi apresentado por 18% dos alunos na pergunta 10 (dez), que queria saber sobre os textos que gostariam de escrever. Diante deste contexto, é uma possibilidade de sentido possível, que o poema/poesia é bem explorado pela escola, na qual o estudo foi desenvolvido, e que os alunos possuem uma familiaridade considerável com este tipo de gênero textual/discursivo.

Outro gênero textual/discursivo apresentado por 9% dos entrevistados neste gráfico 19 (dezenove) sobre os textos estudados pelos alunos em sala de aula, que também apareceu na pergunta 10 (dez), que versa sobre qual tipo de texto os alunos gostariam de escrever foi o gênero textual/discursivo histórias em quadrinho. Assim, é possível presumir que os alunos apontaram como gêneros que gostariam de produzir, aqueles que já haviam sido abordados em sala de aula. Sendo assim, compreendemos que o conhecimento prévio dos alunos influenciou suas respostas.

Gêneros textuais/discursivos como: tirinhas, textos literários, propagandas também foram citados com um menor percentual, ou melhor, 5% dos alunos responderam neste sentido. Diante do contexto exposto até aqui com relação à adoção pela escola dos gêneros textuais/discursivos, percebemos que a escola trabalha com uma diversidade de gêneros, que pode levar o aluno a entender a função social de cada um, e preparar o discente para que possa fazer o uso de forma crítica e reflexiva.

É fundamental apontarmos o índice de 52% dos alunos que resolveram não responder o complemento da pergunta 12 (doze). Um número bastante alto, que configura mais da metade dos participantes.

Com base nestes dados, levando em conta a maioria dos entrevistados, precisamos fazer uma reflexão, a fim de detectar possíveis dificuldades no entendimento e reconhecimento de um gênero por parte do aluno, pois é possível que os alunos ainda tenham dificuldades de reconhecer um gênero textual/discursivo, mesmo ele tendo sido trabalhado em sala de aula. Assim sendo, a escola deve fazer alterações nos procedimentos de abordagem da temática, objetivando uma melhoria no conhecimento dos alunos referente aos gêneros textuais/discursivos, que podem influenciar no que tange à produção de variados gêneros.

As informações seguintes serão especificamente a respeito do gênero textual/discursivo propaganda. O primeiro gráfico sobre propaganda aponta as respostas dadas pelos entrevistados à pergunta 13 (treze) do questionário concernente ao contato deles com o gênero textual/discursivo em pauta.

PERGUNTA Nº 13



Gráfico 20- Percentagem sobre a leitura de propaganda
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Quando questionados a respeito da leitura de uma propaganda, os alunos foram enfáticos e concordantes entre si. Este resultado só vem a demonstra a alta circulação da

propaganda no meio social, carecendo de um tratamento efetivo em sala de aula, haja vista a exposição dos alunos a este gênero textual/discursivo, que provavelmente é utilizado para apresentar diversos assuntos de interesse social.

O próximo gráfico é uma complementação da pergunta também feita na questão 13 (treze), que versa sobre o lugar em que o entrevistado teve a oportunidade de ler uma propaganda, caso tivesse tido esta experiência.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 13

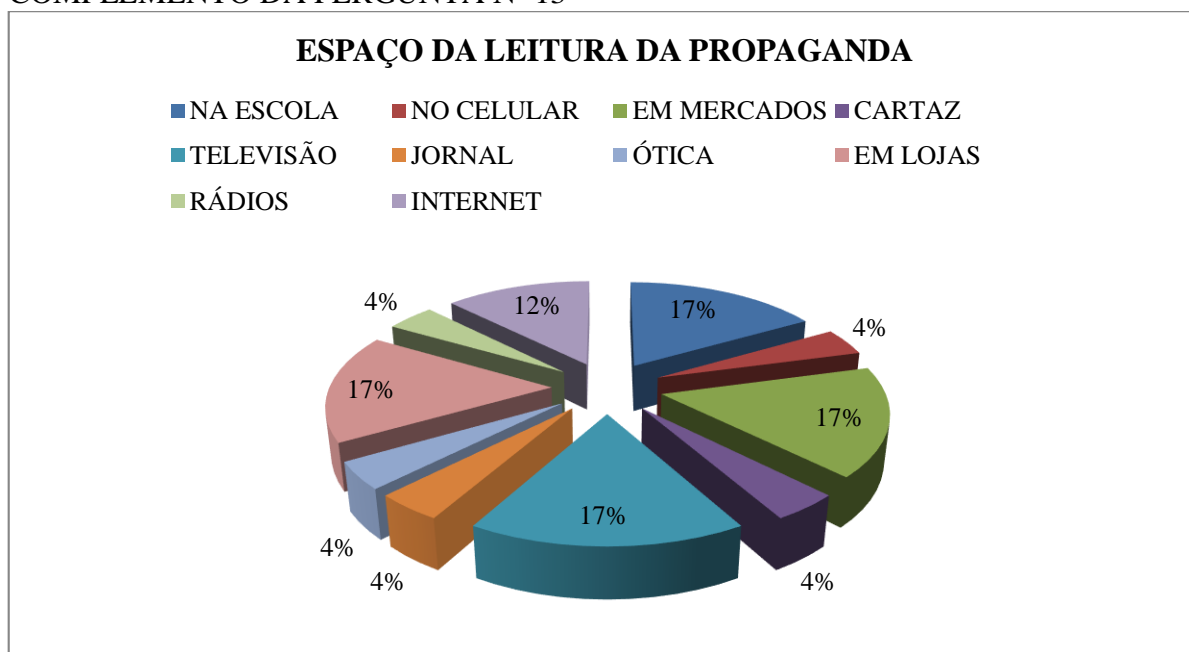


Gráfico 21- Percentual relacionado ao espaço em que ler propaganda
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números refletem a versatilidade do gênero textual/discursivo propaganda, visto que sua circulação acontece por todos os setores sociais, se configurando como de suma importância para a interação em sociedade. Como se pode perceber a propaganda é um tipo de texto que engloba diferentes categorias sociais, podendo ser usada para tratar de inúmeras temáticas em acordo com o propósito comunicativo.

Deste modo, é indispensável para os alunos ter o conhecimento das características, da forma de composição, do tipo de linguagem utilizável, enfim dos elementos constitutivos deste gênero, para que eles possam fazer a utilização da melhor forma possível dentro de cada situação interativa.

O gráfico da sequência respalda as respostas da pergunta 14 (catorze) da entrevista, que procura saber a facilidade de contato com a propaganda.

PERGUNTA Nº 14

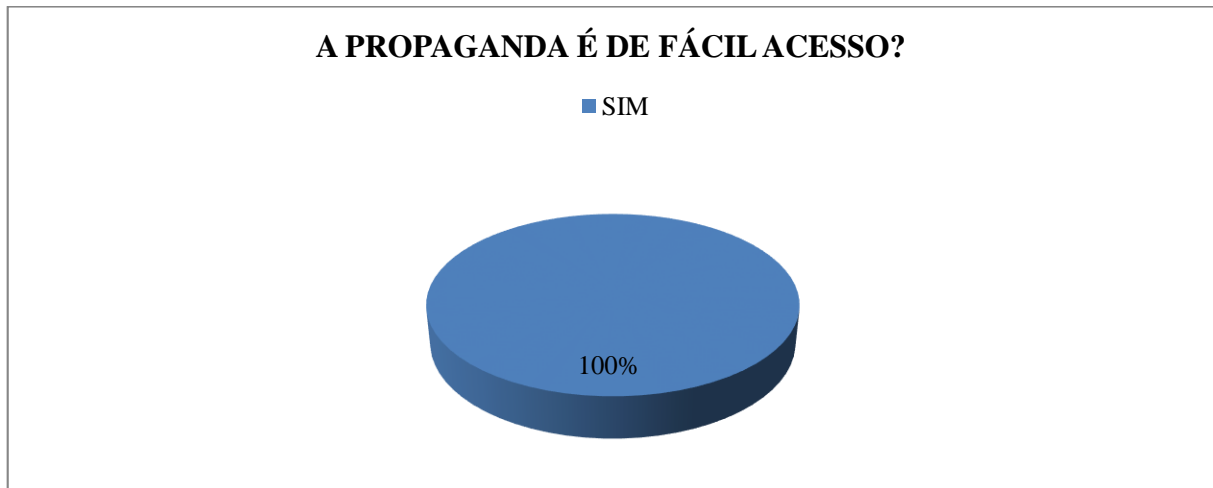


Gráfico 22- Percentagem relativa à facilidade de encontrar uma propaganda
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números exibidos no gráfico só vêm a confirmar a alta circulação social da propaganda, pois todos os participantes da entrevista concordam com a acessibilidade ao gênero em discussão. Isto demonstra o contato cotidiano do indivíduo com a propaganda. Ela está presente no dia-a-dia das pessoas, faz parte de suas vidas. Assim, é importante que os alunos compreendam a função social deste gênero textual/discursivo, como também dos variados gêneros textuais/discursivos que circulam na sociedade, isto com a finalidade de desenvolver o conhecimento da temática e poder se manifestar diante deles de maneira consciente e crítica, seja por meio da leitura e/ou da produção textual.

A seguir serão representados os percentuais pertinentes ao objetivo da propaganda na visão dos que responderam a entrevista. Os dados são da pergunta 15 (quinze) do questionário usado para entrevistar os alunos envolvidos no trabalho.

PERGUNTA Nº 15

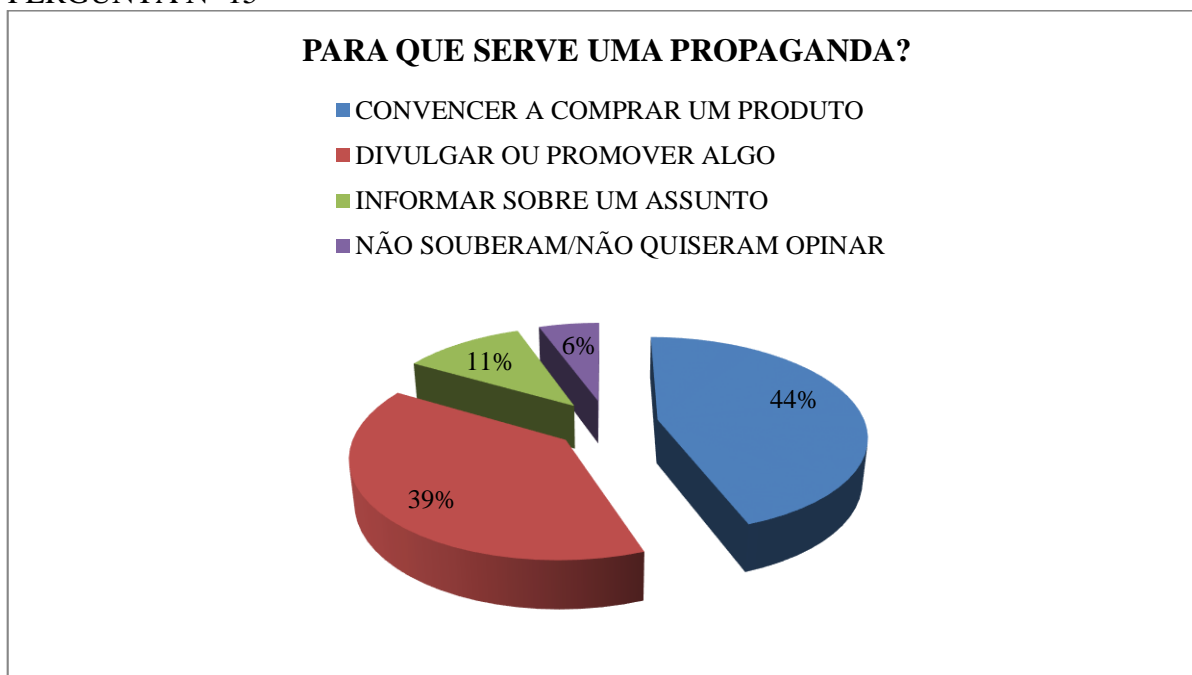


Gráfico 23- Percentual relativo à finalidade da propaganda

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As respostas mencionadas pertinentes à pergunta 15 (quinze) do questionário versam sobre a utilização da propaganda. O resultado exposto mostra um conhecimento prévio aprofundado dos envolvidos na entrevista, visto que, a grande maioria expressara com veemência o que atende a finalidade do gênero textual/discursivo em comento, ou melhor, divulgar ou promover algo, convencer a adquirir um produto, bem como informar sobre um determinado assunto, todavia é fundamental ter a compreensão de que a propaganda também se destina a convencer a adesão a um serviço.

Ainda, é possível observarmos nos números apresentados, que um pequeno percentual dos entrevistados aponta dificuldades de discernimento com relação ao que se destina a propaganda. Mesmo sendo um percentual pequeno é imprescindível para a escola fazer um acompanhamento efetivo, ajudando os alunos a superar possíveis deficiências com relação ao gênero textual/discursivo em pauta, que pode ser uma dificuldade que permeia outros gêneros textuais/discursivos em curso no ambiente social.

A representação em percentual indicada na sequência remete à pergunta 16 (dezesseis) do questionário da entrevista, que aborda a discussão em torno da influência que a propaganda tem de induzir o indivíduo à compra de algo ou a adesão a uma ideia ou serviços.

PERGUNTA Nº 16



Gráfico 24- Percentual relativo à influência da propaganda na compra de algo
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os percentuais apresentados pelos entrevistados relativos à pergunta 16 (dezesseis), que busca saber a respeito da força que a propaganda tem para influenciar o leitor a comprar algo ou aderir a uma ideia ou serviço são representados da seguinte maneira: 69% dos participantes da entrevista afirmaram que a propaganda já os estimulou a comprar ou acatar alguma coisa, enquanto 31% dos entrevistados relataram que a propaganda nunca os levou a adquirir ou aceitar algo.

Os números de 69% que demonstram a capacidade da propaganda em induzir alguém à consecução de um produto, serviço ou ideia são muito reveladores do poder persuasivo que dispõe o gênero textual/discursivo propaganda, como também mostra a alta circulação dele em sociedade. Isto evidencia que, a propaganda se tornou um poderoso instrumento linguístico capaz de transformar uma situação, construir uma nova visão de fatos, acontecimentos e imagens, como também estimular a prática de diversas ações e posicionamento diante de assuntos sociais.

O fato da propaganda se fazer presente no dia-a-dia dos alunos e ter uma considerável ação persuasiva nos convence ainda mais da necessidade de exploração do gênero na sala de aula, a fim de que os alunos se familiarizem com a funcionalidade e característica deste gênero.

Mas, qual o motivo na visão dos entrevistados de todo este poder da propaganda no fato de convencer, de persuadir o público? Que elementos contribuem para o alcance destas premissas? O complemento da pergunta 16 (dezesseis) pode ser satisfatório para estas

indagações. Assim, o próximo gráfico exibe os percentuais, que na percepção dos alunos, dizem respeito às razões que levam o indivíduo a ser influenciado pela propaganda.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 16

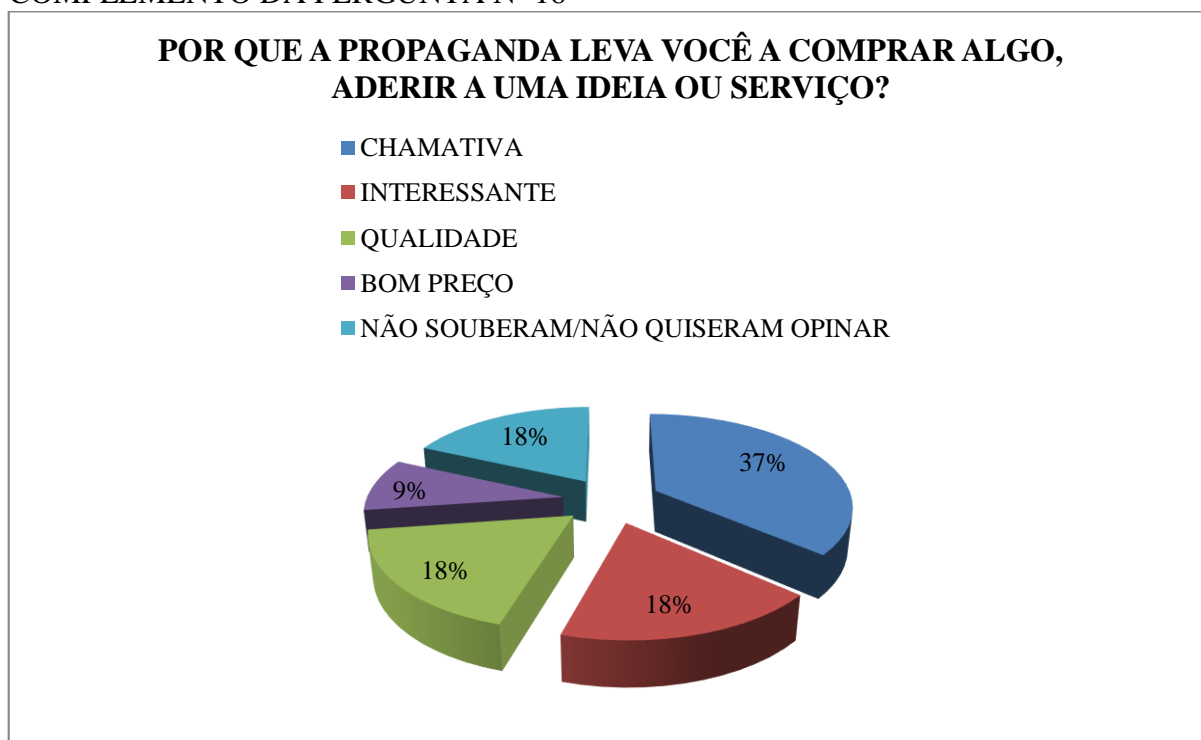


Gráfico 25- Percentagem relacionada ao motivo da propaganda persuadir alguém
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os dados demonstrados no gráfico acima, que é uma complementação da pergunta nº 16 (dezesseis) do questionário utilizado para entrevistar os alunos, são enfáticos com relação aos motivos que levam alguém a atender o apelo da propaganda.

Assim, 37% dos participantes da entrevista afirmaram que o atributo primordial da propaganda que induz a adesão de algo é o fato dela ser chamativa. 18% mencionaram que o fator decisivo da propaganda para persuadir a comprar ou acatar alguma coisa é a propaganda ser interessante. Para outros 18% a característica decisiva que leva alguém a ser convencido pela propaganda é a apresentação da qualidade do que está sendo anunciado. Outra parcela dos entrevistados, que foi 9%, citou como fator fundamental da propaganda que pode persuadir o leitor a adquirir algo, a demonstração de um bom preço para o produto anunciado.

Desta forma, as características presentes na propaganda segundo a grande maioria dos entrevistados, são primordiais na influência do convencimento. Assim, a propaganda precisa ser chamativa, apresentar a qualidade do que é propagado, ser interessante e apresentar um bom preço. Notamos com isso, que uma das classes de palavras mais requisitada na propaganda é a classe dos adjetivos, que vai exprimir características e qualidades em torno do

que se destina a transferir.

Nos percentuais em análise fica evidente que a atração é a particularidade fundamental da propaganda, para isto o produtor precisa utilizar uma diversidade de estratégias que possam exibir a eficiência do que se anuncia com a finalidade de atrair o cidadão para a consecução do objetivo planejado, no caso em discussão a aceitação do pretendido com a propaganda.

No entanto, um percentual de 18% dos participantes da entrevista não se posicionou com relação à pergunta, seja por não ter o conhecimento suficiente para se manifestar com relação ao tema seja pela simples questão de manter o silêncio.

Diante deste contexto, verificamos que mesmo sendo uma pequena parcela dos entrevistados que se enquadra no perfil ora comentado, ou seja 18%, é preciso o aprofundamento do estudo com o gênero propaganda, para que este público possa perceber as estratégias e as características usadas na propaganda como forma de alcançar os objetivos, que é a aceitação por parte do público do que é propagado.

Os próximos dados relacionados ao gênero textual/discursivo propaganda diz respeito aos locais nos quais ele é encontrado com mais frequência, levando em consideração as experiências dos entrevistados, neste caso alunos do 9º ano do ensino fundamental.

PERGUNTA Nº 17

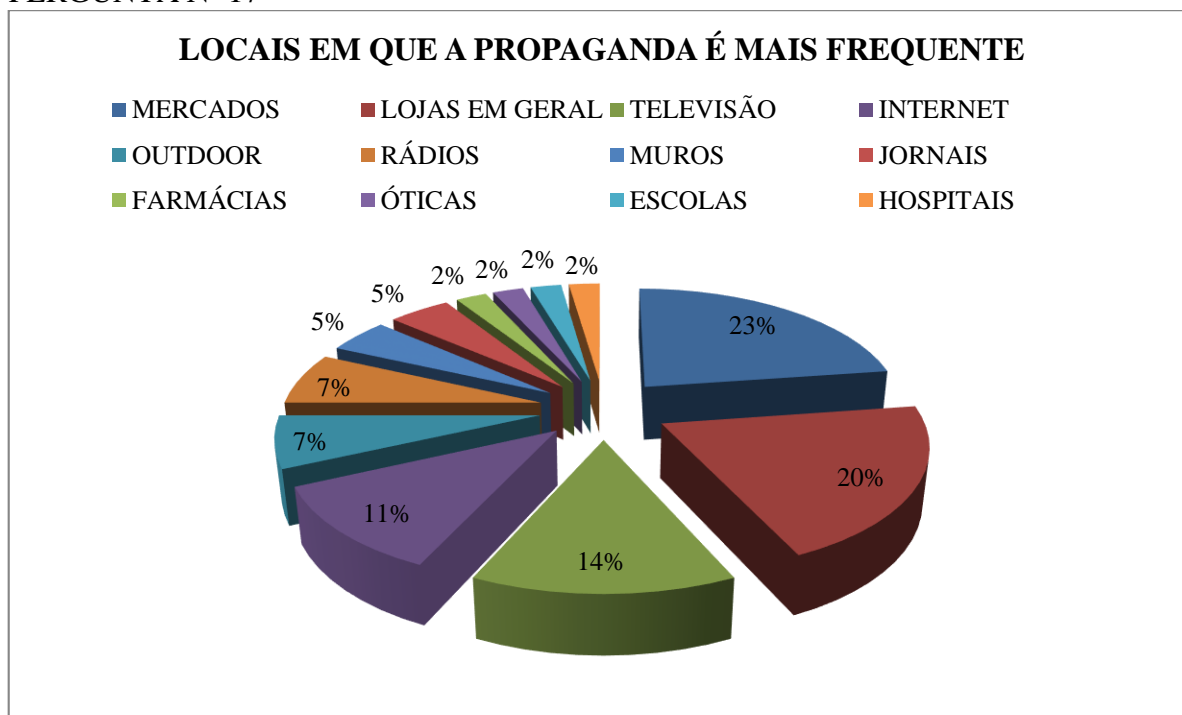


Gráfico 26- Percentagem relacionada aos locais de acesso à propaganda

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

O gráfico apresenta locais alternativos e diversificados em que a propaganda costuma

ser vista. Notamos que a maioria dos lugares exibidos tem uma aproximação com a comercialização de produtos de diversas categorias, mas também outros lugares são citados, que são responsáveis tanto pela propagação de ideias quanto pelo anúncio comercial de produtos, fazendo jus à função específica da propaganda, “vender” um produto, serviço ou uma ideia.

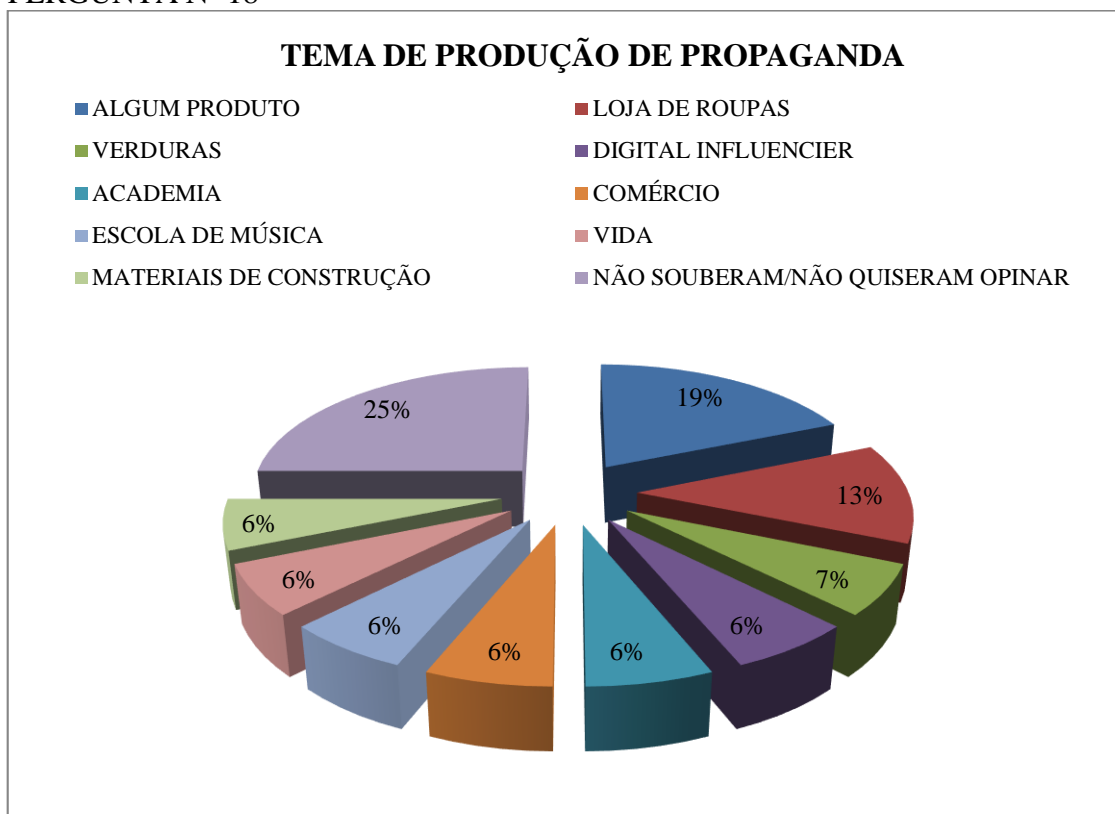
Essa situação proporciona uma percepção da multifuncionalidade do gênero textual/discursivo propaganda, em virtude da sua possibilidade de atuação nos vários segmentos da sociedade, envolvendo-se em questões relevantes ao desempenho e ao entendimento das demandas sociais por parte do indivíduo.

Os dados percentuais em exame ainda nos propicia enxergar uma multiplicidade de lugares, nos quais provavelmente os entrevistados têm contato, aumentando a responsabilidade da escola na preparação destes alunos para uma atuação consciente, responsável e crítica quando envolvidos na interação com os ambientes divulgados.

Das informações demonstradas pelo gráfico, é pertinente a compreensão de que a propaganda é um gênero textual/discursivo que abrange diversos temas, em virtude do produtor da propaganda procurar alcançar públicos diversos, isto sendo evidenciados nos muitos lugares onde é frequente a utilização propagandística. Assim, cada lugar trata de assuntos diferentes, propiciando à propaganda a possibilidade de ser usada para interagir com a sociedade sobre uma infinidade de questões.

O último gráfico pertencente ao questionário empregado na entrevista denota os índices relacionados à pergunta 18 (dezoito) que diz respeito ao tema da propaganda caso o aluno tivesse a oportunidade de produzi-la.

PERGUNTA Nº 18



Gráfico

27- Percentual sobre o tema escolhido pelos alunos para produção de uma propaganda
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os temas escolhidos pelos alunos aparentemente são advindos do seu entorno, fazem parte de seu contexto social, de sua vida diária. São conteúdos que oferecem a possibilidade do diálogo constante por serem usuais e relevantes para o aluno, jovem, adolescente.

Os dados por si só enfatizam a quantidade de assuntos que podem ser trazidos por meio da propaganda a interagir com os inúmeros segmentos sociais, pois esse gênero textual/discursivo possui uma grande expressividade linguística que favorece o contato concreto com relação ao que se deseja destacar.

Com isso, o aluno pode fazer o uso da propaganda com a finalidade de propagação de uma série de assuntos de seu interesse, podendo atingir um número significativo de leitores, inclusive àqueles que não pertencem ao seu convívio social. Desta maneira, o gênero textual/discursivo em análise pode ser adotado nas escolas, quando o assunto é leitura e produção textual. Pois por meio dele a interação social tem a capacidade de ocorrer com mais praticidade por tratarem de temas corriqueiros na vida das pessoas.

Complementando a pergunta 18 (dezoito) temos os percentuais que versam a respeito do motivo dos entrevistados em optarem pelos temas citados, quando da oportunidade de produção de uma propaganda.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 18

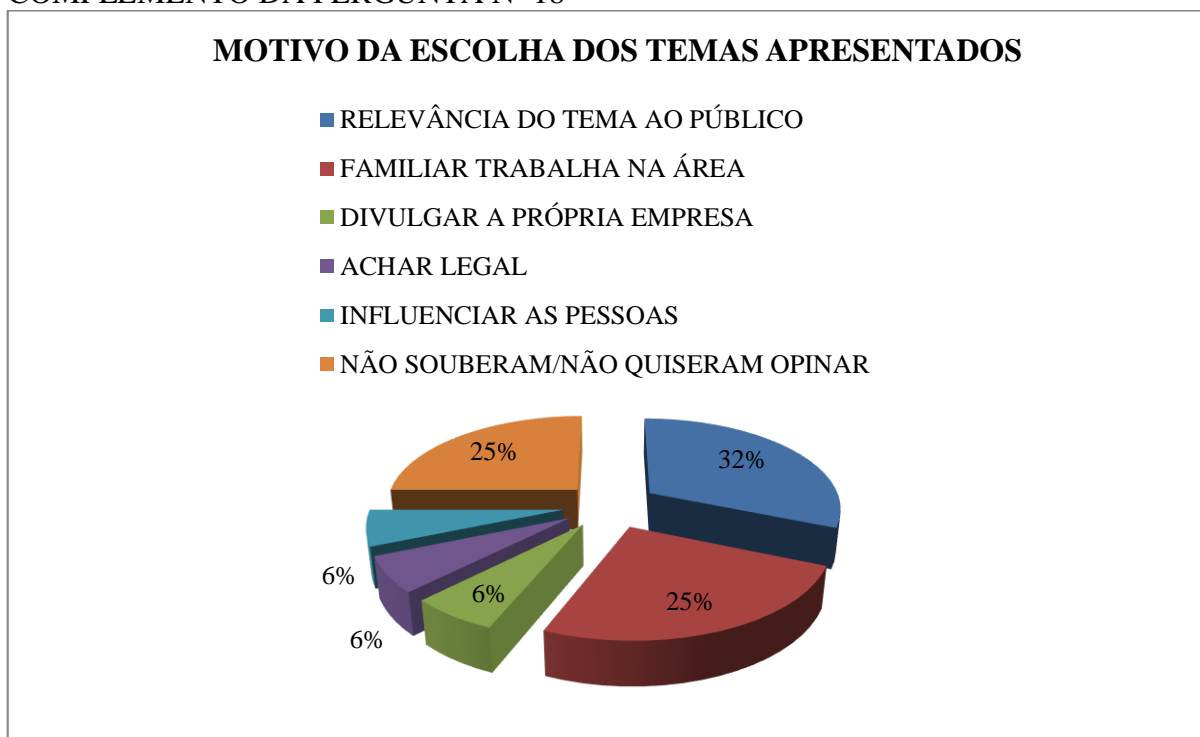


Gráfico 28- Percentagem relativa ao motivo de escolha do tema

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As informações prestadas de acordo com o gráfico só confirmam o que foi mencionado anteriormente. Os entrevistados têm aproximação com os temas escolhidos, seja pela prática direta de algum familiar, seja pela importância do tema para si próprio, e por esta razão eles entendem ser fundamental para as demais pessoas ou mesmo por desejarem influenciar o outro. Nesta configuração, aumenta o compromisso da escola no desenvolvimento de estratégias que ajudem o aluno a compreender a função dos gêneros textuais/discursivos como mecanismo de interação social.

Assim, os alunos terão a facilidade de utilizar cada gênero textual/discursivo como uma prática social que oportuniza a interação como forma de entender e participar ativamente dos acontecimentos do seu dia-a-dia.

Após a análise e a reflexão do questionário empregado para entrevistar os alunos com o objetivo de diagnosticar o seu conhecimento prévio a respeito da leitura, produção textual e sobre o gênero propaganda, foi perceptível por nós, que os entrevistados possuem uma noção de leitura e produção textual respectivamente como uma forma de entender e expressar ideias e informações.

Estes alunos participantes não concebem a leitura e a escrita como procedimentos de poder interagir no meio social, refletindo, avaliando, se posicionando a respeito dos acontecimentos sociais, inclusive podendo atuar sobre eles.

Ainda percebemos que, o trabalho com a leitura em sala de aula na visão dos participantes da entrevista é encarado como atividades costumeiras, que é desenvolvida com a finalidade de cumprimento do que está previsto nos livros didáticos ou em textos estudados com o fim de decodificação e resolução de exercício de perguntas e respostas, sem nenhuma reflexão acerca dos acontecimentos em relação à interação social.

A produção textual se limita à exposição de ideias a respeito de um determinado assunto ou apenas atividades de sala de aula. A escola não consegue fazer os envolvidos encararem a escrita como pressuposto fundamental na vida em sociedade, para participar das mudanças e posicionar-se com relação aos assuntos que os envolvem diretamente.

Para isto carece que o aluno passe de ser passivo para um ser ativo, que pode através da leitura e da escrita contribuir para a compreensão dos fenômenos sociais, e opinar de maneira consciente e crítica nas relações sociais, porque a leitura e a escrita não são respectivamente apenas decodificar e codificar um código em acordo com a intencionalidade do autor, elas estão muito acima disto, visto que, a produção de sentido é a base da interação que se depreende através do trabalho com a leitura e a produção textual.

Diante do que foi constatado com a utilização do questionário durante a entrevista com os alunos, identificamos que é preciso que ocorra uma intervenção, visando amenizar os problemas detectados. Assim, uma prática dinâmica, atrativa, diversa das costumeiras, que possa ajudar os alunos a ter um olhar diferente, quando o assunto é leitura e produção textual se faz necessária. Desta forma, a intervenção será desenvolvida por meio do gênero textual/discursivo propaganda por ser uma espécie de gênero que faz parte do dia-a-dia dos envolvidos nesta proposta, por ser um gênero com variadas possibilidades de sentidos, por sua multifuncionalidade, que possibilita aos alunos uma proposta de leitura e escrita pautada na interação social.

5.7- Sequência didática: a propaganda

A intervenção aconteceu por intermédio de uma sequência didática, como eixo norteador para o ensino-aprendizagem da leitura e produção textual, aos moldes de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), com as adaptações pertinentes ao contexto em que se desenvolve e a realidade dos alunos envolvidos.

O objetivo da intervenção via sequência didática visa conceder aos alunos uma visão mais ampla da leitura e escrita, que possa capacitá-los para identificar os sentidos possíveis de um gênero textual/discursivo e participar de modo consciente e crítico das várias situações de

interação social.

A sequência didática é composta pelas seguintes etapas: apresentação da situação, produção inicial, módulos e produção final.

5.7.1- Apresentação da situação

Como seguimos a composição acima, iniciamos o nosso trabalho com a sequência didática fazendo a apresentação da situação. Nesta etapa, foi esclarecida a turma que ao analisar o questionário respondido por eles, algumas dificuldades em leitura e produção textual foram percebidas. Diante disto, sentimos a necessidade de intervir, a fim de corrigir ou pelo menos amenizar as deficiências diagnosticadas.

Foi exposto para os alunos envolvidos, que a escolha de uma sequência didática para trabalhar a leitura e escrita através do gênero propaganda se deu em virtude deste gênero textual/discursivo se fazer presente no dia-a-dia do aluno e possuir uma linguagem dinâmica que se adequa a cada situação de interação, com ampla divulgação social através de diferentes suportes e com um imenso léxico persuasivo, que busca levar o leitor a comprar produtos ou serviços, como também aderir a ideais que são propagadas. Esclarecemos aos alunos que a propaganda também é um gênero textual/discursivo multimodal que tem o poder de levar à reflexão sobre assuntos e comportamento humano diante do meio social.

Ainda, foi explicada a turma envolvida as atividades a serem desenvolvidas no decorrer do trabalho, ou seja, uma produção inicial envolvendo atividade de leitura e de escrita do gênero textual/discursivo propaganda, depois 3 (três) módulos com as seguintes discussões: no 1º módulo, as concepções de língua, leitura, escrita, texto, gênero textual. No 2º módulo os elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição e no 3º módulo o gênero propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição.

Também foi explicado aos alunos que ao final do estudo dos módulos seria aplicada uma produção final, que seria trabalhada a leitura e a escrita com a propaganda, a fim de refletir e avaliar a respeito dos conhecimentos que foram desenvolvidos e as possíveis dificuldades que permanecem.

Nesta fase da apresentação da situação, foi mencionado que o estudo precisaria ser dinâmico e participativo, por isso seria de extrema necessidade a participação dos envolvidos. Enfatizamos que as atividades visavam um efeito prático de possibilitar ao aluno, ser capaz de

discernir as várias possibilidades de sentidos que uma propaganda pode apresentar para o público social, além das intenções dependendo de cada contexto de interação.

Nesta etapa da sequência didática, foi exposto aos alunos que as aulas seriam com apreciação e contato com imagens de propagandas de temas diversificados em circulação na sociedade, bem como a exibição de imagem através de projetor, para uma melhor visualização e motivação dos participantes.

Ao final da apresentação da situação, foi entregue a turma imagens de propagandas diferentes, para que a mesma pudesse observar a forma de produção, os assuntos trazidos e os elementos que faziam parte de cada uma, isto somente como uma maneira de motivar e buscar atrair os alunos para as próximas etapas da sequência didática.

É relevante enfatizar que esta fase da sequência didática aconteceu em 3 (três) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos no dia: 24 de setembro de 2019.

5.7.2- Produção inicial

Concluída a fase de apresentação da situação e dando prosseguimento à sequência didática, passamos à etapa da produção inicial. Nesta etapa, primeiro foi distribuída aos alunos uma atividade de leitura envolvendo o gênero textual/discursivo propaganda. Neste ciclo, os alunos estavam expostos à resolução de perguntas que envolviam a prática da leitura. É importante mencionarmos que a atividade inicial de leitura é formada por 10 (dez) questões sendo composta por 3 (três) questões objetivas com 4 (quatro) alternativas e 7 (sete) questões subjetivas. Com isso, objetivamos que os participantes possam ter a possibilidade de análise, reflexão e participação por meio de suas ideias, visão e expectativas sociais.

Abaixo trazemos a atividade de leitura aplicada na turma de 9º ano, que participou do estudo.

Quadro 3- ATIVIDADE INICIAL DE LEITURA

ESCOLA ESTADUAL DE ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO MONSENHOR MORAIS

SÉRIE: 9º ano

TURNOS: manhã

PROFESSOR: Luiz Rosa da Silva Filho

ALUNO: _____

ATIVIDADE INICIAL DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que seguem.



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção textual acima?

- a) cartum b) piada c) propaganda d) anúncio

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
 b) incentivar a diversidade entre o público;
 c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 d) todas as alternativas anteriores caracterizam a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
 b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
 c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
 d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R:

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é esse público?

R:

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R:

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R:

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R:

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R:

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto, e qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R:

Atividade elaborada pelo pesquisador

A atividade foi entregue aos alunos e foi pedido para que fizessem a resolução da mesma, sem pressa, que efetuassem a leitura com cuidado, fazendo reflexão a respeito da temática abordada e respondessem as perguntas em acordo com o compreendido na ótica de cada participante. Os alunos foram informados de que a atividade seria um prognóstico a fim de levantar informações a respeito do nível de proficiência deles em leitura de texto, especificamente no gênero textual/discursivo propaganda.

Esta atividade foi desenvolvida no dia: 01 de outubro de 2019 com a duração de 2 (duas) aulas seguidas de 45 (quarenta e cinco) minutos cada.

Dando prosseguimento à sequência didática, o passo seguinte foi à aplicação de uma atividade de produção textual, isto concernente ainda à etapa da produção inicial. Foram apresentadas algumas imagens, e a partir delas, os alunos produziram uma propaganda.

Nesta fase, foi observado através dos conhecimentos prévios dos alunos o desempenho relacionado ao gênero textual/discursivo propaganda, aos elementos linguísticos, à composição e ao conteúdo temático, que são elementos essenciais na produção de um texto.

No quadro abaixo, apresentamos o modelo da atividade que foi aplicada.

Quadro 4- ATIVIDADE INICIAL DE PRODUÇÃO DE TEXTO

ESCOLA ESTADUAL DE ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO MONSENHOR
MORAIS

SÉRIE: 9º ano

TURNO: manhã

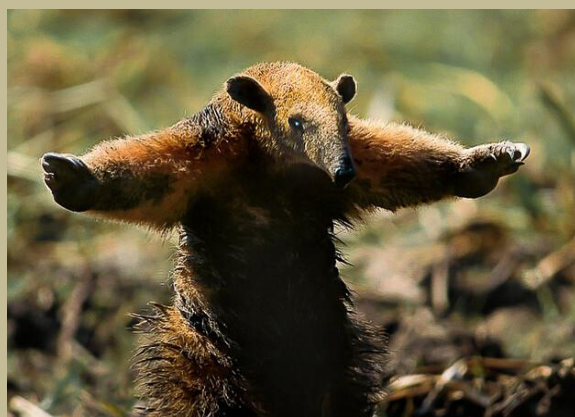
PROFESSOR: Luiz Rosa da Silva Filho

ALUNO: _____

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Com base na observação das imagens apresentadas, faça a escolha de um tema e produza uma propaganda, buscando convencer o leitor da importância e benefícios do tema para o desenvolvimento social.

IMAGENS 1



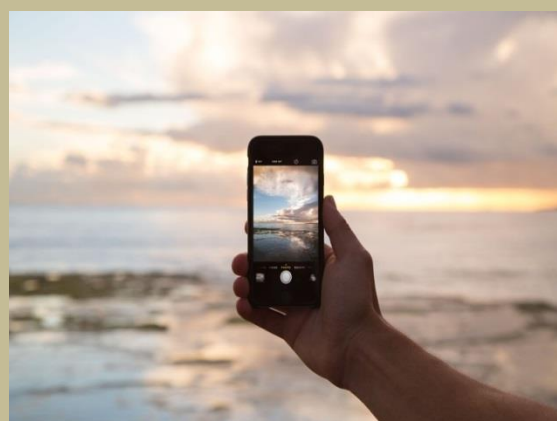
www.google.com.br imagens de floresta queimando

IMAGENS 2



www.google.com.br imagens de atividades escolares

IMAGENS 3



www.google.com.br imagens de celular

Atividade elaborada pelo pesquisador

A produção da propaganda pelos alunos aconteceu no dia: 02 de outubro de 2019 em 2

(duas) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos cada. Vale destacar, que ainda não tinha sido dada nenhuma explicação a respeito do gênero textual/discursivo propaganda. A construção da propaganda foi com base nos conhecimentos prévios dos participantes sem nenhum tipo de esclarecimento.

A produção textual requerida buscava o levantamento de informações sobre o domínio dos envolvidos concernente à escrita de uma propaganda, levando em conta na sua constituição os elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição.

Conforme Bakhtin (2016), os enunciados desenvolvidos por meio de um gênero textual/discursivo devem refletir as situações específicas em que foram escritos, bem como o objetivo de cada contexto de interação. O conteúdo temático, o estilo, que é o comportamento linguístico do autor na seleção dos elementos da língua, seja de origem fonológica, lexical, morfológica, como também a estrutura frasal e os aspectos gramaticais, e ainda a estrutura composicional do texto, ou seja, a forma organizacional e a distribuição das informações no texto, enfim, todos estes elementos citados são de fundamental importância para a concretização do intuito que busca desenvolver por meio da produção de um gênero.

Vale salientar que não podemos considerar os gêneros apenas em seus aspectos formais o que poderia levar a compreensão de um gênero como uma fôrma “pré-fabricada”, é preciso lembrar que a funcionalidade é a palavra chave para definição do gênero. A partir deste aspecto é que se compreende que os limites composicionais dos gêneros podem ser rompidos e ampliados.

Assim sendo, nas produções textuais que foram solicitadas aos alunos esperamos que os elementos mencionados acima, estejam presentes em acordo com a função interativa do gênero textual/discursivo propaganda.

5.7.3- Primeiro Módulo: Concepções de língua, leitura, escrita, texto e gênero textual/discursivo na perspectiva sociointeracionista

Este módulo foi desenvolvido em 3 (três) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos. Neste módulo, o intuito foi apresentar e discutir com os alunos as concepções de língua, leitura, escrita, texto e gênero textual/discursivo na perspectiva interacionista, para com isso os envolvidos ficar cientes da importância da leitura e da produção textual na comunicação em meio social, e eles entendessem que a leitura e a escrita só acontecem para o diálogo entre as pessoas sobre variados assuntos do nosso dia-a-dia.

A aula começou com o questionamento à turma sobre o que eles entendiam por língua. À medida que alguns falavam, anotávamos na lousa e tentávamos neste primeiro momento interagir com os alunos, acrescentando sempre algo aos seus posicionamentos em uma aula compartilhada.

Em seguida, apresentamos através de slides os conceitos em discussão, isto na forma de aula expositiva e dialogada. Vale salientar que antes da exposição dos slides entregamos aos alunos os slides impresso, para que eles pudessem ter o material como forma de leitura em momento posterior.

Ainda foi distribuído por nós aos alunos no decorrer da aula textos de propaganda impressos utilizados para a demonstração na prática de como cada concepção se desenvolvia e a forma como deve ser entendida dentro da situação interativa.

É necessário afirmarmos que a aula contou com a participação de um número expressivo de alunos, e que se mostraram motivados e interessados em ler e produzir textos a partir da nova perspectiva, ou seja, a leitura e escrita como modo de interação em meio social.

5.7.4- Segundo Módulo: Elementos constitutivos dos gêneros textuais: conteúdo temático, estilo e composição

O módulo II foi desenvolvido em 4 (quatro) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos cada. Neste módulo, a finalidade é ensinarmos aos alunos os elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos, como também a ler e produzir textos a partir deles, como uma forma de desenvolvimento de competência leitora e estratégias de produção textual.

A aula teve início com a entrega dos slides e de imagem de propagandas impressas para serem utilizadas na exploração dos conteúdos sugeridos. Antes de iniciar a exploração dos tópicos planejados para este módulo II, sentimos a necessidade de revisar sobre gêneros textuais/discursivos, estudados no módulo I, uma vez que neste módulo, falamos sobre os elementos que constituem os gêneros textuais/discursivos. Vale ressaltar que a mediação do professor no tocante a leitura e produção de gênero é muito importante se consideramos que o contato com o gêneros proporciona aos alunos conhecê-los, mas não garante o desenvolvimento de uma leitura crítica e uma produção funcional. A revisão aconteceu de forma rápida e breve com exemplos na lousa de diversos tipos de gêneros textuais/discursivos que circulam em nosso dia-a-dia e o que eles representam na interação social.

Após o momento de revisão, apresentamos por meio de slides os 3 (três) elementos: conteúdo temático, estilo e composição, além de ser discutido com os alunos através de aula

expositiva e dialogada. A definição e a apresentação das características de cada elemento que compõem os gêneros textuais/discursivos foram exibidas com exemplos mostrados na imagem de propaganda para uma melhor fixação e aprendizado. Ao ponto que se ia mostrando os conceitos se fazia a exemplificação nos textos de propagandas junto com os alunos, já que eles além de acompanhar pelos slides estavam de posse de uma cópia.

Junto com a exposição dos elementos fazíamos comentários, afirmando que eles facilitavam a compreensão de um texto, bem como a produção, pois as características apresentadas por cada elemento traduzia o que se tratava e suas especificidades de interação.

Ao final das explicações e comentários fizemos de forma oral e exibida por slides uma análise de uma propaganda, a fim de que os alunos pudessem perceber o conteúdo temático, o estilo e a composição através de uma propaganda, claro, que com o auxílio do professor, inclusive, aproveitando para amenizar alguma dúvida remanescente.

É preciso mencionar que os alunos se envolveram bem, tanto durante as explicações quanto na hora do exercício oral. A participação acontecia de forma animadora, percebemos que os alunos demonstravam satisfação em participar daquele momento.

5.7.5- Terceiro Módulo: O gênero propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais: conteúdo temático, estilo e composição.

O terceiro e último módulo da sequência didática traz o estudo da propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição, sendo desenvolvido durante (seis) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos.

Este módulo objetiva estudar o gênero textual/discursivo propaganda na expectativa interacionista, como também apresentar os elementos linguísticos usados na composição do mesmo a partir do conhecimento dos elementos que compõem todo gênero textual/discursivo, apontando as influências concebidas na leitura e produção de texto.

O módulo III foi ministrado com o auxílio de slides e cópias de propagandas por meio de aulas compartilhadas, expositivas e dialogadas. Antes da exibição dos slides para dar início às aulas entregamos aos alunos cópias com as propagandas a serem utilizadas durante o módulo, como também cópias dos slides.

A aula teve início com a pergunta para a turma, sem consultar o material entregue agora a pouco, o que é propaganda para vocês? Houve uma pequena manifestação, alguns

alunos chegaram a concordar que era um texto para divulgação de produtos.

Depois disto, passamos a apresentar a conceituação do gênero propaganda por meio de exposição de slides, bem como exemplificação com exemplos da vida diária.

No segundo momento, fizemos uma breve revisão para tratar da questão dos elementos linguísticos usados na composição do gênero propaganda: conteúdo temático, estilo e composição, uma vez que tínhamos estudados no módulo anterior, isto aconteceu tudo por meio de aula expositiva e dialogada.

Feitos os comentários pertinentes com relação às particularidades do gênero textual/discursivo propaganda passou-se a um estudo prático, demonstrando por meio de imagens via slides e com aula expositiva e dialogada o conteúdo temático, o estilo e a composição pertencente à propaganda, dando ênfase na capacidade de que os alunos têm de ler e produzir uma propaganda com base nos elementos constitutivos.

Esta atividade foi trabalhada com 3 (três) propagandas com temas diferentes, porém de frequência constante em nosso contexto social. Neste momento, aproveitamos para instigar o aluno a participar e fazer a distribuição dos elementos constitutivos da propaganda.

Terminada a atividade, aproveitamos para solucionar possíveis dúvidas dos alunos. Passado este momento, orientamos a turma que os módulos da sequência didática tinham sido concluídos, e que nas aulas seguintes seria aplicada a última etapa da intervenção, que seria uma produção final, ou melhor, o aluno seria convidado a realizar uma atividade de leitura de texto, que abrangeria a resolução de perguntas e a identificação dos elementos constitutivos estudados. O aluno também teria a oportunidade de produzir uma propaganda com base nos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos e nos conhecimentos adquiridos ao longo da intervenção pedagógica.

5.7.6- Produção Final

Com o fim da fase dos módulos, chegamos à última etapa da intervenção pedagógica, na qual os alunos participantes da intervenção tem a oportunidade de participar de uma atividade de leitura, que engloba a resolução de perguntas relacionada à propaganda, como também fazer a análise dos elementos que constituem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição através de textos de propagandas. Os alunos envolvidos são submetidos a uma atividade de produção textual, na ocasião produziram uma propaganda, levando em conta os seus elementos constitutivos.

As atividades desenvolvidas serviram para identificar o grau de conhecimento

adquirido com a aplicação da intervenção, bem como as dificuldades que ainda persistem. Nas atividades, levamos em conta a contribuição da sequência didática trabalhada para o alcance de competência leitora e estratégias de produção de texto com base nos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos.

A produção final de leitura é formada por 8 (oito) questões, sendo 3(três) de ordem objetiva e 5 (cinco) de cunho subjetivo. Com este exercício, os alunos puderam mostrar capacidade de análise, reflexão, interação com assuntos vigentes no ambiente social e compreender a função do gênero propaganda na sociedade.

Os envolvidos puderam desenvolver habilidades de entender a partir do texto os efeitos de sentidos possíveis, explícitos ou não. Como também puderam desenvolver a competência de explorar a linguagem verbal em associação com a linguagem não verbal na construção de sentidos do texto.

Trazemos a seguir a atividade de leitura final aplicada aos alunos que participaram do estudo desenvolvido.

Quadro 5- ATIVIDADE FINAL DE LEITURA

PRODUÇÃO FINAL**ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO**

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



www.google.com.br propaganda bebeu e está dirigindo?

01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- | | |
|---|---|
| a) aos motoristas de ônibus.
alcoólicas. | b) condutores que costumam ingerir bebidas
alcoólicas. |
| c) ao leitor da propaganda. | d) ao público em geral. |

02- Aponte o produtor do texto.

R:

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R:

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada implica um risco maior de acidente e ceifação da vida.
- b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
- c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.
- d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.
- d) conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R:

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R:

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R:

Atividade elaborada pelo pesquisador

Antes da entrega da atividade aos alunos, foi pedido que cada um respondesse o exercício de forma individual sem pesquisa à atividade do colega nem a nenhum material de apoio, porque a atividade buscava levantar informações pertinentes ao nível de habilidades e competências adquiridas pelos participantes ao final do trabalho dos módulos. Informamos que uma comparação seria feita levando em consideração os conhecimentos apresentados pelos alunos participantes na atividade de leitura inicial com os conhecimentos demonstrados pelos mesmos nesta atividade de leitura final.

Vale destacar, que a comparação entre as atividades seria relacionada aos trabalhos produzidos pelos mesmos alunos, ou melhor, a comparação da atividade inicial de leitura e da atividade final seria do mesmo aluno, como maneira de observarmos o que mudou entre uma

atividade e outra.

Os alunos tiveram o tempo de 2 (duas) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos cada para responder as questões.

Terminado o trabalho com a atividade final de leitura, passamos a aplicação de uma atividade final de produção de texto, com o fim de diagnosticar as possíveis mudanças ocorridas após a exibição da etapa dos módulos.

A atividade de produção textual aconteceu com a apresentação de uma proposta de produção de uma propaganda. A elaboração da propaganda devia levar em consideração os elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos discutidos quando da aplicação dos módulos, como também a utilização das características específicas do gênero em comento.

Expomos abaixo, a proposta apresentada aos alunos participantes.

Quadro 6- ATIVIDADE FINAL DE PRODUÇÃO DE TEXTO

PRODUÇÃO FINAL

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Diante da discussão apresentada a respeito de leitura e produção textual do gênero propaganda e seus elementos constitutivos, produza um texto de propaganda em que seja possível identificar o conteúdo temático, o estilo e a composição.

Atividade elaborada pelo pesquisador

A produção da atividade aconteceu em sala de aula em um tempo disponível de 2 (duas) aulas de 45 (quarenta e cinco) minutos cada. A produção da propaganda pelos alunos ocorreu de forma individual sem nenhum tipo de comentário feito pelo professor.

6- ANÁLISES DAS ATIVIDADES DE LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL DESENVOLVIDA PELOS ALUNOS PARTICIPANTES DO ESTUDO

Este capítulo é destinado às análises das atividades propostas aos alunos participantes, no decorrer do desenvolvimento do estudo sobre leitura e produção textual. Neste capítulo fizemos à análise de uma atividade inicial de leitura, de uma atividade final de leitura, de uma atividade inicial de produção textual, como também de uma atividade final de produção textual. Com isso, buscamos observar os conhecimentos dos envolvidos em leitura e produção textual antes e depois da aplicação da intervenção pedagógica que foi oferecida aos alunos, no nosso caso uma sequência didática aos moldes de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), envolvendo leitura e produção de texto a partir do gênero textual/discursivo propaganda.

6.1- Análises da atividade inicial de leitura

Queremos inicialmente esclarecer que estas análises se referem à atividade inicial de leitura que expomos o modelo na página 105, assim retomamos cada uma das perguntas que compõem a referida atividade. É importante reprimarmos que a atividade inicial de leitura é formada por 10 (dez) questões, sendo composta por 3 (três) questões objetivas com 4 (quatro) alternativas e 7 (sete) questões subjetivas.

Passamos a analisar o nível de conhecimento dos participantes com relação à leitura na perspectiva interacionista. Para isto, optamos dentre as atividades resolvidas separar uma amostragem de textos de 10 (dez) alunos. Os critérios utilizados para a seleção partiu da participação dos alunos em todas as fases da intervenção até a realização da última atividade proposta no decorrer da sequência didática.

A exibição dos resultados está exposta em forma de gráfico seguido de comentários referentes a cada questão abordada na atividade de leitura realizada. Com isso traçamos o nível da turma concernente ao seu aprendizado em leitura.

A representação abaixo refere à primeira pergunta da atividade inicial a respeito de leitura, que procura detectar o nível dos alunos relacionado ao conhecimento sobre o gênero textual/discursivo propaganda.

PERGUNTA Nº 1

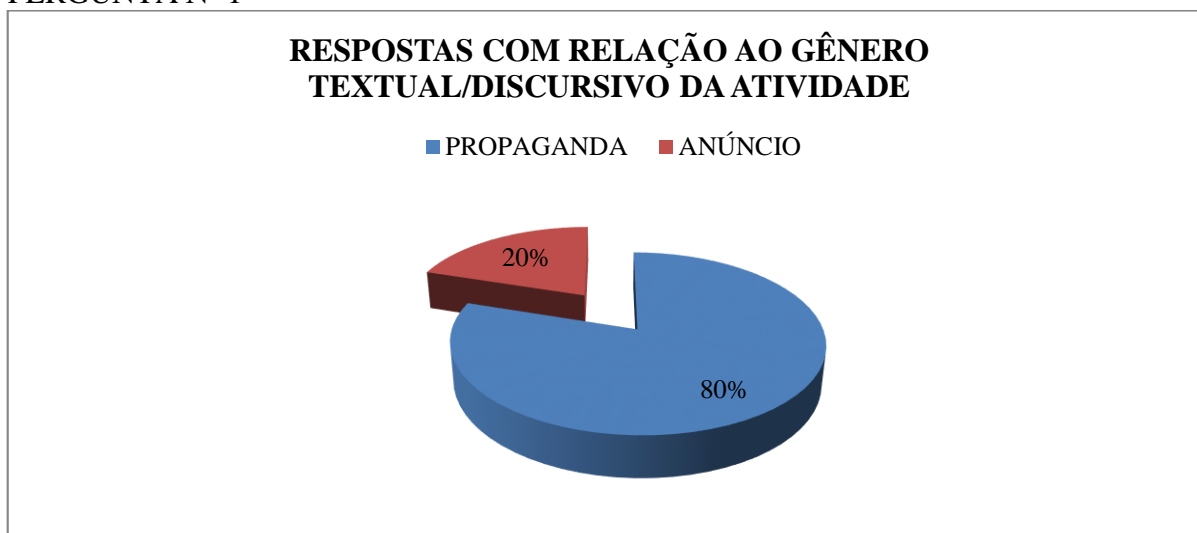


Gráfico 29- Percentagem relativa ao gênero abordado na atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Na primeira pergunta da atividade inicial sobre leitura, a grande maioria dos alunos não mostrou dificuldades em reconhecer o gênero textual/discursivo abordado. Mesmo existindo uma pequena divergência no resultado, mas nada fora das expectativas, uma vez que o anúncio tem uma proximidade com a propaganda, chegando até a ser usado como palavras sinônimas, como se estivesse se referindo a mesma coisa.

Diante da situação, vale esclarecer que de acordo com Carvalho (2014) a propaganda vai além da simples influência para a compra de um produto, pois também procura fazer com que o indivíduo faça a assimilação e adesão a um tipo de ideologia social que se propaga. Assim, de acordo com Sandmann (2003) o termo propaganda se caracteriza com uma abrangência bem maior, que tem a possibilidade de ser utilizada em todos os sentidos, por se tratar não apenas da venda de um produto ou serviço como o anúncio.

Com isso, a escolha da minoria pelo gênero anúncio na pergunta em análise se aproxima do fato do anúncio ser um gênero que pode ser usado com o fim de vender um produto ou serviço, e a propaganda trazida pela atividade de leitura é sobre um produto, no caso o salgadinho Doritos. Porém, o que é possível como efeito de sentido é que a propaganda da atividade de leitura em análise vai além da venda apenas do salgadinho, uma vez que busca convencer o leitor da necessidade do respeito à diversidade de gênero existente na sociedade. Desta forma, existe a defesa de uma ideia, de um posicionamento, de uma ideologia, que vai além da venda do Doritos, sendo indicada a propaganda para este tipo de finalidade.

No entanto, é fundamental uma exploração mais acentuada do gênero textual/discursivo propaganda na sala de aula, para que os alunos que apresentam dificuldades

no reconhecimento deste gênero possam entender as características daquele e possam diferenciar com mais facilidade dos demais textos de divulgação de produtos e serviços.

Os dados a seguir são referentes à pergunta 2 (dois) que procura saber a finalidade da propaganda na visão dos envolvidos no exercício, diante da situação de interação descrita na atividade de leitura em análise.

PERGUNTA Nº 2

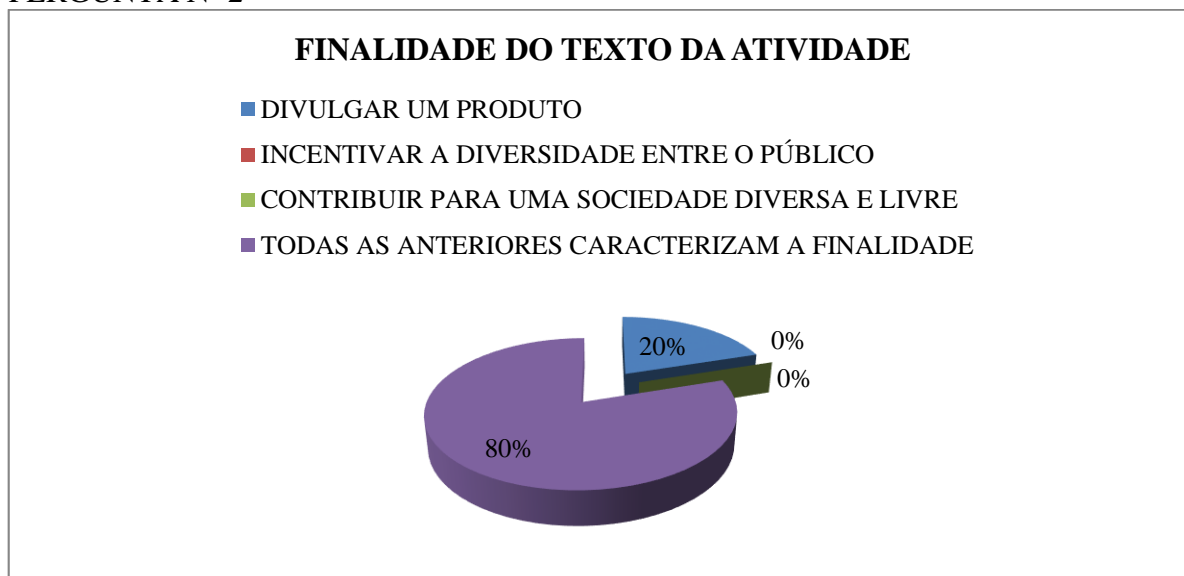


Gráfico 30- Percentual relacionado à finalidade da propaganda do exercício inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Quando se trata do gênero textual/discursivo propaganda, Fernández (2009) aponta que o intuito dela é vender uma ideia, mas não em um sentido restrito ao comércio somente com a destinação de compra e venda de produtos. A finalidade da propaganda sobrepõe esta visão, e chega a ser entendida como um modo de fazer circular uma ideia, a fim de que os indivíduos sejam envolvidos pelo propagado.

Diante do exposto, a maioria das respostas dadas à pergunta 2 (dois) da atividade de leitura coincide com o defendido pelos autores ora citados. Sendo assim, 80% dos alunos participantes do exercício afirmaram que a finalidade da propaganda que é apresentada na atividade busca: é divulgar um produto, incentivar a diversidade entre o público e contribuir para uma sociedade diversa e livre.

A propaganda do salgadinho “Doritos Rainbow” além de procurar fazer uma divulgação, a fim de apresentar o produto à sociedade, faz uma associação com um público específico, o público LGBT, sentido este possível por intermédio da mistura de cores que formam o arco-íris, este que é utilizado como forma de representação deste público. Desta

forma, a propaganda não apenas apresenta o salgadinho como uma alternativa para a alimentação, vai além. O léxico (empoderamento, diversidade, cores) e as imagens escolhidas (o desenho de um arco-íris e uma faixa colorida), apontam para a possibilidade de um diálogo com o leitor sobre questões ideológicas atuais em nossa sociedade. Tais questões podem vir a ser discutidas no contexto escolar, uma vez que constituem o tecido textual.

Quanto à finalidade da propaganda trazida na atividade, os alunos mostram através de suas respostas um conhecimento muito bom, porém, ainda há uma minoria que apresenta dificuldade com relação ao objetivo do gênero textual/discursivo em discussão, precisando de um estudo mais concreto e constante para sanar ou pelo menos amenizar as dificuldades apresentadas pelos alunos, no que diz respeito ao propósito comunicativo da propaganda.

As informações seguintes são relacionadas à pergunta 3 (três), que trata a respeito de estratégias utilizadas pelo produtor do texto para facilitar a interação, como também exibir elementos de composição possíveis na construção de uma propaganda.

A pergunta 3 (três) enfatiza a palavra diversidade que aparece na propaganda com um maior comprimento, se destacando entre as demais. O que se espera dos alunos como possível efeito de sentido neste tipo de pergunta, é que eles sejam capazes de associar o destaque dado à palavra a uma conexão entre linguagem verbal (as palavras) e não verbal (imagens, cores, gravuras, fotos), que possivelmente procura com a situação de interação exibida na propaganda em discussão na atividade de leitura proposta, efeitos de sentidos próximo da manipulação e propagação da existência de uma sociedade em que a diversidade de gênero se faz presente.

Um dos sentidos possíveis para essa propaganda é que a linguagem verbal representada pela palavra diversidade e a linguagem não verbal exposta através da embalagem do salgadinho produzida com um design de um arco-íris pode possibilitar o entendimento possível de transmitir que o “Doritos Rainbow” é também muito aceito dentro deste público, o LGBT.

Assim sendo, a alternativa mais próxima do efeito de sentido possível para a pergunta 3 (três) em acordo com este tipo de objetivo descrito acima é a “B”. O gráfico da sequência traz o percentual de alunos que optaram por esta alternativa e os que não fizeram esta escolha.

PERGUNTA Nº 3

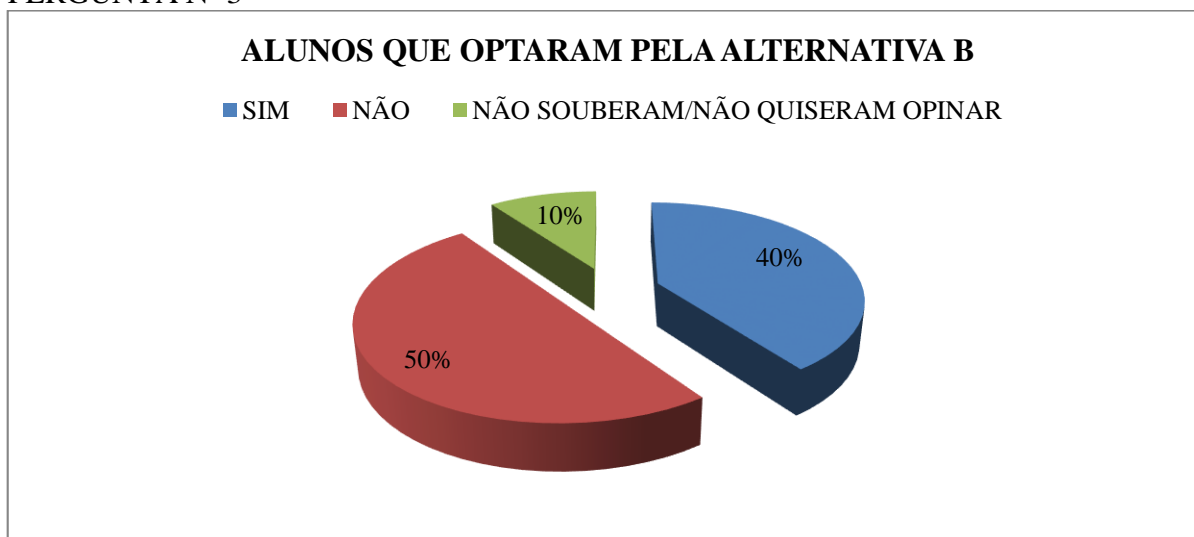


Gráfico 31- Percentagem relativa aos alunos que acertaram à pergunta 3 (três) da atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números apresentados são nítidos ao demonstrar que a maioria dos alunos não consegue fazer a associação entre linguagem verbal e não verbal como procedimento eficaz na interação com o gênero, como também uma forma de competência leitora que facilita a compreensão textual. Em torno de 60% dos envolvidos não optaram pela alternativa “B”, fazendo-se necessário um trabalho específico que englobe o estudo dos elementos de composição possíveis na propaganda, que contribua para a eficácia de produção de sentido neste tipo de gênero textual/discursivo, no nosso caso a propaganda.

Os dados a serem analisados a seguir dizem respeito ao estilo utilizado pelo produtor na construção da propaganda. Consoante Wachowicz (2012), o estilo é uma maneira de dizer o que se deseja através de um gênero textual/discursivo, para isto é preciso escolher as palavras adequadas em conexão com a situação interativa, a intenção do autor, como também fazer a distribuição do léxico escolhido em uma estrutura sintática que facilite o alcance dos objetivos almejados. Os elos de conexão entre as palavras também podem ser um facilitador para a compreensão do texto.

A pergunta 4 (quatro) do exercício inicial de leitura aborda a distribuição das palavras nas frases visando a produção de efeito de sentidos. Na pergunta, o que se deseja saber é a relação do termo “mais” com a palavra “Doritos” com o objetivo de buscar entender o motivo desta relação e o sentido possível que esta composição nos oferece.

Neste ponto, esperamos que as respostas dos alunos se aproximem dos possíveis efeitos de sentido, entender que o produto da propaganda possibilita a transmissão de que o consumo do salgadinho propicia diversas vantagens aos consumidores. E a ênfase maior, que

o consumidor dos salgadinhos “Doritos” estão à frente dos demais, são sempre mais em relação aos não consumidores. Então, quer está na frente dos outros, compre salgadinhos “Doritos”.

Assim, o gráfico seguinte expõe o percentual de alunos que se aproximaram do efeito de sentido possível.

PERGUNTA Nº 4

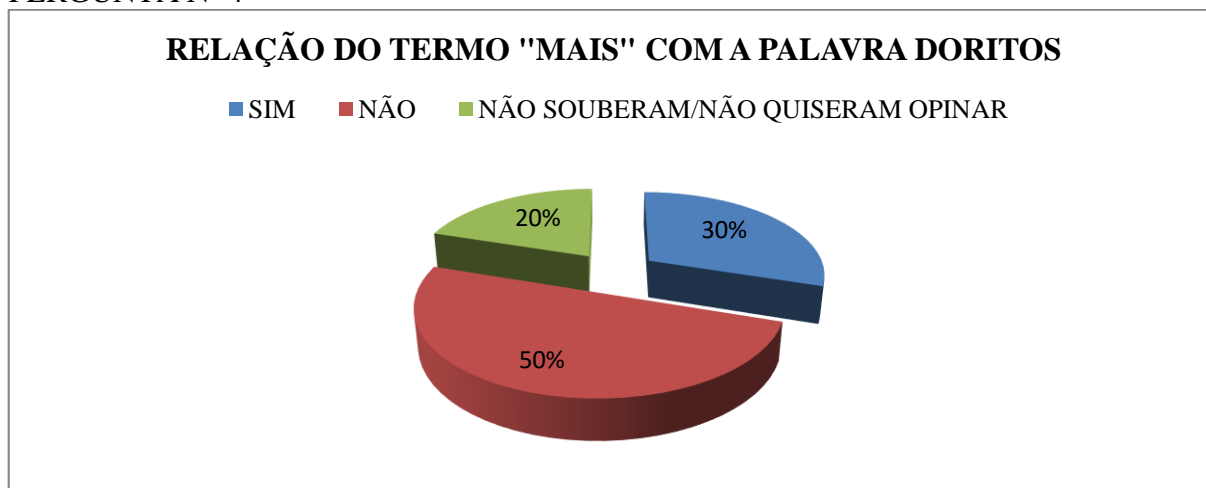


Gráfico 32- Percentual sobre o efeito de sentido possível para a questão 4 (quatro) do exercício inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

O resultado expressa um desempenho que deixa a desejar, quando o trabalho com a leitura precisar ultrapassar a decodificação. Os alunos começam a apresentar dificuldades, talvez por não possuir o costume de serem expostos a este tipo de atividade.

Os alunos revelam a falta de domínio conforme é posto diante de desafios de leitura, além dos sentidos presentes nos elementos linguísticos da superfície do texto. Não estão preparados para uma prática de leitura que transcende os sentidos explícitos na superfície textual.

Deste modo, o ensino-aprendizagem de leitura precisa alcançar uma dinâmica em que o indivíduo seja capaz de entender os desafios da vida em sociedade, podendo atribuir sentidos de acordo com cada contexto interlocutivo, para isto é preciso que as pessoas adquiram competência leitora para interagir com as palavras e possa entender os possíveis sentidos que elas possibilitam a depender de cada situação de interação.

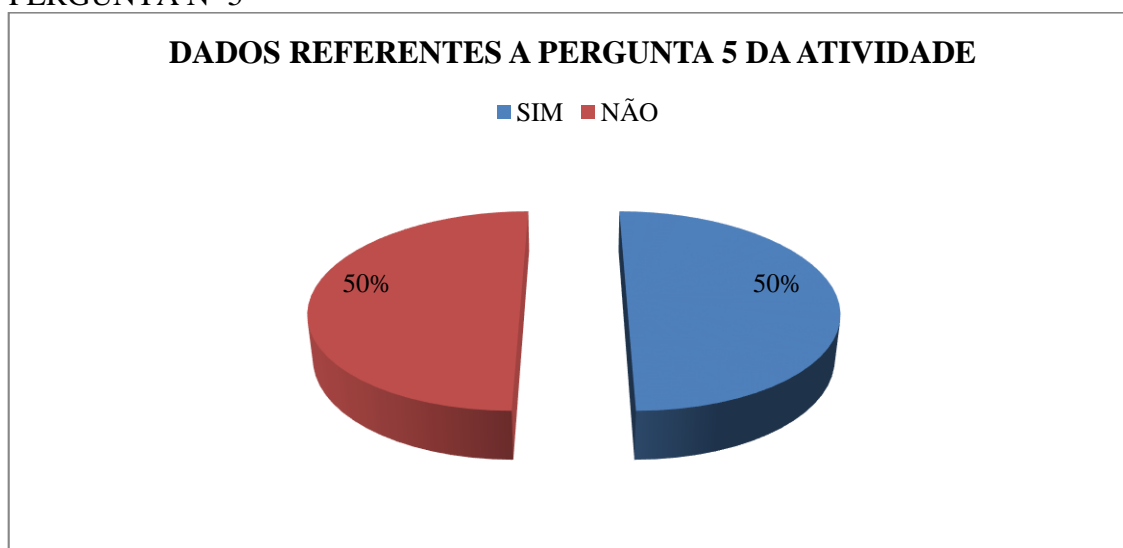
Na pergunta 5 (cinco) do exercício discutimos a importância da utilização e organização de elementos não verbais na produção de sentido perante a composição do gênero. A questão mencionada tem a finalidade de detectar se os alunos são capazes de relacionar as cores que formam um arco-íris utilizado na propaganda, que aparece na

atividade em discussão, ao público a que ela faz referência.

A expectativa é que os alunos cheguem ao efeito de sentido possível de que a mistura das cores representa um arco-íris que é o símbolo do movimento LGBT, que é o público a quem se faz menção na propaganda, revelado de maneira implícita pelo uso das diferentes cores. Para isto, é de suma importância o conhecimento de mundo do aluno.

O gráfico abaixo exibe o resultado.

PERGUNTA Nº 5



33- Percentagem da resposta da questão 5 (cinco) do exercício inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números mostram que tem uma quantidade grande de alunos que não conseguem dialogar com os elementos pertencentes à linguagem não verbal, como por exemplo: cores, imagens, fotos, gravuras, que são responsáveis pela construção da propaganda. Um percentual de 50% dos participantes não atingiram o objetivo possível para a questão 5 (cinco) da atividade de leitura, ou seja, produzir sentidos a partir das cores, que aparecem na propaganda trazida pela atividade em análise.

O que presumimos é que metade dos alunos participantes da atividade só se prende à leitura por meio das palavras. Podemos até desconfiar que eles tratem os símbolos que são diferentes das letras apenas como um instrumento estético, que serve para dar uma boa aparência ao gênero textual/discursivo, e que talvez não representem nenhum sentido particular ao texto.

A questão 6 (seis) tem como fim a identificação do autor do texto com base apenas nas evidências e nos elementos linguísticos utilizados na constituição da propaganda. Esperamos que os alunos sejam instruídos com as informações explícitas e implícitas contidas no texto e

apresentem como sentidos possíveis, a empresa fabricante do salgadinho “Doritos” ou uma empresa de marketing, que o texto possibilite fazer esta leitura, como resposta para a pergunta sobre quem é o responsável pela produção da propaganda.

Os índices que simbolizam as respostas dos alunos estão representados no gráfico que segue. Nele estão expostas as respostas que possivelmente atendem aos efeitos de sentidos que buscamos para a questão, as respostas são relatadas com base em sim, não e não souberam/não quiseram opinar.

PERGUNTA Nº 6

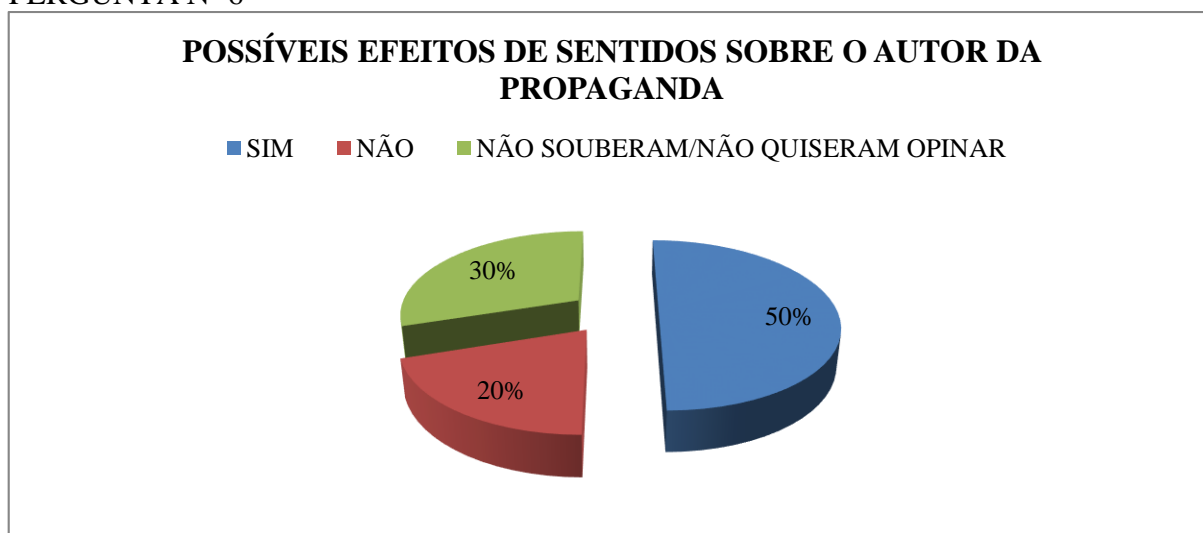


Gráfico 34- Percentual sobre o autor da propaganda abordada na atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os dados referentes à questão nº 6 (seis) da atividade inicial de leitura demonstram mais uma vez as dificuldades que os alunos apresentam, quando são expostos a perguntas cujas respostas precisam ir além da decodificação das palavras, quando as informações não estão explícitas no texto.

A grande maioria dos alunos participantes da atividade não conseguiu apontar o possível autor da propaganda, uma vez que precisavam de um conhecimento de mundo, que vai além das palavras.

Do universo de alunos que participaram da atividade de leitura proposta, apenas 30% conseguiram visualizar o possível produtor da propaganda. Acreditamos ser um percentual pequeno, e com isso sentimos a necessidade de uma abordagem de leitura em sala de aula que possa dialogar com todas as possibilidades de sentido que um texto possa disponibilizar. Para isso é necessário abordar o estudo da leitura através de variadas estratégias, que possam levar o aluno a perceber os diversos sentidos possíveis de um texto, que vai além das palavras utilizadas na sua produção.

A próxima análise faz parte da pergunta 7 (sete) do exercício, que vai abordar a questão composicional do gênero textual/discursivo propaganda, enfatizando como a organização das informações são fundamentais para produção de efeitos de sentido em um texto. Assim, a questão 7 (sete) procura ressaltar a relevância da mistura de cores, utilizadas na propaganda exibida na atividade em discussão, para compreender a intenção social do texto.

A pergunta centra nas cores usadas como uma forma de estabelecer uma relação entre a linguagem verbal com a linguagem não verbal na produção do efeito de sentido possível, ou seja, expressar que apenas o salgadinho “Doritos Rainbow” é capaz de conceder mais diversidade e mais empoderamento. Outro sentido possível é que os seus consumidores tende a desenvolver a capacidade de ser uma pessoa que respeita mais, que é contrário ao preconceito e que reverenciam a diversidade de gênero. Desta forma, conseguir mais e mais consumidor do produto.

É essa relação que a pergunta 7 (sete) deseja que os alunos apontem, já que procura saber a ligação que acontece entre a diversidade de cores usada na linguagem verbal e não verbal. O próximo gráfico demonstra como os envolvidos se saíram nesta pergunta. Os que alcançaram o efeito de sentido possível serão representados pelo sim, os que não chegaram são representados pelo não, ainda tendo àqueles que preferiram não opinar ou não souberam responder.

PERGUNTA Nº 7

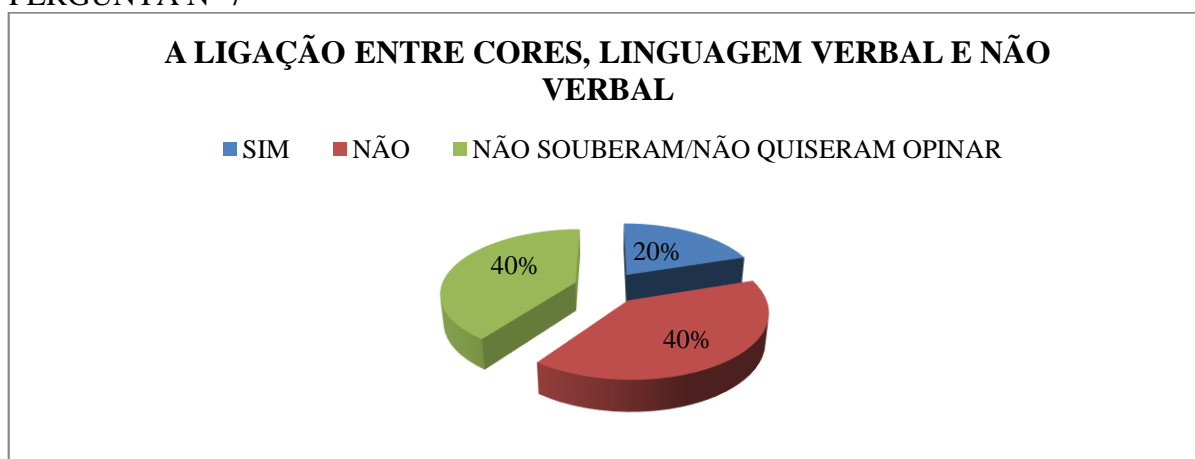


Gráfico 35- Percentagem relativa à pergunta 7 (sete) da atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As informações apresentam que 80% dos alunos não apresentam habilidade para analisar a pluralidade de informações que cercam os elementos não verbais utilizados na composição da propaganda, uma vez que carecem de desenvoltura no raciocínio, para

refletirem sobre todas as questões sociais e suas características específicas na situação de comunicação que se pretende compreender.

Eles precisam de conhecimento de mundo, que possibilite um aprofundamento na temática, para assim, articular as várias informações presentes no texto, independente se estas informações apareçam na linguagem verbal ou não verbal.

A questão 8 (oito) aborda o conhecimento pertinente a expressividade de um texto como interação social. O aluno precisa ter este entendimento, que todo texto é um evento comunicativo.

Todo gênero textual/discursivo é responsável pela interação em cada situação de comunicação. É por meio dele que toda sociedade se comunica através do diálogo que envolve autor-texto-leitor. Estes compõem a tríade indispensável que conduz o desenvolvimento da relação interativa. No entanto, vale ressaltar a relevância dos conhecimentos de mundo dos envolvidos na situação de interação, visto que, é um componente primordial na leitura de qualquer gênero textual/discursivo.

A pergunta em análise deseja saber a opinião dos alunos sobre a possibilidade da propaganda exibida na atividade inicial de leitura proposta ser considerada uma expressão da comunicação social. No gráfico a seguir são relatados os números.

PERGUNTA Nº 8

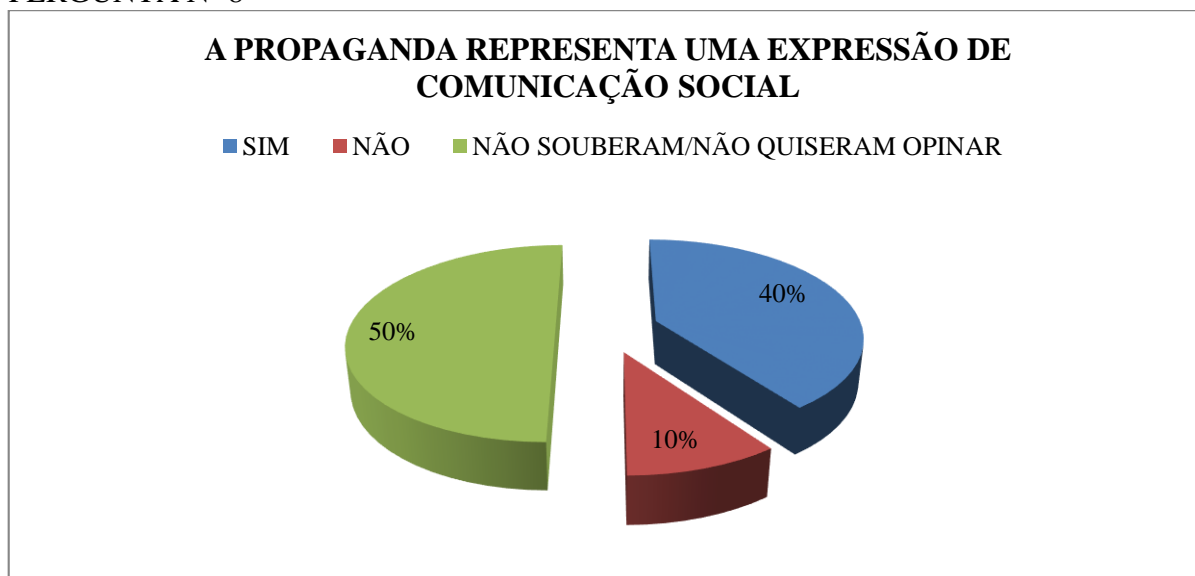


Gráfico 36- Percentagem relacionada a respeito se a propaganda se constitui como uma expressão social
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os percentuais mostram que a maior parte dos alunos não trata o texto como um canal por onde ocorre a interação no meio social. Do total de participantes, apenas 40% tem a

consciência de que os gêneros textuais/discursivos são responsáveis pela manutenção do diálogo entre as pessoas a respeito de várias temáticas que circulam em sociedade.

Ainda fazendo parte da 8ª questão do exercício em pauta, foi solicitado que justifiquem as respostas positivas.

Na justificativa uma das possibilidades é que os alunos argumentem no sentido de que a propaganda é uma forma de expressão social por tratar de temas corrente na sociedade, por envolverem as pessoas por meio do diálogo, mostrando as particularidades de cada assunto a depender da situação de interação, da intencionalidade do autor e do conhecimento prévio dos leitores, também é possível que os alunos falem que a propaganda influencia na tomada de decisão das pessoas em aderir à determinada causa que se pretende propagar e construir na sociedade.

Também é possível que digam que a propaganda como expressão social é responsável pela divulgação de ideias, produtos e serviços em geral, que objetiva a aceitação do público envolvido no contexto em que ocorre a interação social através dela. É uma maneira de expressão social que se preocupa com a disseminação de variados temas presentes no dia-a-dia. Na sequência, o gráfico apresenta o posicionamento dos alunos com referência à justificativa da propaganda como expressão de uma comunicação social.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 8

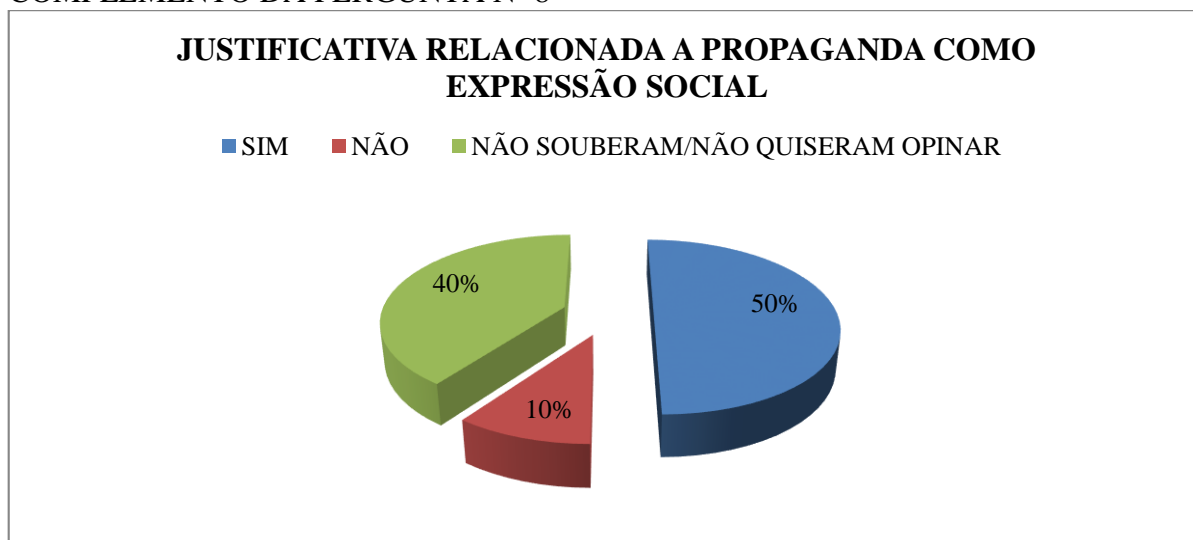


Gráfico 37- Percentual relacionado às respostas da questão 8 (oito) da atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os dados demonstram que 50% dos participantes da atividade chegaram ao efeito de sentido possível relacionada ao motivo da propaganda ser considerada uma expressão social, no entanto, é necessário aumentar este percentual ainda mais, pois os alunos precisam

entender a relevância dos gêneros textuais/discursivos na concretização da interação em meio social. Saber que é por meio deles que a comunicação se faz presente e as ações humanas podem chegar a atender ao propósito desejado.

O percentual de 50% apresentado, isto levando em conta os que não souberam/não quiseram opinar e os alunos que não conseguiram no momento atingir os efeitos de sentidos possíveis para a pergunta sobre a razão da propaganda ser considerada uma expressão social, nos traz a responsabilidade de intervir nesta situação, a fim de possibilitar aos envolvidos uma visão interativa dos gêneros, uma vez que é através deles que o diálogo acontece entre as pessoas. Assim, o ensino-aprendizagem precisa ser organizado com o fim de integralização dos gêneros como ferramenta de uso constante na sociedade.

A questão 9 (nove) faz uma contextualização que envolve o produto e o apoio dele a defesa da ideologia de gênero caracterizada na propaganda mencionada na atividade de leitura em discussão. Nesta situação, a questão procura perceber se os participantes do exercício possuem a habilidade de relacionar a finalidade do autor da propaganda, quando ele faz o uso do salgadinho “Doritos Rainbow” correlacionado a defesa da ideologia de gênero.

Na análise das respostas consideramos que o aluno alcançou os efeitos de sentidos possíveis, quando for representado pela expressão “sim”, assim, os percentuais será descrito na sequência.

PERGUNTA Nº 9

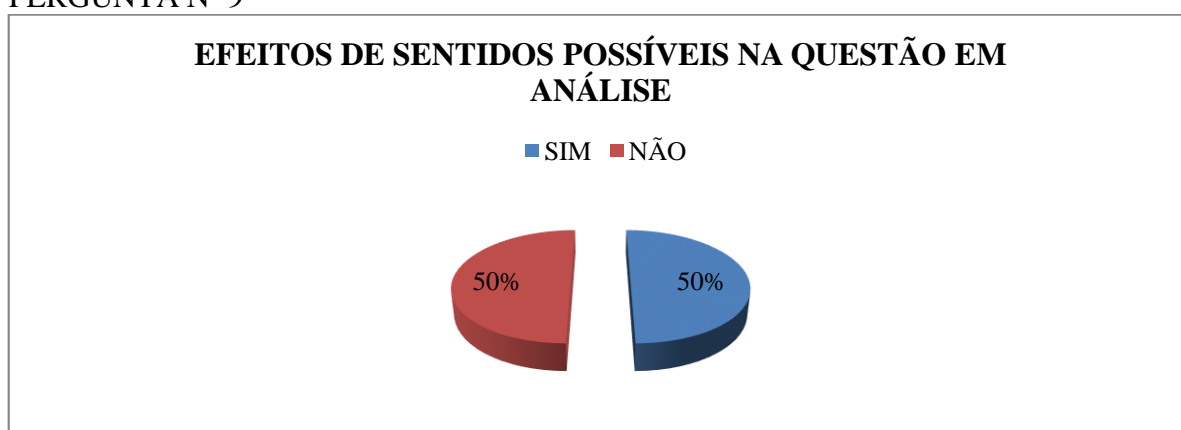


Gráfico 38- Percentagem relativa aos efeitos de sentidos possíveis na questão 9 (nove)
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Observamos nos posicionamentos dos alunos com relação à pergunta 9 (nove) um número grande de participantes com dificuldade de associação do que está escrito no texto com a função social que a propaganda se destina. Esta dificuldade apresentada pelos alunos é verificada não apenas com a escrita, mas também com o texto não verbal. A competência

leitora de dialogar com o gênero textual/discursivo, a fim de enxergar os sentidos impregnados nas implicitudes do texto não é plausível para 50% dos envolvidos.

A convergência do gênero textual/discursivo propaganda com os fatos sociais do cotidiano não é demonstrada nas respostas de 50% dos alunos. Deste modo, não conseguem detectar a relação existente entre gênero textual/discursivo e aspectos sociais.

A última pergunta da atividade inicial sobre leitura tem como finalidade diagnosticar o conhecimento dos participantes a respeito dos elementos linguísticos que são utilizados na produção de um texto, bem como saber se os alunos percebem a relevância destes elementos para a atribuição de sentidos para o gênero.

Na primeira parte da pergunta, abordamos os elementos de linguagem que podem ser usados na constituição de um gênero, no caso em análise do gênero textual/discursivo propaganda. Neste, os recursos próprios de uma língua, fonético, morfológico, sintático e lexical são importantes, como também o tipo de linguagem usada de acordo com o público alvo, as cores, as imagens, as fotos, o padrão gráfico, são elementos primordiais na produção de um gênero propaganda.

Desta forma, a primeira parte da questão 10 (dez) visa saber o conhecimento dos envolvidos no que concerne aos elementos de linguagem, que foram utilizados na propaganda da atividade inicial de leitura, como forma de efeito de sentido. O gráfico da sequência exhibe os dados referentes à identificação dos elementos de linguagem relacionados aos efeitos de sentido do texto.

PERGUNTA Nº 10

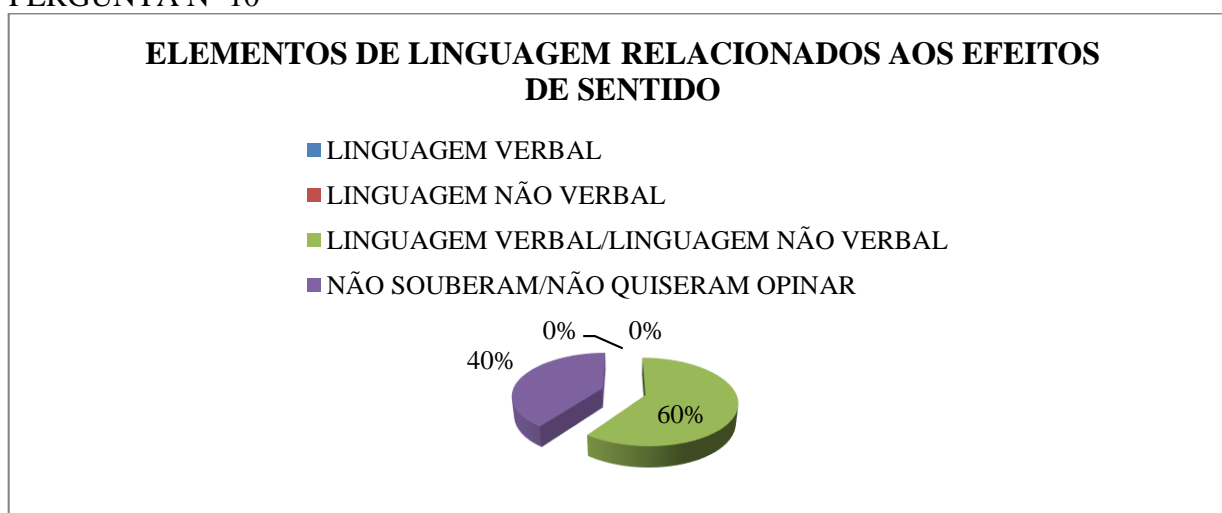


Gráfico 39- Percentual relacionados aos elementos de linguagem apropriados à resposta da questão 10 (dez)
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Neste tipo de conhecimento, a maioria apresentou domínio com relação aos elementos de linguagem, que são capazes de possibilitar efeitos de sentidos ao gênero propaganda,

especificamente a propaganda trazida pela atividade em análise. 60% dos participantes apresentaram como resposta, linguagem verbal e não verbal. Com isso, percebemos que a maioria dos alunos visualiza a necessidade de utilizar tanto a escrita como as imagens, as cores, as gravuras, quando o assunto é o gênero propaganda. No entanto, uma margem de 40% dos alunos participantes da atividade de leitura não consegue perceber a importância destes elementos na composição da propaganda, e principalmente para a construção dos efeitos de sentido possíveis.

Para transformar ou pelo menos amenizar esta situação é necessário um trabalho em que seja abordado o elemento composicional, um dos responsáveis pela constituição dos gêneros, em especial os elementos composicionais do gênero textual/discursivo propaganda, a fim de desenvolver nos alunos a percepção dos efeitos de sentidos que estes elementos podem proporcionar a uma propaganda, bem como aos demais gêneros.

No complemento da questão 10 (dez) busca que os envolvidos reconheçam a importância dos elementos de linguagem na consecução do objetivo almejado pela propaganda do exercício. Esperamos que os alunos sejam capazes de reconhecer que os elementos em discussão são relevantes, porque oportuniza o convencimento do público, para atrair o leitor, para chocar as pessoas, chamar atenção dos indivíduos, divulgar o produto e as ideias, vender o produto, atrair muitos consumidores, propagar a ideologia de gênero.

No gráfico a seguir, expomos as respostas dos alunos. Foram representados pela palavra “sim” os participantes que se aproximaram do perfil exibido acima, com a expressão “não” os que se afastaram completamente da proposta e não souberam/não quiseram opinar àqueles que não se manifestaram.

COMPLEMENTO DA PERGUNTA Nº 10

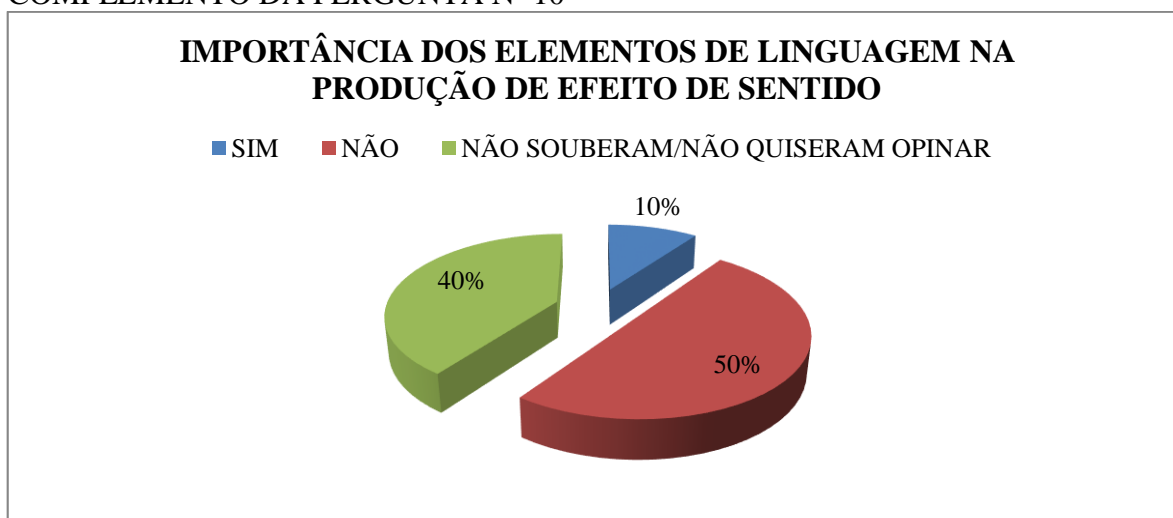


Gráfico 40- Percentagem das respostas dadas a questão 10 (dez) da segunda parte da atividade inicial de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os números são surpreendentes com relação ao reconhecimento da importância dos elementos de linguagem na obtenção do objetivo aspirado pela propaganda em análise. 90% não conseguem perceber a função destes elementos na construção do gênero propaganda. A dificuldade apresentada contribui para o baixo desempenho dos alunos na compreensão dos múltiplos sentidos possíveis em uma propaganda.

A dificuldade em planejar o termo mais adequado, a estratégia mais propícia, o efeito de sentido mais contundente com a perspectiva requisitada, pode comprometer a competência leitora dos alunos, pois dificilmente se compreende o que não se sabe utilizar, como também aquilo cujo valor é desconhecido.

Com o fim das análises da produção inicial, no caso da atividade de leitura, podemos observar que os alunos se comportam numa perspectiva de leitura centrada nas práticas tradicionais de leitura, ou melhor, na decodificação de informação pautada no sistema de código de uma língua.

Nesta configuração, os alunos apresentam dificuldades quando a leitura requer a articulação do código com os conhecimentos e assuntos sociais para a compreensão do todo. Eles não demonstram habilidades suficientes que permitam conceber o texto como um evento comunicativo em que participam autor-texto-leitor na produção de sentido.

6.2- Análises da atividade inicial de produção textual

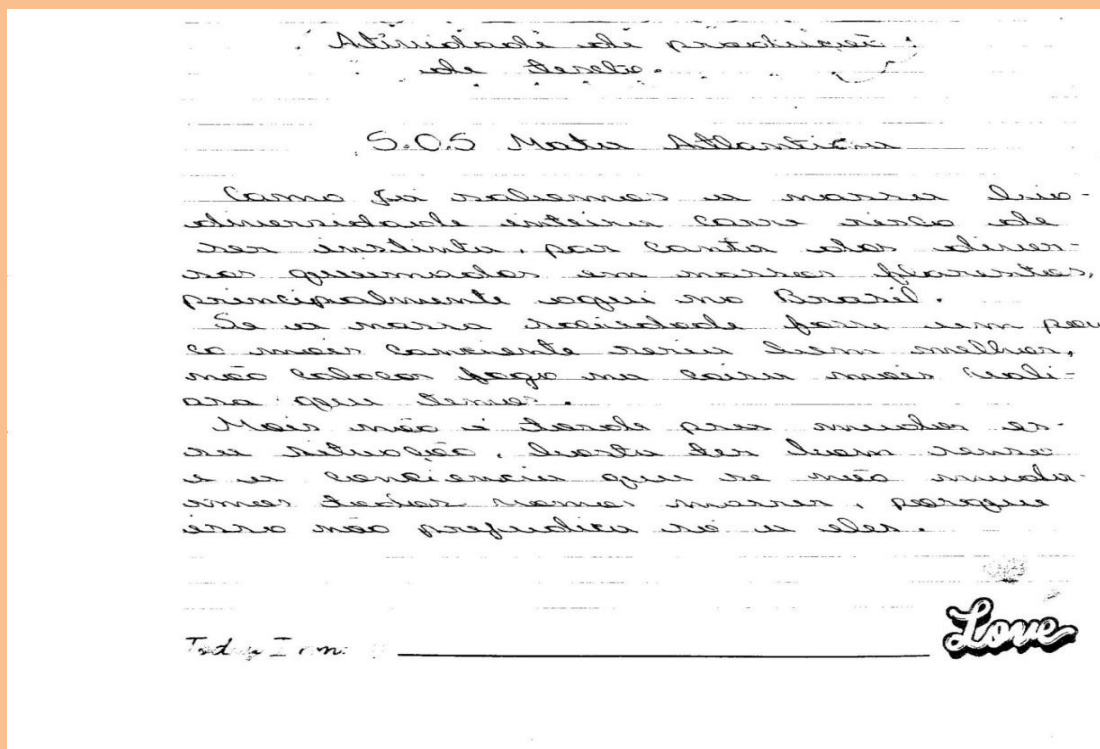
Com os textos produzidos pelos alunos em mãos, procedemos à análise do nível de conhecimento dos envolvidos relacionados à escrita, levando em consideração a apropriação do conteúdo temático, do estilo e da composição do gênero concebido à sua função social. É imperioso destacarmos que, a exibição da atividade inicial da produção textual requerida aos alunos participantes do estudo, se encontra na página 107.

Dentre os textos produzidos pelos alunos, foi destacada uma amostra com 10 (dez) textos. Para esta escolha levamos em conta a participação dos envolvidos em todas as fases da intervenção pedagógica até a realização de todas as atividades aplicadas durante o trabalho realizado.

Os textos selecionados serão exibidos abaixo, sendo seus produtores identificados por numeração, ou melhor, seus nomes foram substituídos por números.

Quadro 7- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 1

Produção I/Aluno 1



S.O.S Mata Atlantica

Como já sabemos a nossa biodiversidade inteira corre risco de ser instinta, por conta das diversas queimadas em nossas florestas, principalmente aqui no Brasil.

Se a nossa sociedade fosse um pouco mais conciente seria bem melhor, não colocar fogo na coisa mais valiosa que temos.

Mais não é tarde pra mudar essa situação, basta ter bom senso e a consciencia que se não mudarmos todos vamos morrer, porque isso não prejudica só a eles.

Na primeira produção, pertencente ao aluno 1(um), com relação ao conteúdo temático, as informações trazidas são condizentes com um acontecimento social, em que a floresta Amazônica passava por intensas queimadas, como forma de chamar a atenção e para conscientizar a população quanto aos danos que os fatos trazem a todos. O autor do texto faz um chamamento em busca de uma tomada de providência.

O gênero textual/discursivo propaganda é apropriado à situação interativa, uma vez que, a propaganda não é destinada apenas à venda-compra de um produto ou adesão a um serviço, ela também é responsável pela propagação de ideias. Entretanto, observamos que a produção 1 (um) não constitui uma propaganda, apesar do forte apelo argumentativo em torno da temática da proteção à natureza contra incêndios e queimadas.

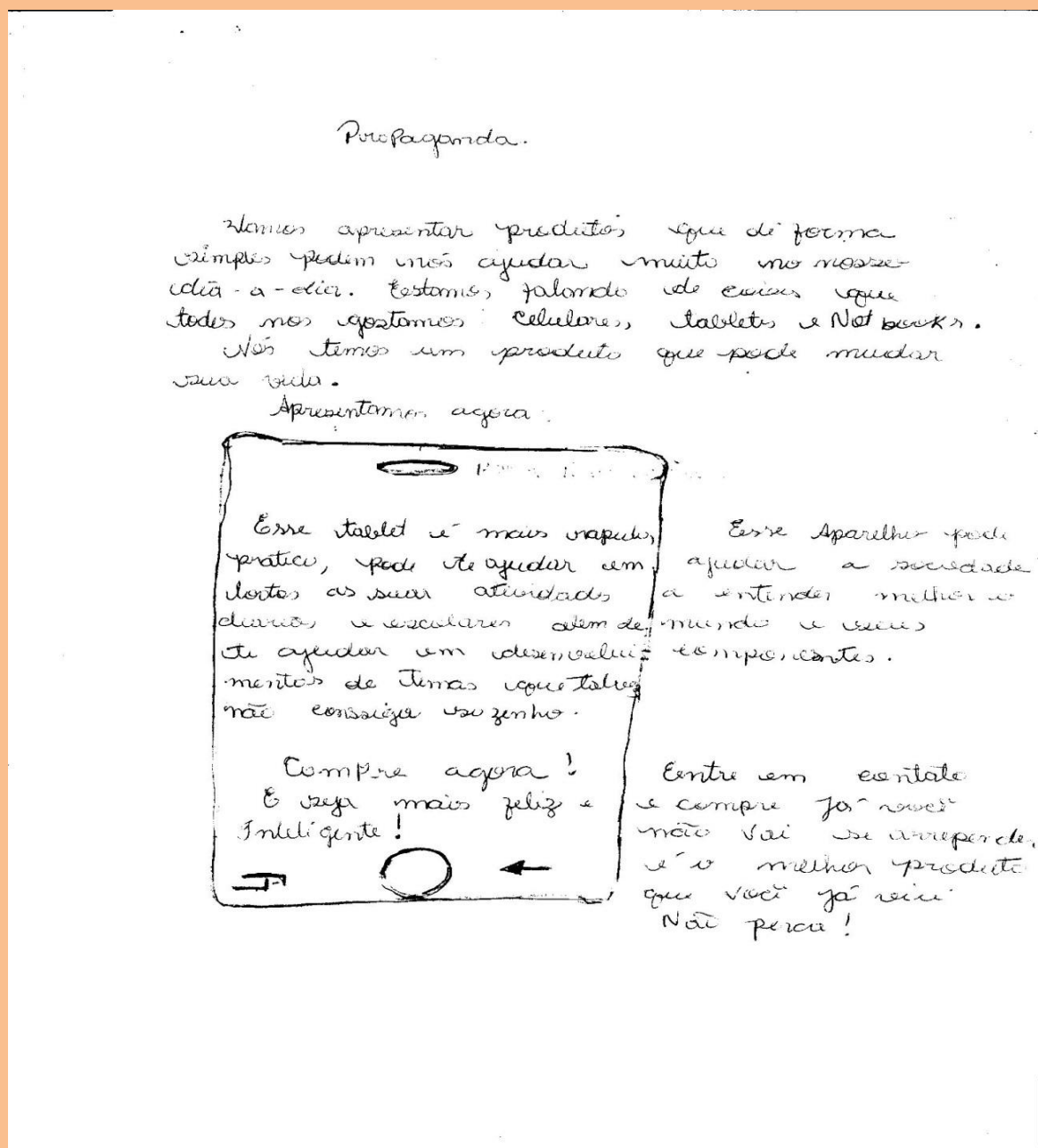
Com relação ao estilo, o aluno faz o uso de um vocabulário em consonância com o

conteúdo, produz um texto do tipo argumentativo. Não produz o gênero propaganda embora saibamos que a argumentação é inerente a esse gênero. O texto é construído através de substantivos (biodiversidade, queimadas, florestas, Brasil, fogo) e alguns adjetivos (instinta, consciente, melhor, valiosa, bom senso), que apresentam e especificam os danos provocados à sociedade pelas queimadas, também contém o pronome possessivo (nossas), que serve para aproximar e mostrar a intimidade do autor com a temática, especificando a sua preocupação com algo que lhe pertence, bem como chamar a atenção e indicar ao leitor que a Amazônia também lhe pertence. Os conectivos de condição (como, se), e de explicação (por conta, porque) funcionam como determinantes na produção de efeitos de sentido, expondo o episódio e buscando justificar a culpa pelas queimadas estarem acontecendo, além de explicitar condições para pelo menos amenizar a destruição do meio ambiente.

No tocante a utilização de determinados elementos composicionais do gênero propaganda, como por exemplo, o uso de frases curtas, o aluno não demonstrou muita propriedade, pois as frases são constituídas de forma extensa, visto que uma das características da propaganda é um estilo de frases curtas, para prender a atenção do leitor e alcançar a finalidade. Porém, há que se compreender que do ponto de vista da funcionalidade o aluno atendeu bem, pois faz um chamamento a uma tomada de consciência da população quanto aos danos que os fatos trazem a todos. O mesmo pode ser dito da tipologia textual dissertativo-argumentativa utilizada pelo aluno, que atua como argumento para levar o leitor a aderir à causa pretendida, no caso a proteção da floresta Amazônica.

Quadro 8- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 2

Produção I/Aluno 2



Propaganda.

Vamos apresentar produtos que de forma simples podem nos ajudar muito no nosso dia-a-dia. Estamos falando de coisas que todos nós gostamos: celulares, tablets, e Notebooks.

Nós temos um produto que pode mudar sua vida.

Apresentamos agora:

Marca Ñ identificada

Esse tablet é mais rápido, prático, pode te ajudar em todas as suas atividades diárias e

escolares além de te ajudar em desenvolvimentos de temas que talvez não consiga sozinho.

Compre agora!

E seja mais feliz e Ineligente!

Esse aparelho pode ajudar a sociedade a entender melhor o mundo e seus componentes.

Entre em contato e compre já você não vai se arrepender é o melhor produto que você já viu.

Não perca!

Na produção textual do aluno 2 (dois), há uma confusão acerca do conteúdo temático, deixando em dúvida sobre o que a propaganda vai tratar. O aluno fala em “produtos”, mas na verdade apresenta somente a ilustração de um “tablet”. E passa a qualificá-lo demonstrando os benefícios com o intuito de convencer o público a comprar o produto. Podemos perceber que o aluno não tem um direcionamento definido com relação ao público ao qual se dirige, pois em uma passagem ele menciona “atividades escolares” dando a entender que o alvo são os estudantes, porém, tem outra citação na qual aparece “ajudar a sociedade” levando a crer que seu alvo seria a sociedade em geral. O conteúdo temático para a produção de um texto precisa ser definido antes mesmo de iniciar a escrita, como também decidir a quem pretende se direcionar, pois todo texto precisa ter um destinatário.

Referente ao estilo, a produção textual do aluno 2 apresenta uma predominância da linguagem informal, sendo esta a tendência adotada no gênero textual/discursivo propaganda. São utilizadas classes de palavras como: substantivos, pronomes possessivos, demonstrativos e pessoais, advérbios de intensidade. O léxico utilizado pelo aluno 2 em sua produção textual é uma possibilidade presente nos textos propagandísticos.

Encontramos também no texto do aluno 2 frases no imperativo, uma característica primordial da propaganda, que busca ordenar, aconselhar o público alvo a aderir ao que se propaga. No estilo ainda percebemos algumas expressões que indicam possibilidade, dúvida como: “talvez” e “pode” que possibilita influenciar o consumidor a desistir do produto, da ideia, posto que, a propaganda não deve ocasionar dúvida e sim certeza, já que a função dela é o contrato de compra e venda em que o indivíduo leva o produto, a ideia, o serviço e paga por ele, deixando o entendimento que o propagado é de suma importância para o consumidor.

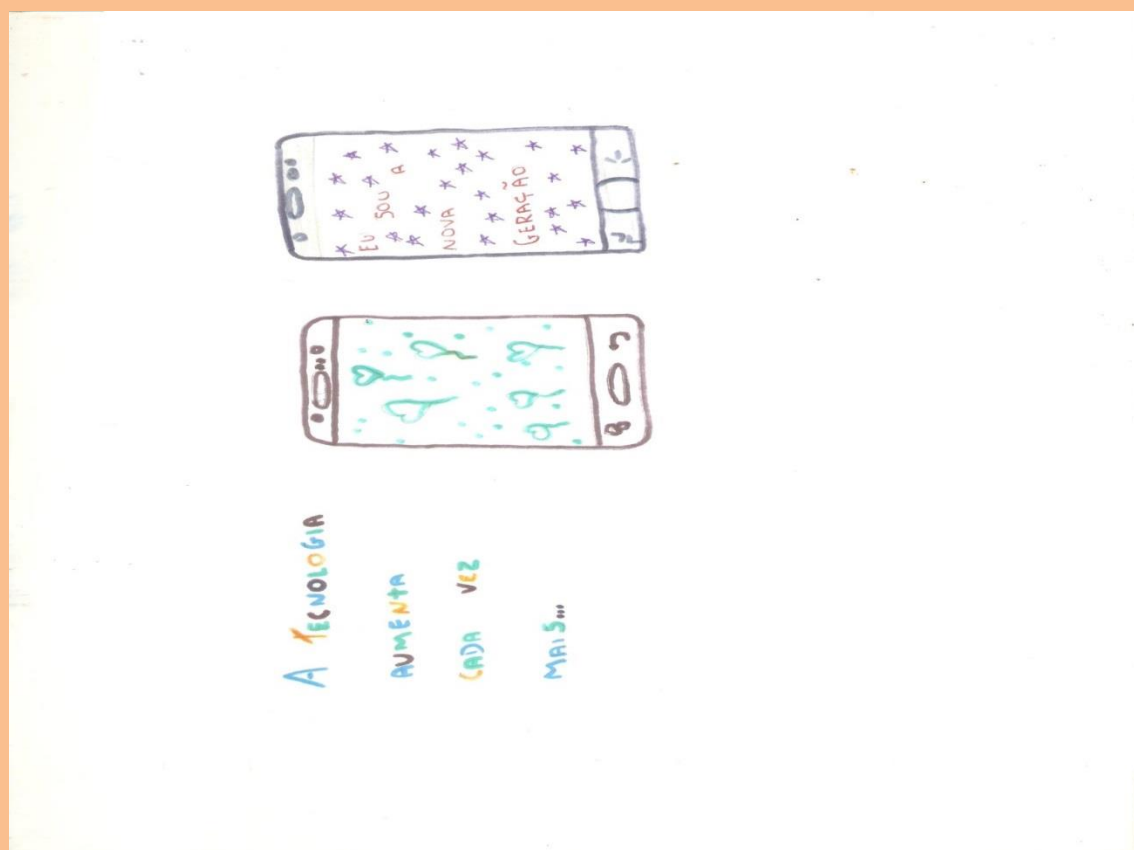
Na composição observamos que a distribuição das informações é feita com períodos muito extensos, indo ao contrário da propaganda que precisa que o leitor assimile de forma rápida o escrito, e assim o produtor precisa optar por frases menos extensas e com mais

praticidade na divulgação. Na elaboração da propaganda, o aluno 2 (dois) faz o uso de palavras e uma imagem, aproximando ao que é marca do gênero textual/discursivo em pauta, no entanto, não consegue coerência com a linguagem verbal e a não verbal, pelo fato de atribuir qualidade ao produto não visível na imagem. Assim, visualizamos a necessidade de aprofundar o conhecimento relacionado ao elemento coerência, para com isso o aluno possa entender sua função na produção de um texto.

As ilustrações da propaganda precisam ser mais atraentes com o uso de cores que prendam o consumidor, e leve-o a ficar seduzido através do padrão gráfico. As informações trazidas pelo o aluno 2 na produção de sua propaganda são organizadas com predominância do uso das palavras, se afastando da característica fundamental da propaganda que a utilização de frases curtas, imagens, cores.

Quadro 9- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 3

Produção I/Aluno 3



A TECNOLOGIA AUMENTA CADA VEZ MAIS...

EU SOU A NOVA GERAÇÃO

O assunto do tema não é claro para o leitor no texto do aluno 3 (três). A tecnologia que o conteúdo aborda é especificada com a ilustração do celular. Ainda é nítido que o aumento da tecnologia se faz presente com um novo tipo de aparelho celular. O público que se pretende atingir com o texto é o público em geral, uma vez que, a nossa sociedade é plural na utilização do celular.

A propaganda produzida pelo o aluno 3 (três) consegue transmitir a ideia que o celular antigo não atende mais as necessidade dos indivíduos, precisando estes adquirir um novo, que acaba de ser lançado, ou seja, visa a venda de um produto.

No estilo, é observável uma linguagem próxima à norma culta padrão com frases afirmativas e curtas, que atende as particularidades do gênero textual discursivo. Tem uma predominância nas classes dos nomes, que são influentes na constituição da propaganda, (produtos, celulares, tabletes, notebook, aparelho, sociedade, atividades).

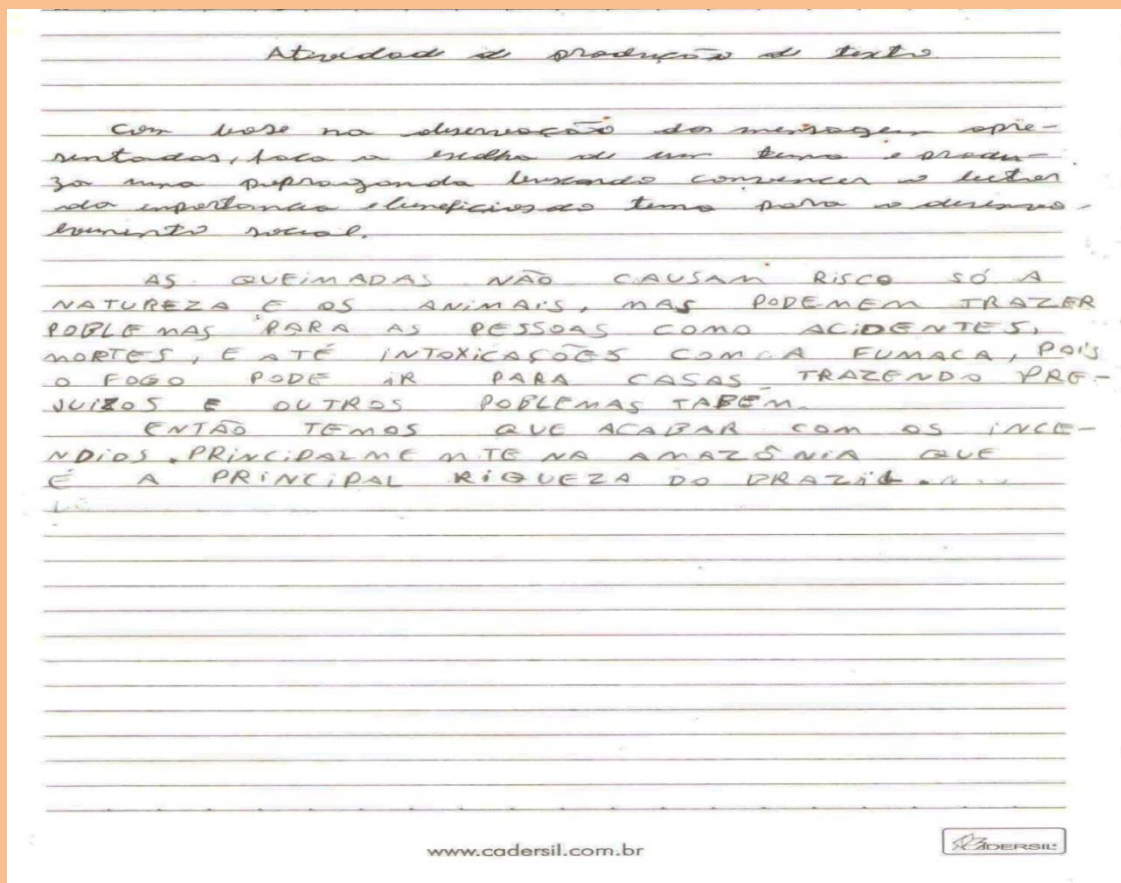
Na produção textual do aluno, ele consegue fazer o uso de um vocabulário propício ao desenvolvimento da temática, inclusive, utilizando advérbio de intensidade (muito, mais,) para alargar as qualidades do produto.

No elemento composicional, o aluno demonstra habilidade no uso da linguagem verbal e não verbal, mantendo uma conexão entre ambas a fim de convencer o público em geral a adquirir o produto. Na organização das informações no texto está presente a multimodalidade que precisa se fazer presente neste gênero textual/discursivo, ou seja, o texto é produzido com o uso de palavras com letras em cores variadas, como maneira de prender a atenção do leitor e convencer da necessidade de adquirir o produto.

O aluno ainda faz o uso de símbolos como corações e estrelas na distribuição das informações do produto, este uso de acordo com cada cultura pode ser fator essencial para atrair o consumidor e convencê-lo a aderir ao que se propaga.

Quadro 10- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 4

Produção I/Aluno 4



Atividade de produção de texto

Com base na observação das mensagens apresentadas, faça a escolha de um tema e produza uma propaganda buscando convencer o leitor da importância e benefícios do tema para o desenvolvimento social.

As queimadas não causam risco só a natureza e os animais, mas pode nem trazer problemas para as pessoas como acidentes, mortes, e até intoxicações com a fumaça, pois o fogo pode ir para casas trazendo prejuízos e outros problemas também.

Então temos que acabar com os incêndios. Principalmente na Amazônia que é a principal riqueza do Brasil.

A produção textual do aluno 4 (quatro) com relação ao conteúdo temático traz a temática que ele se dispõe a tratar, que são as queimadas que acontecem em nosso país, principalmente na Amazônia. O aluno apresenta os prejuízos que o tema abordado por ele traz para a sociedade em geral, inclusive para as espécies animais. Com isso, o aluno busca conscientizar as pessoas para uma tomada de providência e mudança de postura diante da causa que se pretende defender. É perceptível a importância dada pelo aluno ao assunto com a

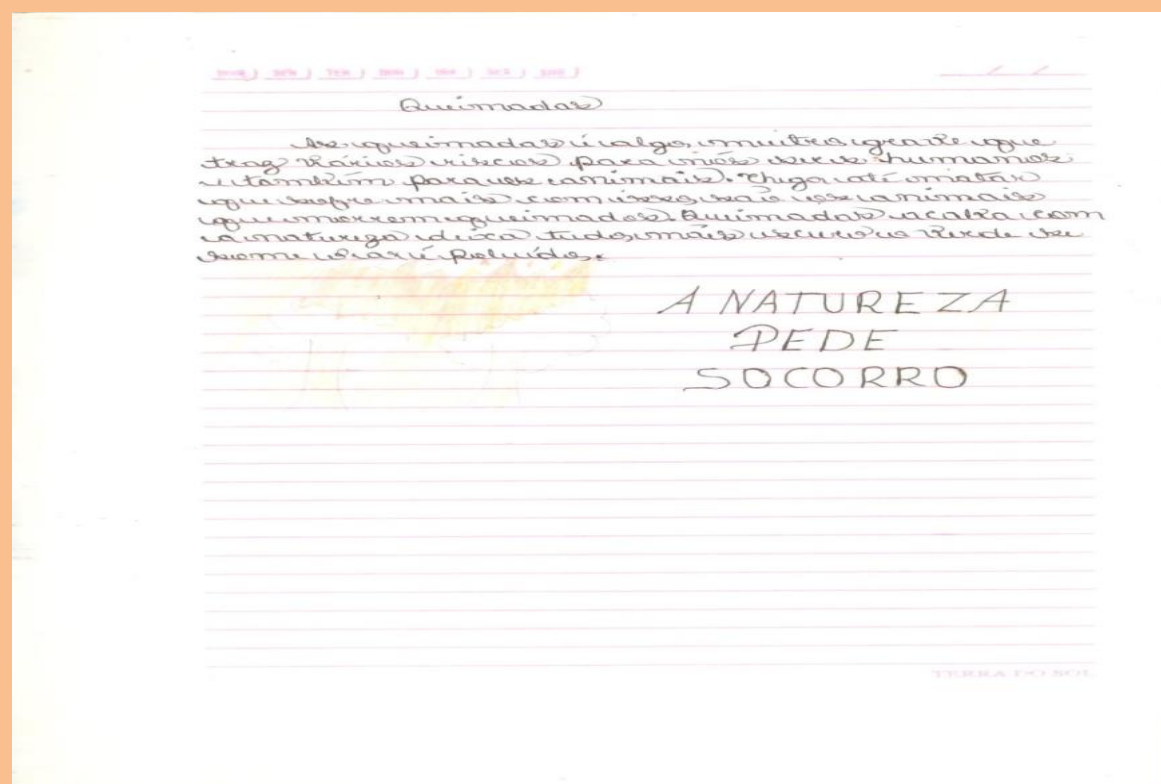
função de disseminar ideia e atrair a sociedade em defesa do meio ambiente.

No fator estilo, o vocabulário utilizado para falar do assunto comunica com a temática discutida, sendo utilizadas expressões correlatas com o assunto abordado. Ainda é usada uma linguagem informal com a predominância das classes gramaticais que representam os nomes, fazendo descrição dos fatos.

No que diz respeito aos elementos de composição de um gênero textual/discursivo o aluno se distancia das particularidades da propaganda, haja vista, que não faz uso de ilustrações, cores, símbolos que é muito presente no gênero textual/discursivo em análise. Faz a utilização de frases longas que não é uma característica muito utilizada na propaganda. O texto produzido traz uma predominância argumentativa, que também está contida na propaganda, no entanto, a composição se aproxima mais da redação, que muitas vezes é o único gênero textual/discursivo que o aluno tem o hábito de escrever.

Quadro 11- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 5

Produção I/Aluno 5



Queimadas

As queimadas é algo, muito grave que traz vários riscos para nós seres humanos e também para os animais. Chega até matar que sofre mais com isso são os animais que morrem queimados. Queimadas acaba com a natureza deixa tudo mais escuro o verde se

some o ar é poluído.

A NATUREZA PEDE SOCORRO

A produção do aluno 5 (cinco) especifica o conteúdo temático, defendendo que a prática de queimadas ocasionam problemas irreparáveis tanto para o ser humano quanto para os animais. Transmite ao leitor a necessidade de tomada de providência por parte de todos da sociedade. Na propaganda em análise, predomina um discurso mais descritivo da situação, que deixa transparecer uma mensagem de denúncia que também pode acontecer por meio da propaganda.

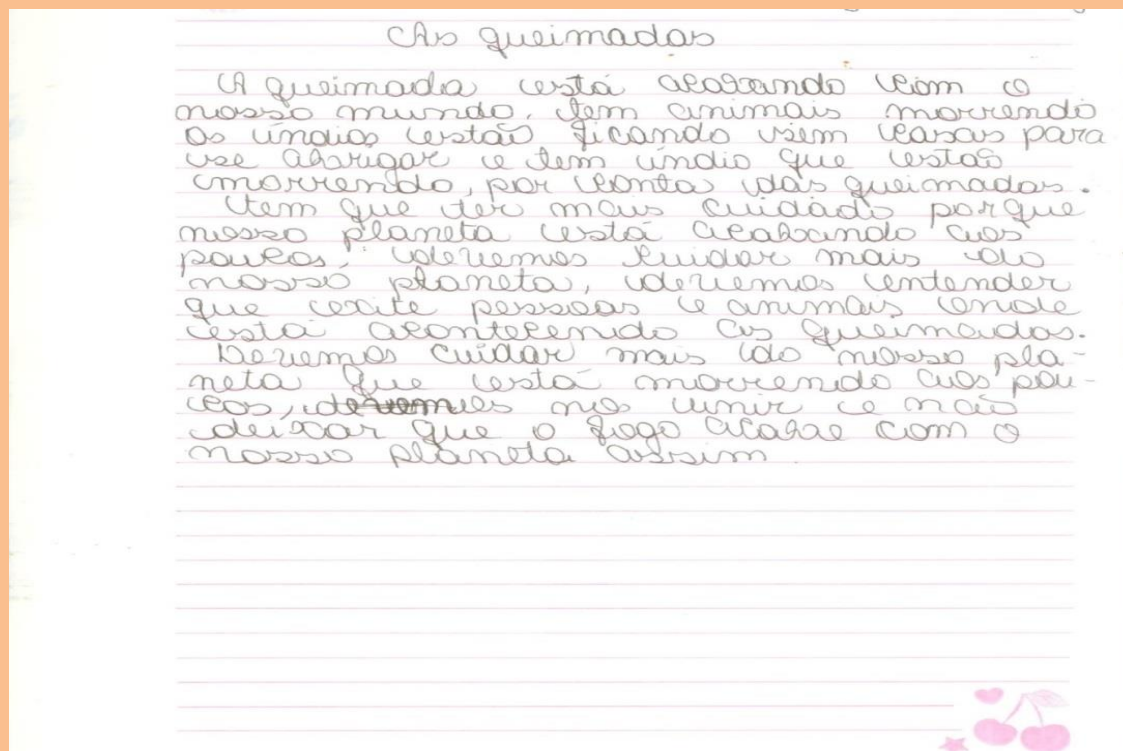
Nos elementos ligados ao estilo, presentes no texto, predomina uma linguagem que se aproxima da linguagem informal com o uso de elementos como o pronome pessoal “nós” a fim de se familiarizar com o leitor, particularidade da propaganda, também o aluno se utilizou das classes dos nomes muito presentes neste tipo de gênero textual/discursivo. O vocabulário que foi utilizado no texto tem uma coerência com a temática, pois as expressões pertencem ao mesmo contexto semântico.

Na composição, o uso das palavras e de ilustrações é percebido, como também o uso de frases em maiúsculas para dar uma ênfase maior ao propagado. O desenho ilustrativo do fogo dialoga perfeitamente com a ideia que se divulga. As características ora apresentadas pelo aluno 5 (cinco) em seu texto condiz com as utilizadas na produção de uma propaganda.

Um fator não muito presente na produção do gênero propaganda, que foi adotado pelo aluno em seu texto foi o uso de frases longas, uma vez que é mais presente neste tipo de texto um padrão de frases curtas, até como estratégias para levar o leitor à leitura da propaganda, a fim de prender a sua atenção em busca da divulgação e aceitação do que se procura propagar.

Quadro 12- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 6

Produção I/aluno 6



As queimadas

A queimada está acabando com nosso mundo, tem animais morrendo os índios estão ficando sem casas para se abrigar e tem índio que estão morrendo, por conta das queimadas.

tem que ter mais cuidado porque nosso planeta está acabando aos poucos, devemos cuidar mais do nosso planeta, devemos entender que existe pessoas e animais onde esta acontecendo as queimadas.

Devemos cuidar mais do nosso planeta que está morrendo aos poucos, devemos nos unir e não deixar que o fogo acabe com o nosso planeta assim.

A produção do texto do aluno 6 (seis) traz o conteúdo temático esclarecedor dos problemas vivenciados à época da aplicação da atividade. Uma temática que colocou em alerta autoridade do mundo todo, as queimadas, que estavam acontecendo no Brasil, com ênfase na Amazônia. O texto expõe a necessidade de tomada de providência e consciência para coibir os fatos, devido as queimadas estarem causando diversos danos ao ser humano e aos animais, característica do texto de propaganda, que é levar ao convencimento, não apenas a comprar algo, mas também a seguir uma determinada posição.

O texto tem a finalidade de atingir toda a sociedade, sendo este o seu público alvo,

expresso pelo pronome possessivo “nosso” que pode ser entendido como uma maneira de incluir todos, que pertencem ao mesmo ambiente social.

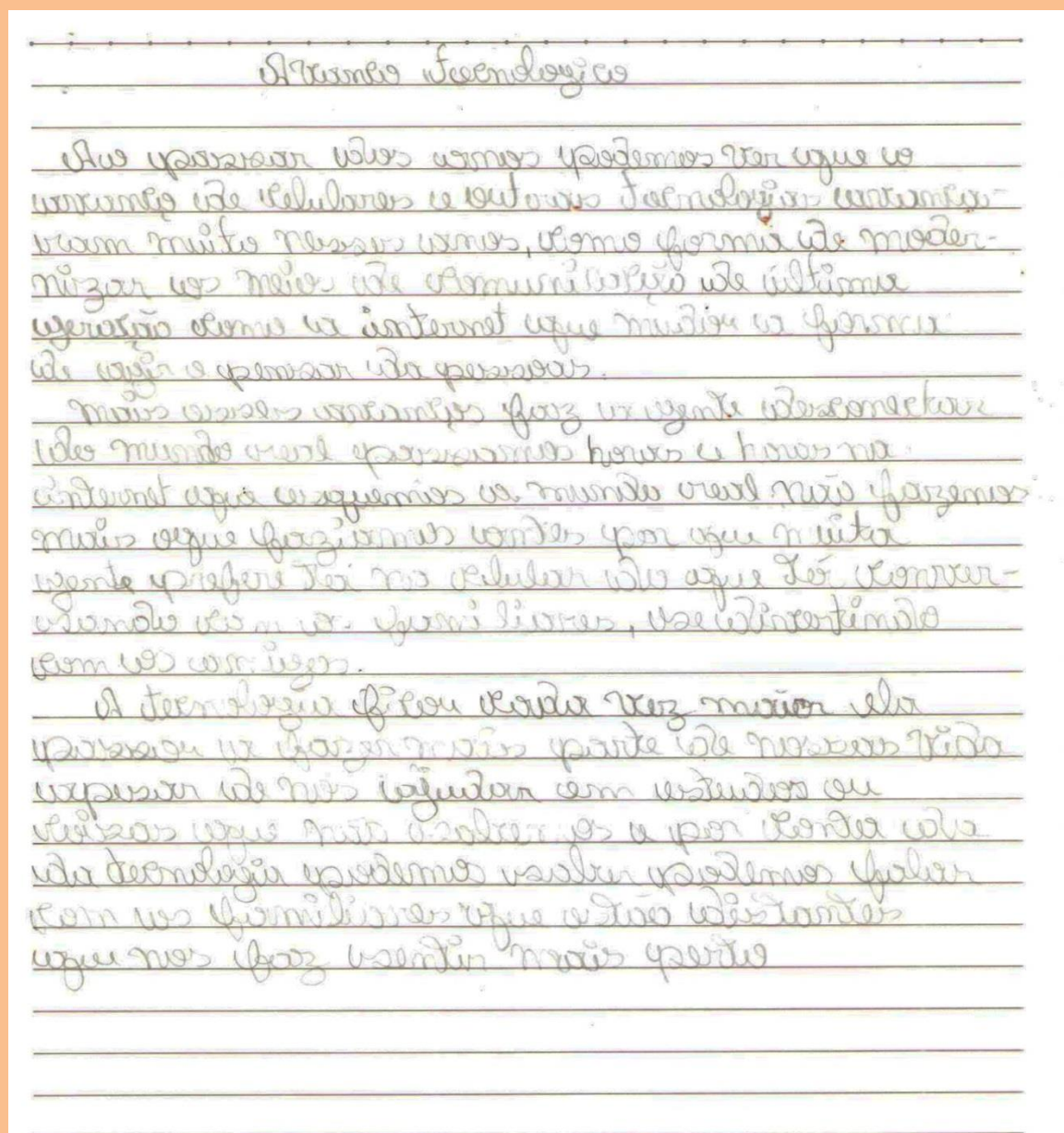
O estilo se prende a uma linguagem próxima da linguagem informal, apresentando ainda um vocabulário com expressão associada à temática, priorizando o uso de substantivos, pronome possessivo, adjetivo, pronome pessoal de primeira pessoa, que são bastante utilizados na construção de uma propaganda.

Na questão da composição, a produção do aluno 6 apresenta muita deficiência para o que se pretende através da propaganda. O texto é produzido com ênfase em frases extensas, parágrafos e períodos longos particularidades que se afastam do gênero textual/discursivo propaganda, que visa por meio de frases curtas e de efeito prender a atenção do leitor, para tentar convencê-lo a aderir ao que propaga.

É predominantemente o uso de uma linguagem verbal, sem se aproveitar das ilustrações gráficas presentes em quase toda a totalidade da propaganda.

Quadro 13- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 7

Produção I/Aluno 7



Avanço Tecnológico

Ao passar dos anos podemos ver que o avanço de celulares e outras tecnologias avançaram muito nesses anos, como forma de modernizar os meios de comunicação de última geração como a internet que mudou a forma de agir e pensar das pessoas.

Mais esses avanços faz a gente desconectar do mundo real passamos horas e horas na internet que esquecemos o mundo real não fazemos mais o que fazíamos antes porque muita gente prefere tá no celular do que tá conversando com os familiares, se divertindo com os amigos.

A tecnologia ficou cada vez maior ela passou a fazer mais parte de nossas vidas

apesar de nós ajudar em estudos ou coisas que não sabemos e por conta da tecnologia podemos saber podemos falar com os familiares que estão distantes que nos faz sentir mais perto

A produção desenvolvida pelo aluno 7 (sete) discute no seu conteúdo temático um assunto muito popular nos dias de hoje, porém, aborda de uma forma genérica, não focaliza um fato específico, que seria uma propriedade do texto propagandístico. Com um tema geral não permite focar em benefícios pontuais, atrapalhando assim, a disseminação de uma ideia e favorecendo a divulgação de várias dando a oportunidade do leitor escolher uma para aderir. Na propaganda não existem possibilidades de escolha entre duas ou mais ideias, produto ou serviço, existe apenas uma escolha a ser feita, pois não existe outra tão boa quanto a que se defende. Pois a finalidade é convencer, instruir a um posicionamento.

O estilo escolhido pelo aluno 7 (sete) na produção do texto não tem predominância do uso de adjetivação, buscando à atribuição de qualidades a causa defendida, o que se observa é uma descrição do assunto abordado.

Os elementos de composição do gênero textual/discursivo em estudo se distanciam com os predominantes na propaganda, pois não existe uma mescla de palavras com ilustrações, cores, símbolos. As informações devem ser organizadas com frases curtas, verbos no imperativo, enquanto no texto em análise produzido pelo aluno 7 (sete) é construído por meio de longos períodos, não sendo bem vinda esta caracterização na propaganda.

O texto do aluno demonstra elementos composicionais próximos ao utilizados em uma redação.

Quadro 14- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 8

Produção I/aluno 8



PRESERVE A NATUREZA

A propaganda produzida pelo aluno 8 (oito) traz um conteúdo temático muito discutido nos últimos meses, as queimadas que se espalhavam pelo país, como foco principal na floresta Amazônica. O texto procura transmitir a todo o mundo que só existe uma saída, a preservação da natureza caso contrário todos são destruídos. A função informativa que se pretende com a propaganda está repleta de outras intencionalidades, que vão da tomada de consciência a mudanças de postura do ser humano. Estas particularidades são primordiais nos textos propagandísticos.

Relacionado ao estilo, o aluno também se comporta de forma plausível, ao utilizar uma linguagem informal que se aproxima de toda sociedade, faz o uso de forma oculta do pronome pessoal “você” para fazer seu direcionamento e pedido, buscando atrair todos a abraçar a causa que defende: a preservação da natureza.

Os elementos de composição usados na produção do texto são recorrentes da propositura do gênero textual/discursivo propaganda, a distribuição da mensagem através de frases curtas, de palavras e de ilustração, o uso de palavras com diferentes tipos de letras, cores variadas, símbolos, tudo isto faz parte do repertório de um bom projeto de uma propaganda.

Quadro 15- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 9

Produção I/Aluno 9



LEMBREM SE EU MORRER VOCES MORREM TAMBEM

Ao analisar a propaganda acima, observamos que o seu conteúdo temático tem consonância com os assuntos recorrentes no meio social, haja vista, que a discussão sobre o meio ambiente não é nova. No entanto, esta disponibilidade em tratar do assunto se justifica pelo fato de o Brasil ter passado os últimos meses discutindo o tema, devido à preocupação com a floresta Amazônica, que passa por uma série de queimadas, que destroem os animais e de forma geral a natureza.

A produção do texto tem o objetivo de chamar a atenção do ser humano e advertir, que a natureza está sendo destruída, com isso o impacto também cairá neles. A função informativa, que o texto busca, perpassa e requer uma mudança de postura das pessoas diante do assunto enfrentado. O texto produzido pelo aluno 9 (nove) consegue atender as características relacionadas ao conteúdo temático do gênero propaganda.

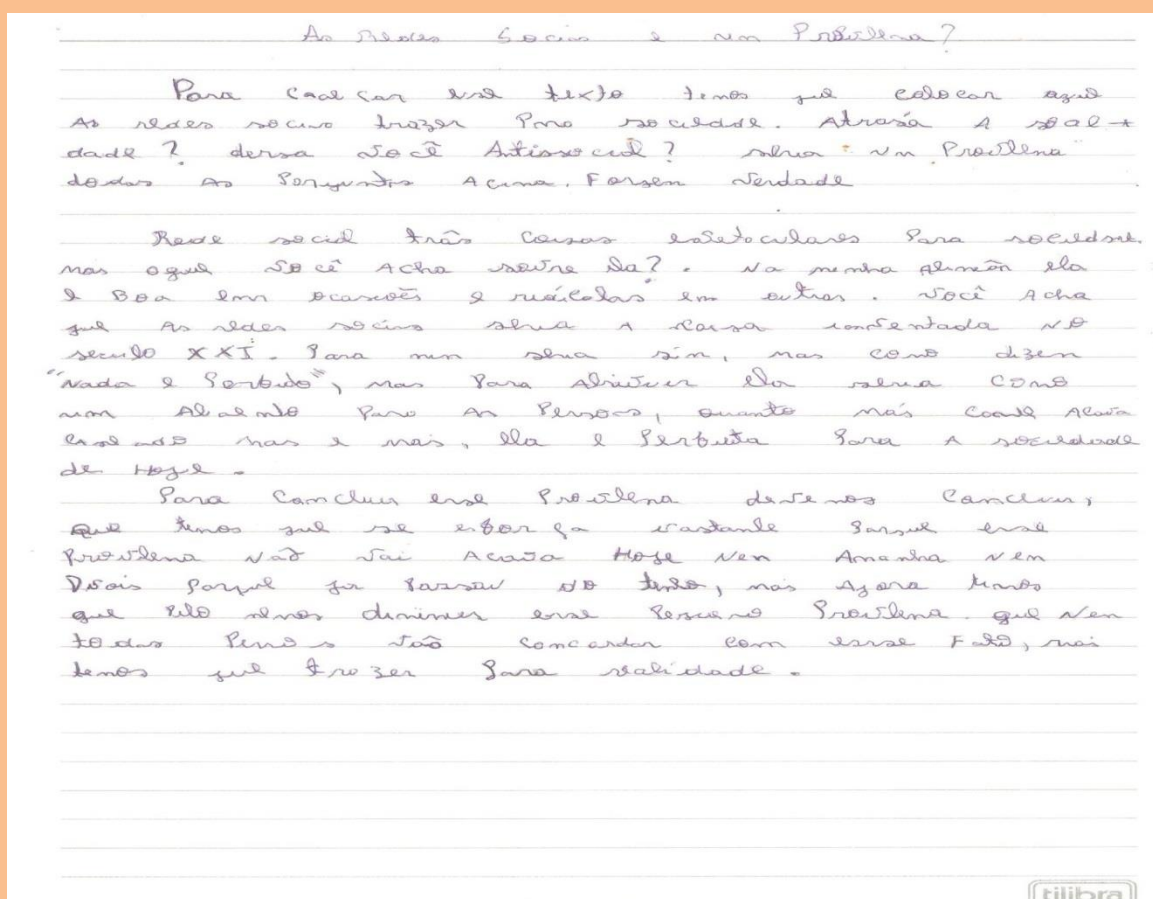
No estilo, percebemos o uso da linguagem informal como forma de aproximação do público, dando a demonstração de que todos fazem parte da mesma causa. Este tipo de linguagem é bastante usada nos textos de propagandas. O léxico que o aluno utilizou remete a vocábulos de aproximação com o tema discutido, totalmente em conexão com o assunto.

Com relação aos elementos de composição, o texto se utiliza das palavras, bem como das ilustrações, cores variadas, desenhos representativos, que são primordiais na construção de um texto de propaganda. Ainda visualizamos que as informações são organizadas de forma que a argumentação está representada tanto na frase produzida quanto no desenho ilustrado.

O texto analisado atende as características de um gênero textual/discursivo de propaganda.

Quadro 16- PRODUÇÃO TEXTUAL INICIAL DO ALUNO 10

Produção I/Aluno 10



As Redes Sociais e um Problema?

Para começar esse texto temos que colocar o que as redes sociais trazem para a sociedade. Através a sociedade? Deixa você antissocial? Seria um problema todas as perguntas acima, fossem verdade

Rede social trás coisas espetaculares para a sociedade, mas o que você acha sobre ela? Na minha opinião ela é boa em ocasiões e ridículas em outras. Você acha que as redes sociais seria a coisa inventada no século XXI. Para mim seria sim, mas como dizem "nada é

perfeito”, mas para aliviar ela seria como um (ilegível) para as pessoas, quanto más vai aperfeiçoando mas e mas, ela é perfeita para A sociedade de Hoje.

Para concluir esse problema devemos concluir Que temos que se esforçar bastante porque esse problema não vai acaba Hoje Nem Amanhã Nem Depois porque já passou do tempo, mas agora temos que pelo menos diminuir esse pequeno problema. que Nem todas pessoas vão concordar com esse Fato, mas temos que trazer para realidade.

Na produção textual do aluno 10 (dez) o que detectamos com relação ao conteúdo temático é que ele atende aos procedimentos pertencentes a esse elemento componente dos gêneros como: o aluno escreveu uma propaganda, que busca conscientizar as pessoas para fazer o uso das redes sociais com cautela, tendo estas pessoas a oportunidade de aproveitar os benefícios e se distanciar do que causa problema. O público ao qual se dirige é todos os usuários de redes sociais, a funcionalidade do texto é a valorização do uso consciente das redes sociais.

No tocante ao estilo, atende parcialmente as características do gênero textual/discursivo propaganda: faz o uso da linguagem informal para se aproximar do público ao usar o pronome pessoal “você”, porém, a estrutura frasal não condiz com a realidade do texto propagandístico por ser extensa, já que na propaganda são utilizadas frases breves como forma de atrair o leitor a ler a mensagem. O texto do aluno apresenta uma estrutura de um texto dissertativo, na qual ele procura problematizar na introdução, inclusive fazendo questionamentos, para em seguida desenvolver o texto com argumentos para defender o ponto de vista, de que as redes sociais podem ser boas ou ruins, porém vai depender da ocasião, e ao final do texto o autor se posiciona sobre o assunto.

Com relação à composição, o aluno se afasta completamente do gênero textual/discursivo propaganda: ele não faz o uso da linguagem não verbal, ou melhor, de ilustrações, de imagens, de cores, de símbolos que é essencial na propaganda. A estrutura das frases, em um texto de propaganda devem ser curtas e breves, o aluno produz um texto com características que atendem ao texto dissertativo, as informações são construídas em forma de parágrafos que geralmente não ocorrem na propaganda.

Com o término das análises das produções iniciais de leitura e da produção textual inicial, seguindo as fases da sequência didática aplicamos três módulos, para tentar sanar ou pelos menos amenizar algumas dificuldades encontradas, quando da aplicação das atividades. Na questão da leitura, podemos ver que o aluno apresenta dificuldades de reflexão, análise,

quando o assunto precisa de uma interação com o meio social.

A maioria dos alunos demonstra um nível não adequado quando a atividade foge da perspectiva de decodificação. Alguns alunos não apresentam habilidades suficientes para dialogar com o texto na perspectiva interacional, pois estão presos apenas aos que estão contidos nas palavras de um texto.

No quesito produção textual, foi percebido com maior ênfase o problema do desconhecimento da estrutura do gênero textual/discursivo propaganda, os elementos composicionais que precisam se fazer presente quando da produção de uma propaganda.

Diante dos problemas encontrados, os módulos da sequência didática foram distribuídos e estudados da seguinte maneira: primeiro módulo: Concepções de língua, leitura, escrita, texto e gênero textual/discursivo na perspectiva sociointeracionista. O segundo módulo: Elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: Conteúdo temático, estilo e composição. Terceiro módulo: O gênero propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: Conteúdo temático, estilo e composição.

6.3- Análises da atividade final de leitura

Queremos inicialmente esclarecer que estas análises se referem à atividade final de leitura que expomos o modelo na página 114, assim retomamos cada uma das perguntas que compõem a referida atividade. A produção final de leitura é formada por 8 (oito) questões, sendo 3(três) de ordem objetiva e 5 (cinco) de cunho subjetivo.

De posse das atividades resolvidas, passamos a analisar as respostas concebidas pelos alunos com o intuito de detectar se houve avanço em competência leitora em uma perspectiva interacionista, como também apresentar possíveis dificuldades. Para a análise foi levantada uma amostragem de 10 (dez) atividades. O critério de escolha foi à participação dos alunos em todas as etapas da intervenção pedagógica. Destacamos, que as análises feitas tanto na atividade inicial de leitura quanto na atividade final de leitura, foram selecionados os trabalhos desenvolvidos pelos mesmos alunos respectivamente. Desta forma, comparamos as atividades de leitura inicial e final dos mesmos alunos como forma de detectar o que se modificou.

Os resultados foram apresentados por meio de percentuais em gráfico com comentários relacionados a cada questão, bem como análise de questão quando envolve pergunta em que os alunos precisem apontar as características das propagandas com base nos

elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição. A análise preocupa-se em comparar os dados apontados na atividade de leitura inicial comparando a esta atividade de leitura final.

A ilustração a seguir representa o resultado atribuído pelos alunos à primeira pergunta da atividade, que procura perceber se os alunos demonstram capacidade de inferir o público específico da propaganda trazida na atividade.

Nesta questão, tem-se a expectativa de que os alunos consigam perceber que os efeitos de sentido possíveis, que mais se associam a pergunta é a alternativa “B”, por se tratar na pergunta de um interlocutor específico de acordo com o tema abordado na propaganda, conscientizar os motoristas de que a utilização de bebida alcoólica ao dirigir pode causar a morte. Assim, a propaganda se dirige de forma específica aos condutores de carros que costumam ingerir bebidas alcoólicas, quando estão no volante. Observemos o gráfico.

PERGUNTA Nº 1

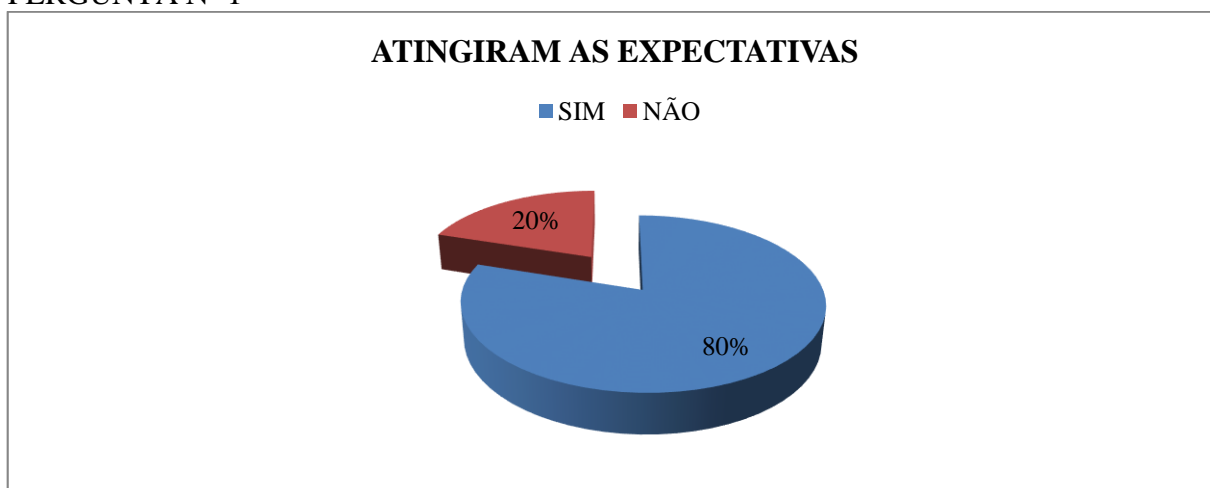


Gráfico 41- Percentual relativo à resposta da questão 1 (um) da atividade final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

O desempenho dos alunos com relação a perceber no texto o público alvo é muito satisfatório, isto demonstra um avanço muito bom em comparação à atividade inicial de leitura. A pergunta 5 (cinco) da atividade inicial de leitura referia exatamente ao público alvo, porém o desempenho observado naquela situação foi que 50% por cento dos alunos não conseguiam encontrar esta informação com precisão, ou seja, apresentavam deficiência. Agora podemos detectar através dos números exibidos no gráfico acima, que 80% dos mesmos alunos são capazes de enxergar esta informação nos textos de propaganda, um resultado que se modifica de maneira positiva. Diante deste contexto, houve um aumento de 30% por cento de avanço.

Os dados da sequência vêm exibir as respostas atribuídas pelos envolvidos à pergunta 2 (dois) do exercício de leitura em análise, que se refere ao autor que produziu o texto. Como a propaganda tem a finalidade de conscientização para o não consumo de bebidas alcoólicas ao dirigir, é esperado como resposta, que os alunos se manifestem no sentido de dizer que o produtor do texto é algum órgão ligado à regularização de trânsito, empresas envolvidas na formação de condutores ou qualquer entidade representativa dos motoristas, bem como qualquer personagem que tenha ligação com a causa defendida pela propaganda. Assim, observamos que existe mais de uma possibilidade de resposta possível.

Os números que representam as respostas dos alunos são apresentados a seguir.

PERGUNTA N° 2

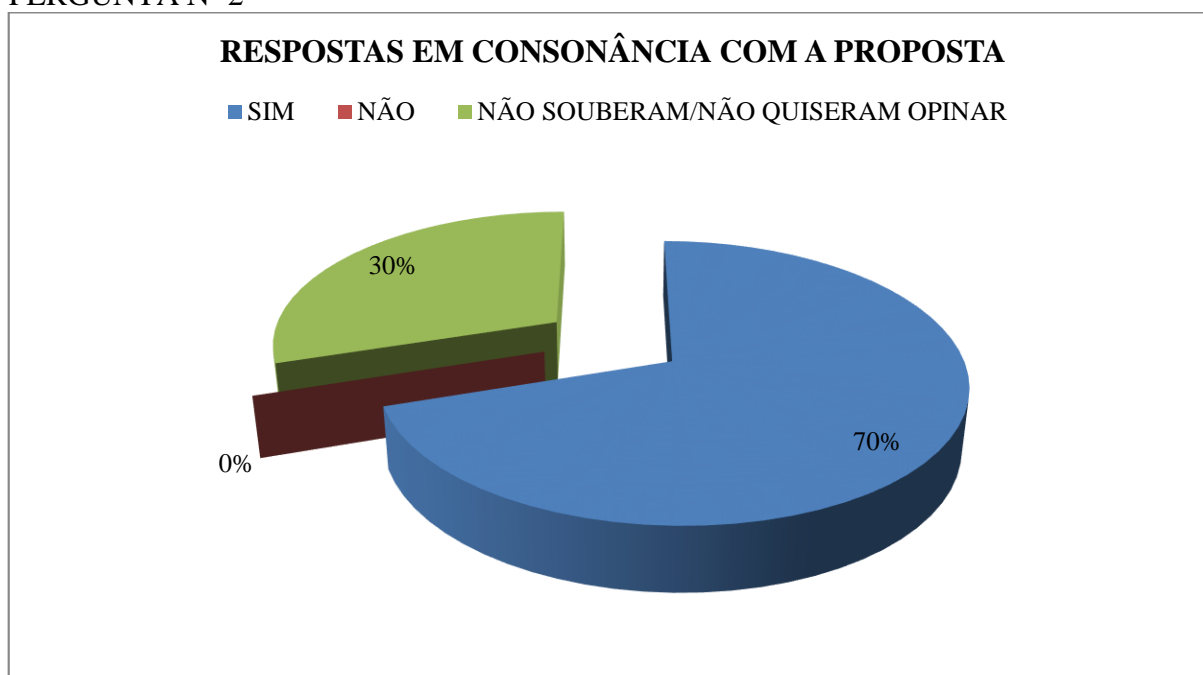


Gráfico 42- Percentagem relacionada à pergunta 2 (dois) da atividade final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os dados mostram que mais da metade dos alunos que responderam a atividade possuem proficiência em detectar o autor de um texto através dos elementos de linguagem trazidos por ele. Pois como respostas que podem ser consideradas em consonância com a proposta da pergunta 2 (dois) da atividade final de leitura, a maioria que é um percentual de 70%, deu como resposta que o produtor da propaganda era: os guardas de trânsito, o DETRAN que se refere ao Departamento Estadual de trânsito, as autoescolas, a empresa Gomes Outdoor. No entanto, percebemos que ainda existe um número considerável que não conseguiu identificar o autor do texto, uma vez que 30% dos participantes não souberam/não quiseram opinar. Mas se comparado com os percentuais do exercício de leitura aplicado

durante a produção inicial, é visível que houve um melhoramento, ou seja, o percentual de agora quando referente ao alcance da resposta adequada no quesito autor do texto aumentou em 20% por cento com relação aos percentuais apresentados na atividade anterior da produção inicial.

A questão 6 (seis) da atividade de leitura inicial coincide com a questão 2 (dois) da atividade de leitura final em análise, e naquela ocasião apenas 50% por cento dos alunos eram capazes de enxergar o autor do texto por meio das informações contidas em um texto de propaganda.

Assim sendo, de qualquer forma também houve um avanço nesta competência de leitura. E isto é um dado muito importante, pois nos possibilita compreender que com a prática mais extensiva e efetiva utilizada neste trabalho é possível fazer com que estes números caiam ainda mais e o número de alunos com esta proficiência se torne maior.

As respostas atribuídas a pergunta 3 (três) da atividade de leitura final são relacionadas com a possibilidade do leitor poder produzir sentidos em um texto através da associação da linguagem verbal, as palavras, e da linguagem não verbal, ilustrações, cores, símbolos, presentes no texto.

Na questão em análise, o que desejamos saber é, quais são os sentidos possíveis na propaganda em destaque do exercício de leitura final com relação à utilização da cor preta e amarela, linguagem não verbal, correlacionado com uma exposição escrita através das palavras, linguagem verbal, que fazem parte também do texto propagandístico em comento.

O esperado como possíveis respostas a este tipo de pergunta é que o aluno seja instruído a afirmar que a cor amarela pode significar: atenção, alerta, neste tipo de situação, já a cor preta fica mais para luto, morte, escuridão neste contexto da propaganda, e que o texto escrito da propaganda descreve uma situação que a ideia de que o uso de bebida alcoólica junto com direção leva à morte.

Desta forma, a associação das cores com as palavras do texto escrito, procura transmitir aos condutores de automóveis que a bebida não combina com direção, pois a proximidade com a morte é inevitável. É neste sentido que esperamos o comportamento dos participantes da atividade.

A seguir são exibidos os números das respostas dadas pelos alunos.

PERGUNTA Nº 3

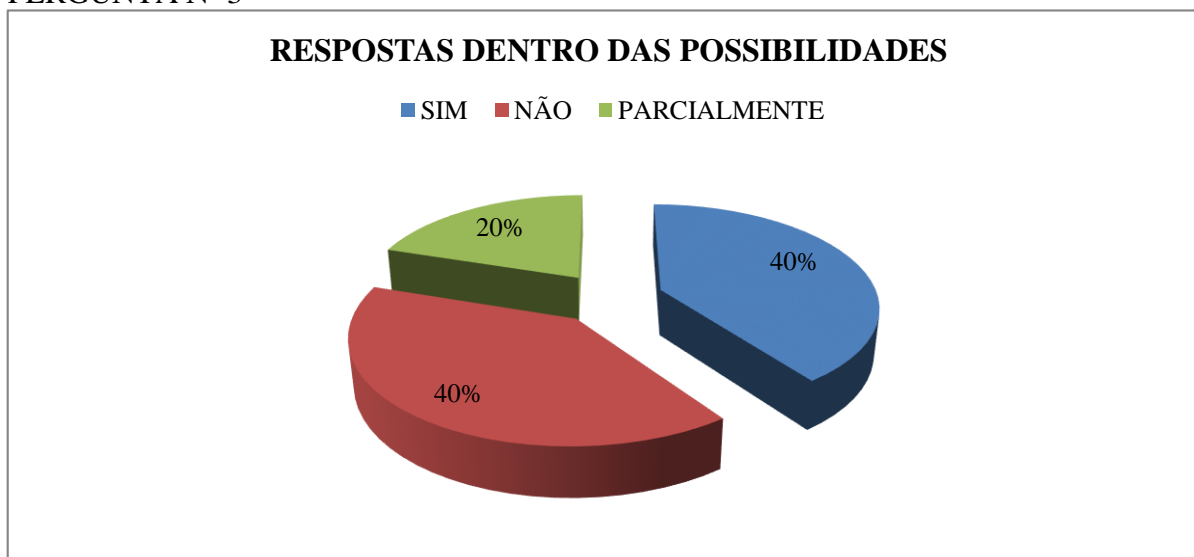


Gráfico 43- Percentual relativo à resposta 3 (três) da atividade final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

No gráfico acima, consideramos como “sim” o percentual relacionado aos alunos que conseguiram fazer a leitura levando em conta os efeitos de sentido possíveis para as cores preta e amarela em acordo com o contexto da propaganda, que é chamar a atenção para o perigo de beber e dirigir, que pode levar à morte. Diante disto, 40% dos participantes da atividade de leitura final responderam dentro das possibilidades esperadas. Trazendo como resposta: que a cor preta representa a morte, a cor amarela representa alerta, atenção, cuidado, levando ao efeito de sentido possível que o uso de bebidas alcoólicas ao dirigir é sinônimo de morte.

Consideramos como “parcial”, quando o aluno faz a descrição do efeito de sentido possível apenas se direcionado a uma única cor, trazendo como respostas somente: a morte, a atenção, que respectivamente pode ser uma leitura possível para o significado da cor preta e amarela. Neste sentido se manifestaram um percentual de 40% dos participantes.

E consideramos como “não” aquelas respostas dadas pelos alunos, que não conseguiram se enquadrar dentro da finalidade de produção da propaganda, que é o perigo em ingerir bebidas alcoólicas ao dirigir, pois uma das consequências pode ser a morte. Assim, respostas dadas como: a cor amarela está no formato de uma pista e a cor preta para destacar mais a placa, foi considerada como resposta que não ficou dentro das possibilidades. Nesta direção se manifestou um percentual de 20% dos participantes da atividade em análise.

Os números concernentes às respostas atribuídas pelos alunos dentro das possibilidades possíveis de produção de sentidos que a questão 3 (três) aborda ainda não são os ideais, há um percentual considerável de alunos que não conseguem uma articulação entre

linguagem verbal e não verbal para a produção de sentidos de um gênero, especificamente da propaganda.

No entanto, um fato interessante e importante é que há alunos que não conseguiram atingir por completo o objetivo da pergunta, mas, se posicionaram de forma parcial. Deste modo, estes alunos atingem um determinado conhecimento que lhes possibilitam a produção de certo efeito de sentido, que pode ser referente somente à linguagem verbal ou apenas à linguagem não verbal.

Um fator ainda mais importante e precioso é que mesmo de forma tímida houve avanços com relação à pergunta em análise, haja vista que a questão 7 (sete) da atividade de leitura aplicada na produção inicial versa sobre a mesma abordagem, e o percentual de alunos que conseguiram alcançar o objetivo proposto foi apenas 20% por cento. Em comparação com a situação atual houve um aumento de 20% por cento, nada ruim considerando a situação anterior.

É possível percebermos ainda, que na atividade anterior havia um público de 40% por cento que não atribuíram nenhuma resposta à questão, enquanto na atividade atual seja de forma integral ou parcial nenhum aluno deixou de participar. É um fato que deve ser comemorado em virtude da percepção de que pelo menos estes alunos estão tentando, começaram a despertar o gosto pela participação. Esta situação demonstra que os alunos foram provocados e abraçaram o chamado, como também se presume que sendo provocados os alunos podem atender.

O gráfico seguinte traz os números pertencente à pergunta 4 (quatro) do exercício de leitura, que versa sobre a importância dos elementos de linguagem para a produção de sentido em um gênero, inclusive na propaganda.

O texto de propaganda da atividade em análise apresenta em sua constituição uma passagem irônica, que visa chamar a atenção do leitor. Diante disto, queremos saber que sentido são possíveis para esta ironia de acordo com a situação de interação proposta na propaganda.

Dentre as alternativas mencionadas na questão em discussão a mais apropriada com a situação abordada é a letra “C”, que procura ligar à figura da ironia à demonstração de um fato que está prestes a acontecer, caso os condutores de automóveis não tomem as precauções necessárias. A ironia nesta situação é um elemento de linguagem utilizado para produzir um efeito de sentido de antecipação, de cuidado, a fim de mostrar que a combinação entre álcool e direção não pode acontecer, pois pode causar a morte.

O resultado das respostas dadas pelos alunos a este tipo de pergunta é o seguinte.

PERGUNTA Nº 4



Gráfico 44- Percentual relacionado à resposta da questão 4 (quatro) do exercício final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As informações trazidas equilibram a turma participante na questão da compreensão dos elementos da língua como uma estratégia de produção de sentido, que podem ser utilizados como uma maneira de transmissão de uma informação a ser percebida pelo leitor, levando em conta o aspecto linguístico definido para o efeito desejado.

Os números não são desanimadores, pois temos a metade dos participantes que é capaz de se utilizar dos elementos da língua para compreender determinados posicionamentos dentro de um gênero textual/discursivo. Os números já foram piores, basta observar a questão 4 (quatro) da atividade inicial de leitura, que trata do mesmo conhecimento explorado no exercício em análise, no qual apenas 30% por cento apresentaram desempenho satisfatório.

Diante desta configuração, houve um acréscimo primordial de 20% por cento no aprendizado dos envolvidos. O número só vem consolidar mais ainda a importância do trabalho desenvolvido.

Nos dados do exercício anterior de leitura, também é possível a percepção de 20% por cento dos alunos que não souberam/não quiseram opinar. Nesta atividade de leitura atual não tivemos este perfil de aluno. Isto só mostra que o trabalho que vem sendo desempenhando está conseguindo atrair o aluno e transformando-o em um ser mais participativo e com um nível de aprendizado mais eficiente.

Quanto à questão 5 (cinco) do exercício de leitura em discussão, ela aborda a finalidade do gênero textual/discursivo propaganda, especificamente a trazida pela atividade. Nesta pergunta, o objetivo é ter um prognóstico se os alunos participantes conhecem a finalidade de um texto propagandístico, quando se trata de assuntos ligados à conscientização

social.

Como o tema da propaganda discute os perigos causados ao dirigir sobre o efeito de bebida alcoólica, presumimos como sentido possível a sua finalidade: é a conscientização sobre os danos que beber e dirigir provoca. Assim sendo, a resposta mais contundente para a pergunta é a alternativa “D”. O gráfico seguinte mostra os resultados das respostas dos alunos.

PERGUNTA Nº 5



Gráfico 45- percentagem relacionada à questão 5 (cinco) da atividade final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Houve uma unanimidade nas respostas dos alunos, todos que participaram da resolução da pergunta demonstraram total eficiência ao analisar a finalidade da propaganda. Este desempenho é ótimo, porque revela uma consolidação de uma intervenção pedagógica que se faz necessária em diversas situações de aprendizagem.

O aprendizado foi satisfatório neste tópico que favorece a um desempenho eficaz na leitura de texto, pois quando conseguimos perceber a finalidade de um texto, estamos mais próximos de concretização dos sentidos possíveis que um gênero textual/discursivo pode oferecer.

Na atividade de leitura aplicada durante a etapa da produção inicial os dados referentes à pergunta sobre a finalidade do texto foi abordada na questão 2 (dois) e os percentuais já externavam um bom aproveitamento, 80% por cento dos envolvidos possuía esta competência de reconhecer a finalidade de uma propaganda. No entanto, este percentual deu um salto e chegou a ser unânime.

A questão 6 (seis) aborda os elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos especialmente da propaganda. Nesta pergunta, os alunos têm a oportunidade de mostrar o conhecimento que desenvolveram durante a intervenção pedagógica sobre conteúdo temático, estilo e composição. Esta atividade requer que o aluno descreva as características que cada elemento constitutivo apresenta ao analisar a propaganda exposta no exercício de produção

final de leitura.

O que desejamos é que as respostas dos alunos se aproximem dos seguintes efeitos de sentidos possíveis: o conteúdo temático: é uma propaganda que se ocupa dos perigos de consumir bebida alcoólica e dirigir. Com isso, busca conscientizar as pessoas para não ingerirem bebida alcoólica ao dirigir, pois desta forma pode estar preservando a vida. Assim, o gênero textual/discursivo propaganda exerce a função de promoção da diminuição dos acidentes e morte no trânsito.

O estilo utilizado na propaganda trazida pelo exercício em análise parte de uma linguagem informal, característica do dia-a-dia, pois se dirige ao público com certa intimidade ao utilizar de forma oculta o pronome pessoal “você”. As frases são construídas em forma de perguntas, para fazer o público alvo refletir a respeito de sua conduta, há também frases afirmativas para concretizar os fatos. Prevaecem as classes de palavras substantivos e adjetivos, para apresentar os envolvidos na interação, qualificando-os ou especificando-os.

A forma composicional da propaganda é construída por meio de palavras, linguagem verbal e ilustrações, linguagem não verbal. São usadas cores variadas para representação de determinados acontecimentos em acordo com a situação de comunicação. As letras são em maiúsculas e grandes, quando se pretende enfatizar a informação. A imagem de um asfalto é ilustrada como maneira de contextualizar e associar a causa divulgada. O tipo de texto que predomina é o argumentativo, buscando convencer o público.

Na resposta a esta questão, no caso a 6 (seis), os alunos são avaliados da seguinte maneira: caso consigam apresentar na íntegra as características demonstrada acima, com poucas distorções o desempenho é considerado integral. Se os alunos conseguem apresentar algumas características que façam parte dos elementos em discussão, esse desempenho é considerado parcial caso não apresentem nenhuma similaridade com as características desejadas o desempenho é considerado não satisfatório, ou não souberam/não quiseram opinar quando não se manifestarem.

O gráfico abaixo exhibe os percentuais relativos ao elemento constitutivo conteúdo temático.

GRÁFICO I DA PERGUNTA Nº 6

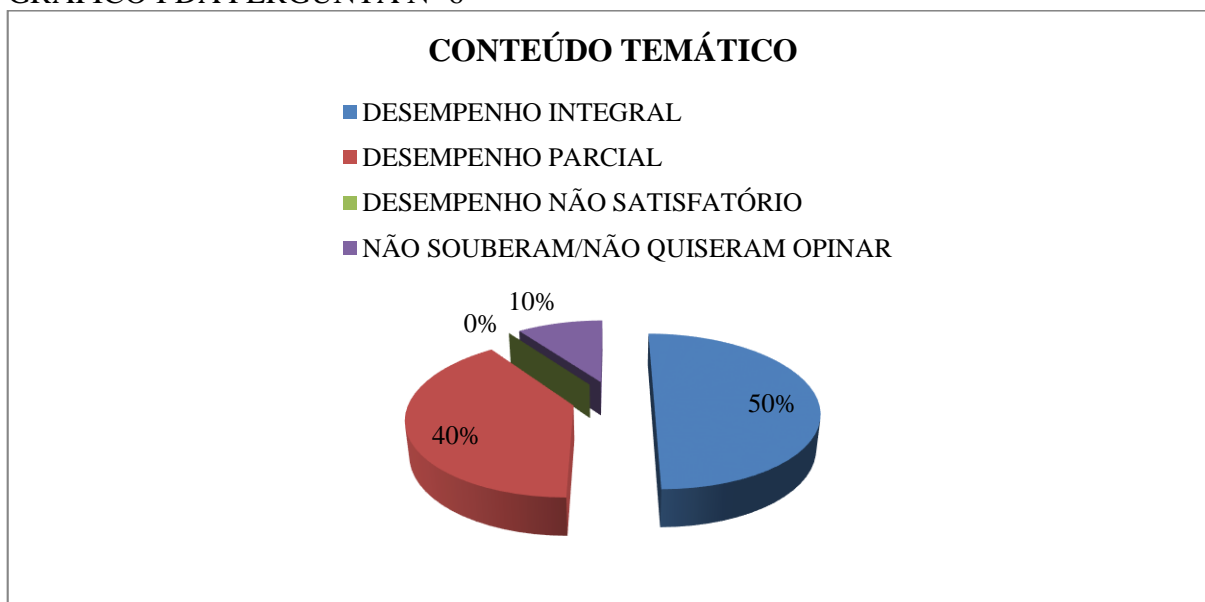


Gráfico 46- Percentual relativo à resposta da questão 6 (seis) do exercício final de leitura com relação ao conteúdo temático;

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os percentuais apontados são muito esclarecedores, visto que, os alunos nunca tinham tido a oportunidade de estudar os elementos constitutivos de um gênero textual/discursivo, mesmo assim, a participação deles mostra um aproveitamento satisfatório. Do total dos participantes 50% por cento conseguem atender aos objetivos almejados, 40% por cento representam os alunos que de forma parcial enxergam alguma característica ligada ao conteúdo temático e somente 10% por cento não se manifestaram de nenhuma forma.

A análise dos números nos leva a presumir que a continuidade do trabalho aplicado de forma efetiva e constante pode ser fundamental para que a grande maioria possa alcançar o mesmo nível de compreensão do conteúdo temático, e seja fator fundamental no desempenho da leitura de texto.

Os dados a seguir representam as respostas dos alunos relativas ao estilo utilizado na propaganda.

GRÁFICO II DA PERGUNTA Nº 6

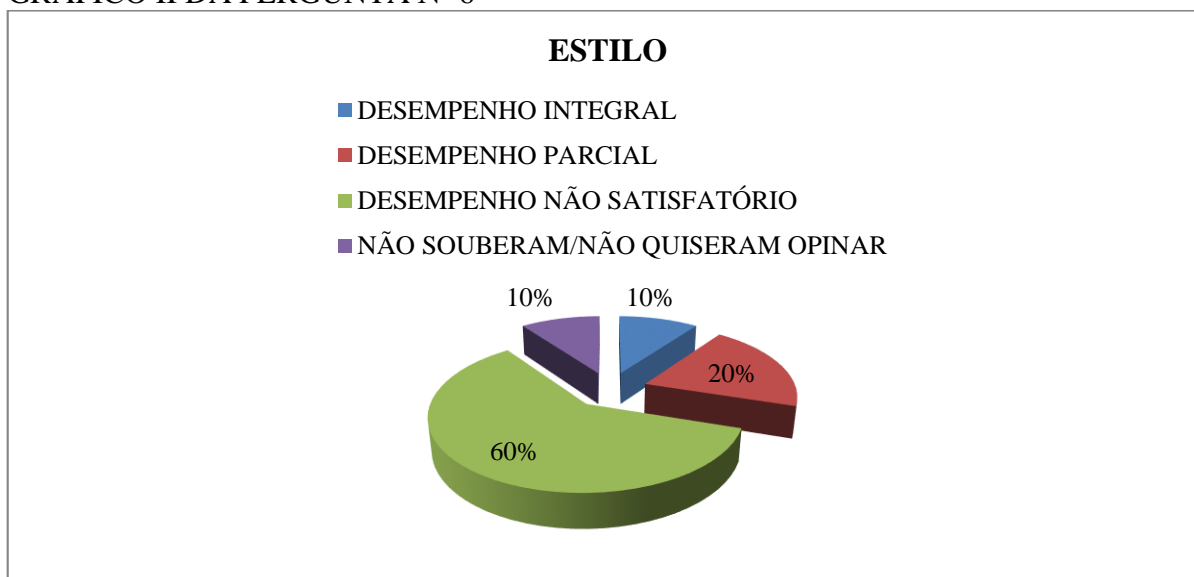


Gráfico 47- Percentual relativo à resposta da questão 6 (seis) do exercício final de leitura com relação ao estilo
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Em relação ao estilo, os percentuais mostram que os envolvidos possuem uma fragilidade no conhecimento das formas linguísticas que são empregadas de acordo com o contexto específico de interação, para produção do gênero propaganda. É um elemento que precisa de um enfoque com mais frequência e efetividade.

Os dados mostram que 60% por cento dos participantes ficaram com déficit no estilo que foi utilizado na organização da propaganda trazida pela atividade final de leitura. Um número alto, caso não fosse o contato dos alunos pela primeira vez com a temática. Levando em conta ser a primeira vez que o aluno se depara com este tipo de discussão, é de se animar com o fato de 10% por cento ter conseguido um desempenho integral e 20% por cento ter obtido um desempenho parcial.

Esta realidade só esclarece que é possível levar o aluno a avançar na consecução do conhecimento, para isto precisamos diagnosticar os problemas que são enfrentados pelos alunos e buscar procedimentos que ajudem a ultrapassá-los.

Em seguida relata-se o desempenho dos discentes no quesito composição, o resultado das respostas segue adiante no gráfico.

GRÁFICO III DA PERGUNTA Nº 6

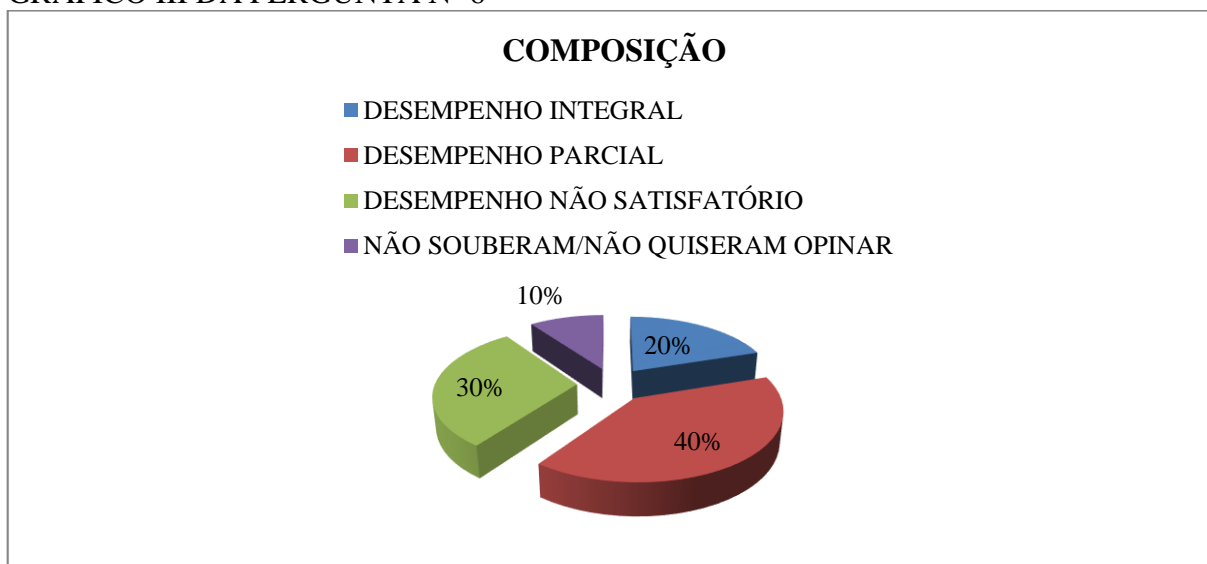


Gráfico 48- Percentual relativo à resposta da questão 6 (seis) do exercício final de leitura com relação à composição; Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os índices a respeito do conhecimento dos alunos sobre o elemento constitutivo dos gêneros, a composição, observados de forma geral revelam que houve certo tipo de progresso. Entre o desempenho integral e o parcial temos um percentual de 60% por cento, nada fora do padrão para àqueles que tiveram o contato pela primeira vez.

De uma forma ou de outra os alunos conseguiram assimilar algum tipo de aprendizado pertinente ao elemento de composição do gênero, especificamente da propaganda. Quando o aluno mostra habilidade ainda que seja de forma parcial ele demonstra que assimilou o conhecimento, embora que de maneira não suficiente, que possa lhe possibilitar tratar de questões de nível mais elevado.

Os participantes que não souberam/não quiseram opinar junto com os que não apresentaram um desempenho satisfatório somam 40% por cento, um percentual menor que àqueles que possuem algum tipo de competência no tema em discussão.

Diante dos percentuais apontados, o que fica caracterizado é que a aprendizagem ocorreu, porém, precisamos avançar ainda mais com o intuito de nivelar os participantes em perfil melhor no que refere ao aspecto composicional dos gêneros textuais/discursivos, em especial do gênero propaganda.

Os números a seguir expressam as respostas dos alunos participantes da atividade final de leitura relativas à pergunta 7 (sete), que aborda a questão dos elementos de composição que facilitam a compreensão da finalidade da propaganda.

Desta forma, esperamos que as respostas proferidas pelos discentes fossem da proximidade de relatar que os elementos detectados na propaganda em discussão são: a

ilustração de um asfalto com as linhas na cor amarela que indica atenção, cuidado, combinando com as frases em letras maiores e brancas, que utiliza as palavras bebeu, dirigindo, viúva, como também a frase abaixo em letras menores: dirigir e beber é suicídio.

Pode-se ainda ser descrito a cor preta que prevalece na propaganda, e que na situação de interação que ocorre pode representar possíveis efeitos de sentidos como escuridão, morte, luto, além do local em que a propaganda é fixada, que pode ser um elemento primordial para se chegar aos efeitos de sentidos possíveis a depender do propósito comunicativo.

As respostas dos envolvidos são classificadas da seguinte maneira: quando se aproxima do exposto acima é considerado que a resposta atendeu a finalidade da pergunta, sendo classificado pela expressão “sim”, caso a resposta atribuída não tenha nenhuma aproximação com o esperado, dizemos que não alcançou a finalidade da questão, sendo representada pela expressão “não”, e quando o aluno não respondeu nada é representado por não souberam/não quiseram opinar.

A ilustração abaixo traz a demonstração relativa às respostas proferidas pelos alunos à questão 7 (sete) da atividade.

PERGUNTA N° 7

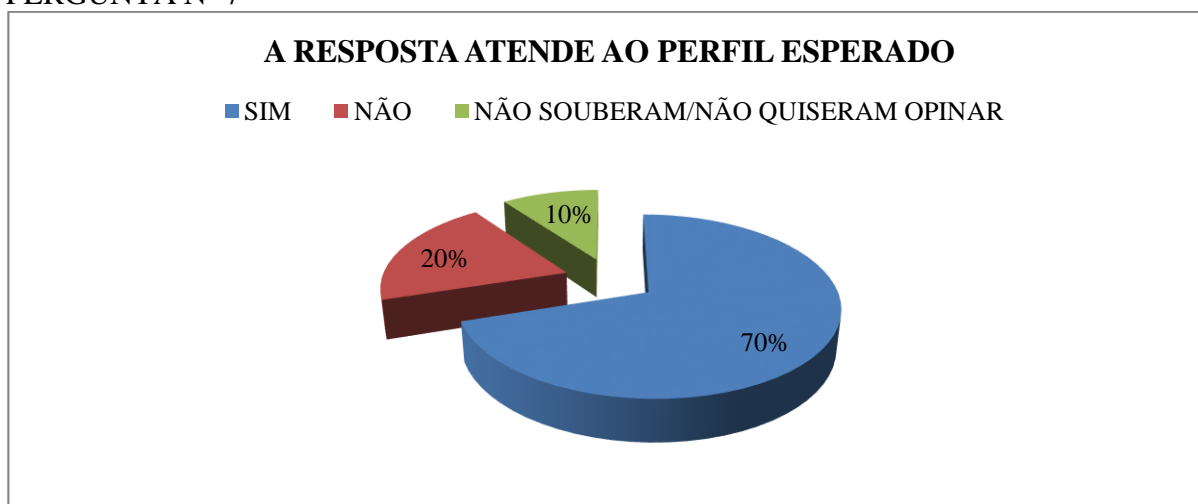


Gráfico 49- Percentual relativo à resposta da questão 7 (sete) da atividade final de leitura
Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

As informações expostas acima relatam que os alunos possuem um nível de conhecimento muito expressivo no que concerne ao reconhecimento dos elementos de composição da propaganda exposta na atividade em análise, que são fundamentais para a compreensão da finalidade do gênero textual/discursivo. Estes que representam 70% por cento expuseram de forma contundente os elementos que ajudam o leitor a chegar a efeitos de sentidos possíveis para a propaganda.

Fazendo um comparativo com a atividade inicial de leitura, especificamente, a questão 10 (dez) do exercício anterior que trata da mesma questão 7 (sete) deste exercício atual, constatamos que o índice de proficiência indicado foi de 60% por cento. Desta forma, houve um avanço de 10% por cento nesta última atividade. Comparando o percentual daqueles que não souberam/não quiseram opinar, na atividade inicial de leitura o percentual deste público chegou a 40% por cento, enquanto na atividade final que estamos analisando declinou para 10% por cento, uma mudança significativa de 30% por cento.

É relevante destacarmos que, além do aumento no quesito proficiência, elevou-se o número de alunos que passaram a opinar nas atividades. Isto nos leva a presumir que o aluno começou a desenvolver certo tipo de aprendizado que oferece condições para ele procurar resolver as perguntas direcionadas com foco no elemento de composição do gênero, pois antes não tinha a competência talvez por desconhecer o assunto.

A questão 8 (oito) última pergunta referente ao exercício em desenvolvimento sobre leitura, trata da importância do conteúdo temático para a percepção de um ambiente adequado para a exposição de uma propaganda. A primeira parte da questão procura saber dos alunos, se a imagem e o conteúdo temático do gênero textual/discursivo propaganda exibido na atividade em análise tem a possibilidade de apontar o local em que o texto foi exposto.

Os números expressam que, 90% por cento dos alunos afirmaram que sim, que é perceptível o local de exposição através do conteúdo temático e da imagem presente na propaganda analisada. Apenas 10% por cento do público participante não se manifestaram com relação à pergunta.

Na segunda parte da pergunta da questão em discussão pedimos que o aluno justifique a resposta dada na primeira parte. Desta forma, esperamos que as respostas dos alunos estabeleçam conexão com o seguinte efeito de sentido possível: O local de exposição da propaganda presume-se que seja ao lado de uma rodovia, asfalto, estrada, que se justifica pelo fato da propaganda tratar da questão associada a dirigir e beber, que provoca acidente que pode levar à morte.

É por este contexto que diversos motoristas trafegam. Assim, a propaganda com o intuito de atingir o máximo de condutores, usou de forma coerente o local de maior trânsito de automóveis, para poder conseguir o seu objetivo, conscientizar, alertar que a bebida junto com a direção pode trazer danos irreparáveis.

Os resultados com as respostas dos alunos são representados pela expressão “sim” quando as respostas têm similaridade com o exposto acima, com a palavra “não” quando divergem totalmente da proposta ou não souberam/não quiseram opinar caso não expressem

nenhuma resposta. O gráfico apresenta os percentuais.

PERGUNTA Nº 8

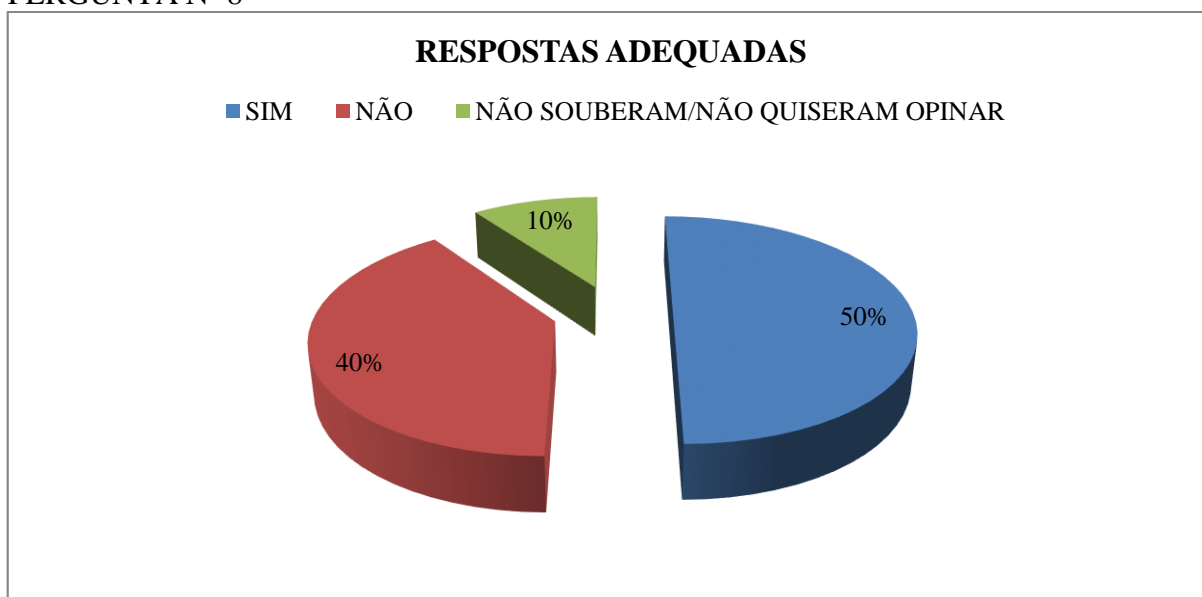


Gráfico 50- Percentual relativo à resposta da questão 8 (oito)

Gráfico construído pelo pesquisador a partir dos dados apontados pelo questionário

Os percentuais exibidos demonstram uma divergência com os resultados da primeira parte da pergunta 8 (oito) da atividade em análise, pois 90% por cento entendem que o conteúdo temático e as imagens utilizadas na produção da propaganda são elementos que devem ser levados em consideração para inferir o local de exposição do texto propagandístico, porém na hora de fazer a justificativa este percentual cai para 50% por cento.

Nesta situação, um percentual de 40% por cento não escreveu uma justificativa condizente com a pergunta. Mesmo assim, não inviabiliza o resultado positivo apresentado por metade dos alunos envolvidos na atividade. Precisamos isto sim, que o trabalho continue sendo desenvolvido de forma contínua e efetiva para que continue a aumentar o nível do aluno em proficiência de leitura.

Com o fim da análise da atividade final de leitura podemos prever o avanço dos envolvidos no desenvolvimento de competências leitoras em relação aos resultados demonstrados pelos alunos na atividade inicial de leitura.

A comparação entre a atividade aplicada no início do trabalho, antes da etapa dos módulos da intervenção e a atividade final que aconteceu após o desenvolvimento da fase dos módulos, revela resultados surpreendentes. Os alunos são outros, com um comportamento de leitura totalmente diverso do encontrado no início. Hoje, estes alunos envolvidos na intervenção já conseguem ultrapassar a expectativa de leitura centrada apenas no código da

língua e na exposição de informações que apresentaram no exercício inicial. Os alunos que participaram do estudo, já conseguem dialogar com o gênero em especial com a propaganda, na busca da construção de vários sentidos que o gênero pode possibilitar.

É possível percebermos que os alunos entenderam a função do gênero textual/discursivo propaganda e sua importância para o meio social, inclusive a intencionalidade e as situações possíveis de utilização.

Ao término do exercício final de leitura é imperioso destacarmos a importância do estudo dos elementos que compõem os gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e a composição, que foram fatores determinantes no desenvolvimento dos participantes, inclusive para a elevação do nível deles de competência e proficiência em leitura.

Através destes elementos, percebemos que os alunos interagem com a propaganda procurando dialogar com os elementos linguísticos utilizados na sua construção, não apenas os explícitos no texto, mas também com os que não estão presentes, mas são detectáveis por meio da interação que se realiza via conhecimentos linguísticos e de mundo, levando em conta o propósito comunicativo, a intenção do autor e a situação interativa. Após o término da atividade final de leitura, podemos enxergar que os alunos mudaram a sua postura referente à leitura, agora eles conseguem perceber a importância da interação entre autor-texto-leitor.

6.4- Análises da atividade final de produção textual

De posse das propagandas produzidas pelos alunos participantes, passamos as análises com a finalidade de verificar se houve aperfeiçoamento após o estudo desenvolvido com a intervenção, para isto usamos como parâmetro as propagandas construídas pelos alunos durante a atividade inicial de escrita, com destaque para o aprendizado do conteúdo temático, do estilo e da composição elementos indispensáveis na constituição de qualquer gênero textual/discursivo. Vale enfatizarmos que, a exibição da atividade final da produção textual requerida aos alunos participantes do estudo, se encontra na página 116.

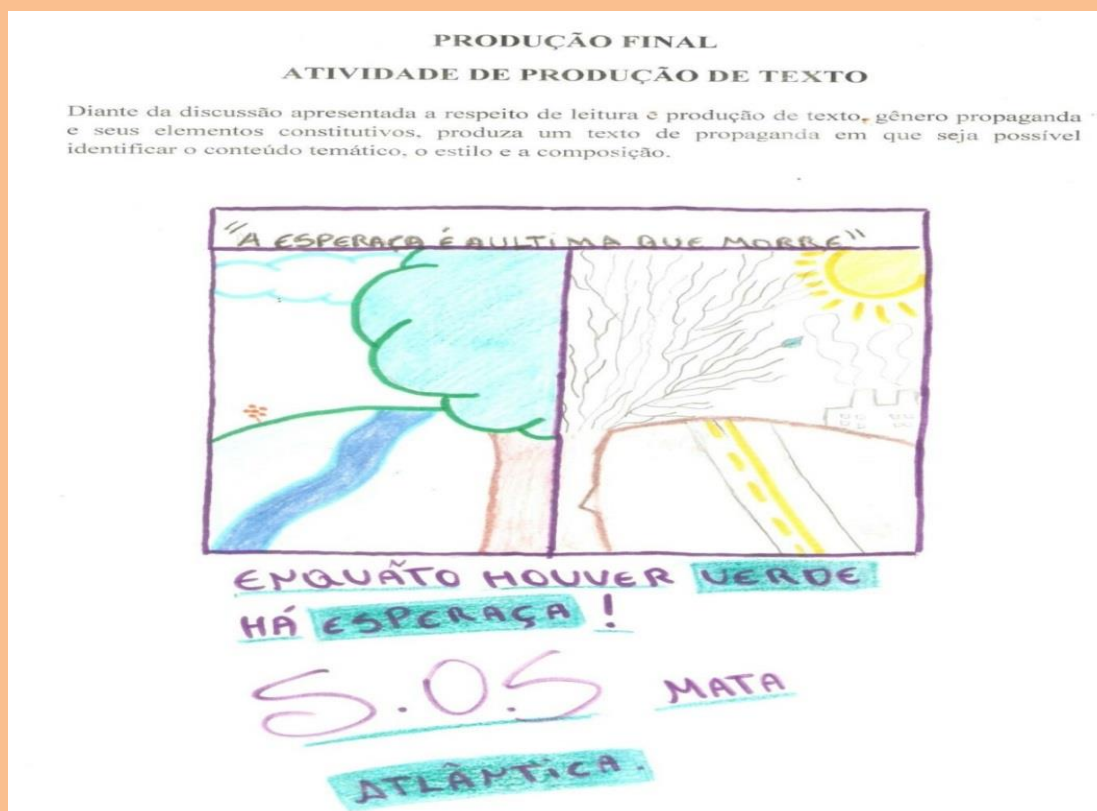
A seleção dos textos procedeu tomando por base a participação dos alunos em todas as fases da sequência didática até a realização das atividades desenvolvidas no decorrer da intervenção. Vale destacarmos, que foi selecionada uma amostra com 10 (dez) produções efetuadas pelos envolvidos. Os textos selecionados pertencem aos mesmos alunos que produziram a primeira propaganda na atividade inicial de produção textual, inclusive seguem a mesma numeração usada na primeira produção para identificar os alunos.

As propagandas escolhidas são apresentadas a seguir, sendo seus autores especificados

por números, ou seja, seus nomes foram substituídos por numeral cardinal. Ainda são atribuídos comentários relativos a construção da propaganda, com ênfase no conteúdo temático, estilo e composição.

Quadro 17- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 1

Produção II/Aluno 1



A primeira propaganda em destaque acima pertence ao aluno 1 (um). É importante destacarmos que este aluno é o mesmo aluno da produção textual desenvolvida na atividade de produção textual inicial, que foi identificado como aluno 1 (um). Este foi o procedimento adotado para todas as produções seguintes, elaboradas nesta atividade final de produção textual. O conteúdo temático da propaganda do aluno 1, é de relevância social, pois trata de uma problemática que há muito tempo vem preocupando a sociedade em geral, a questão ambiental. Com isso, o fim da propaganda é fazer uma alerta à sociedade e convencê-la da necessidade de dar mais atenção e cuidar melhor da mata atlântica. Para evitar a extinção dos animais, o desaparecimento da vegetação, e promover a preservação da vida humana.

No que se refere ao estilo, percebemos que faz o uso de uma escrita em letras maiúsculas como forma de destacar o tema e chamar a atenção do público. Observamos um

desvio gramatical na escrita da palavra (enquãto), que poderia ser considerado uma estratégia no texto de propaganda, se tivesse sido utilizado de forma consciente, para chamar a atenção do leitor, esse não é o caso. O vocabulário utilizado (esperança, verde, morre, mata atlântica) tem coerência semântica com a defesa da proteção do meio ambiente. A estrutura frasal que predomina são as frases afirmativas, como maneira de transmitir para o leitor segurança e aceitação como verdade do que é propagado, para não deixar dúvida. Esta função é costumeira no gênero propaganda.

No que diz respeito à composição, a linguagem verbal (uso de palavras) e a não verbal (desenho, cores, ilustrações) se faz presença no texto, uma vez que estas linguagens andam lado a lado na propaganda, se tornando algo inseparável. A distribuição das informações, as ilustrações, o jogo de cores variadas, frases curtas dão o tom do texto.

A ilustração trazida na propaganda apresenta dois momentos distintos. No primeiro momento, ou melhor, no primeiro quadro da ilustração, como efeito de sentido possível podemos enxergar a cor verde demonstrando vida, natureza, indicando que as árvores estão intactas, preservadas. Existe ainda um formato de uma estrada na cor azul misturada com vermelho, buscando chegar à cor roxa, que vai simbolizar uma estrada que ainda não foi colocada asfalto.

No segundo momento ou no segundo quadro da ilustração, podemos destacar como efeito de sentido possível a cor cinza utilizada na caracterização de uma árvore, simbolizando as queimadas, a destruição da natureza. Ainda visualizamos um asfalto com marcação na cor amarela, que pode transmitir a ideia de atenção e perigo. Com isso, busca conscientizar o leitor da necessidade de preservação da natureza. A cor amarela ainda é usada para ilustrar um sol, que podemos entender como sentido possível, que o desmatamento, as queimadas contribuem para o excesso de calor, ou melhor, o aquecimento global.

Assim, o desenho das árvores mostra a alegria com a plantação verde e a tristeza expressa na plantação seca. A propaganda produzida pelo aluno 1 (um) atende a funcionalidade do gênero textual/discursivo em discussão, que é envolver a sociedade para aderir a uma ideia, compra-venda de um produto ou a contratação de um serviço.


Quadro 18- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 2

Produção II/Aluno 2

PRODUÇÃO FINAL

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Diante da discussão apresentada a respeito de leitura e produção de texto, gênero propaganda e seus elementos constitutivos, produza um texto de propaganda em que seja possível identificar o conteúdo temático, o estilo e a composição.



A PROPAGANDA FAZ SUA REALIDADE MAIS SABOROSA E SUAVE. VENHA VOCÊ TAMBÉM TER SUA VIDA DESSA FORMA ÚTIL. ESSE MEIO É MELHOR À SUA VIDA PARA MIL VEZES MELHOR!

Venha comemorar conosco e melhorar sua vida! **VOSE NÃO IRA SE ARREPENDER!**

04 DE DEZEMBRO DIA MUNDIAL DA PROPAGANDA!

FAÇA PARTE VOSSE TAMBÉM JUNTOS SOMOS MAIS FORTES!

A propaganda em análise pertence ao aluno 2 (dois). Com relação ao conteúdo temático, ela apresenta como assunto uma espécie de lanche (o hambúrguer) que possibilita ao público comemorar ocasiões especiais, como exemplo, é citado o dia da propaganda, que combina com o produto apresentado. A finalidade é fazer com que o leitor seja convencido de que nas comemorações não pode faltar o hambúrguer, e assim o público passe a consumir em suas festas, aderindo à ideia proposta. Os benefícios apresentados é que, com o consumo do hambúrguer a vida melhora e as realidades de cada um ficam mais saborosas. A funcionalidade do texto é a transmissão e adesão a uma cultura, que utiliza o produto exposto em festas comemorativas.

Em relação ao estilo, a propaganda usa uma linguagem informal, menciona o pronome pessoal “você” como procedimento de intimidade com o público ao qual se dirige. Esta estratégia acontece muito no gênero em análise. O aluno faz a utilização em seu texto de verbos no imperativo (venha, tenha, utilize, faça) outra especificidade do gênero propaganda,

como forma de dar um comando, fazer um pedido. No vocabulário, observamos o uso de palavras pertencentes ao mesmo grupo semântico com relação ao objetivo que se deseja atingir. A estrutura predominante das frases é a declarativa, com o propósito de passar a impressão que o mencionado no texto está repleto de verdade.

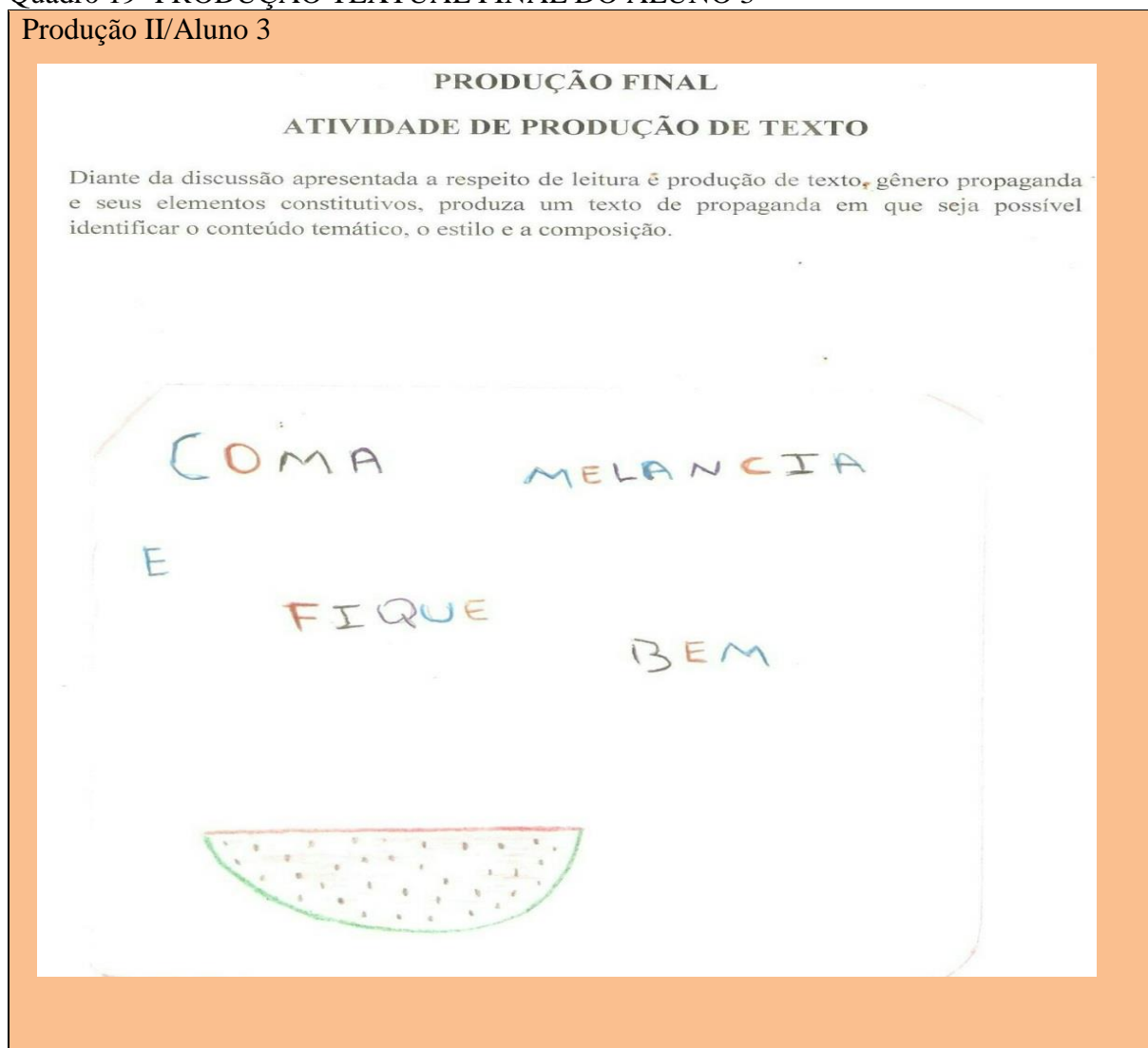
No tocante à composição, o uso de texto escrito e com ilustração faz parte do contexto de construção da propaganda, porém o uso de texto com frases longas não são utilizadas com muita frequência neste tipo de texto. Outro fator preponderante da propaganda em análise é a organização do texto com a exploração de palavras em maiúsculas como forma de destacar uma informação das demais que vêm escritas em minúscula.

As palavras em cores variadas no texto do aluno 2 (dois) combinam com as cores da gravura que ilustra o hambúrguer. Esta combinação é uma particularidade do texto propagandístico, por serem usadas como modo de prender a atenção do leitor, como também dar destaque a um tipo de informação central.

O efeito de sentido possível na caracterização das cores usadas pelo aluno na elaboração de seu texto pode ser observado da seguinte forma: o vermelho pode simbolizar que o hambúrguer passa energia ao consumidor, que possibilita manter o corpo preparado para as atividades da vida cotidiana; a cor amarela pode simbolizar conforto, iluminação, esperança; a cor verde natureza, vida, saúde; a cor azul remete ao céu, paraíso, serenidade. Estas características atribuídas pelo uso das cores na propaganda produzida pelo aluno 2 (dois) procura disseminar os benefícios que o leitor pode ter ao consumir o produto que está sendo divulgado, no caso o hambúrguer. Com isso, o objetivo é vender o produto e fazer o público acreditar que o hambúrguer é essencial na vida das pessoas e que precisa ser consumido.

Quadro 19- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 3

Produção II/Aluno 3



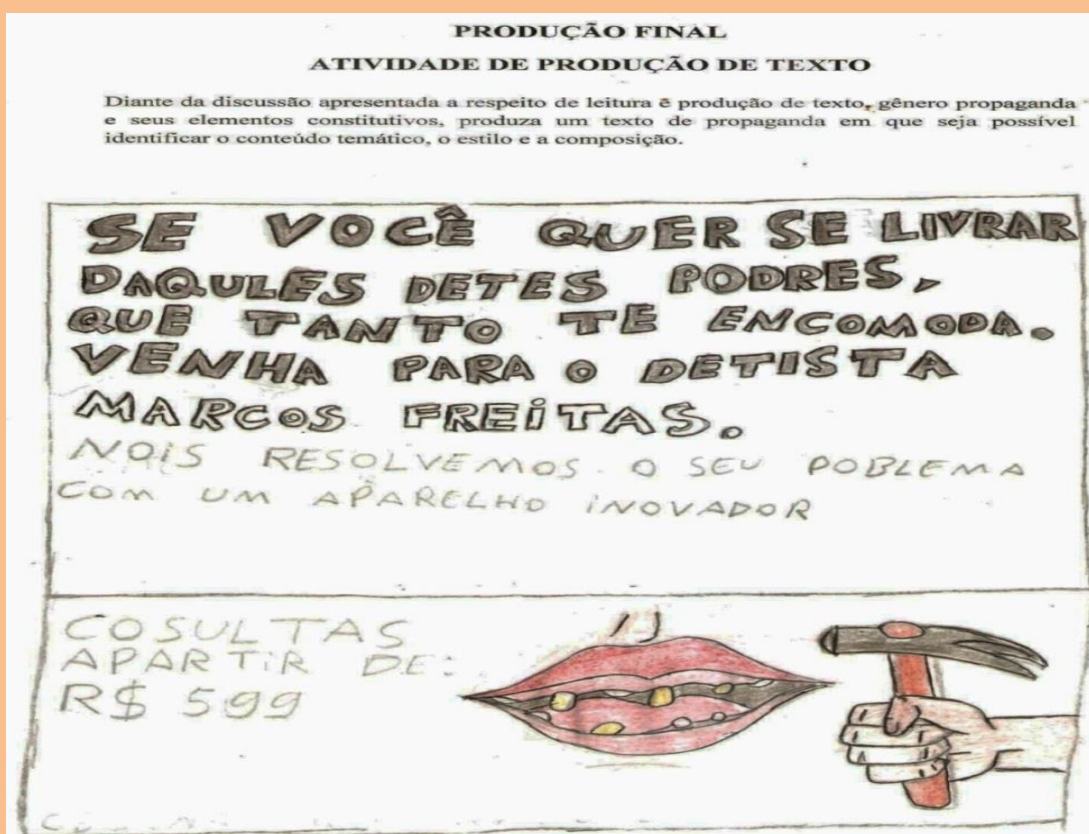
Na propaganda do aluno 3 (três) podemos observar no conteúdo temático, a abordagem do assunto relacionado à saúde com o consumo de uma fruta, a melancia. No texto em análise, o autor tem a finalidade de conscientizar o leitor da importância da melancia para uma boa saúde, objetivando a adesão a este tipo de ideia e levar as pessoas ao consumo da fruta. A funcionalidade do texto é a preocupação com a saúde, como também a orientação de boas maneiras de saúde.

O estilo utilizado na propaganda do aluno 3, é a organização das frases a partir de verbos no imperativo (coma, fique), como já mencionado uma das características da propaganda. A linguagem se aproxima da norma culta padrão com frases declarativas, também uma espécie de estratégia dos textos de propagandas. Ainda é visível a utilização do conectivo “e” como maneira de ligar a ação de (comer) ao benefício de ficar bem com o consumo da melancia, outra prática presente no gênero em análise.

A composição do gênero propaganda, parte da mescla de frases e ilustração, aspecto primordial na propaganda. Ainda lança mão do uso de cores variadas, nas frases com as mesmas cores que usou para ilustrar a melancia.

Quadro 20- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 4

Produção II/Texto 4



Na propaganda do aluno 4 (quatro), o conteúdo temático trata de um serviço odontológico, que oferece o benefício de tratar os dentes danificados por meio de um aparelho inovador, isto levando em conta que este aparelho não faz parte do contexto dos odontólogos. Assim, o aparelho martelo invocado pelo autor da propaganda, pode ser entendido como um sentido possível no sentido de uma ironia, que é uma figura de linguagem que busca dizer o contrário do que se quer dar a compreender.

Portanto, este fato de tratar o martelo como inovador se configura como um elemento linguístico expressivo de efeito de sentido, que é muito utilizado na propaganda, que é a figura de linguagem ironia, que se junta ainda na propaganda produzida pelo aluno 4 (quatro) ao efeito de humor que procura acrescentar ao texto.

Estes recursos linguísticos são característicos dos textos propagandísticos, uma vez

que, através do humor e da ironia o produtor busca atrair e prender a atenção do leitor, a fim de convencê-lo a adesão de um produto, serviço ou ideia. Ainda, como uma forma de produção de efeito de sentido, o produtor do texto traz o valor de uma consulta com um preço acima do valor da realidade, no entanto, a finalidade é convencer o consumidor através do humor e da ironia. A funcionalidade da propaganda produzida é a prestação de um serviço, para o público que se encontra com problemas de dentes danificados na boca.

O estilo usado pelo aluno 4 (quatro), é a linguagem informal como procedimento de se aproximar do leitor, estratégias esta muita presente nos textos de propagandas. Quanto às frases construídas, predominam as declarativas. Outra estratégia primordial do gênero propaganda é o uso de verbos no imperativo que transmite uma ordem, conselho, pedido, que foi utilizado pelo aluno 4, (venha).

Os elementos composicionais, dos quais o aluno 4 (quatro) fez uso para produção de seu texto foi a mistura de frases e desenhos, primordial no gênero textual/discursivo propaganda. A organização das frases com letras maiores e tipos diferentes tem o objetivo de uma visualização mais consistente e possibilidade de atração maior, visto que se utiliza desta estratégia para enfatizar o serviço específico acabar com os dentes podres.

A cor preta utilizada pode ter a indicação de escuridão, como se quisesse dizer que quem possui dentes podres não está bem e precisa procurar o dentista, característica fundamental nos textos de propagandas. Outra estratégia fundamental utilizada pelo aluno 4 foi o símbolo de um martelo, utilizado neste contexto odontológico como forma de humor e ironia, para prender a atenção do leitor e facilitar o diálogo entre os envolvidos na interação, bem como a produção de efeitos de sentidos, que levem o consumidor a curiosidade de querer saber que aparelho inovador realmente está se falando.

Outro efeito de sentido possível com a utilização do símbolo do martelo, é que por meio da ironia e do humor, pode estar fazendo uma crítica aos serviços odontológicos prestados, a fim de informar que é necessária uma constante qualificação como maneira de inovação nos serviços.

Quadro 21- PRODUÇÃO TEXTUAL DO ALUNO 5

Produção II/Aluno 5



A produção textual do aluno 5 (cinco), apresenta uma propaganda a respeito dos serviços disponibilizados pelo banco Caixa Econômica que podem contribuir para a realização de diversos desejos do ser humano, inclusive ter a casa própria, adquirir o carro, viajar e concluir uma faculdade. A propaganda do aluno atende a função social do gênero, que permite tratar sobre prestação de serviço. A propaganda construída é destinada a toda pessoa que possua uma conta no banco citado, como também convencer aqueles que ainda não têm a fazer a adesão, assim objetiva atrair o número maior possível de clientes. Este procedimento usado pelo aluno concretiza uma das especificidades do gênero textual/discursivo propaganda.

O estilo do qual o aluno 5 (cinco) lançou mão foi o uso de uma linguagem próxima da norma culta padrão, inicia a frase com um pronome possessivo (seus) para indicar que os sonhos pertencem ao público alvo, e que a caixa pode realizar os sonhos almeçados para as pessoas, como modo de propagar a ideia de um serviço eficiente, critério este muito utilizado nos texto propagandísticos. O grupo semântico do vocabulário utilizado é coerente para o assunto descrito, (sonhos, realizados, ilustração de uma casa, carro, bolsa para viagem, capelo acadêmico), que é uma necessidade na propaganda. A utilização de frases curtas atende ao estilo particular dos gêneros de propagandas.

Os elementos de composição no texto do aluno são exemplos de estratégias de um bom texto de propaganda: uma linguagem mista quando são utilizadas as palavras e as ilustrações, as letras em caixa alta e colorida como maneira de chamar a atenção do leitor, o símbolo que representa umas nuvens para demonstrar que a realização possível dos sonhos pela caixa vai elevar o seu ego, sua classe social, e a cor azul simboliza o céu para proporcionar ao público alvo a sensação de está no paraíso com os serviços da caixa.


Quadro 22- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 6

Produção II/Aluno 6

PRODUÇÃO FINAL

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Diante da discussão apresentada a respeito de leitura e produção de texto, gênero propaganda e seus elementos constitutivos, produza um texto de propaganda em que seja possível identificar o conteúdo temático, o estilo e a composição.



**VENHA
 SABOREAR
 ESSA
 NOVA
 EXPLOSAO
 DE SABOR**

COXINHA APENAS: 03,00

Com relação à propaganda produzida pelo aluno 6 (seis), o conteúdo temático está em conformidade com os preceitos característicos dos textos propagandísticos, ou seja, discorre sobre um assunto social do dia-a-dia das pessoas, que a é venda de salgados em especial a coxinha. O público alvo ao qual se destina são as pessoas que consomem este tipo de salgado,

com o fim de convencer ao consumo, para que possa vender o produto exibido.

O estilo adotado pelo aluno também é condizente com as particularidades dos textos de propagandas, pois é observado o uso de frase curta, iniciada com verbo no imperativo, com o objetivo de prender a atenção do público alvo e em determinar como eles têm de se comportar. O léxico é pertinente à situação interativa, por fazer parte do mesmo grupo semântico (saborear, sabor, coxinha).

A composição do texto do aluno 6 (seis), ajusta-se à proposta do gênero textual/discursivo em estudo, pois faz o uso de palavras e ilustrações como uma estratégia de organização do discurso e prender a atenção do leitor. A mistura de cores utilizada para representar a grande alegria em consumir o produto divulgado.

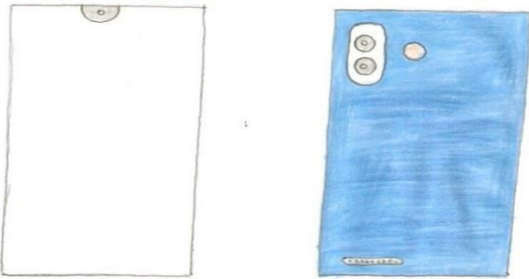
A cor do produto da propaganda, marrom, pode nos relatar os efeitos de sentidos possíveis, que se aproxima da terra, da madeira, associando a produtos naturais, que combinam com uma vida saudável, a fim de transmitir ao consumidor que o produto divulgado é saudável e precisa ser consumido. A estrutura da coxinha em formato de uma bomba para combinar com a expressão explosão de sabor. O uso do conectivo “apenas” pode motivar uma sensação de que o valor do produto é irrisório para tudo o que proporciona. A disposição das palavras em caixa e alta e em cores variadas aumenta o repertório composicional usado pelo aluno na produção de seu texto.

Quadro 23- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 7

Produção II/aluno 7

PRODUÇÃO FINAL
ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Diante da discussão apresentada a respeito de leitura e produção de texto, gênero propaganda e seus elementos constitutivos, produza um texto de propaganda em que seja possível identificar o conteúdo temático, o estilo e a composição.



Quer que seus fotos
fique Belicimos seja o
Novo Lançamento de
Celular M10

1 câmera frontal
+
2 câmera traseira com flash
+
Vários Efeitos

↓

Por apenas
4x de 240,00
sem juros

Cores: Branco, Preto e Azul

O conteúdo temático da produção textual do aluno 7 (sete), é condizente para o esperado em uma propaganda: aborda a venda de um produto, o celular, necessário para as pessoas no momento atual da sociedade, pois além de usar para a comunicação oral ou escrita, possui outras funções como tirar fotografias com vários efeitos como especificado na propaganda acima. A finalidade do texto é convencer o público adolescente e jovem a comprar o celular, tendo uma funcionalidade social de participação em uma transação que acontece por intermédio do contrato de compra e venda.

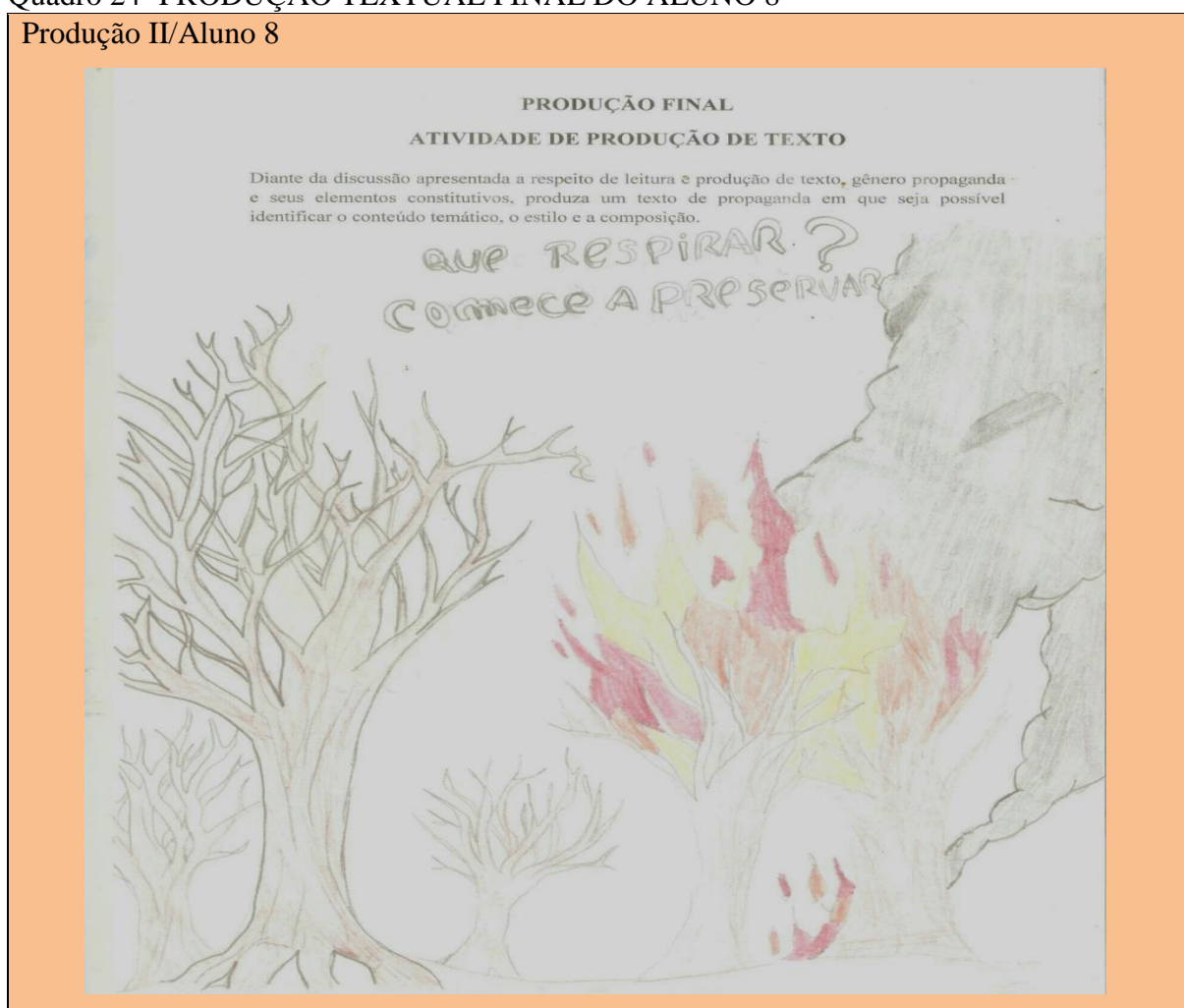
O texto do aluno, ainda atende às expectativas de um estilo alinhado ao característico de uma propaganda: adota uma linguagem informal como forma de facilitar a comunicação entre os diversos segmentos sociais, a estrutura frasal apresenta frases declarativas para dar veracidade ao que se anuncia. Subentendemos que o aluno iniciou o texto com uma frase interrogativa, esquecendo apenas do sinal de interrogação, para induzir o público a se perguntar da necessidade de adquirir a proposta oferecida, fotos belíssimas através do novo lançamento do celular. O léxico totalmente coerente com o produto anunciado (fotos, novo

lançamento, celular, câmera), ainda foi fundamental o uso da expressão “apenas e sem” para respectivamente passar a impressão que o preço é insignificante, e o melhor, que o parcelamento é sem juros.

A composição utilizada pelo aluno na construção do gênero textual/discursivo em análise satisfaz as expectativas do gênero propaganda, ao fazer o uso de palavras e ilustrações para as disposições das informações, o uso de um retângulo na cor azul para destacar a característica essencial do produto anunciado, como também o uso do sinal de adição na cor amarela, indicando que o leitor tenha atenção, a fim de compreender que o celular possui mais de um benefício. Ainda, podemos perceber uma seta também na cor amarela no sentido para baixo para mostrar a forma de pagamento.

Quadro 24- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 8

Produção II/Aluno 8



O texto acima de autoria do aluno 8 (oito), com relação ao conteúdo temático de uma propaganda atende aos pré-requisitos, como: discorrer a respeito de um assunto importante

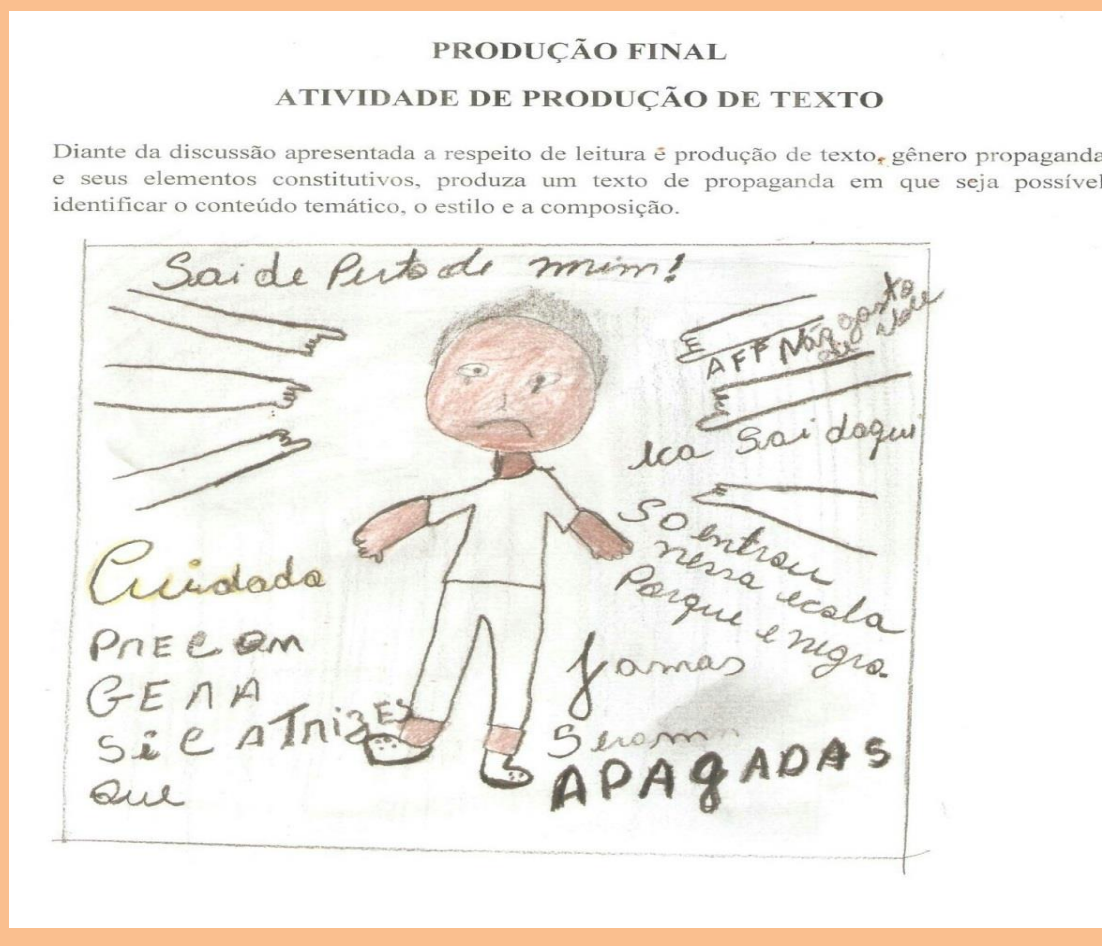
para a sociedade, que é o meio ambiente, a destruição da natureza, com a finalidade de conscientizar a sociedade e convencê-la da necessidade de proteger as florestas, caso contrário até mesmo o ser humano vai parar de respirar e chegará a morte. A preservação da natureza implica a preservação da vida.

O estilo apresentado na produção do aluno (oito) é condizente com a ideia defendida e o gênero propaganda adotado: faz o uso de uma linguagem informal característica do dia-a-dia, como forma de aproximação de toda classe social. As frases que estrutura o texto é a frase interrogativa, como maneira de perguntar ao leitor se ele deseja algo (respirar) e a frase imperativa (comece a preservar) para expor a resposta, fazendo um pedido, atribuindo uma ordem, um conselho. Ainda, observamos a criatividade do aluno ao utilizar a estratégia de produção da frase em forma de rima, quando usa “respirar” e “preservar”, com isso dar uma expressividade de efeito de sentido, enfatizando que a respiração necessita da ação de preservação da natureza por parte do ser humano. A rima é uma das características presentes no gênero propaganda.

Os elementos de composição usados pelo o aluno coincidem com os esperados em um texto de propaganda: a linguagem verbal, as palavras, como também a linguagem não verbal, as ilustrações, frase imperativa (comece a preservar) para impor uma ordem, dar um conselho, fazer um pedido, a cor preta para indicar escuridão, tristeza, luto, com a situação que se ver, usa o desenho do fogo, árvores secas, para exprimir a ideia que o fogo, as queimadas está acabando com a natureza.

Quadro 25- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 9

Produção II/Aluno 9



Na propaganda acima escrita pelo o aluno 9 (nove), percebemos que satisfaz ao conteúdo temático relativo ao gênero: retrata a questão do preconceito racial muito presente no meio social, a finalidade é a conscientização da sociedade para não proceder com a disseminação do preconceito, e desta forma acabar ou pelo menos amenizar com este mal que assola o ser humano, a funcionalidade é a valorização do ser humano, independente da cor.

O estilo, adotado na construção da propaganda está presente as características esperadas neste gênero: uma linguagem informal de uso cotidiano, para alcançar toda classe social, utilização de frases curtas, negativas, exclamativas e declarativas, vocabulário coerente semanticamente com o tema abordado (negro, preconceito, cicatrizes), expressões como “jamais” para destacar a intensidade da consequência que é provocada no ser humano.

A composição do texto do aluno 9 (nove) atende às particularidades de uma propaganda: uso de frase e ilustrações para caracterização do fato. A cor preta tem uma ligação direta com o assunto exposto, que é o preconceito racial, pois transmite o possível efeito de sentido, que associa o preto a cor da pele.


Quadro 26- PRODUÇÃO TEXTUAL FINAL DO ALUNO 10

Produção II/Aluno X

PRODUÇÃO FINAL

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE TEXTO

Diante da discussão apresentada a respeito de leitura e produção de texto, gênero propaganda e seus elementos constitutivos, produza um texto de propaganda em que seja possível identificar o conteúdo temático, o estilo e a composição.



SE VOCÊ Quer Comer Pizza
DE Cinema Comê Na
PIZZARIA CASA DA MASSA
!!!
A MELHOR da
Região !!

O último texto da amostragem selecionada é a propaganda do aluno 10 (dez), com relação ao conteúdo temático a propaganda se enquadra dentro do perfil adequado requerido pelo gênero textual/discursivo em análise, pois apresenta as seguintes características: o tema é a divulgação de um ambiente comercial, uma pizzaria, que tem a finalidade de atrair clientes para o consumo de pizza. O público ao qual a propaganda se dirige são as pessoas que gostam de pizza, pois quando menciona o pronome pessoal “você” é para mostrar uma proximidade, que conhece a pessoa e por isso faz o chamamento, mas também o “você” pode referir-se as pessoas em geral que tem o desejo de experimentar uma pizza. A função social é a prestação de um serviço, como também um contrato de compra e venda.

O estilo do texto produzido atende aos objetivos do gênero textual/discursivo propaganda, por apresentar: uma linguagem informal do cotidiano para se aproximar de um público em sentido geral. O léxico usado pertence a um mesmo grupo semântico (comer, pizza, pizzaria, massa). Inicia a frase com uma estrutura de frase condicional para expor a relação existente entre pizza de cinema e pizzaria casa da massa, quando usa o (se) como se dissesse que pizza boa mesmo só na pizzaria divulgada.

Os elementos composicionais do texto em análise são de inteira conexão com os admitidos no gênero textual/discursivo propaganda: existe uma aproximação entre autor e

leitor pelo o uso do pronome pessoal “você”, a linguagem presente é a linguagem verbal, uso de palavras e não verbal uso de ilustrações. A utilização da cor vermelha na pizza como forma de dizer ao público que o alimento traz muita energia e fortalece os consumidores, o uso de palavras em maiúscula destacando o público (você), o nome da pizzeria (casa da massa) e o grau de confiabilidade (melhor).

Chegado ao final das análises das produções textuais desenvolvidas na última etapa da intervenção pedagógica, no caso da sequência didática, podemos detectar um grande avanço dos alunos no tema em estudo. Se compararmos estas últimas produções com as produções textuais produzidas durante a fase da produção inicial de texto, notamos que houve um grande desempenho nos elementos composicionais do gênero textual/discursivo propaganda, no qual a maioria dos alunos demonstrou na atividade inicial desconhecimento do elemento composicional da propaganda.

Na produção inicial, os alunos construíram seus textos propagandísticos com uma estrutura de textos dissertativo-argumentativos, aos moldes da redação. A linguagem não verbal, ou melhor, cores, imagens, ilustrações desenhos era ignorados pelos envolvidos na hora de produzir suas propagandas. Não conseguiam naquela ocasião associar os elementos verbais aos não verbais na produção.

A melhora também é observada no estilo, no qual os alunos mobilizam melhor os elementos da língua dependendo do tema, do público alvo, da intenção, presume-se que na visão dos alunos, para produzir um texto não se fazia necessário entender antes a função social do texto, o objetivo, o público, a situação de interação, o que importava eram as informações sobre um determinado tema.

Com relação ao conteúdo temático, o nível de conhecimento também avançou. O que vimos é que ao produzir uma propaganda, os alunos conseguem alinhar o gênero textual/discursivo propaganda em acordo com a finalidade de seu uso: divulgar, convencer, vender um produto, uma ideia ou uma prestação de um serviço.

O que podemos afirmar, é que a intervenção foi fundamental para o bom desenvolvimento das habilidades e competências dos alunos em leitura e produção textual. Sendo determinante o estudo a partir dos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos que possibilitou aos alunos conhecer detalhadamente suas características e o modo de aplicação, facilitando a consecução de competência em leitura e estratégias de produção de texto, com ênfase no gênero textual/discursivo propaganda.

7- CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta de trabalhar a leitura e a produção de textos a partir do gênero textual/discursivo propaganda, com ênfase nos elementos que o constituem: conteúdo temático, estilo e composição, nos proporcionou levantar as deficiências da turma envolvida, o nono ano, em leitura e escrita e tentar por meio de procedimentos metodológicos, acabar ou pelo menos amenizar as dificuldades que atrapalham o desempenho na temática abordada.

Com a finalidade de diagnosticar as dificuldades dos alunos participantes, aplicamos um questionário a ser respondido por eles, a fim de que expusessem o conhecimento sobre leitura e escrita e demonstrassem o que não pertencia ao seu domínio a respeito do tema. Também desenvolvemos em sala de aula uma atividade de leitura e de produção textual com base no gênero textual/discursivo propaganda somente com base nos conhecimentos prévios dos alunos, uma forma de sondar as competências em leitura e estratégias de escrita deles.

Após estas etapas de levantamento de informações, pudemos constatar que mesmo os alunos envolvidos tendo tido contato com a propaganda no seu dia-a-dia, a dificuldade em compreender e produzir uma foi grandiosa. Notamos que alguns alunos, quando pedido para produzir uma propaganda confundiram com a escrita de um texto dissertativo, não atendendo as exigências composicionais e às vezes de estilo que cercam o gênero propagandístico. Uma das características mais visíveis da propaganda, as ilustrações, eram ignoradas pela maioria dos alunos no momento da produção textual.

O desempenho dos alunos em leitura detectado por meio da atividade proposta em sala demonstrou que os envolvidos só concentravam a atenção para a compreensão de um texto nos aspectos linguísticos explícitos no próprio texto, não conseguiam associar as informações do texto aos acontecimentos e ações sociais do seu cotidiano. A prática de leitura ficava presa à decodificação das frases como forma de exposição das ideias.

Diante das problemáticas existentes, nos convencemos que uma intervenção se fazia necessária, a fim de que os alunos pudessem encontrar mecanismos que os tornassem proficientes em leitura e produção textual, especialmente no gênero textual/discursivo propaganda, como uma maneira de possibilitar a compreensão do ambiente social e a participação dos alunos na sociedade com o auxílio da leitura e a escrita numa perspectiva interacionista.

Aplicamos uma sequência didática, inspirada em Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004) com as alterações necessárias e cabíveis para se adequar ao público e ao contexto de desenvolvimento, como proposta de enfretamento das dificuldades encontradas na turma

envolvida no estudo.

Através da sequência didática o estudo realizado foi dividido em 3 (três) módulos que contaram com a abordagem das concepções de língua, linguagem, gêneros textuais/discursivos, leitura, escrita e texto na expectativa sociointeracionista, como também o estudo dos elementos constitutivos dos gêneros: conteúdo temático, estilo e composição, e a propaganda e suas características.

Nos módulos, foi explorado o estudo da propaganda através de textos tirados da internet, sendo os alunos expostos a atividades de leitura e escrita de forma compartilhada e participativa, as quais se desenvolveram de forma oral, expositiva e dialogada, com anotações quando necessárias, com a finalidade de levar os envolvidos a fazerem a conexão da teoria com a prática.

Com isso, na produção final, já encontramos os alunos com uma postura diferente daquela exibida na parte inicial. Com relação à leitura, os participantes já conseguiam articular informações explícitas e implícitas contidas na propaganda, já era possível também focar na intencionalidade, na situação interativa específica, no público alvo, na associação da linguagem verbal e não verbal, como maneira de produção de sentido do texto. O conhecimento adquirido sobre os elementos de construção dos gêneros textuais/discursivos, inclusive da propaganda, passou a ser eficiente na construção dos sentidos possíveis que o texto propagandístico apresenta, ou seja, a interação entre autor-texto-leitor começou a ser explorada como maneira de comunicação social. A leitura passou a ser um modo de refletir, analisar e participar das ações sociais do dia-a-dia de uma sociedade.

Com relação à produção textual, os alunos entenderam a composição, a finalidade, a situação de interação apropriada ao gênero propaganda, a linguagem a ser utilizada de acordo com o propósito comunicativo e com o público alvo, como também de acordo com os assuntos a serem tratados por meio da propaganda.

Os textos produzidos pelos participantes na atividade final de escrita demonstraram o avanço dos alunos com o gênero propaganda, inclusive, usando este gênero para discutir temas do seu próprio dia-a-dia da sociedade, buscando a conscientização, a divulgação de produtos, serviços e ideias, como também argumentando com o fim de convencer o leitor a aceitar as ideias defendidas por meio do texto de propaganda elaborado.

Diante do exposto acima, justificamos a importância de fundamentar o ensino-aprendizagem de linguagem, inclusive de leitura e produção textual, na concepção sociointeracionista. Ainda é plausível a constatação da relevância do domínio dos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos para o aprendizado de competência leitora e

estratégias de produção de texto.

De acordo com o demonstrado, o desempenho atingido pelos alunos participantes foi satisfatório, bastando observar o início, o caminho percorrido e a situação em que o aluno se encontra depois do trabalho aplicado. Os alunos começaram a ler os textos mobilizando uma série de recursos ora já citado neste trabalho para produzir sentidos dos mais variados tipos, como também a produção da propaganda com autonomia e propriedade.

Diante do exposto, concluímos que a nossa pesquisa atingiu os objetivos propostos, uma vez que o objetivo geral era desenvolver nos alunos a capacidade de ler e escrever, para que pudessem utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de maneira consciente e crítica. Isto, podendo ser observado no caminho percorrido pelos alunos diante das atividades de leitura e produção textual aplicada, pois o que observamos é que antes da aplicação da sequência didática, os alunos entendiam como leitura apenas as informações explícitas do texto, como se, para eles, leitura fosse somente decodificar as palavras usadas na produção do texto.

No que diz respeito à escrita, o aluno passou a compreender as variedades de gêneros textuais/discursivos existente no meio social como forma de comunicação, como também os elementos constitutivos que são fundamentais no momento de produzir um texto, além de perceber a funcionalidade dos gêneros textuais/discursivos em acordo com a finalidade que se almeja atingir.

No final do trabalho, por meio da atividade de leitura e produção textual, o que percebemos é que a leitura e a escrita passaram a ser para o aluno uma maneira de comunicação social em que além das palavras, seria necessária a articulação de variados elementos de linguagem responsáveis pelos sentidos dos textos. Assim, a leitura e a escrita foram entendidas pelos os alunos como um processo dialógico que envolve autor-texto-leitor, que busca detectar e proporcionar possíveis sentidos para um texto a depender da intencionalidade, da situação interativa, dos elementos linguísticos, que contribuem para a concretização da interação.

Os objetivos específicos como analisar propagandas de temas diversificados que circulam em abundância em meio social; identificar as características de produção da propaganda com base nos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos (conteúdo temático, estilo e composição); organizar atividades que envolvam a leitura e a escrita que contribuam para a prática efetiva com relação a compreensão e à produção do gênero propaganda; levantar discussões e refletir a importância da leitura e da escrita para vivência no meio social, foram todos alcançados e desenvolvidos tanto nas atividades de leitura inicial

e final, quanto nas atividades de produção textual inicial e final. Tais objetivos também foram trabalhados e atingidos nos módulos desenvolvidos durante a sequência didática aplicada.

Assim, notamos que a evolução do aluno passa pelo trabalho coletivo que envolve o próprio aluno, que tem a perspectiva de adquirir conhecimentos que sejam proveitosos na sua vida enquanto ser social e o professor que precisa de inovações em sala de aula, a fim de mobilizar e atrair o aluno para a aquisição do aprendizado.

O professor precisa ser uma espécie de professor pesquisador, que procura detectar as dificuldades dos alunos e busca orientações nas teorias que possam ser aplicadas na prática, para a resolução ou pelos menos para a diminuição dos problemas que afetam o desempenho do aluno.

Com o trabalho desenvolvido, não é a nossa intenção esgotar o tema abordado, mas sim demonstrar as possibilidades de ensinar a leitura e a produção textual nesta perspectiva, sociointeracionista da linguagem, objetivando a expansão da temática e instigando os pesquisadores a novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé. **Aula de Português: Encontro e Interação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

_____. **Língua, texto e ensino: outra escola possível**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

AZEREDO, José Carlos de. **A linguística, o Texto e o Ensino da Língua**. 1 ed. São Paulo: Parábola, 2018.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 2016. 176 p.

BORTONI-RICARDO, Stella Maris. **O professor pesquisador: introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Terceiro e Quarto Ciclos do Ensino Fundamental: Língua Portuguesa – Brasília: MEC/SEF, 1998.**

CARVALHO, Nelly. **Publicidade a linguagem da sedução**. 3ª ed. 2ª impressão São Paulo: Editora Ática, 2000.

_____. **O texto publicitário na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2014.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. **Os sentidos do texto**. 1.ed. 5ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.

COBRA, Marcos. **O impacto da propaganda: um estudo para algumas classes de bens**. São Paulo: Atlas, 1991.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução Luciana de Oliveira Rocha. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michéle; SCHNEUWLY, Bernard. **Sequência Didática para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento**. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim (e colaboradores). **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização de Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercados de letras, 2004. p. 81-108.

FERNÁNDEZ, Gretel Eres (coord.). **Publicidade e propaganda: o vídeo nas aulas de língua estrangeira**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 8 ed. São Paulo: Ática, 2007.
_____. **Argumentação**. 1 ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017.

GERALDI, João Wanderley. **Concepções de linguagem e ensino de português**. In: GERALDI, João Wanderley (org.). **O texto na sala de aula**. São Paulo: Anglo, 2012. p. 39-46.

IDEB/INEP. Ideb da escola Monsenhor Morais. Disponível em: <http://ideb.inep.gov.br/resultado/resultado/resultado.seam?cid=3437414>. Acessado em: 25 de Julho de 2020.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 5. Ed. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. **Argumentação e linguagem**. 13. Ed. 4ª reimpressão. São Paulo: Cortez, 2011.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. **Escrever e argumentar**: 1 ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017a.

_____. **Ler e compreender os sentidos do texto**: 3 ed. 12ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017b.

LEDUC, Robert. **Propaganda**: uma força a serviço da empresa. (São Paulo: Atlas, 1980).

LOPES-ROSSI, Maria Aparecida Garcia. **Gêneros discursivos no ensino de leitura e produção de textos**. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (organização). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4 ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. p. 69-82.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gênero e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. **Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação**. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (organização). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4 ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. p. 17-32.

PORTO, Márcia. **Um diálogo entre gêneros textuais**. 1 ed. Curitiba: Aymará, 2009.

SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. 7 ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHNEUWLY, Bernard. **Gêneros e tipos de discurso: considerações psicológicas e ontogenéticas**. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização de Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercados de letras, 2004. p. 19-34.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura**. 6 ed. Porto Alegre, RS: Artmed, 1998.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **Gramática e Interação: uma proposta para o ensino de gramática**. 14 ed. São Paulo: Cortez, 2009.

WACHOWICZ, Teresa Cristina. **Análise linguística nos gêneros textuais**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

ANEXOS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado,

O senhor (a) está sendo convidado (a) a participar da pesquisa intitulada: **O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**, sob a responsabilidade de: LUIZ ROSA DA SILVA FILHO e da orientadora professora doutora EDILMA DE LUCENA CATANDUBA, de forma totalmente voluntária.

Antes de decidir sobre sua permissão para a participação na pesquisa, é importante que entenda a finalidade da mesma e como ela se realizará. Portanto, leia atentamente as informações que seguem.

A pesquisa se justifica em virtude da responsabilidade da escola na formação dos alunos para a participação ativa em meio social, assim, carece criar condições de interação, que venham inseri-los em práticas discursivas, para com isso os alunos possam desenvolver habilidades e competências em leitura e escrita. Assim, facilite a eles entender o mundo em seus múltiplos sentidos e possam atuar de forma consciente e crítica em sociedade. Diante desta perspectiva, o gênero propaganda se apresenta como um importante aliado à consecução do exposto, uma vez que, por possuir um discurso persuasivo através do qual o autor tenta convencer a sociedade a adquirir um produto mesmo sem necessidade ou apoiar uma determinada ideia.

É oportuno mencionar que por meio da propaganda se pode divulgar um determinado modelo social a ser seguido, e assim modular o sujeito independente da sua consciência, quando este sujeito não tem uma bagagem suficiente para desmistificar as estratégias argumentativas na linguagem praticada. Para isso, o ensino de língua a partir dos gêneros textuais/discursivos fornece a oportunidade de contato com a diversidade de linguagem, favorecendo a construção de sentidos nas diversas ocasiões de comunicação, pois, deste modo, a leitura e a produção textual coopera para o desenvolvimento da competência comunicativa.

Diante desta configuração, o estudo objetiva desenvolver nos alunos o desempenho da capacidade interativa, para que possam utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de forma consciente e crítica.

O estudo ao qual nos propomos será guiado por obras de autores renomados que

contribuíram para o aprimoramento das temáticas que abordamos em nosso trabalho, ou seja, a leitura, a escrita, os gêneros textual/discursivos, o gênero propaganda e suas características de produção. Com base nos aportes teóricos faremos uma discussão, refletindo sobre as propostas dos teóricos, comparando-as com a prática oferecida na escola alvo do estudo, não sendo condizente com os preceitos levantados nas leituras, passaremos à adequação da prática à teoria disponível com o intuito de direcionar o ensino da leitura, da produção de texto numa concepção interacionista.

Como meio de coletar informações pertinentes a realidade apontada, utilizaremos questionário, contendo perguntas objetivas e subjetivas, para entrevistar alunos e professores de língua portuguesa do local da pesquisa com a finalidade de coletar dados relacionados à leitura, produção de texto e gênero textual. No segundo momento serão oferecidas atividades de leitura por meio de exercício de compreensão de texto com questões de cunho objetivo, como também subjetivo pertinente a temas variados. Ainda, será solicitada aos alunos, a produção de um texto argumentativo, e seguindo o mesmo procedimento de análise que utilizaremos com relação à leitura, buscamos levantar as dificuldades encontradas tanto no aspecto da leitura quanto da escrita.

Assim, ofereceremos uma intervenção pedagógica, ou seja, uma sequência didática, na qual estudaremos a leitura e a escrita através do gênero propaganda, com foco nos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição, com o intuito de solucionar ou pelo menos amenizar os problemas apresentados pelos alunos nas modalidades de leitura e escrita.

Diante deste contexto, a pesquisa só se iniciará apenas com a sua autorização para realizarmos a coleta dos dados.

Vale ressaltar, que a pesquisa trará benefícios como o conhecimento integral do gênero propaganda, entendendo suas interfaces e sua contribuição no desenvolvimento crítico do ser humano, além do domínio da leitura e da produção textual como forma de participação interativa nos diversos contextos sociais, fazendo o uso da linguagem como maneira de mediação e transformação da realidade a que se pretende.

No entanto, precisamos atentar para os possíveis riscos que poderão se fazer presente no desenvolvimento da pesquisa, mesmo sabendo que eles são mínimos. Podemos apontar alguns riscos que os alunos podem encontrar, como: possibilidade de constrangimento ao responder o questionário e ao se expor durante a realização de testes de qualquer natureza, vergonha ao participar das atividades propostas, estresse e cansaço devido às diversas e diferentes atividades em desenvolvimento. Faz se necessário esclarecer que serão utilizadas as

cauteladas necessárias nas fases da pesquisa e no pleno desenvolvimento das atividades propostas, ou seja, levará em conta o perfil da turma envolvida no estudo, como também as características de cada participante. As etapas do estudo serão flexíveis e refletidas, procurando a oportunidade adequada para aplicação de cada etapa em acordo com a comodidade dos envolvidos.

É oportuno enfatizar, que mesmo o direito à indenização diante de eventuais danos decorrente da pesquisa não ser uma prerrogativa da resolução CNS Nº 466 de 2012, no entanto, é previsão legal em outros ordenamentos como podemos citar o Código Civil. Assim, cabe mencionar que os participantes da pesquisa que vierem a sofrer qualquer tipo de dano resultante de sua participação no estudo têm direito à indenização, por parte do pesquisador e das instituições envolvidas nas diferentes fases da pesquisa.

Ao pesquisador caberá o desenvolvimento da pesquisa de forma confidencial; entretanto, quando necessário for, poderá revelar os resultados ao médico, indivíduo e/ou familiares, cumprindo as exigências da Resolução Nº. 466/12.

O voluntário ou o Responsável legal do menor participante da pesquisa poderá se recusar a participar, ou retirar seu consentimento a qualquer momento da realização do trabalho ora proposto, não havendo qualquer penalização ou prejuízo.

Os dados individuais serão mantidos sob sigilo absoluto e será garantida a privacidade dos participantes, antes, durante e após a finalização do estudo. Os resultados da pesquisa poderão ser apresentados em congressos e publicações científicas, sem qualquer meio de identificação dos participantes, no sentido de contribuir para ampliar o nível de conhecimento a respeito das condições estudadas.

Não haverá qualquer despesa ou ônus financeiro aos participantes voluntários deste projeto científico e não haverá qualquer procedimento que possa incorrer em danos físicos ou financeiros ao voluntário e, portanto, não haveria necessidade de indenização por parte da equipe científica e/ou da Instituição responsável.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será elaborado em duas vias, rubricadas em todas as páginas e assinadas, ao seu término, pelo convidado a participar da pesquisa, ou por seu representante legal, assim como pelo pesquisador responsável, sendo fornecida uma via original ao participante da pesquisa. Ainda, será produzida uma lista, que ficará disponível na instituição em que a pesquisa irá acontecer, com meio contato dos participantes da pesquisa para caso de urgência.

Em caso de dúvidas, você poderá obter maiores informações entrando em contato com Luiz Rosa da Silva Filho, através do telefone: (83) 99958-7590 ou através do e-mail:

luizrosa2007@gmail.com, ou do endereço: Rua: João Juvenal, 407, bairro São Geraldo, Conceição-PB, CEP: 58970-00. Caso suas dúvidas não sejam resolvidas pelos pesquisadores ou seus direitos sejam negados, favor recorrer ao Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos da Universidade de Estadual da Paraíba (CEP-UEPB), que é um órgão independente e tem a finalidade maior de defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade, contribuindo para a qualificação das observações éticas. O CEP/UEPB está localizado na Rua Baraúnas, 351 – Campus Universitário, Bodocongó Prédio Administrativo da Reitoria, 2º andar-Sala 229, CEP: 58429-500, ou via telefone: (83) 3315-3373 ou ainda por meio do e-mail: cep@uepb.edu.br. O funcionamento para o público será no segundo andar, do prédio da Pró – Reitorias/UEPB, no horário de **08:00 às 12:00 horas** e de **14:00 às 17:00**, de **segundas- feiras às sextas- feiras**.

CONSENTIMENTO

Após ter sido informado sobre a finalidade da pesquisa, **O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**, e ter lido os esclarecimentos prestados no presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, eu _____ autorizo a participação no estudo, como também dou permissão para que os dados obtidos sejam utilizados para os fins estabelecidos, preservando a nossa identidade. Desta forma, assino este termo, juntamente com o pesquisador, em duas vias de igual teor, ficando uma via sob meu poder e outra em poder do pesquisador.

Bonito de Santa Fé-PB, _____ de _____ de _____.

Assinatura do Participante da pesquisa/responsável legal

Luiz Rosa do Silva Filho

Assinatura do Pesquisador

SECRETARIA DE ESTADO DA
EDUCAÇÃO E DA CIÊNCIA E
TECNOLOGIA



ESCOLA ESTADUAL DE ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO
MONSENHOR MORAIS

Rua: Aprígio Pereira da Silva s/n, Alto da Boa Vista – Fone: (83) 99957-4290.
Bonito de Santa Fé – PB CEP: 58.960-000
CNPJ: 01.300.528/0001-49 INEP: 25006223

TERMO DE AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL (TAI)

Estamos cientes da intenção e autorizamos a realização do projeto intitulado: **O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**, desenvolvido pelo aluno, Luiz Rosa da Silva Filho, do Curso do Mestrado Profissional em Letras da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) Campus III, sob a orientação da professora doutora Edilma de Lucena Catanduba.

Bonito de Santa-Fé-PB, 04 de junho de 2019.

Cícera Soares Timóteo
Diretora Escola
3EAD/ESEE - AUT.: 10.789

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Cícera Soares Timóteo', is written over a horizontal line.

Cícera Soares Timóteo

Gestora Escolar

Mat. 183.044-9

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA
PARAÍBA - PRÓ-REITORIA DE
PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA / UEPB - PRPGP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL

Pesquisador: Luiz Rosa da Silva Filho

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 15124919.0.0000.5187

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.478.548

Apresentação do Projeto:

Trata-se de um Projeto de Pesquisa vinculado ao Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) - Campus III. A apresentação resumida do projeto consiste nos seguintes termos: "A leitura e a escrita são utilizadas como forma de interação social. Nesta perspectiva, a escola precisa alinhar seus objetivos com esta expectativa e proporcionar ao aluno o contato constante com a linguagem por meio dos textos, que se concretizam através dos gêneros textuais/discursivos, que circulam no meio social. Assim, o objetivo do trabalho intitulado: O gênero propaganda na sala de aula: competência leitora e estratégias de produção textual, é desenvolver nos alunos o desempenho da capacidade interativa, para que possam utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de forma consciente e crítica. O ensino por meio dos gêneros se sustenta por ser a maneira consistente, para a utilização da linguagem nas várias práticas cotidianas de linguagem. Optamos pelo gênero propaganda por ser um gênero com ampla divulgação social através de diferentes suportes e com um imenso léxico persuasivo, que busca levar o leitor a comprar produtos ou serviços, como também aderir a ideais que são divulgadas. O estudo parte da discussão do ensino de língua portuguesa na concepção interacionista, os gêneros textuais/discursivos como forma de organização da linguagem, reflexão de leitura e escrita na visão interacionista, como também o estudo do gênero propaganda. Utilizaremos como aporte teórico os estudos de Bakhtin (2016),

Endereço: Av. das Baraúnas, 351- Campus Universitário
Bairro: Bodocongó **CEP:** 58.109-753
UF: PB **Município:** CAMPINA GRANDE
Telefone: (83)3315-3373 **Fax:** (83)3315-3373 **E-mail:** cep@uepb.edu.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA
PARAÍBA - PRÓ-REITORIA DE
PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA / UEPB - PRPGP



Continuação do Parecer: 3.478.548

Marcuschi (2008), que discutem sobre gêneros discursivos; Koch e Elias (2017), Antunes (2003), que refletem acerca da leitura, escrita e ensino; Cobra (1991), Leduc (1980), e Sandmann (2003) que discutem a respeito da propaganda, dentre outros que contribuíram para disseminação dos temas aqui abordados. Aplicaremos uma sequência didática, na qual será explorada a leitura e a escrita do gênero propaganda como uma maneira de aplicação da teoria na prática. Espera-se, que ao final do trabalho os alunos desenvolvam competências e habilidades em leitura e escrita no gênero propaganda, e que estes conhecimentos os credenciem para a leitura e a escrita de outros gêneros textuais/discursivos, que circulam no ambiente social, e são tão importantes quanto à propaganda em termo de ação social."

Objetivo da Pesquisa:

O projeto de pesquisa apresenta os seguintes objetivos:

Objetivo geral:

Desenvolver nos alunos o desempenho da capacidade interativa, para que possam utilizar a leitura e a escrita como forma de participação nas diversas situações de comunicação social de forma consciente e crítica.

Objetivos Específicos:

- a) Analisar propagandas de temas diversificados, que circulam em abundância no meio social.
- b) Identificar as características de produção da propaganda com base nos elementos constitutivos dos gêneros textuais/discursivos: conteúdo temático, estilo e composição.
- c) Organizar atividades que envolvam a leitura e a escrita, que contribuam para prática efetiva tanto com relação à compreensão quanto a produção do gênero propaganda.
- d) Levantar discussões e refletir a importância da leitura e da escrita para vivência no ambiente social.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Os riscos e benefícios da pesquisa são apresentados de forma clara e de acordo com a Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

É um projeto de pesquisa com condições de realização, claramente definido em termos éticos, metodológicos e logísticos, tal como determina a Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012, caracterizando exequibilidade na proposta.

Endereço: Av. das Baraúnas, 351- Campus Universitário
Bairro: Bodocongó **CEP:** 58.109-753
UF: PB **Município:** CAMPINA GRANDE
Telefone: (83)3315-3373 **Fax:** (83)3315-3373 **E-mail:** cep@uepb.edu.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA
PARAÍBA - PRÓ-REITORIA DE
PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA / UEPB - PRPGP



Continuação do Parecer: 3.478.548

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Todos os documentos obrigatórios estão adequados e contemplam as exigências do Anexo II da Norma Operacional CNS nº 001 de 2013 e da Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O pesquisador responsável realizou a revisão e as correções solicitadas no Projeto de Pesquisa e no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Sem pendências e/ou inadequações.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1363360.pdf	18/07/2019 09:40:32		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	18/07/2019 09:39:08	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETOATUALIZADO.pdf	18/07/2019 09:36:54	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	ASSENTIMENTO.pdf	05/06/2019 08:55:23	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
Declaração de Pesquisadores	COMPROPESQUISADOR.pdf	05/06/2019 08:54:39	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
Declaração de Pesquisadores	DECLPESQUISADOR.pdf	05/06/2019 08:53:51	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	DECLARACAOINSTITUICAO.pdf	05/06/2019 08:51:55	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito
Folha de Rosto	FOLHADEROSTOSS.pdf	05/06/2019 08:51:17	Luiz Rosa da Silva Filho	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Endereço: Av. das Baraúnas, 351- Campus Universitário
Bairro: Bodocongó CEP: 58.109-753
UF: PB Município: CAMPINA GRANDE
Telefone: (83)3315-3373 Fax: (83)3315-3373 E-mail: cep@uepb.edu.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA
PARAÍBA - PRÓ-REITORIA DE
PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA / UEPB - PRPGP



Continuação do Parecer: 3.478.548

Não

CAMPINA GRANDE, 31 de Julho de 2019

Assinado por:
Dóris Nóbrega de Andrade Laurentino
(Coordenador(a))

Endereço: Av. das Baraúnas, 351- Campus Universitário
Bairro: Bodocongó **CEP:** 58.109-753
UF: PB **Município:** CAMPINA GRANDE
Telefone: (83)3315-3373 **Fax:** (83)3315-3373 **E-mail:** cep@uepb.edu.br

25/07/2020

Ministério da Educação - MEC

Portal do Governo Brasileiro

IDEB - Resultados e Metas

Parâmetros da Pesquisa

Resultado:	<input type="text" value="Escola"/>	UF:	<input type="text" value="PB"/>
Município:	<input type="text" value="BONITO DE SANTA FÉ"/>	Nome da Escola:	<input type="text" value="EEEEFM MONSENHOR MORAIS"/>
Rede de ensino:	<input type="text" value="Estadual"/>	Série / Ano:	<input type="text" value="8ª série / 9º ano"/>

8ª série / 9º ano

Escola :	Ideb Observado							Metas Projeladas								
	2006 :	2007 :	2008 :	2011 :	2013 :	2016 :	2017 :	2007 :	2008 :	2011 :	2013 :	2016 :	2017 :	2019 :	2021 :	
EEEEFM MONSENHOR MORAIS	3.0	3.6	3.5	3.2	3.4	2.9	*	3.0	3.1	3.4	3.8	4.2	4.4	4.7	5.0	

Obs:

* Número de participantes no SAEB insuficiente para que os resultados sejam divulgados.

** Sem média no SAEB 2017: Não participou ou não atendeu os requisitos necessários para ter o desempenho calculado. Os resultados marcados em verde referem-se ao Ideb que atingiu a meta.

Atualizado em 30/08/2018

APÊNDICES

Materiais utilizados no módulo I da sequência didática



**SEQUÊNCIA DIDÁTICA:
MÓDULO I: Concepções de língua, leitura,
escrita, texto, gênero textual.**

**O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE
AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E
ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL**

ORIENTANDO: LUIZ ROSA DA SILVA FILHO
ORIENTADORA: DR^a EDILMA DE LUCENA CATANDUBA

LÍNGUA

De acordo com a concepção **interacional da linguagem**, os sujeitos são vistos como **atores/construtores sociais, sujeitos ativos que – dialogicamente – se constroem e são construídos no texto**, considerando o próprio lugar da interação e da constituição dos interlocutores. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 10-11).

[...] a língua é uma forma de ação, ou seja, um trabalho que se desenvolve colaborativamente entre os indivíduos na sociedade. (MARCUSCHI, 2008, p. 67).

LEITURA

A leitura é, pois, uma atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos, que se realiza evidentemente com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 11).

[...] compreender é uma atividade colaborativa que se dá na interação entre autor-texto-leitor ou falante-texto-ouvinte, podem ocorrer desencontros. A compreensão é também um exercício de convivência sociocultural. (MARCUSCHI, 2008, p. 231).

ESCRITA

a escrita não é compreendida em relação apenas à apropriação das regras da língua, nem tampouco ao pensamento e intenções do escritor, mas, sim, em relação à interação escritor-leitor, levando em conta, é verdade, as intenções daquele que faz uso da língua para atingir o seu intento sem, contudo, ignorar que o leitor com seus conhecimentos é parte constitutiva desse processo. (KOCH e ELIAS, 2011, p. 34).

toda escrita responde a um propósito funcional qualquer, isto é, possibilita a realização de alguma atividade sociocomunicativa entre as pessoas e está inevitavelmente em relação com os diversos contextos sociais em que essas pessoas atuam. (ANTUNES, 2003, p. 48).

TEXTO

O texto é um evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas. (BEAUGRANDE, apud MARCUSCHI, 2008, p. 72)

[...] texto, considerado o próprio lugar da interação e da constituição dos interlocutores. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 10-11).

GÊNERO TEXTUAL

[...] *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*. (BAKHTIN, 2003, p. 262).

Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composição funcionais, objetivos enunciativos e estilo concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. (MARCUSCHI, 2008, p. 155).

[...] os gêneros textuais – práticas sociocomunicativas – são constituídos de um determinado modo, com uma certa função, em dadas esferas de atuação humana, o que nos possibilita (re)conhecê-los e produzi-los, sempre que necessário. (KOCH e Elias, 2017, p. 106).



www.google.com.br bebeu e está dirigindo? chique, hein?

Materiais utilizados no módulo II da sequência didática



SEQUÊNCIA DIDÁTICA:
MÓDULO II – Elementos constitutivos dos gêneros textuais: composição, estilo e composição.

**O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA:
COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE
PRODUÇÃO TEXTUAL**

ORIENTANDO: LUIZ ROSA DA SILVA FILHO
ORIENTADORA: DRª EDILMA DE LUCENA CATANDUBA

**ELEMENTOS QUE CONSTITUEM OS
GÊNEROS**

- Conteúdo (temático);
- Estilo;
- Construção Composicional.

Tema é o conjunto de informações trazidas pelos interlocutores em determinadas situações com vistas à construção textual. Logo, o tema está diretamente associado às possíveis condições que definem usos específicos de gêneros. (WACHOWICZ, 2012, p. 37)

O **conteúdo temático** diz respeito ao tema esperado no tipo de produção em destaque [...].” (KOCH e ELIAS, 2011, p. 60).

O conteúdo temático responde às perguntas:

O que é? É sobre o quê? Qual é o benefício que se pretende transmitir? Qual é o público alvo? Qual é a finalidade? Qual é a função?

[...] estilo, o indivíduo escolhe formas linguísticas subordinado a um contexto discursivo específico – construído histórica e socialmente. (WACHOWICZ, 2012, p. 129).

[...] o estilo se concentra na **maneira como** é dito. Isso nos remete imediatamente ao plano das palavras, das estruturas sintáticas, das escolhas lexicais, das conexões etc. (WACHOWICZ, 2012, p. 136).

O estilo precisa responder às perguntas:

Qual é a linguagem utilizada na produção do texto? Quais classes de palavras prevalecem no texto? Que tipo de vocabulário é usado? Qual é a estrutura das frases? Que tipo de conectivos são utilizados?

[...] **do ponto de vista da composição dos gêneros**, deve-se levar em conta a forma de organização, a distribuição das informações e os elementos não-verbais: a cor, o padrão gráfico ou a diagramação típica, as ilustrações. (KOCH e ELIAS, 2017, p. 109-110).

[...] determinados tipos de construção do conjunto, de tipos do seu acabamento, de tipos da relação do falante com outros participantes da comunicação discursiva – com os ouvintes, os leitores, os parceiros, o discurso do outro, etc. (Bakhtin, 2016, p. 18).

A composição responde as seguintes perguntas:
Qual é a relação entre autor e leitor?

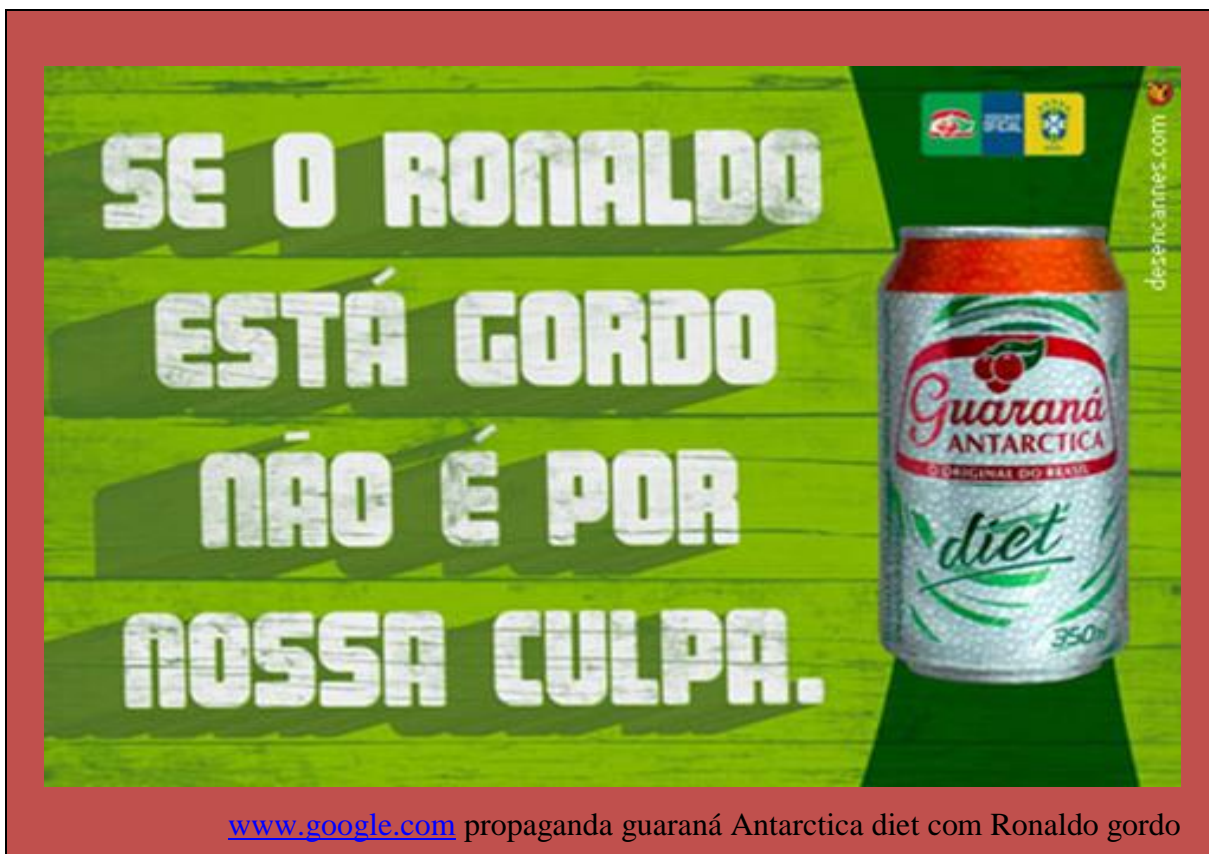
Como o texto é organizado, ou seja, o quadro visual, a sua formatação?

Os elementos não verbais como a cor, padrão gráfico, ilustrações, foto, dentre outros, são usados de que forma?

As informações utilizadas são construídas de que forma?

Que tipo de texto predomina: narrativo, descritivo, injuntivo, argumentativo?





SE O RONALDO
ESTÁ GORDO
NÃO É POR
NOSSA CULPA.

Guarana
ANTARCTICA
ORIGINAL DO BRASIL
diet
350ml

desencannet.com

www.google.com propaganda guaraná Antarctica diet com Ronaldo gordo

Materiais utilizados no módulo III da sequência didática



SEQUÊNCIA DIDÁTICA:
MÓDULO III – O gênero propaganda e suas características constitutivas a partir dos elementos que compõem os gêneros textuais: conteúdo temático, estilo e composição

O GÊNERO PROPAGANDA NA SALA DE AULA: COMPETÊNCIA LEITORA E ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO TEXTUAL

ORIENTANDO: LUIZ ROSA DA SILVA FILHO
 ORIENTADORA: DR^a EDILMA DE LUCENA CATANDUBA

PROPAGANDA

[...] *a propaganda é o conjunto dos meios destinados a informar o público e a convencê-lo a comprar um produto ou um serviço.* (LEDUC, 1980, p. 22).

a propaganda é uma tentativa de influenciar a opinião e a conduta da sociedade de tal modo que as pessoas adotem uma opinião e uma conduta determinada. (DOMENACH, apud COBRA, 1991, p. 21).

[...] *publicidade é usada para venda de produtos ou serviços e propaganda tanto para a propagação de idéias como no sentido de publicidade.* Propaganda é, portanto, o termo mais abrangente e o que pode ser usado em todos os sentidos. (SANDMANN, 2003, p. 10).

**ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS USADOS NA
COMPOSIÇÃO DO GÊNERO PROPAGANDA:
CONTEÚDO TEMÁTICO, ESTILO E
COMPOSIÇÃO.**



CONTEÚDO (TEMÁTICO):

ESTILO:

COMPOSIÇÃO:

Colgate Tripla Ação **Tripla Proteção para toda sua família**

• Compre Já!
• Comercial de TV

Colgate
Centro de Saúde Bucal
- Como escovar os dentes
- Boa Higiene Oral

Sabor Hortelã

Colgate Tripla Ação
ABC 90g
1 Fator 2 Branco 3 Hálito Fresco

Tamanhos: 90g e 50g

Também nas versões:
Colgate Menta Original
Colgate Menta Suave

1 Dentes Fortes
2 Dentes Brancos
3 Hálito Fresco

Colgate A MARCA Nº1 EM RECOMENDAÇÃO DOS DENTISTAS

www.google.com.br propaganda de Colgate com a família

CONTEÚDO (TEMÁTICO):

ESTILO:

COMPOSIÇÃO:



www.google.com.br propaganda da caixa quem tem sonhos tem uma poupança

Atividades do aluno 1

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
- b) incentivar a diversidade entre o público;
- c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
- d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;

~~b)~~ uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;

c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;

d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: Para enfatizar o que nem acontecendo ou o que está em falta.

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: LGBT.

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: A empresa Doritos.

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R: Que formam um arco-íris.

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: Sim. Para obter apoio ao público LGBT e divulgar sua causa.

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: Por conta das cores apresentadas no texto: Que formam a bandeira LGBT.

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: A linguagem verbal, não verbal. Para dar suporte ao que está sendo falado.

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. ~~condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.~~
- c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R:

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R:

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
- b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
- que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.
- d) conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R:

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R:

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R:



2- Pode ter sido colocado pelo prefeito ou algum da cidade para prevenir acidentes; pela empresa WFGOMES.

3- Preta: A morte e o luto da "Mina" apresentado no texto.

Vermelho: O Sangue, e também pode ser associado a cor vermelha do semáforo "PARE".

Amarelo: Atenção
6- Composição: contém linguagem formal e informal. Com cores diferentes e ilustrações.

Conteúdo temático: é uma propaganda do para conscientizar os motoristas, sobre os riscos de trânsito, para evitar acidentes e salvar vidas e evitar situações incômodas.

Estilo: linguagem informal.

7-
8- Em um aspecto para facilitar a identificação

Today I am: # _____



Atividades do aluno 2

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: Mais no sentido de novo, melhor, quer falar que o Doritos mudou e está melhor agora. e de forma eficiente para as pessoas. *que se comparam*

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: Homossexuais, transsexuais, bissexuais, lésbicas etc...

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: O fabricante do produto Doritos Rainbow

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R: Essa ligação entre elas, nos ajuda os leitores a entender melhor os dois tipos de linguagem no texto a verbal e a não verbal

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: Sim! porque quer passar para nós leitores aprendermos a ser conscientes e respeitosa em relação a diversidade sexual, cultural e a escolha da forma de vida de cada um.

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: O Doritos é um salgadinho muito bom e que muitos gostam então talvez tenha sido por isso que o produtor tenha tido essa ideia.

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: foram utilizados linguagem verbal e não verbal.

E isso é importante porque você entende a linguagem verbal ainda mais quando há a linguagem não verbal juntas dentro do texto

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: A empresa Wt games outdoor (por mais pode ter sido pessoas
 de áreas como eletrônicos, auto escolas que pediram para essa gra-
 ficã fazer)
 03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão
 podemos fazer?

R: a cor preta vem de morte então beber e foi dirigir pode acabar
 morando! e o amarelo vem de alerta para quem dirige ter muito
 cuidado e ã dirigir se beber

04- No trecho "DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?" o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R:

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: As cores, as letras, a forma da escrita e o local que foi colocada no outdoor.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: Sim! Se prestar bem atenção podemos identificar que essa placa pode estar na beira da pista em um local visível para que os condutores possam ver.

Questões 6 Resposta:

Conteúdo Temático: É uma propaganda sobre as consequências de beber e dirigir. Tem como finalidade informar sobre os riscos que um condutor que engere bebidas alcoólicas pode passar. Os condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas. A finalidade é alertar sobre os perigos de conduzir alcool e dirigir. A finalidade é fazer com que os condutores tentem não beber e dirigir para não a vida deles em risco.

Estilo: Linguagem formal e muito pois utiliza desenhos e palavras elaboradas de palavras, são os substantivos vocabulário utiliza conexões como está para mostrar proximidade estrutura frases afirmativas, interrogativas, frases declarativas e imperativas. Estão, e mas.

Composição: Relação de autor com os leitores e de proximidade, os textos e organizado pois utiliza letras maiúsculas e minúsculas prevalecendo as maiúsculas utiliza as pontuações corretamente, cores que se encaixam com o contexto da figura, e o nome da cor que faz o outdoor. Elementos não verbais foram utilizados cores vermelha: vem de energia e também poder ser de sangue, preto vem de morte, branco vem de pureza, paz e limpeza, e os amarelos vem de energia e de alerta para os condutores.

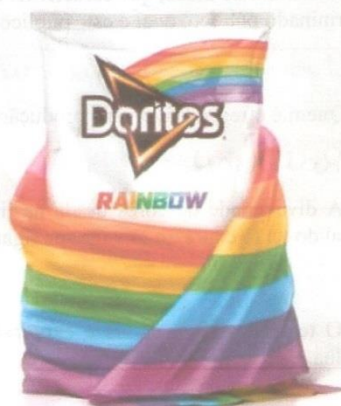
Texto predominante: é Descritivo e Injetivo

Atividades do aluno 3

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: *De dar uma qualidade melhor ao produto*

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: *As pessoas que não veem a propagação*

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R:

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R:

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R:

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: *Um completa o outro ou seja um da finalidade a o outro.*

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: *Linguagem verbal, Linguagem mista*

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. ~~b)~~ condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R:

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: *para chamar atenção, a cor preta é para dizer que pode levar a morte o vermelho a atenção*

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

~~d)~~ que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.
- ~~d)~~ conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: Conteúdo Temático: Propaganda sobre o trânsito que chama atenção do leitor sobre o perigo de dirigir ao efeito de álcool.

Estilo: A linguagem utilizada é mista

Composição: A relação entre o leitor e o autor é com uma ironia mais ao mesmo tempo para advertir que se dirigir bebado corre o risco de morte.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: Quando ele fala "desculpe a intimidade, mas a viúva é bonita"

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: no meio da estrada para que os motoristas possam ficar alertas

Atividades do aluno 4

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;

b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;

c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;

d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: PARA AS PESSOAS COMPRAREM MAIS DORITOS.

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: CRIANÇAS

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R:

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R:

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: NÃO, O TEXTO ACIMA É UMA EXPRESSÃO COMERCIAL, POR QUE INCENTIVA O CONSUMO.

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: O PRODUTOR QUIZ CHAMAR A ATENÇÃO DO PÚBLICO PARA FAZER COM QUE AS PESSOAS COMPREM O PRODUTO

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: A LINGUAGEM FORMAL E A LINGUAGEM VERBAL E NÃO VERBAL

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: WT GOMES

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: PRETO: LUTA OU MORTE, AMARELA: DESCONTRACÃO

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.
- d) conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: CONTEÚDO TEMÁTICO: É UMA PROPAGANDA SOBRE A CONSCIENTIZAÇÃO QUE BEBER E DIRIGIR PODE LEVAR A MORTE. QUE AJÁ MENOS ACIDENTES DE TRÂNSITO O PÚBLICO ALVO SÃO OS MOTORISTAS.

ESTILO: LINGUAGEM MISTA APRESENTANDO UMA FRASE INTERROGATIVA E UMA IMAGEM. PREVALECEM LETRAS MAIÚSCULAS, E AS FRASES SÃO UTILIZADAS EM FORMA DE IRONIA.

COMPOSIÇÃO: A RELAÇÃO ENTRE AUTORA E LEITOR É INFORMAR OS PERIGOS DE BEBER E DIRIGIR. PREDOMINA O TEXTO NARRATIVO. A COR BRANCA DAS FRASES QUER DIZER: PAZ, PUREZA E LIMPEZA. A COR PRETA QUER DIZER: MORTE. A COR AMARELA QUER DIZER: DESCONTRASTO E A COR VERMELHA QUER DIZER ENERGIA.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: OS ELEMENTOS NÃO VERBAIS COMO A COR, É O TEXTO PREDOMINANTE NO CASO O TEXTO NARRATIVO UTILIZANDO IRONIA.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: SIM, POR QUE EM MUITAS VEZES PARA TER UM ENTENDIMENTO MELHOR DA PROPAGANDA É NECESSÁRIO UM LUGAR ESPECÍFICO.

Atividades do aluno 5

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPON-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: O termo, mais, se refere a qualidade do produto, com isso, o público pode se interessar, na compra, de verdadeiramente a qualidade, ou seja, a união da embalagem e do produto.

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R:

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R:

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R: A linguagem verbal e não verbal tem a mesma finalidade que é a divulgação do produto.

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R:

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: O fato de esse tipo de produto, mais ser muito divulgado.

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: A linguagem verbal e não verbal, com o uso de figuras e com uma linguagem simples.

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: Autor da empresa Games Outdoor

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: A cor preta significa a bebida que se bebe e dirigir causa a morte e a amarela representa o sinal.

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

a) acabar com os acidentes no trânsito.

b) evitar que mulheres fiquem viúvas.

c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: É uma propaganda sobre o perigo de beber e dirigir. Tem como objetivo alertar os motoristas para não dirigirem utilizando como defesa a falta de um acidente. A finalidade é vender um ideia de conduta na sociedade. O estilo, a linguagem utilizada é a informal, isto é, falares, que se caracteriza por ser mais simples e direta. Composição: a intenção de alertar o leitor sobre os elementos utilizados como cores, imagens, linguagem verbal. Os recursos utilizados são a ironia que significa a mesma coisa, beber e dirigir e a ironia é utilizada para evitar beber e dirigir.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: A parte em que fala que dirigir e beber é suicídio. Há um uso de ironia, isto é, faz com que os motoristas pensem na possibilidade de não beber e dirigir.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

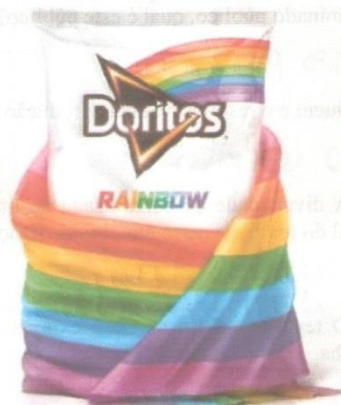
R: Sim, pois a propaganda foi exposta nos pontos de trânsito para chamar a atenção dos motoristas.

Atividades do aluno 6

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPON-
DERA-
MENTO.



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: Para falar que o doritos é mais gostoso e mais colorido.

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: As pessoas.

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: O doritos.

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R: Que é uma propraíagemela e tem que ter uma linguagem verbal e não verbal.

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: Sim: porque é para divulgar algo.

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: Por que o produto perdia mais tá vendendo muito bem.

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R:

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: Foi produzida pelo Detran ou que draba-
 cham vem transportes automáticos.

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: A cor preta significa a morte e a amarela
 significa para não ultrapassar sua linha

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: A propaganda está alertando as pessoas que consumem álcool e não dirigem, isso pode causar um grande acidente e até mesmo a morte, as cores que estão na propaganda estão representando alguma coisa, a cor preta representa o álcool e a cor amarela está representando para não ultrapassar sua linha. Essa propaganda alertar a todos que beber e dirigir pode causar grave acidente.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: A frase que está alertando as pessoas que não pode beber e dirigir ao mesmo tempo.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: Sim: por se tratar de automóveis a placa pode estar na parede da pista

Atividades do aluno 7

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R: *falou que o mundo precisa de mais diversidade
mais cores*

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: *crianças*

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: *Rainbow*

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R:

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R:

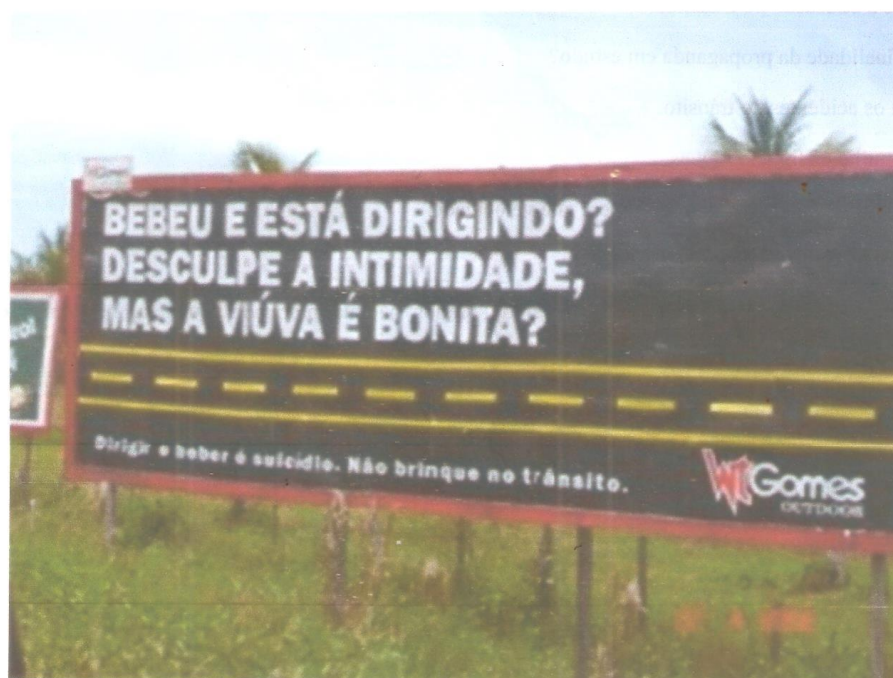
09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: *Devido a divulgação um produto que chamasse a atenção do público com uma embalagem colorida que significa que o mundo deve ser mais colorido mais diversidade e inclusão*

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R:

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: *Gomes, várias pessoas do exterior*

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: *a comercial tem no formato de uma pista e a preta para destacar mais a placa*

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

a) acabar com os acidentes no trânsito.

b) evitar que mulheres fiquem viúvas.

c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

d) conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

Q: que é? Uma propaganda
 R: a ordem usou a ordem usava a ordem na estrada
 Qual é o destinatário? quem vai dirigir e beber a um acidente
 Qual é o propósito? todos mundo, final a finalidade? Alivia os motoristas
 Qual é a funcionalidade? de evitar o acidente.

Qual é a linguagem? formal

Qual é a classe de palavras que predominam? Substantivos

Que tipo de vocabulário?

Qual a estrutura da frase?

Qual a relação entre o autor e o leitor? relação de intimidade
 Como o texto é organizado? ser comercial e prática um com formato de uma pista
 Letras grandes na cor branca
 Os elementos não verbais são usados de que forma? fonte: respeito, morte, isolamento, medo...
 Branca: paz, pureza e limpeza. A música: Luz, calor, desconstrução...

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: primeiros elementos com uma ironia "Beba a esta dirigindo? Dessepa-
 a intimidade, mas a língua e bonita?
 e um Brasil tem "Dirigir e beber a umidade, que facilita o entendimento.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: sim, na lateral da estrada

Atividades do aluno 8

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra “diversidade” aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto “Doritos”;
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo “mais” usada no texto com a palavra “Doritos”, que aparece na embalagem?

R:

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: **LGBT**

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: *propaganda*

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R: *Expressa uma ligação, por termos mais respeito ao LGBT*

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: *para pararmos com os preconceitos com o LGBT*

09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: *por causa do preconceito*

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R:

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R:

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: a cor preta é: tristeza, morte. a cor amarela é: atenção quando estão dirigindo

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

- a) acabar com os acidentes no trânsito.
- b) evitar que mulheres fiquem viúvas.
- c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.
- conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: é uma propaganda sobre o perigo no trânsito e bebidas. pretende transmitir o perigo de beber e dirigir. a mensagem é: para quem bebeu alcoolica não deve dirigir. a finalidade é persuadir para não haver acidentes e faltar a punição para quem não parar de beber para não dirigir. bebidas alcoolica quando estão dirigindo o linguagem é formal as classes do palavra não é interogativa, afirmativa e exclamativa. as entenças do frase são imperativas as conclusões são afirmativas. A, B, C, D, E.

a relação do texto e letra é de simetria. o texto é organizado com letras maiúsculas, letras em itálico e abreviação. as informações utilizadas não consistem de frases afirmativas e interrogativas e tipo de texto é argumentativo.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: as cores azul amarelo e vermelho, as letras maiúsculas e o frase "dirigir e beber é suicídio".

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R:

Atividades do aluno 9

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra "diversidade" aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

- a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;
- b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto "Doritos";
- c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;
- d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo "mais" usada no texto com a palavra "Doritos", que aparece na embalagem?

R:

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público? *É o público LGBTQ*

R:

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: *Produtor da marca*

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas? *Bom, elas expressam*

R: *uma ligação ~~entre~~ mostrando tanto na linguagem verbal como na não verbal o apoio pelas LGBTQ.*

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R:

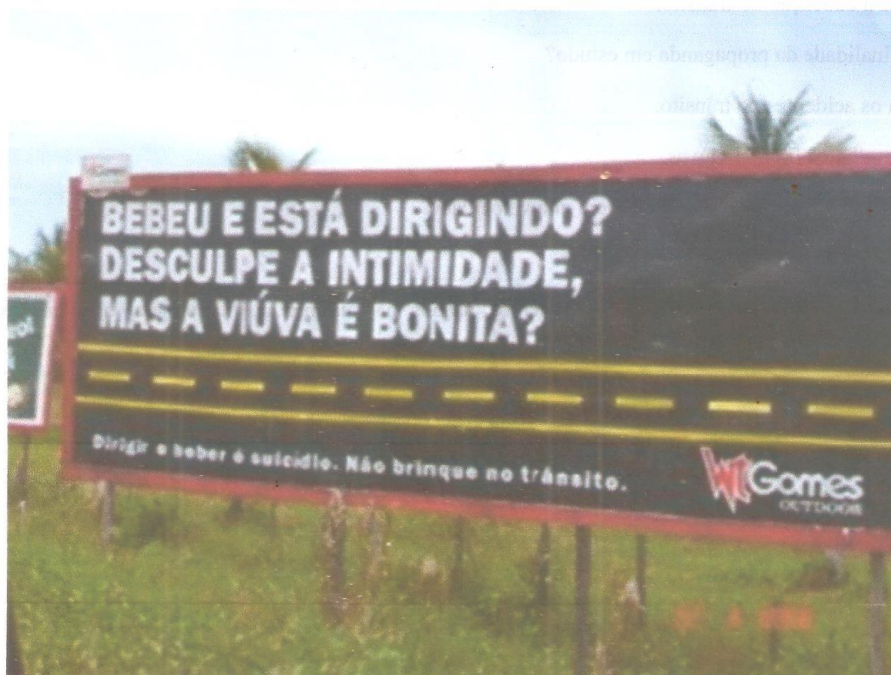
09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: *O produtor do público LGBTQ tentou ele usar a propaganda para demonstrar apoio as pessoas dessa sociedade.*

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R: *Ele usou linguagem verbal e não verbal e eles são importantes para demonstrar apoio as públicos LGBTQ*

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: O produtor do texto pode ser os guardas de trânsito quando alerta sobre o perigo.

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: O amarelo que diz a cidadonês Bella e dirija e o preto esta ligado a morte.

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

a) acabar com os acidentes no trânsito.

b) evitar que mulheres fiquem viúvas.

c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R: É uma Propaganda que alerta a quem Bebe e dirige dos Riscos, alerta que quem Bebe e dirige para não sofrer esse os males todos em geral.
 alerta dos perigos a quem bebe?
 Estilo: É escrito na linguagem informal. É adytiva e usada um vocabulário popular onde fica fácil para os leitores entenderem elas não constituídas de adjetivos etc. Ele é verbal.
 Composição: É uma Relação Praxima, a quadra visual e a mensagem por a por foto que simboliza morte a car amarela que significa cuidado. Ele utiliza cores que tem significam cuidado e morte alertando o perigo É um texto didático e informativo.

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: Os cores utilizadas para chamar a atenção tem significados como morte, cuidado, sangue ou seja são mais alerta da que pode acontecer além da ironia que ele faz no texto.

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

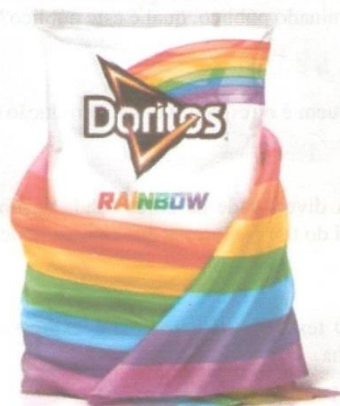
R: Sim pois existem elementos que apontam que foi tirada a foto dessa Propaganda na parte de um asfalto.

Atividades do aluno 10

ATIVIDADE DE LEITURA DE TEXTO

Observe o texto abaixo, para responder as questões que segue.

**MAIS
CORES.
MAIS
DIVERSIDADE.
MAIS
EMPO-
DERA-
MENTO.**



01- Qual é o gênero textual utilizado na produção da imagem acima?

- a) cartum. b) piada. c) propaganda. d) anúncio.

02- A finalidade do gênero textual abordado se caracteriza pelo desejo de:

- a) divulgar um produto;
b) incentivar a diversidade entre o público;
c) contribuir para uma sociedade diversa e livre;
 d) todas as alternativas anteriores caracteriza a finalidade do texto.

03- A palavra "diversidade" aparece no texto de forma mais extensa com relação às demais, esta estratégia visa estabelecer:

a) um fato isolado sem qualquer relação com o texto de forma geral;

b) uma conexão entre a linguagem verbal e não verbal como uma forma de demonstrar a existência de uma sociedade diversa e diferente, no entanto, evidenciando a união desta quando o assunto é o produto "Doritos";

c) apenas uma forma de estética, a fim de chamar a atenção do leitor;

d) uma demonstração das diversas classes sociais existentes em uma sociedade.

04- Qual a relação do termo "mais" usada no texto com a palavra "Doritos", que aparece na embalagem?

R: A palavra "mais" aparece para que "Mais é mais" seja adicionada ao produto no caso "Doritos" de dia-a-dia, para trazer mais pessoas a saber o produto.

05- A mistura de cores, que caracteriza um arco-íris, é utilizada para fazer menção a um determinado público, qual é este público?

R: LGBT

06- Quem é o responsável pela produção do texto?

R: O "Doritos"

07- A diversidade de cores usada na linguagem verbal, bem como na linguagem não verbal do texto expressa que tipo de ligação entre elas?

R:

08- O texto abordado acima é expressão de uma comunicação social? Justifique sua escolha.

R: Sim, porque essa comunicação faz parte da vida produtiva do ser humano, muitas outras mensagens, produtos, ideias, falas, ideias, tudo de forma, porque a comunicação não é apenas verbal, mas muitas outras formas de produtos e mensagens, tudo isso faz parte da comunicação.

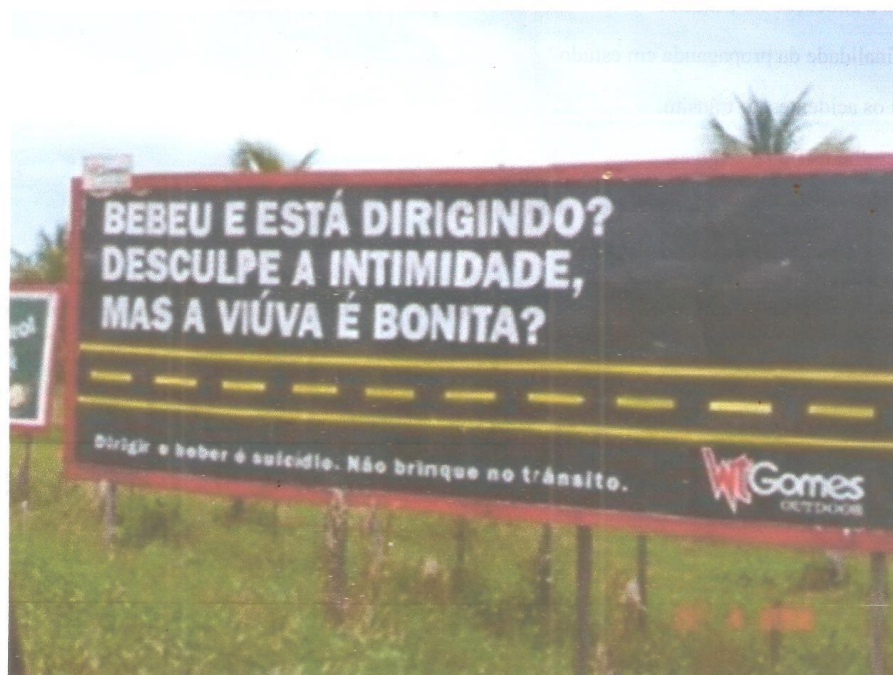
09- O produto Doritos tema do texto, demonstra um apoio irrestrito a causa divulgada. Mas o que levou o produtor do texto a esta aproximação entre o produto e a causa defendida?

R: É um ato que visa fortalecer a causa, porque uma comunicação sobre muitas coisas, não apenas a ideia, e também para trazer mais pessoas, para conhecer e se interessar, mas também para fortalecer.

10- Cite os elementos linguísticos que foram usados na constituição do texto? E qual a importância destes elementos para atingir o objetivo?

R:

Leia a propaganda a seguir para responder as questões que seguem.



01- Qual é o interlocutor específico a que a propaganda se dirige?

- a) aos motoristas de ônibus. b) condutores que costumam ingerir bebidas alcoólicas.
 c) ao leitor da propaganda. d) ao público em geral.

02- Aponte o produtor do texto.

R: de quem é a W Games

03- analisando o texto escrito e a cor preta e amarela utilizada na composição da propaganda, que reflexão podemos fazer?

R: O Preto remete ao mundo, já o Amarelo remete ao mundo da vida. Não se pode beber de mais.

04- No trecho “DESCULPE A INTIMIDADE, MAS A VIÚVA É BONITA?” o autor faz o uso da ironia com a finalidade de chamar a atenção do interlocutor. Que mensagem é possível observar no chamamento?

- a) que a frase usa a ironia para se referir a qualquer motorista, pois o fato de estar constantemente na estrada corre um risco maior de acidente e ceifar a vida.
 b) que a frase ironiza o fato de uma mulher bonita ter ficado viúva de um motorista que dirigia bêbado.
 c) que a ironia representa uma antecipação de um fato provável de acontecer, a morte, caso combine direção e álcool.

d) que a ironia é utilizada apenas como forma de humor, para prender a atenção do leitor na consecução da finalidade, que a educação no trânsito.

05- Qual é a finalidade da propaganda em estudo?

a) acabar com os acidentes no trânsito.

b) evitar que mulheres fiquem viúvas.

c) mostrar o perigo nas estradas ao trafegar em alta velocidade.

d) conscientizar sobre o perigo de beber e dirigir.

06- analise a propaganda e apresente os elementos usados na sua produção, ou seja, os elementos constitutivos do gênero textual: conteúdo temático, estilo e composição.

R:

07- Quais os elementos utilizados na composição da propaganda, que facilitam para o entendimento da finalidade do texto?

R: Sendo a mensagem sobre evitar o beber, para que se não abandone o destino que comanda a estrada. A finalidade é para quem bebe e dirige sem a mente

08- A propaganda foi exposta por meio de outdoor, que é um dos suportes muito utilizado na sua divulgação. Observando a imagem da propaganda, bem como o conteúdo temático adotado é possível apontar o local de exposição da mesma? Justifique a sua resposta.

R: Sim, o local onde se encontra a propaganda é de beber para que os motoristas não consumam álcool, para evitar acidentes, para quem bebe e dirige sem a mente.