



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CAMPUS UNIVERSITARIO DE ABAETETUBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA LINGUAGEM
NÚCLEO UNIVERSITÁRIO DE TOMÉ-AÇU

ELIZETE FERREIRA MADEIRA

O ENSINO DE GÊNEROS DO TIPO DESCRITIVO: CLASSIFICADOS E
PROPAGANDAS

Tomé Açú/PA
2018

ELIZETE FERREIRA MADEIRA

O ENSINO DE GÊNEROS DO TIPO DESCRITIVO: CLASSIFICADOS E
PROPAGANDAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à coordenação do curso da faculdade ciências da linguagem da Universidade Federal do Pará, Campus de Abaetetuba, como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado em Língua portuguesa.

Orientadora: Profa. Dr. Raimunda Duarte

Tomé Açu/ PA

2018

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

M181e Madeira, Elizete Ferreira.
O ensino de gêneros do tipo descritivo: : classificados e
propagandas / Elizete Ferreira Madeira. — 2018.
37 f. : il. color.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Raimunda Dias Duarte
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal do Pará, Campus Universitário de Abaetetuba, Curso de
Língua Portuguesa, Abaetetuba, 2018.

1. Gêneros do discurso. 2. Classificados. 3. Propagandas.
4. Leitura. I. Título.

CDD 410

O ENSINO DE GÊNEROS DO TIPO DESCRITIVO: CLASSIFICADOS E PROPAGANDAS

Este trabalho de conclusão de curso foi julgado adequado para obtenção de grau Licenciatura em Letras–Língua Portuguesa da Universidade Federal do Pará/Campus Abaetetuba/Polo de Tomé-Açu e aprovado em sua forma final em::_____ de Março de 2018

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

Prof^a. Dr. Raimunda Dias Duarte (UFPA)

Orientador

Prof^a. Dr. Rosângela do Socorro Nogueira de Sousa (UFPA)

Examinador

Prof^o. Ms. Marílio Salgado Nogueira (UFRA)

Examinador

Os que confiam no Senhor serão como o monte de Sião, que não se abala, mas permanece para sempre. Como estão os montes à roda de Jerusalém, assim o Senhor está em volta do seu povo, desde agora e para sempre (Salmos cap.125, vers.1 e 2).

AGRADECIMENTOS

Ao Senhor, que me deu força e coragem para vencer todos os obstáculos e dificuldades enfrentadas durante o curso e me trouxe até aqui.

À minha amada orientadora, Raimunda Duarte, sem palavras para agradecê-la, sempre nos ajudou e deixou ricos aprendizados em todas as disciplinas que ministrou na turma Letras/2014, Polo de Tomé-Açu. Às suas ricas orientações, meu muito obrigada.

À minha mãe, minha filha, esposo e irmãos e irmãs. Com eles compartilho a alegria da realização deste trabalho, que é único e um dos mais importantes e felizes da minha vida.

Aos meus colegas de classe que foram verdadeiros e companheiros. No entanto, não poderia deixar de citar minhas amigas Allina Lobo e Daniela Bispo, essas contribuíram muito nesse trabalho o incentivo e a força que me deram foram de grande valia. E a todos da Universidade Federal do Pará, Campus Abaetetuba, que é a instituição em que eu realizei um grande sonho que era cursar Letras-Língua Portuguesa.

Obrigada a todos que, de alguma forma, contribuíram na realização deste meu sonho.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO-----	9
1 CAPITULO I -ORIENTAÇÃO TEÓRICO METODOLOGICA-----	9
1.1 GÊNEROS E TIPOS TEXTUAIS-----	11
1.2 SEQUÊNCIA DIDÁTICA-----	15
2. CAPITULO II- DESENVOLVIMENTO DA SEQUENCIA DIDATICA-----	17
2.1 CONTEÚDO-----	17
2.2 CONDUÇÕES METODOLOGICA-----	18
3. AVALIAÇÃO E QUADRO DAS ATIVIDADES-----	24
4. CONCLUSÃO-----	28
REFERÊNCIAS-----	29

RESUMO

O presente trabalho tem como tema o ensino de gêneros do tipo descritivo: classificados e propagandas. O objetivo geral do trabalho é desenvolver, nos alunos, habilidades de leitura e escrita de gêneros do tipo descritivo. Para alcançar esse objetivo, busca-se compreender as funções sociais dos gêneros classificados e propagandas, conhecer as características formais dos classificados e propagandas, entender o valor discursivo do tipo textual descrição nos classificados e propagandas e saber produzir um texto descritivo com base nos gêneros estudados. O referencial teórico está baseado no interacionismo proposto por ANTUNES (2009), nas orientações dos PCN de língua portuguesa para o ensino médio (2006), na definição de Bakhtin (2000) sobre o gênero do discurso, nas concepções de tipos de textos de Marcuschi (s.d) e nas concepções de Dolz, Norrevaz e Schneuwly (2004) sobre sequência didática. Com isso, espera-se que o aluno desenvolva a habilidade de leitura e escrita dos gêneros classificados e propagandas, compreenda as funções sociais desses gêneros e desenvolva o conjunto de habilidades de criação e recriação exigidas na construção de classificados e propagandas.

Palavras-chave: gêneros do discurso; classificados; propagandas; leitura;

INTRODUÇÃO

A leitura é uma ferramenta imprescindível para o acesso ao conhecimento. Essa modalidade de uso da língua é essencial para a expansão de um pensamento crítico e reflexivo, pois, através dela é possível o contato com diferentes ideias e experiências que contribuem para a formação de sujeitos capazes de analisar e criticar o mundo.

Durante a vivência em uma turma de 1º ano do Ensino Médio de uma escola particular de Tomé-Açu, foi visto que o professor usou livro paradidático para trabalhar tipos textuais e se limitou somente a essa ferramenta, que não atendia satisfatoriamente ao assunto trabalhado. Dessa forma, a aula não abordou as características dos tipos textuais, aspecto importante a ser desenvolvido.

Verificou-se também que não houve um aprofundamento no conteúdo da aula para que o aluno pudesse perceber a estrutura dos textos narrativo, descritivo e dissertativo e mostrar em quais gêneros esses tipos de textos estão presentes, para que o aluno conheça a funcionalidade do conteúdo trabalhado em sala de aula desenvolva esses conhecimentos nas suas relações sociais. É elementar que o aluno entenda que a interação se dá por meio dos gêneros textuais e os tipos textuais atuam em consonância, os tipos textuais são as formas nas quais os textos se apresentam.

Com base no que foi observado, foi produzido este trabalho com o objetivo de desenvolver, no aluno, a habilidade de leitura e escrita de gêneros do tipo descritivo. Para alcançar esse objetivo, o aluno deverá compreender as funções sociais dos gêneros classificados e propagandas; conhecer as características formais dos classificados e propagandas; entender o valor discursivo do tipo textual descrição nos classificados e propagandas e saber produzir um texto descritivo com base nos gêneros estudados.

Este trabalho foi desenvolvido a luz dos teóricos ANTUNES (2009) sob a concepção de ensino da língua a partir da língua em uso o interacionismo, nas orientações dos PCN de língua portuguesa para o ensino médio (2006), na definição de Bakhtin (2000) sobre o gênero do discurso, nas concepções de tipos de textos de Marcuschi (s.d) e nas concepções de Dolz, Norrevaz e Schneuwly (2004) sobre sequência didática.

Este trabalho está estruturado em dois capítulos. No primeiro capítulo, discute-se uma problemática sobre leitura e escrita e aborda-se sobre as concepções teóricas que servirão de base para o desenvolvimento do trabalho, partindo das concepções teóricas de Antunes (2004) sob o interacionismo, Bakhtin (2000) sobre os gêneros do discurso e Marcuschi (s.d.) numa abordagem sobre tipos textuais, e Doz et al. (2004), sobre sequência didática. O segundo capítulo é voltado para o desenvolvimento do trabalho, que parte da elaboração dos conteúdos que serão trabalhados e elaboração das atividades que serão aplicadas como proposta de ensino de gêneros do tipo descritivo. Nesta parte do trabalho está detalhada, de maneira clara, a forma como serão abordados os conteúdos, como será desenvolvida cada atividade, quais instrumentos servirão de suporte para aplicação do trabalho, como será feita a avaliação da aprendizagem e que resultados espera-se alcançar.

1. ORIENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

A leitura tem uma importância indiscutível na educação básica. No entanto, é visto que em algumas instituições de ensino, as aulas de leitura são sem objetivo, não buscam fazer o aluno pensar sobre o que está lendo. Essa prática ainda ocorre pelo fato de que muitos ainda têm a concepção errônea de que ler é tão somente decodificar signos.

A motivação para produzir este trabalho surgiu na disciplina de estágio I. Fomos a uma escola particular de Tomé-Açu observar uma aula de língua portuguesa e o que verificamos foi que o professor usou mecanismos que não supriram satisfatoriamente o conteúdo trabalhado que, na ocasião, a docente trabalhava tipos de textos. A professora apenas deu conceitos básicos acerca de cada um dos tipos textuais e, no momento da produção textual ao qual os alunos tinham que por em prática o que tinham apreendido, sentiram dificuldades em produzir. Isso porque conheciam apenas conceito sobre cada tipo de texto; não conheciam as funções sociais de cada um dos tipos de textos trabalhados. A partir daí, percebemos a necessidade de produzir este trabalho para desenvolver a habilidade de ler e escrever, usando como estratégia o ensino do tipo descritivo por meio de gêneros textuais.

As aulas de língua portuguesa devem instigar o aluno, fazê-lo pensar. Essa é uma conduta que deve ser exercida pelo professor em sala de aula, pois, a língua portuguesa vai muito além do ensino de nomenclatura gramatical. As aulas devem possibilitar o aluno a fazer questionamentos acerca da sociedade e de seu papel perante ela.

Parece haver pouca preocupação, por parte de alguns professores, de tratar a leitura como modalidade fundamental para a formação de leitores competentes, sujeitos capazes de criticar e refletir sobre as coisas que os cerca.

Sabendo que a escola tem um papel fundamental na formação de cidadãos críticos, os conteúdos trabalhados dentro de sala de aula devem envolver situações reais de interação. Antunes (2003, p. 75) afirma que é a leitura que possibilita que o aluno acesse informações contidas no texto, pois “a atividade de leitura permite [...] que se compreenda o que é típico da escrita, principalmente o que é típico da escrita formal dos textos da comunicação pública”. Contudo, essas informações vão além da estrutura linguística.

A leitura é uma atividade complexa e, durante esse processo, outros conhecimentos são envolvidos. Como afirma a autora KOCH (2012, p. 11).

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.

A leitura é, portanto, uma atividade que exige que o leitor faça uso de outros conhecimentos no momento da sua realização. Koch (2012), com base nas concepções do interacionismo, elege quatro sistemas de saberes que são importantes para a atividade de leitura: a) o ilocucional, que é o que nos faz entender o objetivo pretendido pelo autor no texto; b) o comunicacional, que nos permite fazer as escolhas linguísticas para cada situação da fala; c) o metacomunicativo, que possibilita ao locutor que os objetivos propostos por ele no momento da interação sejam compreendidos pelo interlocutor e d) o superestrutural, que permite que se identifiquem as estruturas do texto, distinguindo-se uns dos outros. O conhecimento superestrutural envolve os diferentes gêneros que funcionam como mecanismo de interação social humana.

Através de uma leitura interativa, podemos fazer com que o aluno compreenda melhor o que está aprendendo na escola, aumentando seu repertório em relação à escrita, colaborando para que este se torne um cidadão crítico e argumentativo do mundo que o cerca.

Como afirma Delmanto (2005, p. 45):

Em primeiro lugar, precisamos ter em mente que não basta ensinar a ler e escrever: é necessário desenvolver o grau de letramento dos alunos, dirigindo o trabalho para práticas que visem a capacidade de utilizar a leitura (e a escrita) para enfrentar os desafios da vida em sociedade e, com conhecimento adquirido, continuar aprendendo e se desenvolvendo ao longo da vida.

A partir dessa concepção, o ensino/aprendizagem da leitura e da escrita passa a ser fundamentado numa abordagem interativa que não se volta apenas à teoria gramatical ou ao reconhecimento de algumas formas da língua padrão, mas principalmente ao domínio do ler e escrever de forma discursiva. Desta forma, nossos alunos serão capazes de relacionar e perceber sentidos implícitos no texto -

captando as intenções do autor por meio das pistas deixadas por ele – de deduzir informações que estão nas entrelinhas do texto. Como podemos verificar nas concepções dos PCN:

Os eventos de leitura se caracterizam como situações significativas de interação entre o aluno e os autores lidos, os discursos e as vozes que ali emergirem, viabilizando, assim, a possibilidade de múltiplas leituras e a construção de vários sentidos. PCN (BRASIL, 2006; p.33)

Então, deve haver um objetivo para a prática da leitura que seja significativo e funcional para o aluno, através do ensino de textos reais, oferecendo também diferentes textos escritos. A escolha de um gênero para trabalhar as aulas de língua fará o aluno perceber a diferença entre os diferentes gêneros textuais, dependendo da função social de cada um.

1.1 GÊNEROS E TIPOS TEXTUAIS

Bakhtin (1997) afirma que cada esfera da comunicação humana se realiza por meio da escolha de um gênero. É através da situação e do objetivo do locutor, que ele fará a escolha linguística para alcançar seus objetivos. Em qualquer situação comunicacional, da mais simples até a mais formal, será necessária a escolha de um gênero do discurso. Portanto, apresentar um conteúdo ao aluno através de gênero permitirá que ele reconheça os objetivos e as funções sociais deste, podendo, assim, construir sentidos e valores em relação ao texto.

O querer-dizer do locutor se realiza acima de tudo na escolha de um gênero do discurso. Essa escolha é determinada em função da especificidade de uma dada esfera da comunicação verbal, das necessidades de uma temática (do objeto do sentido), do conjunto constituído dos parceiros, etc. Depois disso, o intuito discursivo do locutor, sem que este renuncie à sua individualidade e à sua subjetividade, adapta-se e ajusta-se ao gênero escolhido, compõe-se e desenvolve-se na forma do gênero determinado. Esse tipo de gênero existe, sobretudo, nas esferas muito diversificadas da comunicação (BAKHTIN, 1997, p.301).

Os gêneros do discurso se concretizam na comunicação verbal. Interação e gênero não se separam, por isso, vê-se a grande necessidade de trabalhar dentro de sala de aula textos autênticos, ou seja, textos reais, que possam significar para o aluno e faça-os portar-se de forma crítica diante das circunstâncias do dia-dia. Desta forma, o aluno estará inserido na sociedade como cidadão ativo com a capacidade de analisar, criticar o mundo.

A grande ilusão nas aulas de língua é achar que é irrelevante trazer gêneros recorrentes do nosso dia-dia para dentro de sala de aula. O uso desses gêneros discursivos contribui de forma muito positiva para o ensino de leitura e escrita.

Em uma das discussões da obra “Ler e compreender os sentidos do texto”, KOCH (2012, p. 122) afirma:

O estudo dos gêneros constitui-se, sem dúvida, numa contribuição das mais importantes para o ensino de leitura e redação. Para reforçar esse posicionamento, afirmamos que, somente quando dominarem os gêneros mais correntes na vida cotidiana, nossos alunos serão capazes de perceber o jogo que frequentemente se faz por meio de manobras discursivas que pressupõem esse domínio.

As aulas de língua portuguesa devem ter, para o aluno, valor e significado para que ele consiga dominar gêneros do seu próprio dia a dia.

Os gêneros textuais são os textos que encontramos na nossa vida diária e que se apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais e técnicas. (MARCUSCHI, 2004,p.155)

Também é importante deixar claro o tipo textual que será trabalhado para que o aluno consiga fazer essa distinção entre gêneros e tipos textuais. Os tipos textuais são as formas nas quais os textos se apresentam e estão relacionados aos aspectos lexicais, aos tempos e os modos verbais. São essas sequências que possibilitam que o locutor consiga estruturar o gênero discursivo usado na comunicação verbal. Partindo dessa natureza de organização composicional, temos: narração que consiste em narrar sequências de fatos à medida que o tempo passa; argumentação texto em que se defende um ponto de vista, ideia, opinião; exposição textos que se predomina a descrição, sequências analíticas; descrição estes textos predominam

as sequências localização; injunção esse tipo de texto são caracterizados pelas sequências explicativas. E todos são caracterizados por uma sequência linguística, como podemos verificar nas afirmações de Marcuschi (2004, p. 154):

Tipo textual designa uma espécie de construção teórica {em geral uma sequência subjacente aos textos} definida pela natureza linguística de sua composição {aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas, estilo}. O tipo se caracteriza muito mais como sequências linguísticas (sequências retóricas) do que como textos materializados; a rigor são modos textuais.

Os tipos textuais são designados pela sua estrutura e seu aspecto linguístico, formando a base do texto e não o evento comunicacional em si, que já vem a ser o gênero discursivo. Em consonância com estas palavras podemos citar Marcuschi (s.d):

Entre as características básicas dos tipos textuais está o fato de eles serem definidos por seus traços lingüísticos predominantes. Por isso, um tipo textual é dado por um conjunto de traços que formam uma seqüência e não um texto. A rigor, pode-se dizer que o segredo da coesão textual está precisamente na habilidade demonstrada em fazer essa "costura" ou tessitura das seqüências tipológicas como uma armação de base, ou seja, uma malha infraestrutural do texto (MARCUSCHI, s.d., p.8)

Especificamente este trabalho se volta aos tipos descritivos, uma vez que os gêneros estudados (classificados e propagandas) são do tipo descritivo. Esses tipos de textos têm grande importância na interação social, pois, quando o locutor tem a intenção de caracterizar um objeto, pessoa ou qualquer outra coisa, ele utiliza esse mecanismo. Desta forma, o interlocutor terá condições de recriar cognitivamente a forma do objeto descrito pelo locutor. São textos em que “predominam as sequências de localização” (MARCUSCHI, s/d¹,p.10).

As propagandas e os classificados têm características semelhantes. Ambos têm o mesmo objetivo de persuadir o leitor, tentar fazer com que ele se interesse por aquilo que está sendo anunciado. Contudo, os dois gêneros diferem em alguns

¹ Este texto foi baixado da internet e não aparece com a data. Mas o próprio autor informa que foi publicado em MARCUSCHI, Luiz Antonio. *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*. In: . DIONISIO, Ângela P.; MACHADO, Anna R.; BEZERRA, M.^a Auxiliadora (Org.s.). *Gêneros textuais & ensino*. Ed. 2. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003. p. 19-36

pontos: os classificados têm uma linguagem clara e objetiva; a propaganda tem uma linguagem mais concisa e utiliza imagens em seus textos; não que nos classificados esses mecanismos não sejam usados. É que, nas propagandas, as imagens são usadas para mostrar o produto da melhor forma possível, ajudando no jogo da persuasão.

O ensino do texto descritivo, por meio dos gêneros classificados e propagandas, possibilitará que o aluno conheça muito além das estruturas linguísticas do texto. Nessa perspectiva, Antunes (2009) faz uma reflexão sobre trabalhar língua portuguesa de forma interativa, para não transmitir apenas nomenclatura gramatical, mas trabalhar a língua em uso.

Um ensino de línguas que, em última instância, esteja preocupado com formação integral do cidadão, tem como eixo essa língua em uso, orientada para interação interpessoal, longe, portanto, daquela língua abstrata, sem sujeito e sem propósito—língua da lista de palavras e de frases soltas.(ANTUNES, 2009.p.38).

O ensino de língua que privilegia apenas o ensino de gramática desvia o foco da compreensão e da construção de sentidos. O ensino da gramática se torna menos complicada e muito mais eficaz quando está a serviço do discurso. A questão que surge é: como trabalhar?

O valor de qualquer regra gramatical deriva da sua aplicabilidade, da sua funcionalidade na construção dos atos sociais da comunicação verbal[...] por isso, tais regras são flexíveis, são mutáveis, dependem de como as pessoas as consideram. Assim, essas regras vão e vêm. Alteram-se, cada vez que os falantes descobrem alguma razão para isso, mesmo inconsciente.(ANTUNES 2003,P.89).

O conceito de ensino de gramática neste trabalho parti da concepção interacionista de que esse ensino deve parti da língua em uso, de modo que esse aluno possa desenvolver seu senso crítico acerca das situações que o cercam na sociedade, esclarecendo que não é uma crítica quanto a importância do ensino de nomenclaturas, mais a forma como é ensinado, pois o que é costumeiro ver é o ensino através de frases mecânicas sem contextos, o ensino desses elementos devem priorizar as funções dentro do texto.

1.2 A SEQUÊNCIA DIDÁTICA

A forma como o professor organiza o conjunto de atividades com que irá trabalhar, certamente contribuirá para facilitar (ou não) a aprendizagem do aluno. No projeto de intervenção 'O ensino de gêneros do tipo descritivos: classificados e propagandas', as atividades foram em formato de sequência didática (SD), que envolve o ensino da língua a partir de gêneros discursivos. Esse modelo contribui para que os alunos dominem a situação de comunicação verbal da qual o gênero trabalhado faz parte. A escolha dos gêneros (classificados e propagandas) foi feita para que os alunos conhecessem função dos textos descritivos em uma situação de interação social. A SD possibilita ao aluno dominar melhor um gênero. Isso se confirma nas afirmações de Dolz, Norrevaz, Schneuwly (2004):

Uma sequência didática tem, precisamente, a finalidade de ajudar o aluno a dominar melhor um gênero de texto, permitindo-lhe, assim, escrever ou falar de uma maneira mais adequada numa dada situação de comunicação[...]. As sequências didáticas servem, portanto, para dar aos alunos as práticas de linguagem novas ou dificilmente domináveis (Dolz, Norrevaz, Schneuwly 2004, p.83).

Por meio da SD, como forma de organização sistemática de atividades, o aluno poderá dominar gêneros que ainda sejam pouco utilizados por ele ou que ele ainda não domine de forma eficiente.

O modelo de SD proposto pelos autores acima tem a finalidade de ajudar o aluno a dominar um gênero textual. Esse modelo de sequência didática parte de uma produção inicial que servirá de produção diagnóstica. Desta forma, o professor terá condições de verificar os aspectos que o aluno já conhece em relação ao gênero trabalhado e o que ainda desconhece. Partindo deste pressuposto, o professor irá desenvolver atividades que contribuam de maneira positiva para o processo de aprendizado do gênero trabalhado em sala de aula. As atividades que o docente irá propor constituirá os módulos da sequência didática (SD). Nesses módulos, o conteúdo será aprofundado de maneira sistemática, as atividades serão sempre focadas na instrumentalização do aluno, dando a ele a possibilidade de dominar o gênero trabalhado.

2 DESENVOLVIMENTO DA SEQUENCIA DIDÁTICA

Retomamos as concepções de SD propostas pelos autores Dolz, Norrevaz, Sheneuwly(2004) sobre a organização sistemática de atividades que possibilite o aluno dominar o gênero. À luz desse modelo de organização de atividades, os conteúdos da tabela abaixo possibilitarão ao aluno conhecer as funções sociais, as características e os aspectos linguísticos dos classificados e propagandas.

A SD parte da explicação do que vem a ser gêneros textuais, trabalhados sob a concepção de Bakthin(2000) para, posteriormente, apresentar os “classificados e propagandas”, gêneros que serão trabalhados na sequência didática.

2.1 CONTEÚDO

Conteúdo	Habilidades/competências	Objetivos
Gêneros do discurso: definição e caracterização	Capacidade de compreender como se caracterizam os gêneros e sua função na interação verbal.	Conhecer a função e as características do gênero do discurso.
Os gêneros classificados e propaganda: características e funcionalidade	Ser capaz de identificar as características e a funções dos gêneros estudados.	Conhecer as características e funções dos gêneros trabalhados
Tipos de textos: o texto descritivo	Capacidade de identificar os elementos que compõem uma descrição.	Compreender as características de um texto descritivo

O estudo do verbo	Capacidade de compreender as características formais e as funções discursivas do verbo.	Entender as características formais e as funções discursivas do verbo.
Vozes verbais	Capacidade de identificar o comportamento dos verbos no texto.	Compreender a relação entre o sujeito e a ação expressa pelo verbo no texto.
Linguagem, contexto e escolhas linguísticas.	Identificar quais objetivos estão incorporados nas escolhas linguísticas.	Analisar diferentes contextos de comunicação.

2.2 CONDUÇÃO METODOLÓGICA

A SD foi desenvolvida para ser executada em dezesseis aulas, duas semanas e meia.

APRESENTAÇÃO DA SITUAÇÃO

1ª e 2ª aula

O professor irá expor aos alunos que o projeto ocorrerá em sala de aula durante dezesseis aulas, ou seja, aproximadamente duas semanas e meia. Em seguida, o professor mostrará a temática que será trabalhada “Os gêneros descritivos do tipo classificados e propagandas”. Utilizando-se do Datashow, o docente mostrará alguns exemplos desses gêneros e pedirá que, com base no que foram apresentados, os alunos produzam um texto, podendo fazer a escolha entre um classificado e uma propaganda, para que o professor possa verificar as dificuldades dos alunos em relação aos gêneros.

Módulo I

3ª e 4ª aulas

O professor irá aprofundar as discussões sobre o tema (gêneros discursivos definição e caracterização), apresentando um vídeo disponível em:< https://www.youtube.com/watch?v=OQPw-xUK_tk> que faz uma abordagem sobre gêneros textuais, para que os alunos saibam o que vem ser um gênero discursivo. Nesta aula, o professor fará uso de Datashow, que servirá de ferramenta para expor o vídeo aos alunos. Após o vídeo, o docente reforçará o que vem ser um gênero discurso. Depois, o docente explicará o que é um texto do tipo descritivo através do livro Didático *Novas Palavras* dos autores Emília Amaral, Mauro Ferreira, Ricardo Leite e Severino Antônio. Será apresentado o tema Tipos de textos: o texto descritivo em classificados e propagandas retirados da internet e dos jornais locais. Os classificados e propagandas serão expostos em Datashow. Esses mecanismos servirão de suporte para abrir a discussão sobre o assunto, para que o professor possa explicar, com base nos exemplos, as características dos gêneros classificados e propagandas e seus objetivos.

5ª e 6ª aulas

Nestas duas aulas, para tratar do tema (Os gêneros classificados e propaganda: características e funcionalidade), o professor irá apresentar aos alunos um texto disponível em:< <file:///C:/Users/positivo/Desktop/apostila%20propaganda.pdf>> que trata sobre as funções das propagandas e dos classificados, uma vez que sabemos que os dois gêneros possuem características semelhantes, como o uso de verbos no imperativo, e o próprio intuito discursivo que é fazer o locutor se interessar por algo que está sendo divulgado. Após a leitura desse material, o professor levantará as discussões com os demais alunos sobre as funções desses gêneros. Também discutirá sobre um dos elementos principais desses gêneros: a descrição. Em seguida, o professor irá trabalhar uma interpretação textual com os alunos para consolidar esse momento de aprendizagem sobre os gêneros estudados, a atividade ocorrerá da seguinte maneira: o professor mostrará um classificado e uma propaganda disponíveis

em:<<http://www.propagandaemrevista.com.br/propaganda/1335/>> e
<<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/discovirtual/aulas/11936/imagens/classificados.gif>>. Ao observar os textos (classificados e propagandas) apresentados pelo professor,, o aluno deverá discorrer em seu caderno quais foram às estratégias de convencimento utilizadas no texto e, em consonância com o que foi estudado, apontar as características dos gêneros estudados e justificar a resposta de acordo com o que foi discutido e analisar o valor discursivo dos argumentos usados nos textos.

7ª e 8ª aulas

A sétima e oitava aulas ocorrerão da seguinte forma: serão entregues aos alunos jornais do Estado para que eles procurem, dentro dos jornais, quais são os gêneros do tipo descritivo. Neste caso, classificados e propagandas. Após esse momento, o professor pedirá que o aluno justifique suas escolhas, apontando as características dos gêneros encontrados. Então, o aluno irá à frente apresentar, nos gêneros encontrados, o texto descritivo e justificar o porquê desse tipo de texto. O professor também salientará a questão do modo imperativo dos verbos nos classificados e propagandas e discutirá o porquê dessa escolha linguística, sua função e o sentido dentro dos gêneros estudados. O docente abordará este assunto com mais profundidade na próxima aula. Ao final desta aula, o aluno terá enriquecido seu repertório, além de ter a capacidade de identificar a características do texto descritivo em classificados e propagandas, como uso da linguagem clara e dinâmica e as comparações. Antes do término da aula, o professor orientará os alunos a levarem jornais para a próxima aula.

Módulo II

9ª e 10ª aulas

O docente trabalhará o conteúdo verbo e vozes verbais, orientando para a atividade de análise linguística, que acontecerá da seguinte maneira: o docente pedirá para os alunos identificarem de que maneira os verbos se comportam dentro

dos gêneros estudados. Para isso, os alunos irão utilizar os jornais solicitados na aula anterior, identificando os verbos em gêneros classificados e propagandas e observando a maneira como os elementos linguísticos estudados se comportam, do ponto de vista discursivo, dentro de cada gênero. A partir das respostas dos alunos, o docente esclarecerá sobre o modo imperativo dos verbos em textos descritivos disponíveis em <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=13486> e a função dos verbos específicos em cada gênero, utilizando classificados e propagandas retirados da internet para explicar e exemplificar esses fenômenos linguísticos. Assim, ao final deste dia, o aluno conhecerá e compreenderá as características formais e as funções sociais dos gêneros estudados.

Para esclarecer as dúvidas dos alunos, o professor sempre fará uso dos gêneros usados na aula. Antes do término da aula, o docente fará uso de uma dinâmica com o objetivo de desmitificar o fato de que a descrição está associada apenas à visão, mas que é possível criar descrições usando outros sentidos. O professor fará uso de uma caixa com objetos variados para mostrar aos alunos que a descrição não está relacionada apenas à visão, mas também aos outros sentidos. Em um determinado momento, o professor chamará um aluno por vez e, com o auxílio de uma faixa, o professor irá vendar os olhos dos alunos. De olhos vendados, o aluno pegará um objeto aleatório dentro de uma caixa e terá que descrevê-lo usando apenas o tato, audição, paladar e olfato. Ao fim da atividade, o aluno terá desenvolvido a percepção social e cognitiva acerca do conteúdo, e também, entenderá a importância do tipo textual descrição nos gêneros analisados.

11ª e 12ª aula

Estas aulas serão focadas em produção textual. O professor orientará aos alunos para que produzam classificados e propagandas. Dentre os dois gêneros estudados, o aluno poderá fazer a escolha de qual ele preferir. Ao final, gêneros produzidos pelos alunos serão revisados por eles, com a ajuda do professor, e publicados na página virtual da escola. Ao término desta aula, o aluno será capaz de produzir classificados e propagandas e poderá compreender o que é um texto descritivo com base nos gêneros estudados e nos textos produzidos.

A produção final:

13ª e 14ª aula

A produção final foi subdividida em quatro aulas. O professor irá usar a produção escrita das aulas anteriores, pedindo a colaboração do corpo docente da escola em que será aplicado o projeto. O professor fará a votação das cinco melhores produções textuais. Então, o docente explicará que as cinco melhores produções escritas serão editadas em mídia pelos alunos. Após esse momento, o professor irá trabalhar o conteúdo “linguagem, contextos e escolhas linguísticas” nos gêneros classificados e propagandas, utilizando-se de textos pesquisados na internet. O docente mostrará alguns exemplos de classificados e propagandas voltados ao público infantil e adulto (feminino e masculino), para explicar aos alunos as escolhas linguísticas feitas em cada um dos exemplos. O professor deve mostrar o contexto em que os gêneros estudados são produzidos para que o aluno perceba o objetivo pretendido através da escolha linguística feita em cada exemplo dado e como o discurso se molda dentro de um gênero para atingir os objetivos almejados pelo locutor. Após toda a discussão, o professor irá orientar como irá transcorrer a execução das atividades, retomando a atividade proposta no início da aula sobre a eleição das cinco melhores produções, tendo em vista essa abordagem sobre a linguagem, o contexto e as escolhas linguísticas. O professor dividirá a turma em cinco grupos. Então, irá sortear entre os cinco grupos os textos escolhidos na votação. Esses textos são a produção dos alunos nas aulas onze e doze (classificados e propagandas). Os alunos realizarão a próxima atividade com base na aula em que o docente trabalhou “linguagem, contextos e escolhas linguísticas”. As duas últimas aulas serão realizadas para concluir esta atividade de edição dos textos. Os alunos terão a tarefa de aprimorar os textos antes de editar e publicar.

15ª e 16ª aula

As duas últimas aulas serão para a realização da atividade proposta nas aulas anteriores. Os mesmos grupos, divididos nas aulas 14ª e 15ª em que o professor trabalhou “linguagem, contexto e escolha linguística” irão trabalhar na realização da atividade de edição dos textos. Tendo em vista que duas aulas de 45

minutos é pouco tempo, os alunos terão essas duas aulas para terminar possíveis revisões que ficaram por concluir. Então, após o momento de ajustes nos textos os grupos irão editar os textos em mídia para, por fim, divulgar na página da escola.

No final desta aula, o aluno conseguirá analisar as intenções comunicativas que há por trás das escolhas linguísticas feitas pelo autor dos textos nos gêneros classificados e propagandas. Assim, o aluno compreenderá que nada na língua é por acaso. Quando o locutor molda seu enunciado dentro de um gênero é com a intenção de não ser refutado e as escolhas linguísticas têm grande importância nesse processo.

3 AVALIAÇÃO E QUADRO DE ATIVIDADES

Neste trabalho, busca-se ter o aluno como participante ativo do seu processo de aprendizado. Nesta concepção, o professor não é o único que avalia. A autoavaliação do aluno também servirá de instrumento. Essa também é uma forma de tornar o aluno crítico em relação à sociedade. Como podemos verificar, nas concepções de Antunes.

Não tem sentido dispensar o aluno desse papel de avaliador e eximi-lo de, ele próprio, ser capaz de julgar a propriedade ou a adequação de seus desempenhos. Só assim ele vai conquistando a necessária autonomia de que precisa como cidadão crítico reflexivo. Antunes (2006,p.164)

Esse tipo de avaliação foca na aprendizagem do aluno. Está longe daquela forma de avaliação vazia, sem sentido, de caça aos erros, ainda muito praticada nas escolas. Desconsideramos essa concepção de avaliação e buscamos, neste presente, trabalhar a participação do aluno no processo de avaliar.

A avaliação será contínua e processual e direcionada de acordo com o ritmo do aluno. Será apresentada por meio da prática de leitura e produção escrita, considerando a participação por meio da leitura e discussão dos textos e das atividades. Além da avaliação final, que se realizará por meio da produção textual de um classificado ou propaganda publicitária. Ao final da execução deste trabalho, os alunos também farão a sua auto avaliação. Desta forma, será percebido o que foi apreendido pelo o aluno e quais aspectos precisam de ajustes.

No modelo de avaliação defendido neste trabalho, em que o aluno é parceiro na construção de seu próprio aprendizado, a ficha de auto avaliação é uma ferramenta importante, pois é uma forma de o aluno deixar de ser um espectador de sua avaliação, mas também a fazer parte desse momento como ser atuante na construção de seu aprendizado.

FICHA DE AVALIAÇÃO			
CRITÉRIOS A SEREM AVALIADOS	RESPONDA		
	SIM	NÃO	PARCIAL MENTE
compreendo todos os conhecimentos básicos acerca do gênero trabalhado, não tendo dificuldade em utilizá-los em novas situações.			
Fui capaz de analisar os textos apresentados pelo professor durante as aulas.			
Com base nos instrumentos de aprendizagem que a sequência didática proporcionou, consegui fazer correções no meu texto de forma pertinente ao que foi ensinado.			
A forma como estavam organizadas as atividades contribuiu para o meu aprendizado.			
Sobre os gêneros trabalhados em sala de aula “classificados e propagandas” no momento da produção textual, houve alguma dificuldade na produção.			
Compreendi as funções sociais dos gêneros trabalhados “classificados e propagandas”, desenvolvendo assim meu senso crítico acerca dos gêneros.			
Entendi que a função do verbo no modo imperativo reforça o caráter persuasivo dos gêneros “classificados e propagandas”.			
Entendi que o discurso só é possível através de um gênero, e que as escolhas linguísticas contribuem de maneira positiva ou negativa, para o alcance do objetivo proposto pelo locutor.			

Este quadro é também uma ferramenta que tem como função analisar os resultados das atividades trabalhadas com os alunos. Dessa forma, o professor também terá a avaliação do próprio aluno em relação ao aprendizado. É um instrumento de avaliação defendido por Antunes (2006) em seu texto sobre avaliação no ensino médio.

QUADRO DE ATIVIDADES

ATIVIDADES	HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretação de textos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de perceber as intenções do texto nos gêneros estudados. • Capacidade de discorrer sobre a funcionalidade dos gêneros classificados e propagandas
<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisar textos descritivos (classificados e propagandas) dentro do jornal. 	<ul style="list-style-type: none"> • .Capacidade de identificar os elementos que compõem uma descrição. • Capacidade de perceber as ferramentas de construção de um texto descritivo;
<ul style="list-style-type: none"> • Análise linguística (verbos e vozes verbais): o aluno deverá identificar como esses elementos linguísticos se comportam dentro dos gêneros estudados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de fazer uma leitura crítica e reflexiva acerca dos gêneros classificados e propagandas; • Capacidade de analisar tempo e modo verbal, dentro dos gêneros classificados e propagandas, sobre o ponto de vista discursivo.
<ul style="list-style-type: none"> • Atividade lúdica participativa utilizando objetos em uma caixa: o professor pedirá que o aluno, de 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade de perceber que a descrição não está relacionada somente à visão. • Desenvolvimento da percepção

<p>olhos vendados, descreva os objetos.</p>	<p>social e cognitiva acerca do conteúdo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Produção textual de um gênero classificado ou propagandas publicitárias 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade de produzir um texto Descritivo
<ul style="list-style-type: none"> • Correção dos textos para edição 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade de revisar seus textos conforme os conceitos estudados
<ul style="list-style-type: none"> • Edição das produções feitas pelos próprios alunos 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade de construir e reproduzir em mídia seus próprios textos.

CONCLUSÃO

Não foi objetivo deste trabalho fazer críticas acerca do ensino de nomenclaturas, uma vez que sabemos a importância deste conhecimento, mas abordamos como, muitas vezes, a língua portuguesa é ensinada através de frases soltas, uma forma mecânica que não contribui para desenvolver o senso crítico do aluno.

Buscamos fazer uma reflexão crítica e prática sobre como melhor trabalhar as aulas de língua portuguesa. Neste estudo, foi estudados os gêneros textuais “classificados e propagandas”. Espera-se, com isso, que o aluno desenvolva a habilidade de leitura e escrita por meio de gêneros do tipo descritivo; compreenda as funções sociais dos gêneros classificados e propagandas e desenvolva o conjunto de habilidades de criação e recriação exigidas na construção de classificados e propagandas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé. **Aula de português: encontro e interação**. São Paulo: Parábola Editorial. 2003.

ANTUNES, Irandé. **Avaliação da produção textual no ensino médio** In: português no ensino médio e formação do professor. São Paulo: parábola editorial, 2006.

AMARAL, Emília[et al.] **Novas palavras: língua portuguesa: ensino médio – 2**. Ed. Renov – São Paulo: FTD, 2005.

Antunes, Irandé. **Língua, texto e ensino: outra escola possível**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

BAKKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**-Tradução de Paulo Bezerra. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRASIL. Ministério da Educação, **Linguagens, códigos e suas tecnologias / Secretaria de Educação Básica**, 2006. (Orientações curriculares para o ensino médio; volume 1)

BLOGSPOT. **Perfume da semana**. Disponível em: <http://3.bp.blogspot.com/-GYIrublZF-Q/TniXmA_tRUI/AAAAAAAAA14/nXdHD0fmqTc/s640/Perfume+da+semana.png>. Acesso em: 27 de janeiro de 2018.

DELMANTO, Dileta. **A leitura em sala de aula**. Revista construir notícias. Recife, ano 08, n. 45, março/abril. 2009.

DOLZ, Joaquim; NORREVAZ, Michele; SCHNEUWLY, Bernard: **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas, SP: Mercado de letras, 2004.

ELIAS. Vanda Maria; KOCH, Ingedore Villaça. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 3.ed.,7º reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012.

GEOGRAFIA PARA TODOS. **Classificado**. Disponível em: <http://www.geografiaparatodos.com.br/img/enem2004_3.gif>. Acesso em: 29 de janeiro de 2018

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARCUSCHI, Luis Antônio. **Gêneros Textuais: definição e funcionalidade**. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/322091/mod_resource/content/1/MARCUSCHI%20G%C3%AAneros%20textuais.pdf>. Acesso em: 19 de janeiro de 2018

PORTAL DO PROFESSOR. **Classificado**. Disponível em: <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/discovirtual/aulas/11936/imagens/classificados.gif>>. Acesso em: 27 de janeiro de 2018.

PORTAL DO PROFESSOR. **O imperativo nas propagandas**. Disponível em: <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=13486>>. Acesso em: 15 de janeiro de 2018.

WORDPRESS. **Caneta 100 mm**. Disponível em: <<https://opapotabom.files.wordpress.com/2009/03/caneta100mm.jpg?w=450&h=268>>. Acesso em: 27 de janeiro de 2018.

YOUTUBE. **Gêneros textuais**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=asXfsCTMK1c&t=189s>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2018.

ANEXOS

Anexo a)

AS FUNÇÕES DA PROPAGANDA

Se perguntarmos às pessoas qual a função da propaganda, a maioria certamente responderá que a função da propaganda é vender. Prefiro entender que a venda não constitui uma função da propaganda, e sim uma consequência do processo de comunicação persuasiva que envolve a propaganda.

Até porque o processo de venda depende de diversas outras variantes. Não custa lembrar que a Propaganda é apenas um dos P's do mix de marketing. Para um produto ser comercializado é preciso haver uma sinergia perfeita entre todos os P's. Ou seja, o **Produto** deve ter qualidade, estar acessível em **Pontos-de-venda** próximos ao consumidor e ter um **Preço** condizente com o seu bolso. Além disso, o produto precisa de uma comunicação (**Propaganda**) que o torne conhecido e desperte no consumidor a vontade de adquiri-lo, e por fim, os vendedores (**Pessoas**) devem atender bem o cliente e saber passar as informações corretas sobre o produto. Se uma dessas variantes falhar, o processo de venda estará comprometido.

Portanto, seria presunção atribuir à Propaganda toda a responsabilidade pela venda de um produto. Devemos entender então que, a função da propaganda não é vender e sim predispor o indivíduo à compra criando despertando nele o desejo de comprar aquele produto. A propaganda cria, muda ou reforça as atitudes mentais que influenciam no comportamento de compra das pessoas.

A venda seria assim, uma ação decorrente de outras funções primordiais que a propaganda desempenha, como por exemplo, as funções de comunicar, divulgar, persuadir, influenciar, construir marcas, etc.

Além dessas funções básicas, ou primordiais, vamos descobrir que a propaganda desempenha funções além do caráter comercial. A propaganda apresenta também funções de caráter social, educativo, informativo, de grande valia para a sociedade, sendo responsável inclusive, por contribuir com a liberdade de expressão à imprensa e aos órgãos de comunicação.

● COMUNICAR, PERSUADIR, CONSTRUIR MARCAS

Inicialmente a propaganda tem como função divulgar um produto ou serviço fazendo com que o consumidor tome conhecimento da sua existência. Em segundo lugar, a propaganda deve induzir o consumidor à compra do produto ou serviço através dos artifícios persuasivos que contém a mensagem publicitária.

É bem verdade que essa segunda parte não era fator essencial nos primórdios da propaganda. Antigamente, até início do século XIX, quando os produtos ainda eram frutos da produção individual, e praticamente não existia concorrência, bastava informar o que você tinha a oferecer que logo apareciam interessados em adquiri-los.

A aquisição dos produtos era feita através de trocas. As trocas eram realizadas nas feiras, onde acontecia o intercâmbio de produtos. A partir daí os produtos se tornaram mercadorias.

O agricultor produzia mais arroz que precisava, assim como tecelão produzia mais tecido que lhe era necessário. Assim, por mútuo acordo trocava-se certa quantidade de arroz por certa quantidade de tecido.

Nessa época os anúncios eram feitos em forma de tabuletas, cartazes ou simplesmente proclamados aos gritos pelos comerciantes. Alguns arqueólogos descobriram na China uma casa com uma tabuleta que indicava, aparentemente, ser aquele o endereço de um alfaiate, isso há 3.000 a.C. O certo é que, os anúncios nos seus primórdios, não possuíam caráter persuasivo, e sim meramente "divulgativo", informativo.

Consideramos então, como fator inerente da propaganda, ou seja, está naturalmente ligado à sua existência e é de si indissociável, a sua função de divulgar, propagar, projetar a imagem de um produto ou marca através dos meios de comunicação disponíveis.

Porém os tempos mudaram, e sabemos que hoje a Propaganda tem que ir além de informar, ela deve persuadir (convencer, influenciar) e diferenciar produtos. Ela deve fazer um apelo à uma necessidade e provocar (despertar) um desejo de satisfazê-la.

Essa mudança se iniciou com a chegada da Revolução Industrial, quando os produtos começaram a ser fabricados em escala, seguindo uma linha de produção. O que antes era feito de forma manufatura e sob encomenda, passou a ser produzido em escala, em grande quantidade.

Daí surgiu a necessidade de escoamento do produto. Ou seja, a quantidade de produtos fabricados na linha de produção era grande e era preciso se desfazer do estoque. A partir desse fato as empresas começaram a anunciar seus produtos e nasceu a propaganda como ela é hoje, onde uma de suas funções é influenciar e criar desejo de adquirir determinado produto.

No sistema capitalista moderno, as mercadorias não constituem o excedente de produtores individuais. São produtos fabricados em massa. O proprietário da fábrica fez certa aplicação de capital em máquinas, matérias-primas e mão de obra. Quando a mercadoria é vendida, ele recebe o retorno dessa aplicação, mais um lucro para reinvestimento e consumo pessoal.

Para o vendedor a mercadoria não tem valor de uso, só se interessa por ela como um valor de troca, que se realiza com a venda da mercadoria. (aqui a troca é por valor monetário). Para o comprador a mercadoria representa um valor de uso, mas o que ele tem a oferecer ao vendedor, em troca, não tem nenhum valor de uso para o vendedor, representando apenas a materialização do valor de troca (dinheiro).

Ninguém deseja adquirir um produto que não lhe parece ter um valor de uso, então o vendedor tem que "criar" um valor de uso para sua mercadoria. Aí que entra a propaganda para despertar no consumidor a necessidade de adquirir o produto.

O valor de uso vai além do benefício racional do produto. Ou seja, o uso de uma calça jeans vai além de seu benefício racional que é o de cobrir o corpo, protegendo do frio/calor. O uso de uma calça jeans também age como um indicador de "status social", proporcionando a quem usa, uma representação de sua identidade (se é jovem, descolado ou sério, elegante) dependendo do modelo da calça e da imagem que a marca projetou no mercado.

Com isso verificamos que o consumo de bens satisfaz ao mesmo tempo necessidades materiais e sociais. Quando o anunciante deseja exaltar a necessidade social

Outra função que a propaganda acabou absorvendo foi a de diferenciar marcas e produtos através projeção de uma determinada imagem para uma marca. Chamamos isso de posicionamento. Isso tornou-se essencial com o aumento da concorrência e a situação tecnológica dos dias de hoje, que faz com que as empresas possam fabricar produtos semelhantes. Um celular da marca X possui praticamente as mesmas características de um celular da marca Y. A propaganda deve oferecer razões para que o consumidor prefira a sua marca à dos concorrentes.

Carros da Volkswagen e da Fiat possuem praticamente as mesmas características. Possuem portas, pneus, faróis, ar-condicionado, vidros elétricos, etc. Mas as pessoas possuem percepções diferentes entre as marcas Volks e Fiat.

Ao criar preferência pela marca, a propaganda facilita a efetivação da compra, resultando no cumprimento de vendas.

De forma geral, a propaganda tem como objetivos produzir resultados positivos para a empresa. Para produzir esses resultados a propaganda tem de informar ao público-alvo a existência do produto, construir a sua imagem e motivar a sua compra. Isso pode ser observado nas seguintes etapas:

- 1ª etapa: Comunicar, mostrar o produto, fazer com que o consumidor saiba que aquele produto existe. Deve-se despertar a atenção e o interesse pelo público-alvo para o conhecimento da marca e a identificação da respectiva imagem.
- 2ª etapa: Persuadir o consumidor. Deve convencer o consumidor de que o produto anunciado vai lhe proporcionar benefícios e satisfazer suas necessidades, conduzindo a despertar um desejo.
- 3ª etapa: Construir marcas. Projeta a imagem de uma marca, seu posicionamento na mente do consumidor, diferenciado uma marca de outras. Deve convencer que o produto da marca Alfa é melhor do que o produto marca Beta, enumerando suas vantagens (racionais e principalmente emocionais) em relação ao produto do concorrente.
- 4ª etapa: Motivação. Deve motivar o consumidor e conduzi-lo a ação da compra.

Em síntese, a propaganda tem a função de comunicar a mensagem da marca, criando-lhe uma imagem clara e duradoura. Essa mensagem precisa ser correta para persuadir o consumidor a preferir essa marca, motivando-o a comprar o produto ou serviço.

Então para que a propaganda cumpra de fato sua função, ela deve passar por todos esses estágios, podendo ser avaliada levando em consideração os seguintes aspectos:

- Se causou impacto (ou despertou a atenção do público-alvo)
- Se criou interesse sobre o produto ou serviço
 - Se despertou o desejo de adquiri-lo
 - Se motivou a pessoa a comprá-lo, levando-a à ação da compra
 - Se a mensagem que despertou essa motivação está acompanhada de credibilidade

● A PUBLICIDADE MOVIMENTA A ECONOMIA

A publicidade é essencial à economia moderna. A já conhecida metáfora diz que a propaganda é o lubrificante das engrenagens da economia. Sem publicidade seria difícil lançar produtos, ampliar vendas, promover a concorrência e gerar as economias de escala que resultam em qualidade melhor e preços menores.

A justificativa conceitual para a existência da atividade publicitária é econômica. Ela deriva diretamente da necessidade, para a eficiência econômica de um mercado, que consumidores conheçam as características dos diferentes bens e serviços que adquirem.

A publicidade estimula o mercado, gera produção e consumo e movimenta a economia.

o POSSIBILITA A LIBERDADE DE IMPRENSA

A relação e inter-relação dos veículos de comunicação com a publicidade envolve uma das mais extraordinárias simbioses do mundo moderno.

Roberto Civita, presidente do Grupo Abril, afirma que os meios de comunicação de massa não existiriam sem a publicidade, que não existiria se não houvesse competição, que não haveria sem um sistema de mercado livre, que depende da democracia e da liberdade para garanti-lo.

Ou seja, para Civita, a publicidade é um dos pilares da imprensa livre e independente. Sem ela seria impossível manter a multiplicidade dos meios de informação que divulgam idéias, defendem pontos de vista diferentes, denunciam a corrupção, estimulam o debate político, etc.

O que realmente sustenta os meios de comunicação é o faturamento arrecado com a venda de espaços para inserção de anúncios publicitários. Uma revista, como a Veja, não conseguiria manter toda sua estrutura apenas com a vendagem de assinaturas e exemplares avulsos nas bancas. O mesmo acontece com os jornais e demais publicações. Nós assistimos a programação das emissoras de canal aberto sem pagar nem um tostão porque as empresas que anunciam os comerciais que assistimos pagam caro por trinta segundos de exibição da sua marca na telinha.

o FUNÇÃO SOCIAL E EDUCATIVA

A propaganda desempenha também funções de caráter social. Ela ajuda a promover órgãos do terceiro setor, como ONG's, associações, fundações e demais instituições sem fins lucrativos que atuam nas mais diversas áreas, desde ONG's que visam preservar a natureza à fundações que cuidam de crianças carentes.

A propaganda divulga os programas dessas instituições, seus objetivos e convocam à população a ajudar de alguma forma, seja participando dos programas ou contribuindo com doações.

Além disso, a propaganda alerta para o perigo das drogas, para o uso do preservativo, combate o alcoolismo, anuncia quando vai haver campanhas de vacinação, promove campanhas de doação de agasalhos, dentre inúmeros outros exemplos de campanhas sociais que são de grande importância para a sociedade.

A propaganda também pode educar. Ainda em meados do século passado, quando o creme dental chegava ao Brasil, foi a propaganda quem ensinou como escovar os dentes corretamente. Hoje em dia, a propaganda exerce grande importância na educação no trânsito, informando como motoristas e pedestres devem agir. Também ajuda a prevenir o câncer de mama, ensinando como fazer auto-exame. Ensina como evitar a dengue e as

formas de combater o mosquito, e etc.

Ainda podemos apontar como função relevante da propaganda, o fato dela permitir que os consumidores conheçam as características dos diferentes bens e serviços que adquirem, de forma a serem capazes de fazer comparações racionais e decidir, racionalmente, qual aquisição melhor satisfará a suas necessidades. É por isso que publicitários sempre afirmam que a publicidade é um "direito" do consumidor.

Anexo b)

CAPÍTULO

7

Introdução ao descrever

Já vimos que cada uma das três modalidades de texto existentes atende preferentemente a uma função específica do ato de escrever:

- Descrição: apresentar características de alguém ou de alguma coisa.
- Narração: contar histórias com personagens e acontecimentos.
- Dissertação: expor idéias sobre um assunto, debater um tema com ponto de vista e argumentação.

Neste e nos dois próximos capítulos, vamos estudar as principais características desses três tipos de textos e também as diferenças entre um e outro.

Textos descritivos

Somos muitos Severinos iguais em tudo na vida: na mesma cabeça grande que a custo é que se equilibra, no mesmo ventre crescido sobre as mesmas pernas finas, e iguais também porque o sangue que usamos tem pouca tinta.

João Cabral de Melo Neto. *Poesias completas*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1975.

Esse texto apresenta características do Severino, como ele é. Como é visto: cabeça grande, pernas finas, sangue com pouca tinta etc. Essa é a função da descrição: revelar o que foi observado em alguém, em algum objeto, em algum lugar etc. A descrição pretende que o leitor do texto possa perceber o que está sendo descrito, recriá-lo em sua imaginação.

Veja a seguir mais um exemplo de descrição de pessoa.

[...] **O** Major Saulo, de botas e esporas, corpulento, quase um obeso, de olhos verdes, misterioso, que só com o olhar mandava um boi bravo se ir de castigo, e que ria, sempre ria — riso grosso, quando irado; riso fino, quando alegre; e riso mudo, de normal.

Guimarães Rosa. *Sagarana*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1976.



284

Repare que o texto apresenta características do Major Saulo. Não apenas características físicas, mas também "psicológicas", seu modo de ser: misterioso, capaz de amansar boi bravo só com os olhos, e que ri sempre, um riso para cada estado emocional.

A apresentação conjunta de traços físicos e psicológicos permite que a descrição se torne mais concreta, mais sensível, mais capaz de fazer o leitor realizar em sua imaginação a pessoa descrita.

A descrição e os cinco sentidos

A descrição é um processo de caracterização que requer sensibilidade de quem descreve, para sensibilizar quem lê o texto descritivo. Por isso dizemos que este trabalho baseia-se na percepção, nos cinco sentidos:

Visão — Tato — Audição — Paladar — Olfato

Vamos imaginar um exemplo: você vai descrever uma rua. Pode ser a rua em que você mora, ou alguma de sua história cotidiana.

Por meio da visão, como você percebe a rua? Como é a sua forma? E as cores? E as casas, que formas e cores têm?

Você também pode perceber e caracterizar a rua utilizando outros sentidos. Por exemplo: os sons da rua — ela é silenciosa ou ruidosa? Que tipo de ruídos a caracteriza?

Você também pode descrever a rua pelos cheiros que existem nela (e os cheiros, muitas vezes, lembram sabores).

Você pode também pôr a mão no chão da rua, nas árvores, nas paredes (se houver) e dizer se tais superfícies são ásperas, lisas, quentes, frias etc. Já você estará descrevendo a rua por meio do tato. Além disso, sua pele pode sentir a temperatura da rua, o movimento do ar etc.

Como você vê, quando fazemos nossas descrições e também quando lemos ou ouvimos descrições feitas por outras pessoas, nossa capacidade de perceber vai, pouco a pouco, ficando mais apurada, mais aperfeiçoada.

Descrever é uma atividade que educa e desenvolve os nossos sentidos, a nossa sensibilidade. Praticar a descrição faz com que nosso corpo fique mais sensível, mais "percebedor", e nossa expressão, mais apurada.

ATIVIDADES

1. Faça uma pequena descrição (mais ou menos 10 linhas), apresentando um retrato seu aos sete anos. Enumere suas características de então, tanto físicas como psicológicas, utilizando sua memória sensível. Converse com as pessoas de sua família, para que sua imagem fique bem viva, bem representativa de como você era.
2. Faça um auto-retrato que apresente algumas de suas características físicas e psicológicas. Para completar sua auto-caracterização, faça uma comparação sua com algum objeto, ou alguma planta, ou algum bicho. Apresente algumas semelhanças que fazem com que você se identifique com aquilo que escolheu para representar a imagem que você tem de você mesmo.

REDAÇÃO E LEITURA

285

Anexo c)

você ganha 3 vezes.

perca, não perca.

Ganha na valorização do seu usado.

Ganha nas condições do Leasing.

Parati CL 1.6 Mi

- Motorização Mi: mais potência e desempenho
- A station wagon preferida dos brasileiros
- 3 versões e 3 motorizações
- A mais vendida do Brasil na sua categoria

R\$ 18.480 (tax. 400%)

a partir de

Conheça as ofertas para os outros modelos e planos de financiamento.

VOLKSWAGEN
Rede Autorizada

Preço do seu carro 96 valorizado + 36 prestações fixas de:	
Santana CL 1.8 R\$ 15.000,	R\$ 280,
Quantum CL 1.8 R\$ 16.000,	R\$ 295,
Parati CL 1.6 R\$ 14.000,	R\$ 238,

São Paulo - pintura escura - custo adicional de frete para todo o Brasil. Leasing Volkswagen para Pessoa Física. Taxa preferida 3,14% a.m. Seguro de RCF (por 3 anos) incluso no contrato R\$ 590,92. Parcela calculada sobre o valor do veículo 0 km com bônus, menos o valor do carro usado, mais seguro de RCF. As fotos são apenas referências, não correspondendo às versões e códigos das ofertas. Unidades em estoque: Santana 1.8 Mi (997), Quantum 1.8 Mi (438) e Parati CL 1.6 Mi (997).

Anexo d)

<p>Molina Imóveis Creci 18.062</p> <p>Vende:</p> <p>200 Hectares varzea albardão e granja dois açudes, ideal para pecuária ligue fone 81438832-34981177. CRECI-18062. Tenho outros campos de lomba.</p>	<p>VENDE-SE</p> <p>Ótimo sitio com ótima casa de material a 100 metros da RS 040, Km 31, Pda 93- M. Grande- Águas Claras-Viamão.</p> <p>Tratar: Manoel Matos 3498 1609 8102 9653</p>	<p>Luiz Fernando Imóveis</p> <p>*Lombas- 20 ha- todo c/ pastagem, açude, linda área, 200 mil</p> <p>7 HA- Casade Madeira- Águas -Luz-Campo - Mato Nativo- 50 MIL</p>	<p>VILA DAS FLORES</p> <p>Vende-se terreno plano medindo 200 m². Frente voltada para o sol no período da manhã.</p> <p>Fácil acesso.</p> <p>(443)0677-0032</p>
<p>Chacrinha 2.000 metros pronta para construir - R\$ 2.000 e saldo em 60 de 300 reais. Confira</p>	<p>BARBADA</p> <p>3 ha - Casa de Alvenaria com 3 Dormitórios- Cozinha-Banheiro- Casa de Caseiro- Galpão c/ churrasqueira- 3 Baías de costaneiras- Canil- Açude-Mata Nativa - Poço Artesiano- SÓ 65 MIL</p> <p>Ligue: Luiz Fernando Imóveis: 3498 1245</p>	<p>*Frente RS- 040- 3 ha- 2 pavilhões 20 x50 + 600m de galpão, sede para firmas, ponto comercial 300 ml, aceita 50% imóveis, carros e outros.</p> <p>5 ha. Casa Mistra - Campo- Mato- Linda Área 50 MIL</p> <p>Temos mais de 100 sitios - Casas em Condomínios e Fazendas</p> <p>LUIZ FERNANDO Fone: 3498 1245</p>	
<p>Vende:</p> <p>Sítio perto do asfalto casa piscina todo mobiliado e barbada R\$ 45 MIL AC carro e facilito.</p> <p>50 Hectares campo de lomba ideal para reflorestamento pecuária e soja R\$ 6.500 o hectare.</p> <p>Molina Fones: (51) 3498 1177 / 8143-8832</p>			

Anexo e)



Mude para os 100mm.

Seque a sua mente por uma Sylvapen 100 milímetros.

A linda forma colorida não aparece diante de seu olhos.

Se fumar não está associado com um clima e mesmo associado com um.

Qualquer um deles cabe no bolso da sua camisa, porque é do tamanho de um maço de cigarros.

E 100 milímetros de carga dão para você desenhar dois quilômetros.

Avise seu pai que você também vai mudar para os 100 milímetros.

Peça a ele para comprar um estojo de Sylvapen.

É o tipo do vício que vai encher a família inteira de orgulho.

sylvapen 100mm

A caneta de fibra mais mordida na América Latina.

Troque a sua caneta por uma Sylvapen 100 milímetros.

E lindas formas coloridas vão aparecer diante de seu olhos.

Sylvapen vem num estojinho com seis cores e noutro estojinho com doze.

Qualquer um deles cabe no bolso da sua camisa, porque é do tamanho de um maço de cigarros.

E 100 milímetros de carga dão para você desenhar dois quilômetros.

Avise seu pai que você também vai mudar para os 100 milímetros.

Peça a ele para comprar um estojo de Sylvapen.

É o tipo do vício que vai encher a família inteira de orgulho.

Anexo f)



LANÇAMENTO
Exclusivo!

Sofisticada, moderna e feminina, é ideal para mulheres naturalmente sedutoras e que estão sempre a frente de seu tempo. Experimente!

sabrina sato
by yes cosmetics

sabrina sato
by yes cosmetics
50 ml

Anexo g)



SEU MUNDO
PRECISA DE
MAIS ESTILO

Nova linha de
barbeadores elétricos
e grooming Philips

AquaTouch

EXPLORE
SEUS ESTILOS
TODOS OS DIAS

PHILIPS
sense and simplicity