

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS A DISTÂNCIA
HABILITAÇÃO EM LÍNGUA PORTUGUESA

NORMA LIMA LIRA MACIEL

O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PUBLICITÁRIO: uma proposta de
sequência didática

Sousa – PB

2018

NORMA LIMA LIRA MACIEL

O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PUBLICITÁRIO: uma proposta de
sequência didática

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Licenciatura em Letras Português do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Campus Sousa, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Licenciado em Letras com Habilitação em Língua Portuguesa.

Orientador Prof. Dr. José Moacir Soares da Costa Filho.

Sousa-PB

2018

FOLHA DE APROVAÇÃO

NORMA LIMA LIRA MACIEL

O ENSINO DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PUBLICITÁRIO: uma proposta de
sequência didática

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Licenciatura em Letras Português
do Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia, Campus Sousa, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Licenciado em Letras com Habilitação em
Língua Portuguesa.

Aprovado em 19 de novembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA



Orientador: Prof. Dr. José Moacir Soares da Costa Filho (IFPB)

Examinadora: Profa. Dra. Mônica Maria Pereira da Silva (IFPB)

Examinador: Prof. Dr. Neilson Alves de Medeiros (IFPB)

DEDICATÓRIA

Ao meu esposo, Franks e aos meus filhos, Franks Filho e Emanuel Franklyn a quem dedico este trabalho e todo o meu amor.

AGRADECIMENTOS

A Deus, força maior que nos move.

À minha família que acreditou nesse sonho junto comigo e abriu mão, em muitos momentos, da minha companhia para que eu pudesse realizá-lo.

Aos professores do IFPB e em especial ao meu orientador, professor Dr. Moacir Filho por ter contribuído com a realização desse sonho através de sua amizade e uma orientação tranquila e segura.

A todos que depositaram confiança em mim e acreditaram que seria possível.

As palavras só têm sentido se nos ajudam a ver o mundo melhor. Aprendemos palavras para melhorar os olhos.” (*Rubem Alves*)

RESUMO

A linguagem por se utilizar dos gêneros textuais como forma de interação entre os indivíduos, necessita que sejam estudados para que melhor os utilizemos nas diferentes situações comunicativas. Nesse trabalho, é apresentada uma breve discussão sobre os gêneros textuais, principalmente, o anúncio publicitário, como também, o conceito de sequência didática, trazendo ao final, uma sequência didática sobre “o lixo”, como forma de proposta metodológica para o ensino de Língua Portuguesa. Com modelo de trabalho, objetiva-se discutir e elaborar uma sequência didática para o trabalho com o gênero textual anúncio publicitário, além disso, buscou-se identificar qual a importância da sequência didática e também qual sua funcionalidade. Para a realização deste trabalho, amparamo-nos nas discussões de Bakhtin (2003), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), Puppio (2014), Monteiro (2001), Garcia (1988), entre outros, a respeito da teoria dos gêneros textuais e da sequência didática. Metodologicamente, este trabalho é uma pesquisa bibliográfica, como também, uma pesquisa qualitativa acerca do gênero textual anúncio publicitário. Após apresentarmos uma discussão teórica sobre os temas tratados no artigo, elaboramos uma sequência didática como sugestão de trabalho para o gênero anúncio publicitário. A partir da pesquisa realizada, foi possível perceber a importância da sequência didática associada aos anúncios publicitários, bem como trazer um olhar diferenciado para o processo de ensino-aprendizagem de Língua Portuguesa.

Palavras-chave: Anúncio publicitário; Sequência didática; Gênero textual.

ABSTRACT

The aim of this paper is to discuss and plan a didactic sequence to the work with the textual genre advertisement. It was identified the importance of the didactic sequence and also its functionality. In order to develop this work, we are based on the discussions of Bakhtin (2003), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), Puppio (2014), Monteiro (2001), Garcia (1988), among others, concerning the theory of textual genres and the didactic sequence. Methodologically, this work is a bibliographic research about the textual genre advertisement. Having presented a theoretical discussion about the themes studied in this paper, we planned a didactic sequence as a suggestion for the work with the textual genre advertisement. With this research, it was possible to notice the importance of the didactic sequence related to the advertisements, as well as to bring a different point of view to the process of teaching-learning Portuguese Language.

Keywords: Advertisement; Didactic Sequence; Textual Genre.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| Introdução..... | 11 |
| 1 Conceituando Gênero Textual..... | 12 |
| 2 Anúncio Publicitário..... | 14 |
| 3 Sequência Didática..... | 17 |
| 3.1 Sequência Didática com Anúncio Publicitário..... | 19 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 23 |
| REFERÊNCIAS..... | 24 |

Introdução

Existem muitas discussões sobre como se trabalhar gêneros textuais nas escolas, com isso, tornam-se necessárias estratégias de ensino para que os diferentes gêneros textuais sejam utilizados no ensino de forma dinâmica e eficaz. Com a evolução das metodologias de ensino, pode-se, hoje em dia, aliar novas técnicas a ensinamentos considerados antigos.

Os diferentes exemplares de gêneros têm sido considerados elementos fundamentais para o ensino-aprendizagem do aluno nas aulas de língua Portuguesa. Com isso, novas formas de ensino foram se desenvolvendo e ganhando força ao longo dos anos, para dar conta de trabalhar os gêneros textuais, que são muitos, e cada um com sua importância.

A partir de uma perspectiva de língua como forma de interação social (TRAVAGLIA, 1997), os gêneros textuais atendem às necessidades de interação entre os indivíduos de forma variável, apresentando diversos estilos e conteúdos temáticos. Temos como exemplos de gêneros textuais: artigos, poemas, cardápios, cartas de leitor, artigos de opinião, notícias, reportagens, charges, tirinhas, histórias em quadrinhos, ensaios, resenhas, internet, blogs, e-mails, em textos que atendem às necessidades de quem os escreve, apresentando finalidades distintas e definidas (BARROSO, 2011). Os gêneros textuais são infundáveis, pois as práticas sociocomunicativas são dinâmicas e variáveis.

Neste trabalho, foi escolhido o gênero anúncio publicitário para estudo e desenvolvimento de uma sequência didática, devido a compreensão da importância desse gênero textual e do entendimento de que ele muito pode contribuir para os eixos de ensino de Língua Portuguesa. Portanto, esperamos que este trabalho possa posteriormente ajudar o aluno, quando em contato com o gênero anúncio publicitário, a ampliar a sua visão de mundo, observando as relações de poder e ideologias que podem estar presentes neste gênero, e conseqüentemente, a transformar as suas atitudes e maneiras de ler e entender o anúncio publicitário.

Tendo esta visão, o trabalho será desenvolvido por meio da conceituação dos assuntos trabalhados: gênero textual, anúncio publicitário e sequência didática, para ser finalizado com a apresentação de uma sequência didática relacionada ao anúncio publicitário. Serão utilizados também exemplos de anúncios publicitários durante a discussão teórica.

Desse modo, pretendemos propor uma sequência didática para trabalhar o gênero textual anúncio publicitário com uma turma de 8º ano do ensino fundamental, com o intuito de que, tal proposta possa contribuir para uma educação diferenciada e mais dinâmica. Esse

trabalho, também, pretende contribuir não somente para a área de Letras, principalmente focada em habilitação em Português, mas também para áreas afins.

1 Conceituando Gênero Textual

Na sociedade contemporânea são diversas as esferas das atividades humanas nas quais circulam e são produzidos os mais diferentes tipos de textos. Estes podem estar presentes em jornais, revistas, panfletos, cartazes informativos, outdoors, internet e outros suportes, sendo produzidos de diferentes formas para atender às diversas demandas da sociedade em que circulam (PUPPIO, 2014).

Monteiro (2001) afirma que o ser humano necessita da interação com essa complexidade de textos produzidos para se apropriar do conhecimento das diferentes formas de saberes articulados socialmente. É através dos textos que se pode refletir a realidade subjetiva dos sujeitos e a partir disso incorporar uma nova vivência e uma nova forma de ver e enfrentar o mundo (MONTEIRO, 2001).

Desta forma, não se pode subestimar a importância da interação real que acontece nos gêneros textuais, tal interação nos permite imergir em um mundo diferente, ao mesmo tempo didático e, não obstante da realidade. Visto isso, percebe-se ainda mais a importância dos gêneros textuais (BAKHTIN, 2003).

Trabalhar a linguagem por meio de gêneros textuais é uma das formas de explorar a língua portuguesa de uma maneira contextualizada e dinâmica, como também de desenvolver e organizar as práticas de leitura, oralidade e escrita de acordo com a interação e o processo sócio histórico.

Para definir gêneros, citamos Bakhtin (2003, p. 262), o qual afirma que cada esfera de utilização da língua elabora seus “tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos de gêneros do discurso”.

O enunciado, para Bakhtin (2003), reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas, não só por seu conteúdo (temático) e por seu estilo verbal, pela seleção operada nos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais – mas, sobretudo, por sua construção composicional.

A perspectiva abordada por Bakhtin revela a necessidade de apresentar ao aluno o conhecimento dos gêneros discursivos não só nos seus aspectos linguísticos como também na

sua composição e contexto de produção para que ele possa participar ativamente dos processos sócio históricos em que está inserido.

De acordo com este teórico, a riqueza e a variedade dos gêneros textuais são infinitas, pois a variedade da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do que vai diferenciando-se e ampliando-se, à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa (BAKHTIN, 2003). Se não existissem gêneros e se não os dominássemos, os gêneros seriam criados pela primeira vez em cada conversa, pois sem eles a comunicação seria quase impossível, (BAKHTIN, 2003). Assim, ele distingue os gêneros discursivos primários (da comunicação cotidiana) dos gêneros discursivos secundários (da comunicação produzida a partir de códigos culturais elaborados, como a escrita). É importante, para Bakhtin (2003), observar as diferenças entre os gêneros discursivos primários (simples) e secundários (complexos – romances, dramas, pesquisas científicas de toda espécie, os grandes gêneros publicísticos, etc.), os quais surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado artístico, científico, sociopolítico, etc. No processo de sua formação eles incorporam e reelaboram diversos gêneros primários (simples), que se formaram nas condições da comunicação discursiva imediata.

Por possuírem como característica a flexibilidade, os gêneros textuais adaptam-se aos diferentes usos do interlocutor (MARCUSCHI, 2002), principalmente nos dias de hoje com a expansão da tecnologia e seus diferentes recursos que utilizam a linguagem verbal como os blogs e as páginas de internet e a linguagem não verbal como os gifs, emotions e os stickers. Esses novos gêneros chamam a atenção por sua versatilidade, usando a linguagem oral e escrita ao mesmo tempo, como também, utilizando sons, movimento e interatividade como o leitor (MARCUSCHI, 2002). Considerando a própria complexidade dos gêneros textuais, é de fato um desafio para os educadores fazer com que os objetivos traçados para a escolarização sejam alcançados, devido a diferentes fatores, por isso, a todo momento, o professor necessita de um olhar diversificado para sua prática de ensino. A sequência didática, por exemplo, é um instrumento que pode ser utilizado quando se pretende atingir objetivos educacionais mais concretos.

É perceptível na construção deste trabalho a importância dos diversos gêneros textuais. Porém na seção seguinte será privilegiado, discriminado e explorado apenas um gênero textual em especial, o Anúncio Publicitário.

2 Anúncio Publicitário

O gênero textual anúncio publicitário, assim como todo e qualquer gênero, possui características dentre as quais podemos explicitar: linguagem mista (verbal e não verbal), uso de polissemia, intertextualidade, ambiguidade, com predominância de linguagem apelativa e conotativa, propósito comunicativo de se aproximar do leitor e convencê-lo a comprar um produto ou a aderir a uma causa . Pode ser destacada ainda a capacidade de circular em diversos suportes e que suas características podem ser alteradas conforme o suporte. Por exemplo: se o anúncio publicitário tem como suporte o outdoor, podemos verificar que predomina uma linguagem não verbal, com o intuito de atingir seu propósito comunicativo com mais rapidez, já que o leitor não tem muito tempo para realizar a leitura. Já em um panfleto distribuído na rua, o anúncio pode explorar mais a linguagem verbal, pois o leitor pode levar o texto consigo para ler em outros momentos.

A linguagem deste gênero textual é inconfundível, sendo utilizado na publicidade midiática com o objetivo de convencimento no qual o ser humano pode entrar em contato com um universo totalmente abstrato e idealizado, também, traz o conceito de perfeição, capaz de convencer e nortear os seus desejos, e até mesmo, mudar comportamentos através de artimanhas de persuasão (GARCIA, 1988). Por ser persuasivo, o anúncio tem em seu estilo a marca da argumentação. Refletindo sobre o tipo de linguagem utilizada pelos anúncios publicitários, Carvalho (1996, p.98) comenta que “a publicidade elabora um discurso, uma linguagem que sustenta uma argumentação icônico-linguística com fins de persuasão consciente ou inconsciente do público-alvo”, sendo perceptível quando se observa o exemplo abaixo:

Figura 1: Anúncio Publicitário: Carnaval Seguro



Fonte: <https://sinthiaishii.myportfolio.com/anuncios-publicitarios>

Desta forma, o exemplo trazido utiliza elementos linguísticos como frases curtas e concisas; palavras-chave, carregadas de significação; adjetivos; verbos, em especial no modo imperativo; advérbios; linguagem figurada e outros. Também, pode ser observada a exploração de cores quentes que nos remete ao carnaval, como também, elementos característicos como, confete e serpentina. No anúncio, é explorada a sexualidade através da imagem dos corpos, nesse caso, por um corpo de um homem e de uma mulher, representando a intenção do ato sexual entre ambos não deixando de usar a camisinha. No anúncio é perceptível a intenção de conscientizar as pessoas para terem relações sexuais seguras, principalmente no Carnaval, em que a efervescência da festa favorece o ato. Existindo também um duplo sentido na linguagem verbal em torno do verbo dar, pois ao mesmo tempo em que a mensagem diz que não dá para transar sem camisinha se utilizando da expressão “não dá” no sentido de não poder acontecer o ato, também busca um sentido conotativo do verbo dar que remete à ocorrência do ato sexual, ordenando que a mulher, que pega a camisinha do bolso do parceiro, não “dê”, não faça sexo sem camisinha. Traz também, o conceito ideológico representado por um casal padrão (homem e mulher), trazendo uma imagem de casal tradicional.

Além destes recursos, vistos no exemplo da figura 1, podem ser usados também modismos, gírias, regionalismos e neologismos, de acordo com o contexto vivenciado pelo anúncio que está sendo elaborado. Neste gênero textual, permite-se o uso de texto não verbal, visto que pode surtir um efeito mais rápido sobre o leitor, principalmente, aquele que se estiver com pressa, que não vai ler o verbal, mas ao entrar em contato com a mensagem pelo não verbal, entende o sentido desta.

Pode-se afirmar que o anúncio funciona como um estímulo motivador para sensibilizar e possivelmente condicionar psicologicamente os desejos do indivíduo, criando uma necessidade, através da repetição e da visualização, principalmente no campo dos conceitos e das imagens, interferindo no comportamento individual e coletivo, porque possui uma finalidade utilitarista (MELÃO; LOUSADA, 2014).

O gênero anúncio publicitário se torna algo natural e simples, presente na vida social e individual dos sujeitos, por meio de uma linguagem simbólica carregada de força e de poder. Podendo ser visto na imagem abaixo:

Figura 2: Anúncio Publicitário: O boticário



Fonte: www.oboticario.com/brancadeneve

Na figura 2, vemos o anúncio da empresa O Boticário que é uma empresa de produtos para beleza, trazendo a seguinte frase “Era uma vez uma garota branca como a neve. que causava muita inveja não por ter conhecido sete anões, mas vários morenos de 1,80m”.

O anúncio começa com uma intertextualidade, fazendo alusão ao conto de fada Branca de Neve e os sete anões, justamente, pelo fato de o conto fazer referência à beleza e ao mesmo tempo à inveja que ela causa nas pessoas. O anúncio mostra a postura da modelo trazendo um olhar confiante, desafiador e empoderada que não precisa ficar esperando por um príncipe para torná-la completa, já que ela pode conquistar quantos quiser. O anúncio desconstrói aquela imagem de mocinha dos contos de fadas e mostra uma princesa confiante e dona de si, pois sua imagem lhe dá segurança, desconstruindo o conceito de que, para ser

feliz, a branca de neve precisa ter um príncipe encantado em sua vida exatamente por utilizar os produtos da empresa.

Desta maneira, de acordo com Garcia (1988), as respostas provocadas pela linguagem simbólica no ser humano podem induzir a diferentes sentidos, observados em todas as culturas e comunidades, desde grupos mais primitivos até as sociedades mais complexas.

A linguagem não verbal e verbal de acordo com o gênero, normalmente, provoca uma ação e uma reação no sujeito. Contudo, há um acordo tácito, um contrato entre produtores e consumidores (ALVES, CALVO, 2010). E neste sentido, a linguagem significa uma aproximação entre a realidade e uma “liberdade” mesmo que fictícia e ilusória.

Conhecer os aspectos que dizem respeito aos anúncios publicitários, proporciona aos sujeitos estarem aptos a discutir sobre os problemas sociais diversos, através da leitura exposições e argumentações, ampliando os seus saberes, não se alienando ou se deixando manipular pelos mais diferentes meios de comunicação (CRISTOVÃO; NASCIMENTO, 2004). Pode-se traduzir os mais diferentes objetos para que haja uma interação social do sujeito com o seu meio a fim de transformá-lo.

A seguir com base no que foi apresentado sobre anúncio publicitário, será realizada a elaboração de uma sequência didática em torno do gênero mencionado, para que, por meio dela, sejam desenvolvidas habilidades de letramento antes, porém, discutiremos brevemente sobre o conceito de Sequência didática.

3 Sequência Didática

O termo Sequência Didática surgiu no Brasil nos documentos oficiais dos Parâmetros Curriculares Nacionais como "projetos" e "atividades sequenciadas". Atualmente, as sequências didáticas estão vinculadas ao estudo do gênero textual, porém, quando surgiram eram abertas a diferentes objetos do conhecimento (FRANCO, 2017).

Originalmente, as sequências didáticas traduzem uma proposta apresentada por Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), sendo definidas como um conjunto de atividades escolares organizadas, de maneira sistemática, em torno de um gênero textual oral ou escrito.

Apesar de ser um termo relativamente antigo, as sequências didáticas passaram a ter cada vez mais importância na nova geração de materiais didáticos elaborados pelas editoras mais jovens no Brasil.

Muitos professores confundem a sequência didática com plano de aula, semanário e até projetos. Geralmente a confusão acontece porque tanto o projeto, quanto o seminário, a sequência didática e o plano de aula têm a mesma finalidade.

O termo sequência didática traz bastante luz sobre seu significado, mas poucas vezes paramos para pensar no que, de fato, significa. Como a palavra “sequência” significa “ação de seguir”, podemos dizer que sequências didáticas são “etapas continuadas” ou “conjuntos de atividades”, de um tema, que tem objetivo ensinar um conteúdo, etapa por etapa.

Sequência didática é um termo muito utilizado pelos autores Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), principalmente no trabalho do ensino da expressão oral e escrita, porém os teóricos trazem a sequência didática como uma forma eficaz no ensino de outras matérias. A sequência didática possui um conjunto de atividades encadeado de passos e etapas ligadas entre si para tornar mais eficiente o processo de aprendizado.

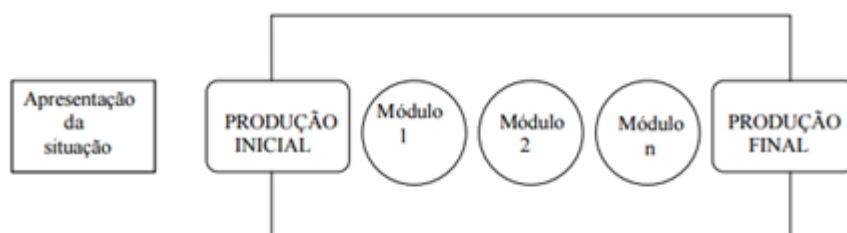
Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p.98), ainda trazem que “é possível ensinar a escrever textos e a exprimir-se oralmente em situações públicas escolares e extraescolares”, ampliando as formas de utilização da sequência didática.

Toda e qualquer sequência didática planejada deve ser desenvolvida para atingir um objetivo, mas não é qualquer objetivo. Esse objetivo deve atender às necessidades do aluno. Se há uma necessidade de ensinar algo ao aluno precisa-se criar uma estratégia de passo a passo para que ele seja capaz de entender o conteúdo oferecido e, por isso, é bastante importante selecionar e criar as sequências e ter uma didática adequada para usar em sala.

Sequência didática é: Uma sequência de módulos de ensino, organizados conjuntamente para melhorar uma determinada prática de linguagem. As sequências didáticas instauram uma primeira relação entre um projeto de apropriação de uma prática de linguagem e os instrumentos que facilitam essa apropriação (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p.51).

Acrescentando à definição, Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p.98) propõem um esquema de sequência didática para o trabalho com gênero em sala de aula, conforme ilustrado pela figura 3 que segue

Figura 3: Esquema de sequência didática



Fonte: Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p.98)

A **apresentação da situação** tem por objetivo expor aos alunos um projeto de comunicação que será realizado, preparando-os, assim, para a produção inicial. A **produção inicial**, objetiva fazer com que os alunos tentem elaborar um primeiro texto oral ou escrito, expondo para si mesmo e para o professor a visão que deles sobre a atividade. Os **módulos** são feitos para solucionar os problemas que apareceram na primeira produção e para instruir os alunos a superá-los. E a **produção final** é a sequência finalizadora, a qual se encerra com a produção final que dá ao aluno a possibilidade de colocar em prática as noções e os instrumentos elaborados nos módulos.

Após discutirmos brevemente os conceitos e etapas que norteiam a sequência didática, a seguir vamos elaborar uma proposta de sequência que tem por objetivo trabalhar com o anúncio publicitário.

3.1 Sequência Didática com Anúncio Publicitário

Apresentação da situação

A perspectiva abordada por Bakhtin revela a necessidade de apresentar ao aluno o conhecimento dos gêneros discursivos não só nos seus aspectos linguísticos, como também, na sua composição e contexto de produção para que ele possa participar ativamente dos processos sócio históricos em que está inserido. Com isso, trazemos o gênero textual anúncio publicitário para trabalhar por meio da sequência didática.

Com isso, serão apresentados aos alunos diversos anúncios publicitários, que se interliguem por meio da mesma temática. A partir dos anúncios inicialmente apresentados, nesse primeiro momento deve-se trabalhar a composição estrutural, seu suporte, público-alvo, como também, suas principais características. Mostrando aos alunos sua função principal que é a de persuadir e convencer o público de consumir algo ou aderir a uma ideia, como por

exemplo: não jogar o lixo na rua, manter a cidade limpa e sempre que possível fazer a coleta seletiva. Para a sequência que propomos, escolhemos o tema “lixo” para a apresentação da situação e selecionamos quatro anúncios para exemplificar a etapa.

Figura 4: Anúncio Publicitário: Lixo



Fonte: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br>

Figura 5: Anúncio Publicitário: Lixo



Fonte: <http://portalangelonet.com.br>

Figura 6: Anúncio Publicitário: Reciclagem



Fonte: <https://www3.ufrb.edu.br>

Figura 7: Anúncio Publicitário: Lixo



Fonte: <https://pt.slideshare.net/secomolinda>

É importante destacar que embora tenham a mesma temática, cada anúncio possui características diferenciadas, especialmente no que diz respeito à linguagem não verbal e da

ambiguidade. Na apresentação da situação, depois de lidos os anúncios e de discutidos os aspectos que compõem o gênero estudado, partimos para a produção inicial.

Produção inicial

Na produção inicial os alunos do 8 ° ano serão convidados a dar uma volta no bairro para perceber questões relacionadas às condições do bairro em que a escola está localizada, buscando perceber a limpeza das ruas e se existe coleta seletiva. Depois, vão fotografar algo que tenha lhes chamado a atenção sobre o lixo existente na rua, para começar a produzir o anúncio com uma campanha de conscientização que visa manter o bairro limpo, conscientizando os moradores a não jogar o lixo no chão e só colocá-lo para fora no dia da coleta, como também, procurar formas de fazer a coleta seletiva por meio da associação de catadores da cidade.

Para dar início à produção inicial, os alunos vão começar a organizar o material que será utilizado por eles, escolhendo a imagem que foi fotografada no bairro e que será utilizada em seu anúncio. Após isso, eles irão começar a produzir os textos que farão parte do anúncio, ou produzir slogans, empregando características do gênero com o qual estão trabalhando, como, por exemplo, o humor, a ironia e os verbos no modo imperativo, e, obviamente, explorando a linguagem não verbal a partir das imagens que eles mesmos fotografaram.

Cada aluno vai organizar seu anúncio com a imagem, o slogan, as frases de efeito trazendo a mensagem de conscientização para o público sobre a importância de não jogar o lixo na rua, como também, de reciclá-lo.

Finalizada a produção inicial, o professor deve coletar os textos e verificar quais são os problemas presentes nas produções dos alunos. A partir dessa análise, o professor pode elaborar os módulos da sequência didática com o objetivo de auxiliar o aluno a superar as inadequações identificadas por meio da produção inicial. O número de módulos e de problemas explorados pode variar de acordo com o tempo e com a necessidade do professor. Para exemplificar, traremos a seguir alguns módulos com problemas que possivelmente seriam recorrentes nas produções iniciais.

Os módulos (ou oficinas)

Módulo 1: emprego de verbos no modo imperativo

Nos textos publicitários, é muito comum a presença dos verbos no modo imperativo, já que esta forma verbal indica a persuasão e o convencimento, por meio da ideia de apelação, sugestão ou conselho.

Dessa forma, vamos trazer para os alunos o conceito dos verbos no modo imperativo, sua função dentro do texto e como esses verbos funcionam levando o leitor a praticar uma ação.

Após essa explicação será feito um questionário com algumas perguntas, como:

- Quem são os possíveis interlocutores dos verbos: reduza, reutilize, recicle? (Para isso traremos novamente os textos da apresentação da situação ou até mesmo podemos utilizar as produções iniciais dos alunos).
- Qual a intenção de empregar no anúncio esses verbos no modo imperativo?

Módulo 2 : Emprego da linguagem denotativa e conotativa do texto:

Nesse módulo, trazemos para o aluno as diferentes linguagens empregadas no anúncio, destacando a ambiguidade, que é uma forma de chamar a atenção do leitor, através das diferentes possibilidades de leitura, como no exemplo, “O lixo que você joga na rua volta para sua casa”, sugerindo que ao jogar o lixo na rua, ele, o mesmo lixo, acaba voltando, como também, sugere que este lixo volte para nossa casa através dos insetos, como vemos na imagem do anúncio mostrado na figura 4 e utilizado na apresentação da situação.

Ainda nesse modulo, vamos trabalhar a polissemia, através do exemplo que diz “seja seletivo”, sugerindo que ao usar a palavra seletividade com o sentido de escolher algo e ao mesmo tempo, com o sentido de fazer a seletividade do lixo ao separá-lo para reciclagem.

Módulo 3: Linguagem não verbal:

Nesse módulo, vamos trabalhar a linguagem não verbal dos textos, que se trata das imagens, símbolos ou desenhos que são utilizados para compor os anúncios. As imagens podem servir de apoio para completar ou enfatizar o sentido do que é posto na linguagem verbal, trazendo uma melhor compreensão, muitas vezes mais rápida do que o texto verbal, como vemos no exemplo do anúncio mostrado na figura 5 da etapa de apresentação da situação: o garoto jogando o lixo dentro da lixeira, e a predominância do verde que sugere a preservação do ambiente.

Produção final

Na produção final, após os alunos terem trabalhado por meio dos módulos da sequência didática as partes que compõem um anúncio publicitário, eles voltarão à produção inicial para melhorar os textos, sanando as inadequações apontadas pelo professor. É importante que eles utilizem as fotos que foram tiradas do bairro. Com os textos prontos, eles irão expor os anúncios feitos na sala no mural da escola, fazendo a apresentação e a explicação da importância de não jogar o lixo na rua e da coleta seletiva, questão essa, bastante conhecida pelos alunos da Escola Professor Crispim Coelho, já que alguns deles têm familiares que são membros da associação de catadores de reciclagem da cidade de Cajazeiras. Iremos também, trabalhar a reescrita de textos por meio do gênero artigo de opinião, na qual os alunos irão escrevê-la argumentando e defendendo o seu ponto de vista sobre a importância da reciclagem para o meio ambiente, e com isso, ir percebendo dificuldades na escrita deles.

Após apresentarmos a proposta de sequência didática, finalizaremos com as considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conhecimento à cerca dos gêneros textuais é imprescindível para o estudo da Língua Portuguesa, já que a língua se constrói por meio da ação social em que estamos inseridos e precisamos dominar esses gêneros para que essa comunicação seja feita de forma eficaz. Dessa forma, foi escolhido o gênero textual anúncio publicitário para ser analisado pelas diferentes utilizações que ele possui, como também, ser um gênero popular, que está ao nosso redor em vários momentos de nossa vida trazendo significação. Visto isso, o presente estudo possibilitou o entendimento de conceitos de gênero textual, principalmente no que diz respeito ao anúncio publicitário, bem como sua utilização para o desenvolvimento do ensino-aprendizagem, através de uma sequência didática. Foi perceptível que a sequência didática é aplicável para o anúncio, pois este gênero possui muitos aspectos que pode compor um bom trabalho dentro do ensino aprendizagem.

Como foi destacado, o presente trabalho teve por objetivo apresentar uma proposta de sequência didática que, posteriormente, poderá ser aplicada, além de possibilitar a

ampliação da visão dos professores, que possa posteriormente se embasar neste estudo, para trabalhar outra sequência ou outro gênero.

Os problemas supostos para os módulos não são únicos, podem ser utilizados outros problemas, e um número maior de módulos a depender dos problemas percebidos e do tempo de que o professor dispõe. Para isso, é preciso que o professor de Língua Portuguesa esteja atento às inadequações e, dentro de seu tempo no planejamento pedagógico, eleja os pontos que irão compor a sequência didática.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rosângela Aparecida, CALVO, Luciana Cabrini Simões. O gênero textual anúncio publicitário: análise de sua implantação em sala de aula. **Educação & Sociedade**, 2010.

BAKTHIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARROSO, Terezinha. Gênero Textual como Objeto de Ensino: Uma Proposta de Didatização de Gêneros do Argumentar. **SIGNUM: Estud. Ling**, n. 14, p. 135-156, 2011.

CARVALHO, Nelly. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: ÁTICA, 1996.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michele; SCHNEUWLY, Bernard. Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In: DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard e colaboradores. **Gêneros orais e escritos na escola**. Trad. E Org. de Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004.

FRANCO, Donizete Lima. Sequência Didática E A Condução Do Processo Ensino-Aprendizagem. In: **V ENCONTRO DE PRÁTICAS DOCENTES DO CURSO DE LICENCIATURA EM COMPUTAÇÃO**, p.119-122, 2017.

GARCIA, Francisco Luiz. **Introdução crítica ao conhecimento**. 1. ed. Campinas, SP: Papirus, 1988.

GOULART, Cecília M. A. Letramento e polifonia: um estudo de aspectos discursivos do processo de alfabetização. **Revista Brasileira de Educação**. n.18, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: DIONISIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora. Gêneros textuais & ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MELÃO, Priscila Aguiar, LOUSADA, Eliane Gouvêa. As contribuições do gênero textual anúncio publicitário para o ensino-aprendizagem do francês: a capacidade de argumentar e a variedade linguística e cultural através da linguagem verbal e visual. **Revista MOARA**, n.42, p.161-180, 2014.

MONTEIRO, Ana Maria Ferreira da Costa. Professores: entre saberes e práticas. **Educação & Sociedade**, n. 74, 2001.

PUPPIO, Eliane Lamera. **Análise do gênero discursivo propaganda com ênfase na música em comercial de TV**. Paraná: Secretaria de Estado da Educação. v. 2, 2014.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. Gramática e Interação: uma proposta para o ensino de gramática no 1º e 2º graus. São Paulo: Cortez Editora, 1997.