



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO**

**HELOÍSA TRAMONTIM DE OLIVEIRA  
RUAN DE SOUZA MARIANO**

**ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA:  
POR UMA LEITURA CRÍTICA**

**FLORIANÓPOLIS  
(2012)**

HELOÍSA TRAMONTIM DE OLIVEIRA  
RUAN DE SOUZA MARIANO

**ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA:  
POR UMA LEITURA CRÍTICA**

Relatório final de estágio apresentado como requisito parcial para avaliação da disciplina Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I do 8º período do Curso de Licenciatura em Letras/Português sob a orientação da Professora Dra. Maria Izabel de Bortoli Hentz.

FLORIANÓPOLIS  
(2012)

À turma 7C

## **Agradecemos**

Aos nossos pais, parentes, amigos e em especial ao Fernandinho, namorado da Helô, que nos deram e nos dão a maior força para concluirmos mais esta etapa das nossas vidas.

À professora Maria Izabel, nossa orientadora, que com tamanha paciência nos ajudou a enfrentar o desafio de sermos professores;

À professora Fernanda Müller, que nos coorientou nesta empreitada, sempre nos auxiliando e dando dicas de como atuar na sala de aula;

E por fim, mas não menos importante, a nós mesmos, pelo empenho e dedicação, pelo companheirismo e pela amizade que se consolidou ao longo deste trabalho.

*Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade.*

(George Orwell)

## RESUMO

O presente trabalho objetiva relatar os percursos trilhados na disciplina de Estágio de ensino de Língua Portuguesa e Literatura – I, do curso de Letras-Português, da Universidade Federal de Santa Catarina. Trabalhamos o gênero *anúncios publicitários* numa turma de sétima série (oitavo ano) de um colégio da rede pública federal. Desenvolvemos um trabalho crítico com o gênero, trazendo à tona a reflexão de que o sistema capitalista nos impõe uma necessidade *de ter* que é a todo o momento reiterada pelos anúncios publicitários nos mais variados veículos de comunicação. No bojo das discussões com relação aos anúncios publicitários, trabalhamos também figuras de linguagem e pontuação, no sentido de indicar quais são as contribuições e os efeitos linguísticos que eles causam em textos como anúncios publicitários e outros.

**Palavras-Chave:** Língua Portuguesa, anúncios publicitários, figuras de linguagem, pontuação.

## Lista de Ilustrações

<b>Figura 1:</b> amostra de anúncios publicitários por ocasião do dia das mães.....	48
<b>Figura 2:</b> amostra de propagandas que não circulam em meios televisivos ou impressos por serem, de certa forma, ofensivas às marcas concorrentes.....	49
<b>Figura 3:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu a todos os quesitos para ser considerado um classificado poético.....	52
<b>Figura 4:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu parcialmente aos quesitos de um classificado poético.....	53
<b>Figura 5:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que não atendeu aos requisitos mínimos para ser considerado um classificado poético.....	54
<b>Figura 6:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que atingiu o objetivo como anúncio publicitário.....	57
<b>Figura 7:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu parcialmente às especificações para ser considerado um anúncio publicitário.....	58
<b>Figura 8:</b> fac-símile de um texto produzido por um aluno que não atendeu às demandas de um anúncio publicitário.....	59
<b>Figura 9:</b> atividade reescrita de um aluno.....	60
<b>Figura 10:</b> Anúncio publicitário da Associação Brasileira de Imprensa falando sobre a importância das vírgulas no texto.....	62
<b>Figura 11:</b> fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.....	66
<b>Figura 12:</b> fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.....	66
<b>Figura 13:</b> fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.....	67
<b>Figura 14:</b> fotografia do dia de saída de campo.....	91

## SUMÁRIO

Resumo  
Lista de Ilustrações  
Sumário

- 0. INTRODUÇÃO, 09**
- 1. A DOCÊNCIA NO ENSINO FUNDAMENTAL, 11**
  - 1.1 Apresentação e caracterização do campo de estágio, 11
    - 1.1.1 O ambiente escolar: o Colégio de Aplicação, 11.
    - 1.1.2 A turma, 12.
    - 1.1.3 O ensino de Língua Portuguesa, 13.
  - 1.2 O projeto de docência, 14.
    - 1.2.1 Problematização, 14.
    - 1.2.2 Escolha do Tema, 15.
    - 1.2.3 Justificativa, 15.
    - 1.2.4 Referencial Teórico do projeto de docência, 16.
    - 1.2.5 Objetivos do projeto de docência, 17.
    - 1.2.6 Conhecimentos Trabalhados no projeto de docência, 18.
    - 1.2.7 Metodologia do projeto de docência, 19.
    - 1.2.8 Cronograma das atividades do projeto de docência, 19.
    - 1.2.9 Avaliação, 21.
    - 1.2.10 Planos de aula do projeto de docência, 22.
  - 1.3 Reflexões sobre a prática pedagógicas no projeto de docência 47
- 2. A DOCÊNCIA EM PROJETO EXTRACLASSE, 68.**
  - 2.1 Apresentação da Proposta do Projeto Extraclasse, 68.
  - 2.2 Fundamentação Teórica do projeto extraclasse, 69.
  - 2.3 Objetivos do projeto extraclasse, 70.
  - 2.4 Conhecimentos trabalhados no projeto extraclasse 70
  - 2.5 Metodologia do projeto extraclasse, 70.
  - 2.6 Planos de aula do projeto Extraclasse, 72
  - 2.7 Reflexão sobre a prática pedagógica no ensino de Língua Portuguesa em atividades extraclasse, 88.
- 3. VIVÊNCIAS DO FAZER DOCENTE NO ESPAÇO ESCOLAR, 90.**
  - 3.1 Apresentação dos estagiários à professora regente de classe, 90.
  - 3.2 Saída de campo com os alunos do Colégio Aplicação para a Biblioteca Barca dos Livros, no Lagoa Iate Clube (LIC), localizado na Lagoa da Conceição, Florianópolis, 90.
  - 3.3 Reunião de Disciplina – Discussão de currículo do 7º ao 9º ano, 92.
  - 3.4 Parada Pedagógica do Colégio de Aplicação – Discussão do Projeto Político-Pedagógico (PPP). 92.
  - 3.5 Conselho de Classe da turma 7, 93.
- 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS, 95.**

Referências Bibliográficas, 97

## 0. INTRODUÇÃO

O *Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I* é uma disciplina do curso de Letras – Língua Portuguesa e Literaturas de Língua Portuguesa, que, segundo a lei nº 11788, de 2008, “é o ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior (...)”. Ele também visa “ao aprendizado de competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, objetivando o desenvolvimento do educando para a vida cidadã e para o trabalho”. O *Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I* é, assim, uma disciplina que objetiva formar o profissional de letras para atuar na docência de Língua Portuguesa, mais especificamente, no ensino fundamental. A disciplina é de caráter obrigatório e imprescindível àqueles que pretendem se versar sobre o ensino de língua Portuguesa.

O presente trabalho se propõe a relatar as experiências obtidas no decorrer da disciplina, desde a visita à escola, estágio de observação, planejamento do projeto de estágio, projeto extraclasse e a regência de classe.

Durante os seis dias de observação, pudemos perceber como era a dinâmica da turma, a dinâmica da professora e, sobretudo, como o ensino de Língua Portuguesa era abordado na turma observada. As observações nos serviram de termômetro, para medir a temperatura da turma e, nesse sentido, ponderarmos sobre o que podíamos e o que não podíamos fazer, quando da regência da classe.

Terminado o período de observação, começamos a produzir os relatórios de observações e, concomitante a isso, o projeto de docência. O tema do projeto foi decidido em conjunto pela professora regente da turma e por nós: *anúncios publicitários*. Decidimos, no entanto, tratá-lo por um viés crítico e reflexivo, atentando não só para as estratégias persuasivas utilizadas pelos anúncios publicitários para convencer o interlocutor ou para fazê-lo mudar um comportamento ou um pensamento, mas também para o consumismo desenfreado que a mídia, fortemente embasada pelo sistema capitalista que nos vigora, nos imputa.

Além do gênero *anúncios publicitários*, acordamos que seria pertinente trabalhar, concomitante ao estudo do gênero, *figuras de linguagem e pontuação*, uma vez que a própria abordagem do gênero ensejava estes estudos, por assim dizer, mais

gramaticais<sup>1</sup>. Assim, entremeados aos reconhecimentos do gênero nos mais diferentes suportes (jornal, revista, classificado de jornal, panfletos e audiovisual), exploramos o uso das figuras de linguagem e da pontuação empregados nos próprios anúncios publicitários.

O período de docência, de uma forma geral, cumpriu o objetivo do projeto que era fazer com que os alunos olhassem de forma mais crítica ao gênero anúncio publicitário e também prestassem mais atenção para as estratégias linguísticas e textuais empregadas nos anúncios.

Seguindo o período de docência em classe, passamos, pois a elaborar e executar o projeto de docência extraclasse. Elaboramos o projeto em cooperação com o nosso colega Clair Leal que estava atuando em uma das outras duas turmas de sétima séries do colégio. O propósito era envolver todos os alunos das sétimas séries no nosso projeto, que visava auxiliá-los em conhecimentos específicos, em atividades de recuperação de estudos, extraclasse.

Os conhecimentos trabalhados no projeto extraclasse surgiram das demandas específicas observadas pela professora regente das sétimas séries do colégio. Diziam respeito, sobretudo, à: caligrafia, configuração textual e translineação; ortografia, concordância nominal e verbal além de impostação da voz e postura na hora das apresentações orais. Assim, desenvolvemos estes conhecimentos com eles em três aulas para cada, podendo notar um considerável avanço por parte dos alunos.

A seguir, relataremos as nossas impressões sobre todo o estágio. Num primeiro momento, iremos expor as observações preliminares sobre o campo de estágio, a turma e o ensino de Língua Portuguesa. Em seguida, apresentaremos o nosso projeto de estágio com os planos de aula, seguidos das nossas reflexões sobre a prática pedagógica. Ato contínuo, apresentaremos o nosso projeto extraclasse, seguido das reflexões sobre a prática pedagógica do projeto extraclasse. Ao final do relatório, traçamos algumas considerações finais sobre todo o processo vivenciado.

---

<sup>1</sup> Por “gramaticais” entendemos aqui não o estudo da gramática como as regras do bem falar e bem escrever, impostas por um grupo de pessoas que se intitulam defensores da Língua Portuguesa, mas sim o estudo das estruturas que subjazem ao enunciado linguístico.

## 1. A DOCÊNCIA NO ENSINO FUNDAMENTAL

A primeira etapa para a obtenção do grau de licenciado em Letras é a atuação no ensino fundamental da rede pública de educação. Nesse sentido, toda a turma de *Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I* foi organizada para realizar esta etapa da formação em dois colégios: o Colégio de Aplicação da UFSC e a Escola Básica Municipal Beatriz de Souza Brito. A nossa atuação, contudo, ocorreu no Colégio de Aplicação, tanto no período de observações de aula, quanto no período de regência de classe. A seguir, apresentaremos e caracterizaremos o nosso campo de estágio.

### 1.1 APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

#### 1.1.1 O ambiente escolar: o Colégio de Aplicação

O Colégio de Aplicação da UFSC (doravante CA) foi fundado em 1961 por necessidade de aplicação das práticas de ensino da Faculdade de Filosofia da UFSC. Num primeiro momento, atendeu apenas ao que hoje conhecemos como as séries finais do Ensino Fundamental, ou seja, o Ginásio. No início, o CA tinha apenas a primeira série do Ginásio, mas gradualmente outras séries foram sendo implantadas a medida que os alunos iam passando de ano.

Somente em 1970 foi que o CA instituiu as séries do que hoje conhecemos como Ensino Médio (outrora conhecido como Clássico e Científico). No início, o colégio era direcionado a servidores e professores da UFSC, mas a partir de 1992 o preenchimento das vagas passa a ser feito via sorteio.

Do ponto de vista político-administrativo, o CA está vinculado ao Centro de Ciências da Educação (CED), possuindo uma cadeira no Conselho de Unidade deste Centro. Na prática, no entanto, o CA é quase uma unidade autônoma de ensino, uma vez que possui colegiado próprio, direção própria e, como as demais unidades de ensino da UFSC, possui uma cadeira no Conselho Universitário. Além disso, o colégio recebe verbas próprias, independente do orçamento do centro ao qual está vinculado.

No tocante à estrutura, o CA é um colégio-modelo<sup>2</sup>. Possui projetor multimídia em todas as salas de aula, rede *wireless*, um auditório equipado, inúmeros laboratórios

---

<sup>2</sup> Isto é, um colégio que oferece as condições mínimas para se ministrar uma aula com qualidade.

das mais diferentes disciplinas (incluindo laboratório de línguas estrangeiras e de linguagem), biblioteca ligada ao sistema de bibliotecas da UFSC, e cerca de 90 professores, entre os quais nove são de Língua Portuguesa e Literatura.

No CA, há, ainda, um diferencial para o exercício da docência: a dedicação exclusiva, isso é, os professores do CA não podem ter nenhum outro vínculo empregatício, a não ser o próprio Colégio de Aplicação. A exceção é a vinculação do professor a um programa de Pós-Graduação da UFSC. Nesse sistema de dedicação exclusiva, o profissional da educação dispõe de um amplo tempo para elaboração de atividades, de planos de aulas e de estratégias de ensino para fazer os alunos participarem das atividades propostas. Além disso, os professores dispõem também de um tempo específico para a realização de projetos de pesquisa e extensão, imprescindível para o aperfeiçoamento profissional.

Para os alunos, o CA oferece a possibilidade de escolha da língua estrangeira que o aluno quiser cursar (inglês, espanhol, francês e alemão), além de dispor de aulas de educação artística como música e teatro. Integrando o programa federal “Um Computador por Aluno” (UCA), cada aluno do CA recebeu um microcomputador, os quais são requisitados vez ou outra para as atividades em sala de aula.

Assim, no tocante infraestrutura de ensino, o CA se configura como um colégio padrão, isto é, um colégio com as mínimas condições necessárias de infraestrutura para o processo de ensino-aprendizagem com qualidade.

### **1.1.2 A turma**

Composta por 25 alunos, a turma que atuamos no Colégio de Aplicação da UFSC (doravante turma 7) é uma turma de 7ª série (8º ano) do Ensino Fundamental que apresenta um percentual homogêneo entre adolescentes do sexo masculino e adolescentes do sexo feminino. A participação efetiva nas atividades, no entanto, se deu mais pelos meninos do que pelas meninas que geralmente permaneceram mais indiferentes às investidas da professora regente.

Há também um aluno portador de necessidade especial que recebe auxílio de um acompanhante. A deficiência do aluno em questão é motora porque não consegue se mover sozinho, não tem coordenação fina dos membros superiores e também não consegue se expressar além de sinais de “sim” e “não”, mas também não podemos descartar a possibilidade de haver déficit de cognição, uma vez que não é possível

mesurar o quanto o aluno está efetivamente entendendo ou não. O acompanhante, neste sentido, o auxilia no transporte, anota algumas tarefas e também facilita a socialização com os demais alunos. Esta é uma prática muito recorrente no Colégio de Aplicação da UFSC, que inclusive tem uma coordenação específica de suporte a estes alunos.

Aparentemente, a turma não apresenta muita oscilação de idade a não ser dois ou três alunos que, salvo melhor juízo, são mais fisicamente desenvolvidos que os demais.

A turma 7 possui tanto alunos que se prontificam rapidamente a fazer as atividades e a interagir com a professora, quanto alunos que se mostram apáticos às discussões provocadas pela professora. Em geral, no entanto, os alunos produzem as atividades propostas, mas nem sempre realizam pesquisas extraclasse quando solicitado.

A turma não possui espelho de classe, mas os alunos se sentam geralmente nos mesmos lugares ou nos mesmos 'nichos'. As carteiras são dispostas em fila indiana, uma atrás da outra, salvo exceções, quando há trabalhos em grupos.

### **1.1.3 O ensino de Língua Portuguesa**

Observamos as aulas mediadas pela professora regente de classe e procuramos analisar a prática do ensino e da aprendizagem dos alunos neste curto espaço de tempo (dez aulas). Gostaríamos de salientar que esta percepção configura apenas um recorte do trabalho feito através de planejamentos anuais, trimestrais e diários, conforme pudemos constatar nas conversas com a professora e, principalmente, no decorrer das aulas.

A reflexão sobre a prática docente foi realizada a partir da vinculação da vida escolar com o aspecto social; quanto ao ensino e à aprendizagem, não percebemos as aulas como uma via de mão única, na qual a professora ensina enquanto os alunos aprendem, mas sim, pudemos compreendê-la como um espaço de trocas, na qual ambos ensinam e aprendem ao mesmo tempo.

Em um primeiro plano, gostaríamos de ressaltar o quão surpresos ficamos ao observarmos o andamento das aulas: a condução da professora e as respostas e perguntas dos alunos. Desde o início de nossa vida acadêmica nos foi advertido sobre a mudança no ensino de Língua Portuguesa nas escolas. A tendência era não mais um ensino tradicional, decorando verbos, analisando orações subordinadas, classificando palavras em adjetivos ou substantivos, mas uma aula que tomasse como base o trabalho com os *gêneros textuais*. Assim, as aulas que observamos, priorizam a discussão sobre

na vertente sócio-histórica em função de que é essa perspectiva que embasa os documentos orientadores da prática pedagógica do ensino básico.

A professora, como mestre e doutora em literatura, incorporou uma aula semanal vivenciada na biblioteca, dedicada exclusivamente à leitura, geralmente, de livros escolhidos pelos próprios alunos. Para não assassinar o prazer da leitura, não aplicava provas, mas dedicava às leituras um fichamento que incluía apresentação final de cada mês e mais dois trabalhos coletivos quando eram livros lidos por toda a classe. Os alunos se reuniam toda a segunda feira numa sala de aula anexa a biblioteca e, por uma aula, liam um livro de sua preferência.

No restante das aulas, no entanto, pouquíssimas vezes (talvez uma) o livro didático foi requerido, salvo por alguma dificuldade pontual por parte de alguns alunos. Todo o restante das aulas observadas foi baseado em material didático planejado e elaborado pela própria professora, caracterizando-a como a “portadora da voz” isto é, uma profissional que planeja seu ensino de acordo com a necessidade e a possibilidade de seus alunos.

A todo instante o conhecimento da e sobre a Língua Portuguesa foi sendo aprofundado através da leitura, produção e reescrita de textos, priorizando a caracterização dos gêneros nas suas mais diversas esferas, incentivando a análise crítica do processo e fazendo dos objetivos específicos de cada aula o objetivo geral de um todo.

## 1.2 O PROJETO DE DOCÊNCIA

### 1.2.1 Problematização

Ao elegermos o gênero *Anúncio Publicitário* como objeto de ensino e aprendizagem das aulas de Língua Portuguesa pretendíamos atender às necessidades de aprendizagem em relação ao previsto no projeto político-pedagógico do Colégio de Aplicação. Nos documentos oficiais da referida instituição, a escola é entendida como “uma organização que altera a realidade que se apresenta, a partir da realidade encontrada”. É imperativo que a escola de hoje se mantenha atenta ao que acontece a sua volta e expanda seus horizontes para além dos conhecimentos estritamente escolares. Ora, nada mais próximo da realidade que os anúncios publicitários veiculados

regularmente nos meios de comunicação de massa. Através da identificação dos diferentes tipos de anúncios o aluno teria, então, a capacidade de discerni-los e perceber em quais meios estão veiculados, principalmente, de interpretar criticamente cada um deles, analisando suas argumentações e finalidades. Ainda no PPP do Colégio de Aplicação destaca-se que: “A escola não é o único espaço de aquisição do saber elaborado, também aprendemos em outros espaços e com outros agentes”. Nossa principal problematização foi, por conseguinte, trazer o conhecimento de outros espaços para dentro da escola e nela abordamos as várias possibilidades de interpretação a fim de que o aluno pudesse construir novas leituras e criar respostas diante desse bombardeio de imagens, partindo do pressuposto de que essa interação com as linguagens da mídia produz modos diferenciados de construção do imaginário.

### **1.2.2 Escolha do Tema**

A escolha do tema foi definida em conjunto com professora regente da classe, pois daria continuidade ao processo de aprendizagem dos alunos do sétimo ano, da turma. Propusemos as aulas visando nossa interação com os alunos e também a interação entre eles para que aquelas se tornassem interessantes e completas, de maneira a provocar total atenção e participação dos alunos.

### **1.2.3 Justificativa**

Trabalhar *anúncio publicitário* tem o objetivo de analisar o gênero em suas diferentes esferas de circulação, observar o conteúdo argumentativo dos textos e descobrir o que realmente há por trás das perfeitas imagens coloridas e dos *jingles*. Almejávamos formar alunos com competência crítica ao se depararem com um texto publicitário, a fim de evitar os ilusionismos do consumismo e evidenciar suas consequências, sejam elas sociológicas, naturais, financeiras etc. Procuramos atender ao previsto no projeto político-pedagógico da escola quanto a “*instrumentalizar o educando para uma atuação crítica e produtiva no processo de transformação e construção consciente de uma sociedade justa, humanitária e igualitária.*” Dessa forma, procuramos fomentar nos alunos uma tomada de consciência em relação a seus atos de consumo, tomando como objeto de estudo um gênero que circula socialmente e que

muito influencia na família, na comunidade em geral e principalmente no meio jovem, no qual os amigos são verdadeira referência no que diz respeito ao ato de comprar.

#### 1.2.4 Referencial Teórico do projeto de docência

O nosso trabalho se debruçou sobre a abordagem do gênero *anúncio publicitário* por um motivo central: abrir as portas da escola para um conhecimento de senso comum aos alunos a fim de transformá-lo em objeto de estudo, para que o gênero pudesse receber um outro olhar, um olhar crítico, capaz de discernir e eleger, através dos meios de comunicação de massa, quais seriam suas escolhas ou recusas em seus atos de consumo, pois adotamos a ideia de Chiappini, 1998, que nos diz que

Uma “educação para os meios” contribuiria para a formação de um “leitor” capaz de posicionar-se criticamente diante das mensagens transmitidas, reconhecendo que elas não são neutras, já que marcadas por uma série de interesses. (CHIAPPINI, 1998, p. 29 e 30)

Ao tratar educativamente o *anúncio publicitário* vinculado aos meios de comunicação de massa e debater criticamente sobre ele, procuramos possibilitar ao aluno instrumentos e conhecimentos que lhe permitissem julgar os valores atribuídos a esse tipo de gênero. Precisávamos e precisamos pensar numa escola não mais como uma instituição fechada, que fala apenas de si, enquanto ignora os acontecimentos do mundo externo, o contato direto que seus alunos têm com o mundo, mas sim, numa escola que crie ferramentas para alunos analisarem criticamente o que é veiculado nos meios de comunicação de massa, furtando-o do consumismo sem reflexão e da incutida necessidade do ‘ter’.

Inscrevemos nosso trabalho sob a concepção interacionista de Bakhtin, na qual o educador atua dialogicamente com o aluno através dos processos de interação, colocando-se como mediador do conhecimento, pois:

...trabalhar com a noção de gêneros do discurso no quadro teórico do Círculo é não desvincular essa noção do escopo mais amplo da teoria, que é pensar a linguagem no campo das relações sociais, portanto, marcada ideologicamente, concebida como interação e sempre perpassada pelas relações dialógicas. O texto, embora possa ser abstraído da interação para efeito de estudo teórico (o texto abordado como estrutura), como meio de interação é sempre visto em sua dupla dimensão constitutiva, a dimensão verbal (ou outro material semiótico) e a dimensão social. Nesse sentido, para o Círculo (Bakhtin, 2003), o texto é concebido como enunciado, pois é um elo irrepetível e inalienável da cadeia da comunicação discursiva. O que dá sentido ao texto-enunciado é a inter-relação entre o projeto discursivo do sujeito e as condições do gênero do discurso. (RODRIGUES, 2007, p. 2013)

Reconhecemos o papel do professor, não mais como o doador do saber, onde a pergunta e a resposta concentram-se apenas nele mesmo, tornando os alunos receptores passivos de conhecimento. Reconhecemos o papel do professor como o criador de um diálogo entre a escola e os meios de comunicação de massa, para que o gênero anúncio publicitário seja lido criticamente.

Através de dados de pesquisas encontrados em Chiapinni (1998), pudemos notar um considerável período de tempo destinado à absorção da linguagem televisiva pelos alunos, então *por que a escola não reconhece institucionalmente tal fato e o aproveita em tarefas que permitam ao aluno desenvolver a criticidade?* Ponderávamos ser necessário fazê-los perceber o impacto simbólico recebido ao ouvir, ver e ler uma propaganda, principalmente pela criança e pelo adolescente, cada vez mais tratados como consumidores em potencial.

A análise dos mecanismos que desenvolvem a montagem de campanhas publicitárias com encenação de crianças, *jingle*, difusão na TV em horários nobres poderia proporcionar uma leitura crítica, diferenciada daquela com a qual o aluno está acostumado a operar, elucidando os motivos da grande aceitação das mensagens veiculadas pelos anúncios. (CHIAPINNI, 1998, p. 58)

O nosso trabalho pedagógico, assim, mostraria ao aluno que o *slogan* contido em uma propaganda vai além de sua musicalidade, pois é a partir das relações do texto com as imagens que se constrói o seu sentido. Realizamos o nosso trabalho através do reconhecimento, por parte dos alunos, das diferenças entre as peças publicitárias de diversos produtos: roteiro relacionado ao produto, escolha dos protagonistas, *jingle*, *slogan*, etc. Propusemos a elaboração de uma campanha publicitária que pudesse trazer resultados interessantes na medida em que o aluno teria de trabalhar com o texto persuasivo, característico da publicidade.

Dessa forma, ajudando o aluno na apropriação da literatura através das propagandas, esperávamos, como já disse Michèle Petit em *A Arte de Ler*, torná-lo mais hábil no uso da língua, conquistando uma inteligência mais sutil, mais crítica e também tornando-se mais capaz de explorar a experiência humana, atribuindo-lhe sentido e valor poéticos.

### **1.2.5 Objetivos do projeto de docência**

O nosso objetivo foi tornar o aluno capaz de olhar criticamente para o gênero propaganda, não só como um gênero textual, mas como um discurso que visa convencer o interlocutor a consumir algo ou mudar uma forma de pensar ou um comportamento. Além disso, objetivávamos que os alunos pudessem compreender as estratégias persuasivas e estilísticas adotadas pelos anúncios publicitários, que conduzem o interlocutor à necessidade do “ter”. Como profissionais da linguagem, sentimos adicionalmente, a necessidade de fazer os alunos refletirem metalinguisticamente sobre as diferenças que existem entre o discurso oral e escrito, além de perceberem as estratégias do código escrito para marcar conclusão de um pensamento, pausa, interjeição, indagação, inconclusão de pensamento, por meio da discussão sobre pontuação. Sumarizando, nossos objetivos são:

- Conhecer as figuras de linguagem, por meio do gênero anúncios publicitários e criar no aluno competência para que ele possa olhar o gênero criticamente;
- Familiarizar-se com o gênero anúncio publicitário e seus meios de produção e veiculação;
- Ser crítico no que diga respeito às estratégias persuasivas do gênero com o intuito de levar o sujeito a consumir um produto que, em geral, pode não ser de sua necessidade;

### **1.2.6 Conhecimentos Trabalhados no projeto de docência**

O trabalho com os anúncios publicitários nos deu suporte para desenvolvermos atividades envolvendo as figuras de linguagem, pontuação, além da oralidade, por meio das socializações das atividades e da construção de um anúncio publicitário audiovisual.

Uma vez tendo conhecimento das condições de produção do gênero anúncio publicitário, além de compreender sua função social, público-alvo, etc., visávamos que o aluno fosse capaz de construir e também de analisar criticamente os anúncios publicitários, demonstrando ponderação sobre o que seja de fato necessário e o que seja assessorio no tocante ao consumo.

Nossa proposta de trabalho abrangeu também a continuação das aulas de leitura, além do contato com diferentes meios de veiculação dos anúncios publicitários e também da discussão sobre as estratégias linguísticas e das técnicas utilizadas nos anúncios publicitários com o intuito de convencer o interlocutor a comprar um determinado produto ou mudar um comportamento.

### 1.2.7 Metodologia do projeto de docência

A metodologia utilizada em nossas aulas teve por base uma perspectiva interacionista na qual o professor não é compreendido como o detentor do saber, mas o construtor do saber na interação com os alunos. Em nossa visão, não nos cabia mais, enquanto profissionais da educação, sustentar uma hierarquia do saber em sala de aula. O que propusemos foi tornar o aluno crítico e com um senso de pesquisa mais apurado. Assim, embasados na proposta de Geraldi (2010), compreendemos a aula como um *acontecimento*, isto é, a aula como um espaço de confluência de saberes onde não mais nos é dado o direito a deter o conhecimento, mas sim o de conduzir os anseios dos alunos por meio de outras perguntas, as quais, por seu turno, os conduzirão a novas perguntas e assim sucessivamente, porque o conhecimento, tal qual a linguagem, não está pronto, mas é construído na interação.

Propusemos que os espaços de socialização do conhecimento se dessem, principalmente, em grupos e em alguns momentos pressupúnhamos aulas expositivo-dialogadas, nas quais a qualquer momento o aluno poderia intervir e propor novas discussões. Como veremos mais adiante, tivemos de mudar esta proposta, uma vez que os alunos pareciam não cooperarem com o processo de ensino-aprendizagem quando o trabalho era realizado em grupos. Assim, da metade do cronograma, em diante, passamos a realizar atividades exclusivamente individuais, exceto a última atividade que foi realizada coletivamente.

Por meio do reconhecimento do anúncio publicitário, analisando os aspectos linguísticos, as estratégias de persuasão e o papel dos sinais de pontuação na construção do sentido nos anúncios, pretendíamos contribuir para a análise crítica da necessidade de consumo que a sociedade atual promove. É salutar que os alunos tivessem tido acesso a este conhecimento crítico para que eles, num futuro próximo, tenham consciência do que é e do que não é necessário consumir, a despeito de propagandas que nos motivem a adquirir produtos acessórios.

### 1.2.8 Cronograma das atividades do projeto de docência

Aula	Data	h/a	Tema
------	------	-----	------

<b>Aula 1</b>	<b>07/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Ler, verbo intransitivo</b>
<b>Aula 2</b>	<b>07/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Um primeiro contato com o gênero <i>Anúncios Publicitários</i></b>
<b>Aula 3</b>	<b>08/05/2012</b>	<b>2</b>	<b>Manifestações dos <i>Anúncios Publicitários</i> em jornais impressos</b>
<b>Aula 4</b>	<b>11/05/2012</b>	<b>1</b>	<b><i>Anúncio Publicitário</i>: classificados de jornais impressos</b>
<b>Aula 5</b>	<b>14/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Ler, verbo intransitivo</b>
<b>Aula 6</b>	<b>14/05/2012</b>	<b>2</b>	<b><i>Anúncios Publicitários</i> em revistas</b>
<b>Aula 7</b>	<b>15/05/2012</b>	<b>2</b>	<b>Produção de <i>Anúncio Publicitário</i></b>
<b>Aula 8</b>	<b>21/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Ler, verbo intransitivo</b>
<b>Aula 9</b>	<b>21/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Configuração textual do gênero <i>Anúncio Publicitário</i></b>
<b>Aula 10</b>	<b>22/05/2012</b>	<b>2</b>	<b>Configuração textual do gênero <i>Anúncio Publicitário</i> e Análise crítica da produção dos colegas</b>
<b>Aula 11</b>	<b>25/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Atividade de Reescrita</b>
<b>Aula 12</b>	<b>28/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>Ler, verbo intransitivo</b>
<b>Aula 13</b>	<b>28/05/2012</b>	<b>1</b>	<b>História da Publicidade Brasileira e Apresentação de <i>Anúncios Publicitários</i> audiovisuais</b>
<b>Aula 14</b>	<b>29/05/2012</b>	<b>4</b>	<b>Socialização dos <i>Anúncios Publicitários</i> assistidos pelos alunos</b>
<b>Aula 15</b>	<b>01/06/2012</b>	<b>1</b>	<b>Produção do <i>Anúncio Publicitário</i> audiovisual</b>
<b>Aula 16</b>	<b>04/06/2012</b>	<b>1</b>	<b>Ler, verbo intransitivo</b>

### 1.2.9 Avaliação

Entendemos por avaliação não apenas a aprovação ou reprovação dos alunos e de suas atividades. A dimensão que damos ao que consideramos como um “continuum avaliativo” é muito maior: entendemos que avaliar é, nos termos de Luckesi (2004), um subsídio para a construção de um resultado de aprendizagem melhor, isto é, a avaliação serve de termômetro entre os assuntos discutidos em sala e a absorção dessas discussões por parte dos alunos. É o momento em que o professor pode (e deve!) se debruçar de uma forma analítica sobre o seu desempenho no processo de ensino-aprendizagem, isto é, é o momento em que o professor pode ver o que efetivamente os alunos estão apreendendo, bem como refletir sobre as suas práticas no processo de ensino-aprendizagem.

Nesse sentido, à esteira da proposta de Luckesi (2004), entendemos aqui a avaliação como um continuum, não uma ação pontual firmada num único momento; ela se estende ao longo de todo o processo de ensino-aprendizagem. Assim, para além de perceber as respostas dadas pelos alunos às atividades propostas, interessamos muito mais o desenlinhar destas respostas, isto é, focamos nossa observação sobre o processo, sobre a performance do aluno (e, por que não, do professor) no decorrer do jogo enunciativo do ato de docência e discência. Isso não significa, porém, que não estaremos atentos às realizações das tarefas solicitadas em cada aula, muito pelo contrário. Essas tarefas também desempenham um papel significativo no processo avaliativo, uma vez que, como regem os documentos oficiais para a docência de Língua Portuguesa, o professor deve construir com os alunos um conhecimento em três grandes esferas: escrita, oralidade e leitura. Sobre leitura, continuaremos a proposta da professora regente da turma, dando continuidade às aulas de leituras semanais, além de trabalhar e avaliar a leitura oral e execução de anúncios publicitários. A avaliação das aulas de leitura se deu por meio da atenção, concentração e participação na atividade de leitura. Já nas leituras

orais e apresentações dos anúncios publicitários a avaliação se deu por meio do desempenho oral e da impostação adequada da voz dos alunos.

No tocante à escrita, avaliamos os textos produzidos sempre levando em conta a possibilidade de refacção da atividade para que ela possa atingir um nível superior de realização. Já no que se refere à oralidade, a avaliação se deu basicamente sobre o desempenho dos alunos nas atividades de socialização de conhecimento.

*Strictu sensu*, fizemos a avaliação das tarefas propostas, das participações dos alunos nas discussões fomentadas em sala de aula, observamos o interesse e as contribuições dos alunos para o processo de ensino aprendizagem, além da sua capacidade em socializar conhecimento com os colegas. *Lato sensu*, porém, não perdemos de vista a avaliação como um processo, dando subsídios para que os alunos pudessem refazer suas atividades, repensar suas práticas e ampliar seus conhecimentos.

#### **1.2.10 Planos de aula**

A seguir, expomos o planejamento das aulas que executamos durante o estágio. Em seguida, faremos uma análise daquilo que efetivamente se concretizou e do que não deu certo no nosso planejamento.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 1	07/05/2012	50min – 1h/a	2.13h30min-1
Tema	Ler, verbo intransitivo		
Objetivos gerais	Entrar em contato com a literatura por meio de leitura-fruição		
Objetivos Específicos	Entrar em contato com o universo da literatura, por meio da leitura de um livro eleito pelo próprio aluno, valorizando a atividade da leitura no dia-a-dia		
Conhecimentos Abordados	Fruição em leitura		
Metodologia	- Leitura individual e silenciosa de um livro de literatura de escolha do aluno [tempo estimado: 50min]		
Recursos Didáticos	Livro escolhido pelo aluno		
Avaliação	Concentração e atenção na atividade de leitura		
<b>Referências bibliográficas</b>			
BARTHES, Roland. <b>Rumor da Língua</b> . São Paulo: Brasiliense, 1988.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Professora regente da turma: Fernanda Müller  
Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
Disciplina: Língua Portuguesa  
Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 2	07/05/2012	50min – 1h/a	2.14h20min-1
Tema	Um primeiro contato com o gênero <i>Anúncios Publicitários</i>		
Objetivo geral	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender e validar o projeto de estágio</li> <li>- Reconhecer o anúncio publicitário como um gênero que circula nos meios de comunicação de massa</li> </ul>		
Objetivo Específico	Identificar em linhas gerais a função social, a esfera de circulação e a configuração do gênero Anúncio Publicitário		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panorâmica do gênero anúncio publicitário;</li> <li>- Espaços de circulação dos anúncios publicitários e aspectos da composição</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentar o projeto de estágio visando o acordo e a cooperação dos alunos no tocante a contribuir com e aprimorar sua execução;</li> <li>- Distribuir veículos de circulação do gênero anúncio publicitário;</li> <li>- Conduzir o olhar do aluno para a busca do gênero por meio do roteiro anexo ao plano de aula. A atividade será feita em grupos de dois a três alunos [tempo estimado: 30min];</li> <li>- Introduzir a discussão do gênero anúncio publicitário, abordando uma panorâmica sobre o gênero em geral (como se constitui, meios de veiculação, público alvo, etc.) [tempo estimado: 10min];</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Projetor multimídia, revistas, jornais, panfletos de propagandas, imagens de <i>outdoors</i> , vídeos publicitários, etc.		
Avaliação	Participação na atividade de reconhecimento do gênero em seu veículo de circulação;		
<b>Referências bibliográficas</b>			

Anexo:

COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Estágio supervisionado de Língua Portuguesa  
Turma 7C

Heloisa Tramontim  
Ruan Mariano

Aula 2

Roteiro para a pesquisa:

Cada grupo receberá um montante de meios de veiculação de anúncios publicitários (revistas, jornais, panfletos, etc.). Após o recebimento do material, os grupos deverão selecionar um anúncio publicitário e analisar os seguintes aspectos:

1. Qual é o meio de veiculação do anúncio selecionado? É revista? É jornal? Panfleto?
2. Que tipo de meio de veiculação? É investigativo? É comercial? É sobre moda? Trata do quê?
3. Quais são as marcas linguísticas ou visuais que levam você a considerar isto?
4. A quem, em geral, se destina o meio de veiculação do anúncio selecionado? Há uma marca linguística ou visual que leva você a sugerir isto?
5. Com relação ao anúncio publicitário selecionado, qual a dimensão do anúncio (ocupa uma página inteira, ocupa duas páginas, ocupa apenas um cantinho da página?)?
6. Como é o destaque dado pelo meio de veiculação ao anúncio selecionado (ocupa um espaço privilegiado do meio, ocupa um espaço periférico, etc.)?
7. A quem, em geral, se destina o produto ou a coisa anunciada? Existe uma pista no texto que permite esta consideração?
8. Como o anúncio selecionado chama a atenção do leitor?
9. Qual a proporção entre imagem e texto escrito do anúncio encontrado?
10. Por que você escolheu este anúncio?
11. Você consumiria o produto ou a coisa deste anúncio? Por quê?

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Professora regente da turma: Fernanda Müller  
Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
Disciplina: Língua Portuguesa  
Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 3	08/05/2012	1h40min – 2h/a	3.13h30min-2
Tema	Manifestações dos anúncios publicitários em jornais impressos		
Objetivo geral	Analisar criticamente o gênero anúncio publicitário em jornais impressos estabelecendo a relação com o suporte e o público leitor		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconhecer anúncios publicitários em jornais impressos;</li> <li>- Identificar a quem se destinam os produtos anunciados em anúncios publicitários no meio impresso;</li> <li>- Conceber os classificados de jornais como manifestações do gênero anúncios publicitários</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estratégias visuais, retóricas e estilísticas que levam os consumidores a consumirem os produtos de anúncios publicitários impressos;</li> <li>- Classificados de jornais como manifestações de anúncios publicitários;</li> <li>- Anúncios publicitários em jornais impressos: função social, interlocutores, forma de composição.</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar que os alunos se reúnam em grupo de dois ou três;</li> <li>- Distribuir os jornais com o roteiro anexo a fim de que eles reconheçam e analisem o gênero em seu meio de veiculação;</li> <li>- Após o reconhecimento e análise do gênero, provocar a socialização das propagandas analisadas, com o fim de discutir o porquê de o aluno ter escolhido aquela propaganda [tempo estimado: 10min];</li> <li>- Explorar o gênero anúncio publicitário, apresentando suas ocorrências em jornais impressos [tempo estimado: 10min];</li> <li>- Leitura e análise de classificados de jornais como uma manifestação do gênero anúncio publicitário provocando a discussão com os alunos se de fato os classificados podem assim serem considerados [tempo estimado: 15min];</li> <li>- Contrapor o texto do jornal com o texto “Classificados poéticos” de Roseana Murray, com o objetivo de comparar gêneros distintos que, no entanto, se sobrepõem [tempo estimado: 15min];</li> <li>- Propor que criem individualmente um classificado de jornal vendendo, trocando, contratando ou promovendo algo em linguagem poética.</li> <li>- Os anúncios serão publicados no Jornal Piolho do Grêmio Estudantil e na Revista Sobretudo do Colégio de Aplicação [tempo estimado: 20min];</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Jornais		
Avaliação	A avaliação se dará com base na análise crítica de um anúncio publicitário e na adequação dos comentários críticos. Serão avaliados também os classificados a serem produzidos pelos alunos		

considerando-se a adequação ao gênero.

**Referências bibliográficas**

MURRAY, Roseana . **Classificados poéticos**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2004.

Anexo:

COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Estágio supervisionado de Língua Portuguesa  
Turma 7C

Heloisa Tramontim  
Ruan Mariano

Aula 3 – jornais impressos

Roteiro para a pesquisa:

1. Identificação do Jornal:
  - Qual é o nome do jornal?
  - É um jornal que se destina a que público? Como você identifica isso?
  - Que tipo de notícias o jornal está veiculando?
  - Além de reportagens, o que mais o jornal possui?
2. Com relação ao anúncio publicitário encontrado, qual a dimensão do anúncio (ocupa uma página inteira, ocupa duas páginas, ocupa apenas um cantinho da página)?
3. Como é o destaque dado pelo jornal ao anúncio (ocupa um espaço privilegiado do jornal, ocupa um espaço periférico, está antes e depois de quais matérias)?
4. A quem, em geral, se destina o produto ou a ideia anunciada?
5. Como o anúncio chama a atenção do leitor?
6. Qual a proporção entre imagem e texto escrito do anúncio encontrado?
7. Por que você escolheu este anúncio?
8. Você consumiria o produto ou a ideia deste anúncio? Por quê?

Aula 3 – Classificados de jornais

Roteiro para a pesquisa:

1. Identificação do Jornal:
  - Qual é o nome do jornal?
  - É um jornal que se destina a que público? Como você identifica isto?
  - Que tipo de notícias o jornal está veiculando?
  - Além de reportagens, o que mais o jornal possui?
2. Com relação ao classificado do jornal, qual a dimensão do anúncio (é maior ou menor que os demais classificados que estão ao lado)?
3. Como é o destaque dado pelo jornal ao classificado (ocupa um espaço privilegiado do jornal, ocupa um espaço periférico, é colorido)?
4. A quem, em geral, se destina o produto ou a ideia anunciada?
5. Como o anúncio chama a atenção do leitor?
6. Por que você escolheu este anúncio?
7. Você consumiria o produto ou a ideia deste anúncio? Por quê?

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 4	11/05/2012	45min – 1h/a	6.17h10min-1
Tema	- Anúncio publicitário: classificados de jornais impressos		
Objetivos gerais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisar criticamente o gênero anúncio publicitário em jornais impressos;</li> <li>- Produzir um classificado de jornal sucinto, anunciando algum produto de forma poética a exemplo dos classificados de Roseana Murray;</li> </ul>		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empregar adequadamente os recursos da língua na elaboração de classificados poéticos;</li> <li>- Apresentar, oralmente, os classificados poéticos;</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	- Produção de um classificado;		
Metodologia	Terminar as produções dos classificados de jornais em sala de aula [tempo estimado: 30min] Depois da produção dos classificados, os alunos farão uma socialização, do classificado já pronto [tempo estimado: 15min];		
Recursos Didáticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Classificados de jornais;</li> <li>- Classificados poéticos de Roseana Murray;</li> <li>- Textos produzidos pelos alunos.</li> </ul>		
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produção da atividade proposta e apresentação oral dos classificados produzidos;</li> <li>- Previsão de critérios como criatividade, uso da linguagem poética na produção dos classificados e expressividade na apresentação oral dos textos.</li> </ul>		
<b>Referências bibliográficas</b>			
MURRAY, Roseana. <b>Classificados poéticos</b> . São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2004.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 5	14/05/2012	50min – 1h/a	2.13h30min-1
Tema	Ler, verbo intransitivo		
Objetivo geral	Entrar em contato com a literatura por meio de leitura-fruição		
Objetivos Específicos	Entrar em contato com o universo da literatura, por meio da leitura de um livro eleito pelo próprio aluno, valorizando a atividade da leitura no dia-a-dia		
Conhecimentos Abordados	Fruição em leitura		
Metodologia	- Leitura individual e silenciosa de um livro de literatura de escolha do aluno [tempo estimado: 50min];		
Recursos Didáticos	Livro escolhido pelo aluno		
Avaliação	Concentração e atenção na atividade		
<b>Referências bibliográficas</b>			
BARTHES, Roland. <b>Rumor da Língua</b> . São Paulo: Brasiliense, 1988.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 6	14/05/2012	50min – 1h/a	2.14h20min-1
Tema	<i>Anúncios publicitários</i> em revistas;		
Objetivo geral	Analisar criticamente o gênero anúncio publicitário em revistas estabelecendo a relação com o suporte e o público leitor;		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconhecer os anúncios publicitários como um gênero veiculado em revistas impressas;</li> <li>- Identificar a quem se destinam os anúncios publicitários, considerando os tipos de revistas em que são veiculados;</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estratégias visuais, retóricas e estilísticas que levam os consumidores a consumirem os produtos nos anúncios publicitários impressos;</li> <li>- Anúncios publicitários em revistas;</li> <li>- Função social, forma de composição, interlocutores e condições de produção.</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribuir diferentes tipos de revistas, com um roteiro de trabalho para que os alunos identifiquem o gênero nas revistas e reflitam sobre as estratégias persuasivas e o público-alvo [tempo estimado: 35min];</li> <li>- Apresentar o gênero anúncio publicitário nos diferentes tipos de revistas, atentando para o tipo de público de cada revista (e, por conseguinte, de seus anúncios publicitários)</li> <li>- Fomentar a percepção das estratégias de persuasão empregadas em algumas propagandas [tempo estimado 10min].</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Diferentes tipos de revistas;		
Avaliação	Identificação do interlocutor, condições de produção pela localização do espaço que o anúncio ocupa na revista, aspectos específicos do texto que chamam atenção e que fornecem indícios dos demais aspectos analisados, além da interação com os colegas, participação na atividade proposta, reflexão crítica sobre as estratégias de persuasão utilizadas no anúncio;		
<b>Referências bibliográficas</b>			

Aula 6 – Anúncios publicitários em revistas

Roteiro para a pesquisa:

1. Identificação da revista: como é o nome da revista analisada; trata-se de que tipo de revista (de saúde, de celebridades, para mulheres... Não se esqueça de informar como você percebeu isso.); que tipo de textos a revista veicula, além de anúncios publicitários?
2. Qual é o público-alvo da revista? O que leva você a afirmar isto? Há alguma evidência linguística?
3. Com relação ao anúncio publicitário veiculado na revista, qual a dimensão do anúncio (ocupa uma página inteira, ocupa duas páginas, ocupa apenas um cantinho da página?)?
4. Como é o destaque dado pela revista ao anúncio (ocupa um espaço privilegiado da revista, ocupa um espaço periférico, está antes e depois de quais textos?)?
5. A quem, em geral, se destina o produto ou a coisa anunciada?
6. Como o anúncio chama a atenção do leitor?
7. Qual a proporção entre imagem e texto escrito do anúncio encontrado?
8. Por que você escolheu este anúncio?
9. Você consumiria o produto ou a coisa deste anúncio? Por quê?

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

<b>AULA</b>	<b>15/05/2012</b>	<b>1h40min – 2h/a</b>	<b>3.13h30min-2</b>
<b>7</b>			
Tema	- Produção de um <i>anúncio publicitário</i>		
Objetivo geral	- Produzir um anúncio publicitário de um produto, considerando um determinado interlocutor e meio de veiculação.		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolver a capacidade de persuasão, fazendo com que o público-alvo consuma o produto anunciado;</li> <li>- Atentar para as estratégias textuais que configuram o anúncio publicitário.</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produção textual de um anúncio publicitário;</li> <li>- Recursos de persuasão por meio da linguagem retórica e da estilística;</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sugerir tópicos para que os alunos desenvolvam suas propagandas, tais como meio ambiente, saúde, esportes, consumo, entre outros.</li> <li>- Essa propaganda tem a intenção de ser publicada na Revista Sobretudo do Colégio de Aplicação [tempo estimado: 1h20min];</li> <li>- Apresentar as propagandas produzidas pelos alunos em aula. O objetivo é, além de elaborar o anúncio publicitário divulgando uma ideia, que eles tentem convencer o colega a mudarem seus hábitos ou opiniões sobre a ideia apresentada. [aproximadamente 20min];</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Laboratório de Informática Anúncios publicitários produzidos pelos alunos		
Avaliação	Confecção do anúncio publicitário levando-se em conta a adequação do gênero ao público-alvo e ao meio de divulgação, além do desempenho retórico desenvolvido pelos alunos na apresentação oral.		
<b>Referências bibliográficas</b>			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Professora regente da turma: Fernanda Müller  
Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
Disciplina: Língua Portuguesa  
Série: 7ª - Turma: 7C

---

<b>AULA</b>	<b>21/05/2012</b>	<b>50min – 1h/a</b>	<b>2.13h30min-1</b>
<b>8</b>			
Tema	Ler, verbo intransitivo		
Objetivo geral	Entrar em contato com a literatura por meio de leitura-fruição		
Objetivo Específico	Entrar em contato com o universo da literatura, por meio da leitura de um livro eleito pelo próprio aluno, valorizando a atividade da leitura no dia-a-dia		
Conhecimentos Abordados	Fruição em leitura		
Metodologia	- Leitura individual e silenciosa de um livro de literatura de escolha do aluno [tempo estimado: 50min];		
Recursos Didáticos	Livro escolhido pelo aluno		
Avaliação	Concentração e atenção na atividade		
<b>Referências bibliográficas</b>			
BARTHES, Roland. <b>Rumor da Língua</b> . São Paulo: Brasiliense, 1988.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA	21/05/2012	50min – 1h/a	2.14h20min-1
9	Tema		
	Configuração textual do gênero <i>anúncio publicitário</i> ;		
Objetivo geral	Compreender o papel dos recursos linguísticos e não-linguísticos utilizados na produção de um anúncio publicitário.		
Objetivo Específico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender como as figuras de linguagem são empregadas nas propagandas e quais efeitos de sentido que provocam;</li> <li>- Compreender a configuração do gênero a partir dos exemplos apresentados;</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figuras de Linguagem</li> <li>- Forma de composição do anúncio publicitário: recursos verbais e não-verbais e recursos expressivos;</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fazer análise dos anúncios publicitários com o intuito de entender a função das figuras de linguagem empregadas;</li> <li>- Explicar como é que se configura um texto para que ele seja reconhecido como um anúncio publicitário [aproximadamente 25min];</li> <li>- Discutir uma a uma, do ponto de vista da literatura específica, as figuras de linguagem empregadas nas propagandas, para que os alunos tenham acesso a este conhecimento metalinguístico [aproximadamente 20min];</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Revistas, jornais, projetor multimídia, panfletos etc.		
Avaliação	Os alunos serão avaliados pela compreensão das figuras de linguagem empregadas nos diversos anúncios publicitários e pelo entendimento do gênero anúncio publicitário, no tocante aos recursos verbais, não-verbais e expressivos, manifestados nas respostas aos questionamentos propostos pelo professor estagiário ou nos questionamentos dos próprios alunos ao professor		
<b>Referências bibliográficas</b>			
AZEREDO, José Carlos. <b>Gramática Houaiss da Língua Portuguesa</b> . 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2008.			
BECHARA, Evanildo. <b>Moderna Gramática Portuguesa</b> . 37ª ed. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.			
CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. <b>Português Linguagens, 8º ano</b> . 3.ed. São Paulo: Atual Editora, 2006.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 10	22/05/2012	1h40min – 2h/a	3.13h0min-2
Tema	Configuração textual do gênero <i>anúncio publicitário</i> Análise crítica da produção dos colegas		
Objetivos gerais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender o papel dos recursos linguísticos utilizados na produção de um anúncio publicitário.</li> <li>- Analisar criticamente as propagandas produzidas pelos colegas</li> </ul>		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisar os efeitos de sentido dos recursos linguísticos em textos publicitários;</li> <li>- Analisar o papel da pontuação nos anúncios publicitários;</li> <li>- Analisar o uso das figuras de linguagem e da pontuação nos textos produzidos;</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pontuação em anúncios publicitários</li> <li>- Retomada das discussões sobre figuras de linguagem</li> <li>- Outros recursos linguísticos identificados nas produções dos alunos</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentar propagandas que se utilizam da pontuação para criar um efeito discursivo capaz de persuadir os consumidores a consumir o produto;</li> <li>- Discutir o texto ‘vírgula’, linkado nas referências, para começarmos a discutir a importância da pontuação nos textos;</li> <li>- Solicitar aos alunos que, em grupo, pontuem o texto “testamento”;</li> <li>- Distribuir as propagandas dos colegas aos alunos para que eles considerem sua função enquanto gênero, isto é, se o anúncio publicitário consegue convencer o público-alvo a aceitar a ideia, propondo a análise dos recursos expressivos, linguísticos e não linguísticos utilizados, considerando todas as aulas sobre isso até este momento.</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Projetor Multimídia		
Avaliação	Reflexão metalinguística na pontuação do texto “testamento”, na identificação dos efeitos de sentido dos recursos expressivos linguísticos e não linguísticos empregados na produção;		
<b>Referências bibliográficas</b>			
AZEREDO, José Carlos. <b>Gramática Houaiss da Língua Portuguesa</b> . 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2008.			
BECHARA, Evanildo. <b>Moderna Gramática Portuguesa</b> . 37ª ed. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.			
CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. <b>Português Linguagens, 8º ano</b> . 3.ed. São Paulo: Atual Editora, 2006.			
Vírgula: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=JxJrS6augu0">http://www.youtube.com/watch?v=JxJrS6augu0</a>			

**Testamento:**

[http://www.nre.seed.pr.gov.br/pontagrossa/arquivos/File/EDUCACAO\\_BASIC/SALA\\_DE\\_APOIO/Atividades\\_analise\\_linguistica-1.pdf](http://www.nre.seed.pr.gov.br/pontagrossa/arquivos/File/EDUCACAO_BASIC/SALA_DE_APOIO/Atividades_analise_linguistica-1.pdf)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA	25/05/2012	45min – 1h/a	6.17h10min-1
11			
Tema	- Atividade de reescrita		
Objetivo geral	- Reescrever os textos produzidos nas aulas dos dias 11 e 15 de maio, atentando para os aspectos que os colegas ressaltaram na análise;		
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perceber as análises dos colegas como crítica construtiva, como uma contribuição para que o texto possa atingir o objetivo;</li> <li>- Discutir com o colega a análise feita, com o intuito de entendê-la e, também, de discordar dela, se for o caso;</li> </ul>		
Conhecimentos Abordados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retomada das discussões sobre figuras de linguagem;</li> <li>- Retomada de como se compõe um anúncio publicitário;</li> <li>- Retomada das discussões sobre pontuação;</li> </ul>		
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Devolver os textos produzidos, junto com as análises dos colegas aos seus autores;</li> <li>- Solicitar que os alunos reescrevam seus textos levando-se em consideração as análises de seus colegas;</li> </ul>		
Recursos Didáticos	Quadro, giz, textos produzidos pelos alunos;		
Avaliação	- Reescrita do texto, considerando a adequação ao gênero e a variedade padrão escrita da língua;		
<b>Referências bibliográficas</b>			
AZEREDO, José Carlos. <b>Gramática Houaiss da Língua Portuguesa</b> . 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2008.			
BECHARA, Evanildo. <b>Moderna Gramática Portuguesa</b> . 37ª ed. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.			
CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. <b>Português Linguagens, 8º ano</b> . 3.ed. São Paulo: Atual Editora, 2006.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Professora regente da turma: Fernanda Müller  
Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
Disciplina: Língua Portuguesa  
Série: 7ª - Turma: 7C

---

<b>AULA</b>	<b>28/05/2012</b>	<b>50min – 1h/a</b>	<b>2.13h30min-1</b>
<b>12</b>	<b>Tema</b>	Ler, verbo intransitivo	
	<b>Objetivo geral</b>	Entrar em contato com a literatura por meio de leitura-fruição	
	<b>Objetivos Específicos</b>	Entrar em contato com o universo da literatura, por meio da leitura de um livro eleito pelo próprio aluno, valorizando a atividade da leitura no dia-a-dia	
	<b>Conhecimentos Abordados</b>	Fruição em leitura	
	<b>Metodologia</b>	- Leitura individual e silenciosa de um livro de literatura de escolha do aluno [tempo estimado: 50min];	
	<b>Recursos Didáticos</b>	Livro escolhido pelo aluno	
	<b>Avaliação</b>	Concentração e atenção na atividade	
<b>Referências bibliográficas</b>			
BARTHES, Roland. <b>Rumor da Língua</b> . São Paulo: Brasiliense, 1988.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 13	28/05/2012	50min – 1h/a	2.14h20min-1
Tema	- História da publicidade brasileira; - Apresentação de <i>Anúncios publicitários</i> em meios audiovisuais;		
Objetivos gerais	- Conhecer o universo da publicidade brasileira, reconhecida internacionalmente pelos seus prêmios e sua criatividade; - Familiarizar-se com os anúncios publicitários que se utilizam de recursos audiovisuais;		
Objetivos Específicos	- Analisar criticamente os anúncios publicitários audiovisuais, levando-se em consideração a relação suporte – público alvo; - Atribuir sentidos à enunciação do outro, reconhecendo-a também como um texto (oral), manifestação do gênero anúncio publicitário;		
Conhecimentos Abordados	- História da publicidade brasileira; - Anúncios publicitários dinâmicos (rádio e televisão)		
Metodologia	- Apresentar uma introdução à história da publicidade brasileira, a partir da “Revista de cultura popular” [aproximadamente 15min]; - Introduzir a discussão sobre os anúncios publicitários que se utilizam de recursos audiovisuais, tais como rádio e televisão. - Transmitir o vídeo “coleção de propagandas de rádio” [aproximadamente 30min]; - Solicitar aos alunos que, como tarefa para casa, assistam a alguns programas de televisão, com o intuito de observar, nos intervalos comerciais, que tipo de anúncios publicitários são veiculados naquele horário, a que público se destinam e também perceber os horários de maior e menor audiência destes programas. A atividade segue com um roteiro para orientar a observação dos alunos; - Solicitar que os alunos tragam, para a próxima aula, se possível, câmeras filmadoras e/ou gravadores de áudio, com o intuito de realizar uma atividade na próxima aula;		
Recursos Didáticos	Projetor multimídia, Revista Almanaque Brasil, caixa de som, vídeo sobre publicidade		
Avaliação	Participação nas discussões suscitadas tanto sobre a história da publicidade brasileira, como sobre as propagandas audiovisuais;		
<b>Referências bibliográficas</b>			
HOFFMANN, Bruno. <b>A alma do negócio</b> . Revista Almanaque Brasil, São Paulo: Cultura, ano 35, nº 156, p. 20-24, mar. 2012. Coleção de propagandas de rádio: <a href="http://historiadapublicidade.blogspot.com.br/2007/06/coleo-de-propagandas-de-rdio.html">http://historiadapublicidade.blogspot.com.br/2007/06/coleo-de-propagandas-de-rdio.html</a>			

COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Estágio supervisionado de Língua Portuguesa  
Turma 7C

Heloisa Tramontim  
Ruan Mariano

Aula 12 e 13 – Tarefa de casa

Ó, que legal: como tarefa de casa, você vai ter de assistir televisão! Coisa boa, né? Então, você ficará responsável por assistir a um programa de televisão no canal \_\_\_\_\_ no horário \_\_\_\_\_. A sua tarefa será observar não apenas o programa de televisão em questão, mas ficar atento às propagandas que estão sendo veiculadas nos intervalos comerciais. Abaixo, sugerimos um roteiro para a análise.

- A primeira coisa que é preciso prestar atenção é ao horário que se está assistindo televisão. O horário é, em grande medida, determinante para o tipo de anúncios a serem publicitados. Assim, não se esqueça de registrar o horário que você ficou encarregado de analisar;
- O tipo de programa de televisão que está sendo assistido também é importante para o tipo de propaganda veiculada. Assim, anote o nome do programa e o público-alvo, isto é, a quem o programa se destina, em geral;
- Tente estimar o tempo da propaganda. As propagandas que tem maior tempo, são geralmente as que pagam mais para serem veiculadas. Esse tipo de informação é importante;
- Que tipo de produto ou ideia está sendo anunciada? Qual o objetivo das propagandas que você observou?
- Que público, em geral, consumiria o produto anunciado?
- Quais os efeitos de convencimento os anúncios utilizam?
- A propaganda cumpre com o seu objetivo?
- Você compraria o produto anunciado? Por quê? Existe realmente a necessidade de comprar o produto?

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramontim  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

<b>AULA 14</b>	<b>29/05/2012</b>	<b>1h40min – 2h/a</b>	<b>3.13h30min-2</b>
Tema	- Socialização dos <i>anúncios publicitários</i> assistidos pelos alunos;		
Objetivos gerais	- Relatar o resultado da pesquisa em relação à veiculação de anúncios publicitários na televisão observados em casa;		
Objetivos Específicos	- Analisar criticamente as propagandas audiovisuais; - Refletir sobre o anúncio publicitário na televisão, o meio de veiculação, o programa, o público alvo e o produto anunciado;		
Conhecimentos Abordados	- Anúncios publicitários audiovisuais;		
Metodologia	- Discutir a tarefa solicitada na aula anterior, qual seja, a de que os alunos assistissem a um determinado horário de televisão, com o objetivo de identificar que tipo de anúncios publicitários são veiculados naquele horário, naquele canal e no programa em específico [aproximadamente 25min]; - Anotar os alunos que realizaram ou não a atividade, enquanto os estagiários começarão a discussão da atividade; -Solicitar que eles se dividam em grupo de dois ou três para começar a planejar o roteiro da gravação para próxima aula;		
Recursos Didáticos	Quadro e giz,		
Avaliação	Desempenho oral, analítico e crítico no relato da atividade proposta para ser feita em casa;		
<b>Referências bibliográficas</b>			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Heloísa Tramotim  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

<b>AULA 01/06/2012 15</b>	<b>45min – 1h/a</b>	<b>6.17h10min-2</b>
Tema	- Produção de um <i>anúncio publicitário</i> audiovisual;	
Objetivo geral	- Fazer uso da língua na modalidade oral, na produção de um anúncio publicitário audiovisual, considerando-se a expressividade, criatividade e fluência;	
Objetivos Específicos	- Desenvolver habilidades na elaboração de um anúncio publicitário audiovisual, fomentando a persuasão dos colegas a modificarem um hábito/pensamento ou a consumirem o produto anunciado; - Utilizar ferramentas tecnológicas na produção e edição de anúncios publicitários audiovisuais;	
Conhecimentos Abordados	- Expressividade, entonação, ritmo e fluência na elaboração de anúncios publicitários audiovisuais; - A escrita como recurso para organização do discurso oral (roteiro); - Técnicas de gravação;	
Metodologia	Solicitar que os alunos se reúnam em grupos de dois ou três para produzir um anúncio publicitário de algum produto ou ideia com o intuito de convencerem os colegas a consumirem o produto ou modificarem um hábito/pensamento. O anúncio publicitário deverá ser gravado em áudio ou em audiovisual para que seja apresentado na próxima aula [aproximadamente 55min]	
Recursos Didáticos	Câmeras de vídeos, gravadores de áudio, roteiro escrito;	
Avaliação	Desempenho e nas estratégias de expressividade, entonação e ritmo pra o desenvolvimento da propaganda audiovisual;	
<b>Referências bibliográficas</b>		

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
Professora regente da turma: Fernanda Müller  
Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
Disciplina: Língua Portuguesa  
Série: 7ª - Turma: 7C

---

<b>AULA</b>	<b>04/06/2012</b>	<b>50min – 1h/a</b>	<b>2.13h30min-1</b>
<b>16</b>			
Tema	Ler, verbo intransitivo		
Objetivo geral	Entrar em contato com a literatura por meio de leitura-fruição		
Objetivos Específicos	Entrar em contato com o universo da literatura, por meio da leitura de um livro eleito pelo próprio aluno, valorizando a atividade da leitura no dia-a-dia		
Conhecimentos Abordados	Fruição em leitura		
Metodologia	- Leitura individual e silenciosa de um livro de literatura de escolha do aluno [tempo estimado: 50min];		
Recursos Didáticos	Livro escolhido pelo aluno		
Avaliação	Concentração e atenção na atividade		
<b>Referências bibliográficas</b>			
BARTHES, Roland. <b>Rumor da Língua</b> . São Paulo: Brasiliense, 1988.			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
 CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
 DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE ENSINO  
 DISCIPLINA: Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I  
 PROFESSORA: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
 COLÉGIO DE APLICAÇÃO – UFSC  
 Professora regente da turma: Fernanda Müller  
 Estagiário(a) responsável pela aula: Ruan Mariano  
 Disciplina: Língua Portuguesa  
 Série: 7ª - Turma: 7C

AULA 17	04/06/2012	50min – 1h/a	2.14h20min-1
Tema	Socialização dos <i>anúncios publicitários</i> audiovisuais produzidos pelos alunos;		
Objetivo geral	Socializar o conhecimento produzido, por meio da divulgação dos anúncios publicitários produzidos;		
Objetivos Específicos	- Fazer uso da língua na modalidade oral, na produção de um anúncio publicitário audiovisual, considerando-se a expressividade, criatividade e fluência do aluno;		
Conhecimentos Abordados	- estratégias de convencimento utilizadas nos anúncios publicitários; - uso oral da língua (expressividade, criatividade, entonação, ritmo e fluência);		
Metodologia	Os alunos apresentarão seus anúncios publicitários audiovisuais, seguido das considerações dos colegas sobre se o anúncio de fato convence ou não o público-alvo a consumir o produto ou a modificar um comportamento [aproximadamente 45min]		
Recursos Didáticos	Projektor multimídia, caixa de som, quadro e giz		
Avaliação	Desempenho oral e linguagem persuasiva na produção dos anúncios publicitários e sua apresentação aos colegas;		
<b>Referências bibliográficas</b>			

### 1.3 Reflexões sobre a prática pedagógicas no projeto de docência

Nosso primeiro contato com os alunos, durante o período de regência, foi com a aula de leitura, um momento individual de fruição, onde os alunos se debruçavam sobre determinadas obras literárias, escolhidas por eles próprios.

Em entrevista com a professora regente da turma, perguntamos-lhe o que a motivara em manter uma aula única e exclusivamente dedicada à leitura. A professora, então, nos respondeu que assistira a uma palestra do professor Sírio Possenti na qual argumentava que todos achavam importante a leitura, mas poucos efetivamente a abordavam reservando aulas para isso. Coincidiu que surgiu a demanda de alguns alunos para ler em sala de aula, daí a inserção semanal de um período exclusivo para a leitura. Esta atividade, no entanto, é acompanhada por meio de fichamentos e não pressupõe uma cobrança maior por parte da professora, justamente para não assassinar o prazer da leitura. O professor Roland Barthes explica melhor em sua obra intitulada *O Prazer do Texto*, de 1987, como o contato direto com o texto literário pode contribuir para a formação de leitores:

*Ora este contra-herói existe: é o leitor de texto; no momento em que se entrega a seu prazer. Então o velho mito bíblico se inverte, a confusão das línguas não é mais uma punição, o sujeito chega à fruição pela coabitação das linguagens, que trabalham lado a lado: o texto de prazer é Babel feliz." (BARTHES, 1987)*

A reflexão de Barthes faz pensar como o professor pode desconstruir o ensino da literatura como historicização e em favor das reflexões sobre o texto e o prazer que ele possibilita. O pronto, o modelo e a forma tiram a tradução que a literatura concede ao aluno; a este, ao seu modo de ver e em conexões com outras leituras feitas anteriormente, caberá sua própria conclusão. A leitura de literatura tem de ser algo aproximador, identificador antes de ser catequizador. Foi nesse sentido que conduzimos as quatro aulas de leitura que ministramos. Ao todo, no desenvolvimento de nosso projeto, realizamos quatro aulas de leitura (aula 1, 5, 8 e 12).

No primeiro dia de docência, na sequência da aula de leitura, apresentamos o projeto de estágio para os alunos a fim de que eles apreciassem e nos dessem contribuições para melhorá-lo. Não havendo sugestões por parte dos alunos, as alterações que fizemos se deram por outros fatores, tais como: novas leituras e reflexões sobre as atividades propostas, além de contribuições oriundas da professora regente de classe e da professora orientadora.

De uma forma geral, os alunos aceitaram bastante o projeto, jogando conosco uma partida discursiva que culminou na execução daquilo que havíamos proposto desde o início: um olhar atento e reflexivo para o gênero anúncios publicitários.

Depois da apresentação e concordância com o projeto, começamos, pois, a executá-lo. Num primeiro momento queríamos rerepresentar<sup>3</sup> o gênero *anúncios publicitários* de uma forma mais generalizada, mostrando a ocorrência do gênero em questão nos mais diferentes tipos de suporte, tais como, jornais, revistas, panfletos e vídeos.

Esse primeiro contato com o gênero, entretanto, não ocorreu. Houve, assim, a primeira mudança no projeto de estágio. Achamos mais conveniente iniciarmos com uma apresentação de forma mais provocativa, com o intuito de chamar a atenção dos alunos para os efeitos que a propaganda pode causar no interlocutor. Essa apresentação foi feita de forma expositivo-dialogada, com propagandas de datas comemorativas (dia dos pais, dia das mães) além de propagandas criativas, bem como de propagandas que não circulam em meios televisivos ou impressos, por serem, de certa forma, ofensivas às marcas concorrentes, conforme podemos observar nas figuras abaixo:



**Figura 1:** amostra de anúncios publicitários por ocasião do dia das mães. **Fonte:** <<<http://spikefolio.wordpress.com/2007/11/02/anuncio-kipling-dia-das-maes/>>>

<sup>3</sup> Dizemos “rerepresentar”, porque temos a ciência de que os alunos estão em constante contato com o gênero em questão. A proposta, no entanto, era a de desautomatizar a leitura do gênero.



**Figura 2:** amostra de propagandas que não circulam em meios televisivos ou impressos por serem, de certa forma, ofensivas às marcas concorrentes. **Fonte:** <<<http://promocaomcdonalds.com/mcdonalds-ou-burguer-king-quem-e-o-melhor.html>>>

Com relação à figura (1), conversamos sobre a mensagem que o anúncio transmite, tanto por meio da interação verbal, quanto dos recursos imagéticos. O objetivo era atentar para a) a necessidade que o mercado cria em presentear alguém em determinadas datas comemorativas; b) o reconhecimento do produto, uma vez que a marca do produto se dirige a um público mais jovem.

Conseguimos fazer com que os alunos percebessem estes dois pontos. Isto é, eles tanto reconheceram o produto como refletiram sobre essa necessidade que o sistema capitalista forja nas pessoas de comprar, *de ter*.

Com relação à figura (2), o nosso objetivo era fazer com que os alunos reconhecessem a concorrência latente na figura, isto é, que os alunos percebessem que no anúncio publicitário veiculado na imagem havia uma provocação por parte de uma das marcas para com a outra, no sentido de sugerir que até mesmo o personagem de uma das marcas, preferia o lanche da concorrente. Os alunos perceberam a provocação latente e desencadearam uma discussão sobre as suas preferências com relação às

marcas. Essa discussão foi aplacada por uma outra discussão por nós fomentada: os efeitos que os anúncios publicitários causam nas pessoas, a saber, chamar a atenção, tentar convencer o interlocutor a modificar um hábito ou um pensamento em poucas linhas, esbanjando criatividade nos efeitos visuais e linguísticos. Em certa medida, os alunos atingiram o objetivo geral da aula de reconhecer os anúncios publicitários como um gênero do discurso, além de notar a esfera social que o cerca, seus meios de produção e veiculação.

Na aula 3, o objetivo geral era “analisar criticamente o gênero anúncio publicitário em jornais impressos estabelecendo a relação com o suporte e o público leitor”. Assim, levamos aos alunos alguns exemplares de jornais, com o intuito de solicitar que eles reconhecessem o gênero *anúncio publicitário* no suporte.

Por meio de um roteiro de pesquisa, os estudantes, em grupo, entraram em contato com o gênero. Os questionamentos do roteiro os direcionavam a pesquisarem sobre assuntos importantes no que se refere ao estudo do gênero *anúncio publicitário*: suporte, público-alvo, estratégias linguísticas de convencimento, tamanho do anúncio, localização do anúncio, etc.

Em seguida, fizemos uma socialização das respostas elaboradas pelos estudantes com os demais colegas. A participação na socialização foi relativamente ampla, excetuando-se a abstinência de três ou quatro discentes.

Um comentário se faz pertinente neste momento: os estudantes da turma 7, quando reunidos em grupo, geralmente tumultuavam a aula gritando com os colegas, circulando sem motivo pela sala, desconcentrando os demais, raramente concluindo as atividades. Essa atitude fez com que tivéssemos bastantes dificuldades em manter o controle da turma. É neste sentido, que mais tarde, modificamos o projeto do estágio a fim de suspender as atividades em grupo, em favor de atividades individuais, com o intuito de incentivar o aluno a produzir, a executar as atividades propostas, uma vez que elas não estavam sendo bem executadas quando o trabalho fora feito em grupo.

Na aula 4, o tema era classificados de jornal impresso. O nosso objetivo era fazer com que os alunos entendessem os classificados de jornais também como uma manifestação do gênero anúncio publicitário. Distribuímos os classificados a eles e fizemos com que observassem que o processo de construção de um classificado é semelhante ao processo de construção de um anúncio publicitário. Inclusive seus fins são basicamente os mesmos.

Cotejamos os classificados dos jornais impressos, com alguns classificados poéticos de Roseana Murray, exemplificados abaixo:

Procura-se algum lugar no planeta  
onde a vida seja sempre uma festa  
onde o homem não mate  
nem bicho nem homem  
e deixe em paz  
as árvores da floresta.

Procura-se algum lugar no planeta  
onde a vida seja sempre uma dança  
e mesmo as pessoas mais graves  
tenham no rosto um olhar de criança.  
(MURRAY, 2004)

Nossa intenção foi, a partir da comparação entre os classificados poéticos e os classificados de jornal, que os alunos pudessem produzir um classificado poético, semelhante ao construído pela autora. Atentamos para o fato de que os melhores textos seriam publicados. Abaixo, elencamos um exemplo dos classificados que a) atendeu a todos os quesitos para ser considerado um classificado poético; b) atendeu parcialmente aos requisitos e, por fim; c) não tenha atingido os requisitos mínimos para ser considerado um classificado.

nome! Leandro Gelin de  
Rêuil: 79 C Luisa  
matéria: Português

Procura-se um coração  
desocupado  
que seja romântico e apai-  
sonado  
que esteja muito inspi-  
rado  
para um amor doente e  
adoado  
e que saiba amar sem  
rimero e descontrolado  
Coração triste.

Que lindo! Leandro, seu classificado poético  
atendeu a todos os quesitos do gênero, além de  
muito criativo. Parabéns.

Prof<sup>a</sup> Beloisa

10,0  
BIB



**Figura 3:** fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu a todos os quesitos para ser considerado um classificado poético.

Ulysses M.S. Souza - 7<sup>a</sup>/8<sup>o</sup> C

Procuraria<sup>4</sup> alguém em especial, alguém que me entenda, me compreenda e entenda meus sentimentos. Alguém que não ligue para aparência e vá em busca do comprometimento.

8,5  
10,0

Genonim

1. Procura-se

bege o seu texto Ulysses, muito interessante. Agradeço apenas com a ortografia e a acentuação.  
Prof.<sup>a</sup> Heloisa.

P.S: Tem de dar uma caprichada na letra, viu?

**Figura 4:** fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu parcialmente aos quesitos de um classificado poético.

Dizem que o mundo é perfeito.  
Não concordo, ele é cheio de defeitos.  
várias imundações, crianças passando fome.  
muito coisa pra uma pessoa, muita coisa pra um homem.  
Lembra de Jesus, lembra de que ele falava  
com certeza. Nunca disse nem sequer uma palavra.  
Bueno estudar, sei formado em direito.  
Como muito advogado, também quero esse emprego.

Ass: Rony

Rony, seu texto é muito criativo, mas não atende à  
demanda de um classificado poético (os verbos iniciais  
que remetem ao negócio a ser tratado: trocar, vender,  
alugar). Preste atenção à acentuação

pontuação e ortografia. Esses recursos servirão como  
ferramentas para os leitores de seu texto entenderem  
com clareza sobre o que ele trata. Principal-  
mente se você quiser ser um bom advogado!  
Pense nisso.

Prof<sup>a</sup> Heloisa.  $\frac{7,0}{10,0}$

**Figura 5:** fac-símile de um texto produzido por um aluno que não atendeu aos requisitos mínimos para ser considerado um classificado poético.

Note-se que todos os trabalhos aqui apresentados, bem como todos os que foram avaliados, vieram seguidos de uma cuidadosa análise, seguida da nota. Esta análise diz respeito às questões estruturais do texto produzido pelos alunos, bem como sugere alterações para uma possível edição do texto.

No primeiro texto (figura 3), o aluno conseguiu atender a todos os requisitos necessários para considerar o seu texto como um classificado poético. Os critérios utilizados para a avaliação dessas atividades consistiram, primeiramente, na adequação ao tema e ao gênero classificado poético, baseada na proposta bakhtiniana sobre gênero do discurso:

A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. O enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas (...) cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso. (BAKHTIN, 1997, P. 120)

Na sequência, foram observados aspectos como vocabulário e adequação à norma padrão da língua, pois de acordo com Possenti (1996), “o papel da escola é ensinar a língua padrão, isto é, criar condições para seu uso efetivo”, e, finalmente, por não se tratar de um texto em prosa, mas sim, de um classificado de teor poético, ressaltamos o conceito de estranhamento de Terry Eagleton (1997), o qual dá ênfase ao conteúdo e à forma literária, tomando o primeiro como motivador do modo como se constituiria uma obra, levando em conta a literatura como um tipo especial de linguagem, a qual se diferencia da linguagem comum, pois considera metafísico “qualquer sistema de pensamento que dependa de uma base inatacável, de um princípio primeiro de fundamentos inquestionáveis, sobre o qual se pode construir toda uma hierarquia de significações” (EAGLETON, 1997).

Na figura 4, embora o aluno tenha elaborado um classificado poético, a ortografia, caligrafia e configuração textual deixaram a desejar. Por fim, na figura 5, o aluno não cumpriu com os requisitos mínimos para que o seu texto pudesse ser considerado um anúncio classificado, embora tenha sido demasiado criativo.

Na sexta aula, passamos para outro suporte do gênero: as revistas. Como no trabalho de observação anterior, também distribuímos revistas, acompanhadas de um roteiro com o objetivo de fazer com que os estudantes percebessem aspectos

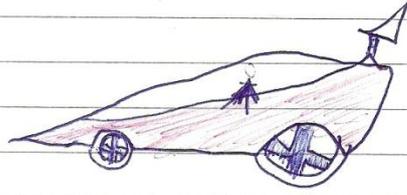
importantes no que se refere aos estudos com o gênero em questão: tipo de revista, público-alvo da revista, espaço do anúncio publicitário, a quem se destinava o anúncio publicitário, quais as evidências linguísticas que indicavam a quem se destinava o anúncio, etc.

Neste dia, também, os alunos estavam de sobremaneira exaltados. O trabalho começou a ser realizado em grupo, mas como anteriormente dito, não rendeu. Os alunos começaram a responder o roteiro de pesquisa, mas não chegaram a terminar. Esta aula, então, se estendeu para a aula seguinte, onde a tivemos de mudar um pouco a metodologia.

Na aula 7, ao invés de convidarmos os alunos a se reunirem novamente em grupos, distribuímos as revistas uma a uma para cada aluno e solicitamos que eles terminassem a tarefa do roteiro de pesquisa individualmente. Dessa maneira, o objetivo da aula foi alcançado: a turma, de uma forma geral, conseguiu identificar o gênero anúncios publicitários nas revistas e sobre eles conseguiram fazer algumas considerações em relação às condições de produção e divulgação. Os achados dos alunos foram socializados, ao final da aula.

Num segundo momento da aula 7, demos início à produção de um anúncio publicitário impresso, aos moldes do que se publica em revistas e jornais. No projetor multimídia, oferecemos alguns eixos que poderiam nortear a produção dos alunos, tais como educação, saúde, esportes, meio-ambiente, anúncios institucionais, etc. O objetivo das produções, no entanto, era que o aluno fosse capaz de elaborar a divulgação de uma ideia, isto é, que os alunos produzissem um texto capaz de convencer o interlocutor a modificar um pensamento ou um comportamento.

Abaixo, elencamos algumas das produções dos alunos, seguindo a ordem subsequente: a) produção que atingiu os objetivos; b) produção que atingiu parcialmente os objetivos e c) produção que não atingiu os objetivos.



## CILLOCAR

A VELOCIDADE DE UM CARRO  
É A ECONOMIA DE UMA BIKE



AEROFÓLIO  
DE ALTA TÊC,  
VOLÁVEL



FAZ 80 KM  
POR LITRO  
DE ALCOOL  
OU GASOLINA



PAINEL  
DE CONTRO-  
LÉ SIMPLES



AERODINÂMICA  
IMPECÁVEL

Tua proposta de anúncio  
está excelente! Gostei do  
jogo de opostos no título (na chamada).  
Atenta, no entanto, para as correções  
que fiz (acentos)! Aguardo uma versão  
digital com as alterações, para publica-  
ção.

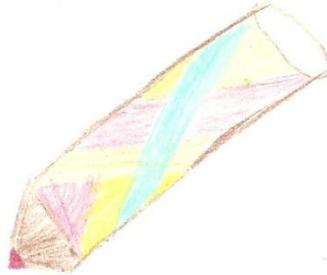
Bruno

Ruan

Figura 6: fac-símile de um texto produzido por um aluno que atingiu o objetivo como anúncio publicitário.

# RECUPERAÇÃO

VENHA E APRENDA  
aprenda.



VENHA, pois <sup>são</sup> NÃO E TODOS OS COLÉGIOS  
QUE OFERECOM!



SE VOCÊ QUER PASSAR PARA O OUTRO LADO DO CORREDOR,

VENHA QUANDO FOR SOLICITADO.  
quando

Myriene, teu anúncio publicitário  
não está muito bom. soubeik usar fi-  
gura de linguagem, verbo no imperativo, etc.  
Atenta, no entanto, para as sugestões e  
correções que fiz a lapis.

Ruon.

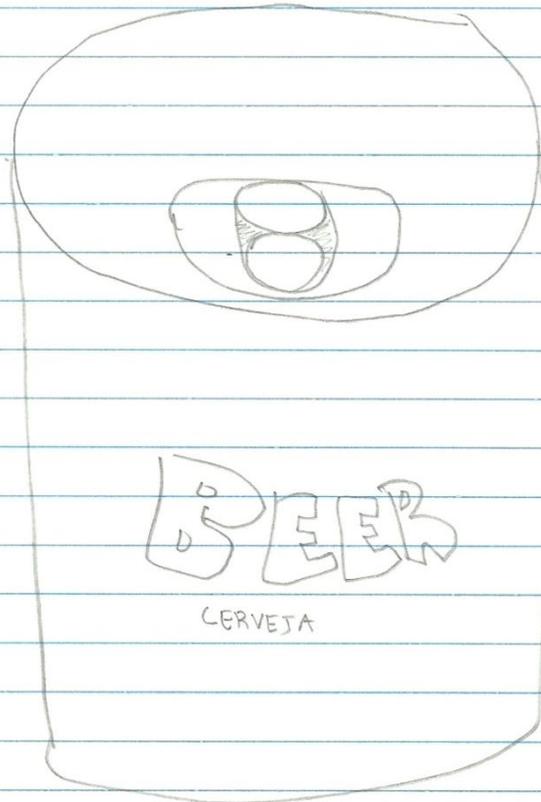
P.S. encominhe uma versão digital para publicação. ÚNICA.

VENHA JA! É UMA OPORTUNIDADE

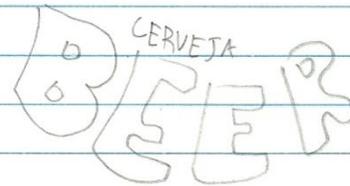
Figura 7: fac-símile de um texto produzido por um aluno que atendeu parcialmente às especificações para ser considerado um anúncio publicitário

SE BEBER NÃO DIRIJA!

(Beba Gelada)



Felipe, poderias extrapolar mais na tua criatividade! Gostei do jogo de opostos do título e do subtítulo. aguardo, agora, uma versão digital! Tenta ser mais ousado! Ruan



tilibra

**Figura 8:** fac-símile de um texto produzido por um aluno que não atendeu às demandas de um anúncio publicitário.

Note que nas produções acima, fizemos questão de comentar trabalho por trabalho, indicando as suas refações a fim de que a) os alunos pudessem refletir sobre as suas produções, tendo oportunidade de retificá-las e b) pudéssemos publicar os

trabalhos dos alunos no jornal que estava sendo produzido pelas turmas de oitava séries do colégio participantes do estágio de língua portuguesa.

A figura 6 é o fac-símile de uma produção que cumpriu os objetivos propostos pela atividade: criar um anúncio publicitário expondo uma ideia, algo que fizesse com que o interlocutor refletisse sobre o que está sendo proposto.

Já na figura 7, embora o objetivo também fora cumprido, a autora deixou um pouco a desejar no que se refere às adequações gramaticais do texto, o que fez com que a sua produção, embora atendesse às demandas de um anúncio publicitário, precisasse ser readequado linguisticamente.

Por fim, a figura 8 é um fac-símile de uma produção que não atingiu os objetivos propostos. O aluno, ao invés de expor uma ideia, simplesmente vendeu um produto. Necessário frisar, no entanto, que no exercício de refacção, este mesmo aluno modificou de forma considerável a simples venda do produto, como podemos conferir na figura 9 abaixo.

Se beber não dirija. liga para mim e pede carona! (xx) xxxx-xxxx



(Bebe gelada, se não vai ficar com diarreia, olha que eu to avisando)

O Ministério da Saude avverte, Isso poderá acontecer:



**Figura 9:** atividade reescrita de um aluno.

Na atividade reescrita, o aluno extrapolou na criatividade e, nesse sentido, deixou de vender exclusivamente um produto e passou a expor uma ideia, qual seja, a de que o consumo de bebida alcoólica é perigoso tanto para a saúde (“bebe gelada, se não vai ficar com diarreia, olha que eu to avisando”) e para a vida (“Se beber, não dirija! Liga pra mim e pede carona”). Nesse sentido, houve um avanço positivo no desenvolvimento da atividade. Sinônimo de que o aluno entendeu que o seu texto precisava ser melhor trabalhado a fim de que deixasse de promover um produto em favor da promoção de uma ideia.

Nas aulas seguintes (9, 10 e 11, lembrando que a aula 8 fora dedicada à leitura) trabalhamos com aspectos mais gramaticais da produção de um anúncio publicitário: configuração textual, pontuação e figuras de linguagem. Retomamos as discussões realizadas nas primeiras aulas que falavam justamente da configuração de um anúncio publicitário (título; frases curtas, objetivas e claras; vocabulário adequado aos interlocutores e *slogan*) e tentamos mostrar aos alunos os efeitos que tanto as figuras de linguagem quanto a pontuação exercem no texto.

Metáfora, deslocamentos, pleonasma, elipse, hipérbole, antítese, eufemismo e personificação foram as figuras de linguagem que apresentamos aos alunos.

Aqui, é pertinente ressaltar a participação e o envolvimento dos alunos durante a exposição das figuras de linguagem. Em alguns momentos precisamos interromper a discussão e tratar de outras dúvidas que foram por eles levantadas, como por exemplo o suposto erro linguístico de uma sentença como (1), abaixo:

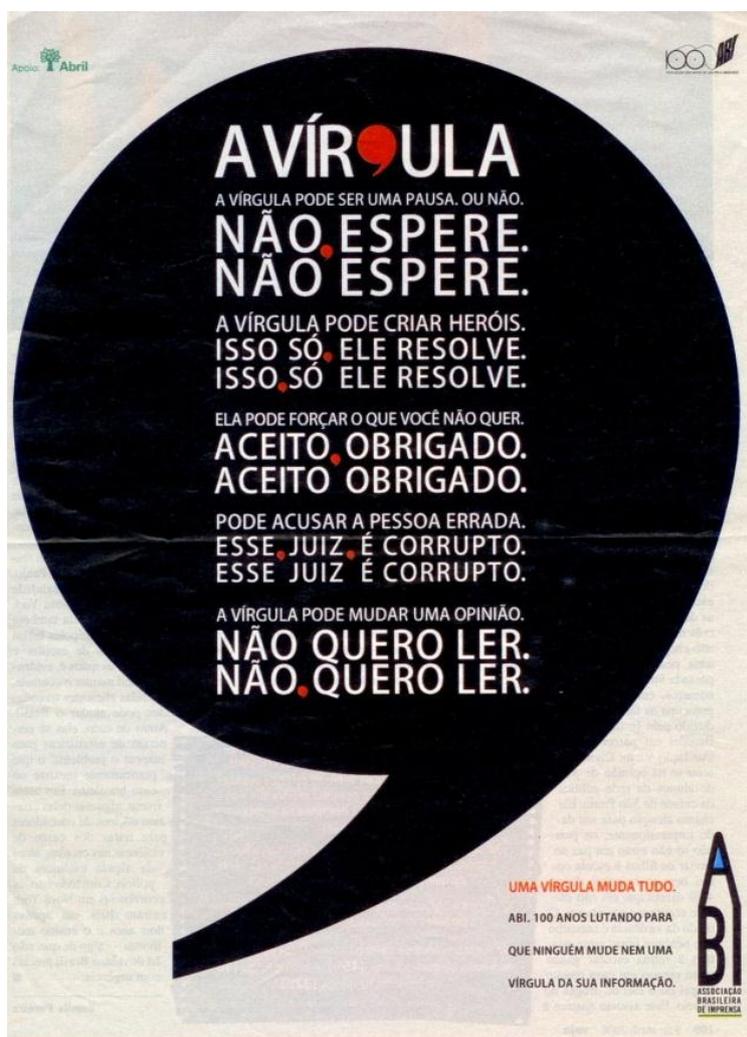
(1) Os menino~~s~~ tudo~~s~~ saiu~~s~~.

Foi necessário que explicássemos que em primeiro lugar, não existe erro linguístico senão quando a transmissão de pensamento não é efetuada. Em segundo lugar, que o fenômeno que acontece na sentença (1) é natural e recorrente no Português Brasileiro. Essa ‘simplificação’ pode ser explicada, inclusive, devido à redundância das formas linguísticas, que marcam o plural em vários elementos do sintagma nominal, quando a noção de plural já estaria satisfeita no acréscimo da desinência de plural (-s) no primeiro elemento do sintagma. Essa discussão está intimamente ligada a duas figuras de linguagem trabalhadas: pleonasma e elipse. A norma padrão é pleonástica, ou seja, nos obriga a marcar todo o sintagma com a desinência de plural (-s), como em (2); já a

norma popular elide redundância, ou seja, apaga as desinências de plural sobressalentes da sentença, que é justamente o que ocorre na sentença (1) acima.

(2) Todos os meninos saíram.

Também com a discussão sobre pontuação, precisamos discorrer sobre outras dúvidas oriundas dos alunos, sobretudo a respeito de ambiguidades. Ao apresentarmos o texto “vírgula”, da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), figura abaixo, os alunos suscitaram a dúvida sobre o que seria uma ambiguidade.



**Figura 10:** Anúncio publicitário da Associação Brasileira de Imprensa falando sobre a importância das vírgulas no texto.

O texto da figura 10, acima, que é também um anúncio publicitário, falou da importância das vírgulas no texto e que a sua utilização pode acarretar diferentes interpretações sobre o que se quer efetivamente dizer.

Assim, mostramos aos alunos que as ambiguidades estão presentes no cotidiano linguístico, como podemos observar nas sentenças de (3) a (5) abaixo.

(3) O homem bateu na velha com a bengala.

(4) O menino viu a menina com o binóculo.

(5) O homem viu o incêndio do prédio da esquina.

Mostramos aos alunos que dependendo da entonação e também do contexto, as sentenças de (3) a (5) têm interpretações diferentes. Por exemplo: em (3), o constituinte [com a bengala] pode ser ou o instrumento do agressor ou um instrumento auxiliar para que a velha possa andar. O mesmo para a sentença (4): o constituinte [com o binóculo] pode ser o instrumento que o menino utilizou para ver a menina ou o acessório que a menina portava. Já em (5), há três interpretações possíveis, quais sejam a) o homem estava em qualquer lugar e viu o incêndio do prédio da esquina, tomando-se aqui [o incêndio do prédio da esquina] como um único constituinte; b) o homem estava na esquina e viu o incêndio do prédio, tomando-se aqui apenas [o incêndio do prédio] como um constituinte e c) o homem estava no prédio e viu um incêndio qualquer estando no prédio que se localiza na esquina, tomando-se [o incêndio] como um constituinte e [do prédio da esquina] como outro.

Com essas explicações, o tempo da aula foi extrapolado e não conseguimos terminar a explanação sobre pontuação, que foi, então, adiada para a aula seguinte.

A aula 13 estava programada para falarmos sobre a história dos anúncios publicitários no Brasil. Como, no entanto, não havíamos terminado a explanação sobre pontuação, tivemos de modificar a aula para que pudéssemos terminar a explanação e exercitar um pouco do conhecimento sobre pontuação. Retomamos, pois, a explanação sobre pontuação no início da aula e ato contínuo propusemos aos alunos a resolução de alguns exercícios sobre pontuação. Os exercícios solicitavam que os alunos se utilizassem do conhecimento produzido sobre pontuação. O primeiro era um testamento não pontuado que solicitava que os alunos o pontuassem de modo que a herança permanecesse ou com a irmã, ou como sobrinho ou com o alfaiate ou com os pobres. O segundo exercício solicitava que os alunos justapassem três orações distintas de forma a utilizar a pontuação separando as informações. Os exercícios foram prontamente resolvidos e os resultados socializados ao final da aula. Vale lembrar que no projeto havíamos planejado uma aula específica para a refacção das atividades. Como, no

entanto, os alunos em sua maioria não entregaram os anúncios publicitários no tempo hábil, esta atividade ficou prejudicada. Vale ressaltar que refações foram feitas, contudo, como tarefa de casa.

Na aula 14, demos continuidade ao projeto, apresentando um breve histórico do anúncio publicitário, utilizando o artigo da Revista Almanaque Brasil, intitulado “A alma do negócio”. A reportagem delinea o percurso da história da propaganda no Brasil, relatando desde os primeiros *jingles*, ressaltando a importância da transmissão de rádio da época e as impressões em outro tempo sobre a utilidade de um anúncio publicitário (a mentalidade daquela altura pensava que se o produto precisava ser enaltecido por uma propaganda, o motivo deveria ser pela sua falta de qualidade). Os alunos liam cada trecho, muitas vezes se preocupando mais com a participação na leitura oral que, efetivamente, com o entendimento do texto. A cada trecho lido, uma reflexão era feita, acompanhada da exposição (através de vídeos do [youtube.com](http://youtube.com) ou de gravações antigas de rádio, encontradas na internet) de cada propaganda referida. Esse contato foi primordial para os alunos, pois as propagandas não eram familiares a eles e, dessa forma, se familiarizaram com o conteúdo escrito.

A proposta prevista para esta aula era a apresentação massificada dos anúncios publicitários, sua inserção sócio-histórica, discussão crítica sobre a multifocalidade dos anúncios apresentados. Na sequência, para contrapor a ideia do consumo e da linguagem persuasiva que se instala não apenas no discurso, mas também na imagem do texto apresentado, propusemos um documentário educativo discorrendo sobre o lixo gerado pelo consumo desenfreado. Nesse dia, especificamente, aconteceram muitos impedimentos para que a aula acontecesse como havíamos planejado. Primeiramente a greve de ônibus trouxe apenas metade da turma à aula e, depois disso, nos deparamos, surpreendentemente, com uma reforma elétrica em nossa ala do corredor do prédio e foi preciso trocar de sala para que utilizássemos o projetor multimídia e o computador. Mesmo assim, tanto os alunos quanto a professora regente de classe foram muito solícitos e participativos nas discussões apresentadas em sala. Depois da troca de sala, encerramos nossas discussões sobre a história dos anúncios publicitários e passamos ao documentário “Ilha das Flores”, de 1990. Este, por sua vez, ganhou o Prêmio Margarida de Prata e é considerado um documentário educativo, passível de exposição em escolas para compreensão sobre para onde vai o lixo que descartamos em casa. A princípio os alunos acharam um pouco repetitivo por conta do discurso que o vídeo oferece, recurso este que visa frisar a memorização para melhor entendimento de como se dará o

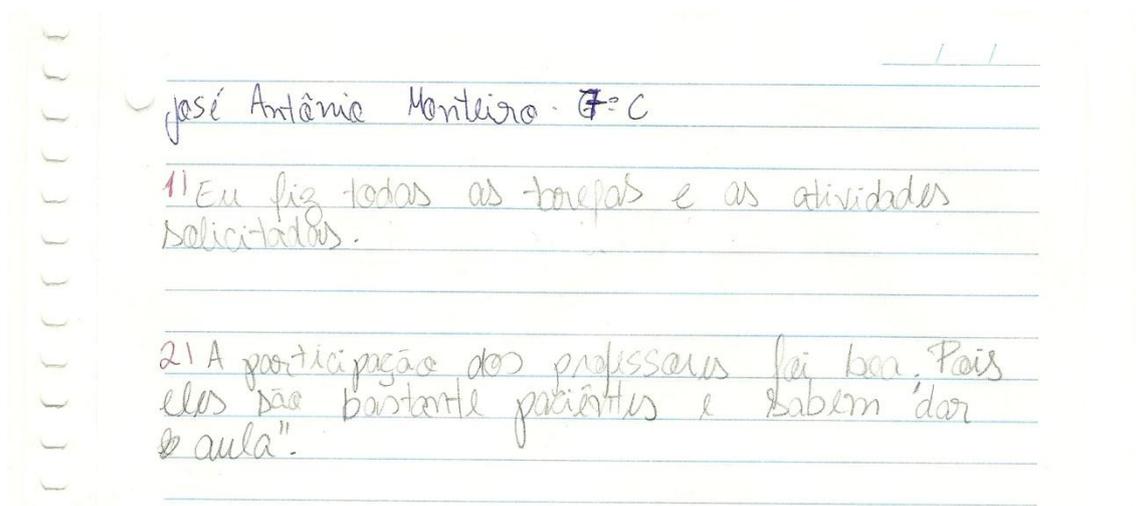
fechamento da ideia. Irritados e um pouco entediados, reclamando um pouco e, por vezes, interrompidos pela estagiária para fazer com que eles atentassem para o recurso da repetição (pois o mesmo repercutiria à ideia final do contexto), aos poucos foram mudando de expressão, ficando impressionados e chocados ao verem crianças e mulheres receberem tratamento inferior ao dos porcos.

O fechamento da aula se deu com uma atividade de reunião em grupos para uma futura dramatização sobre um produto ou uma ideia a partir dos textos vistos em sala de aula.

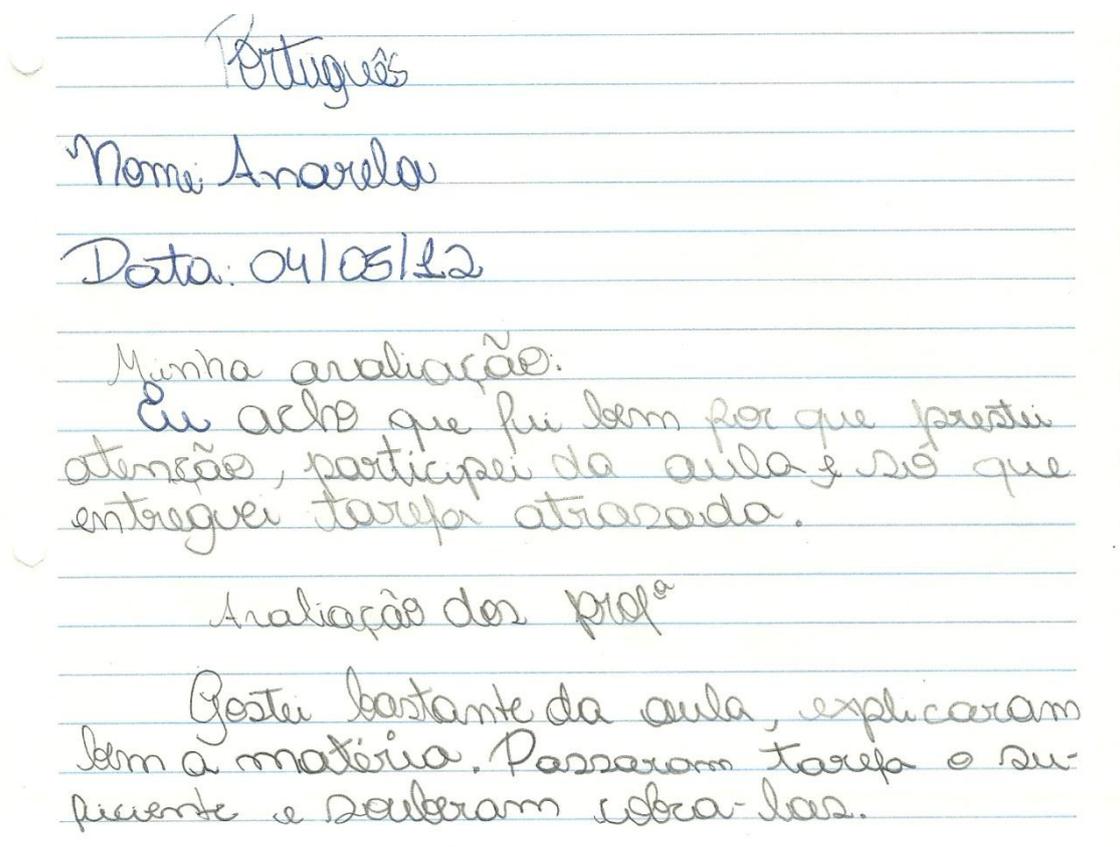
A aula 15 se firmou na continuação da última aula, na qual a professora regente de classe nos aconselhou reunirmos novamente os grupos para se organizarem para a atividade seguinte, visto que, na última aula, grande parte não estava presente devido à greve de ônibus. Durante a aula passamos de mesa em mesa com a finalidade de auxiliá-los em suas produções de roteiros, para que estas não se baseassem apenas na venda de um produto, mas na ideia de mudança que este poderia acarretar para o meio ambiente e, conseqüentemente, para a sociedade. Alguns tiveram participação ativa, perguntavam sobre muitos fatores, outros, no entanto, ficaram alheios e preferiram a reunião para conversar e não se envolveram com a atividade proposta.

Na aula 16, a professora regente de classe nos concedeu a aula de leitura para que finalizássemos as atividades de estágio de docência. Os alunos requisitaram um tempo a mais para ensaiar e o concedemos, pois, no conselho de classe foi comentado pelos professores que os colegas moram distantes uns dos outros e, para efetuar trabalhos em grupos fora de sala de aula, fica um tanto complicado. Depois de ensaiarem e parecer que estavam preparados, as apresentações começaram. Muitas delas criativas, algumas tímidas e outras um tanto surpreendentes. Alguns alunos não conseguiram apresentar de fato pela falta de organização do grupo, outros por não terem vindo à aula e outros por simples falta de interesse. Os que conseguiram se saíram muito bem, apresentaram trabalhos divertidos que entreteram a turma. Distribuímos a cada aluno uma folha a fim de avaliarem seu próprio desempenho em sala de aula e o desempenho dos estagiários, que todos atenderam de pronto, perguntando se poderiam dar uma nota de zero a dez. Nós, porém, solicitamos apenas uma avaliação descritiva sobre as aulas e como se saíram os professores. A seguir, temos três amostras das (auto)avaliações feitas pelos alunos. Em geral, na autoavaliação, os alunos disseram que (achavam que) foram bem, realizaram (quase) todas as tarefas e, mesmo que tivessem feito bagunça ou conversado, prestaram atenção nas aulas. No tocante à avaliação dos

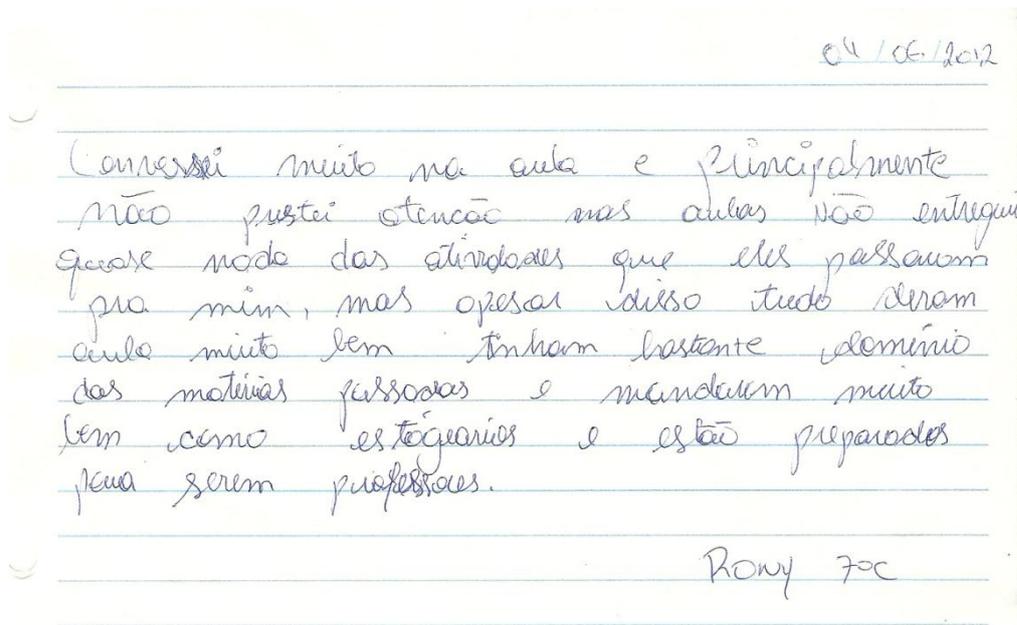
estagiários as ponderações que mais ocorreram foram: “souberem passar o conteúdo”, “têm domínio da matéria” e “souberam controlar a turma”, como podemos perceber nos fac-símiles abaixo.



**Figura 11:** fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.



**Figura 12:** fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.



**Figura 13:** fac-símile de uma auto avaliação seguida de uma avaliação da atuação dos estagiários.

A figura 13 nos chamou a atenção justamente por conta da sinceridade com que o aluno se fez entender na auto avaliação. Enquanto os demais alunos se manifestavam quase que padronizadamente, este aluno ousou um pouco mais, demonstrando originalidade na sua autocrítica.

Aqui se faz importante o registro de que, embora algumas das atividades pontuais não tenham saído conforme o planejado, numa observação mais geral, podemos perceber que o objetivo do projeto fora concluído. Acreditamos que os alunos, em geral, se tornaram um pouco mais críticos com relação à interpretação de anúncios publicitários, além de se aprofundarem mais nas figuras de linguagem que são mais recorrentes neste gênero do discurso.

A seguir, descreveremos o projeto de atuação extraclasse seguido das nossas considerações sobre a sua execução.

## **2. A DOCÊNCIA EM PROJETOS EXTRACLASSE**

### **2.1 Apresentação da Proposta do Projeto Extraclasse**

De acordo com o projeto político-pedagógico do colégio de aplicação, “a escola que se quer democrática precisa definir, antecipadamente uma nova qualidade que, entre outras, priorize questões da organização escolar – uma organização que altere a realidade que se apresenta, a partir da realidade encontrada.” A Recuperação de Estudos tem o intuito de oferecer ao aluno uma nova possibilidade de encontrar respostas para suas perguntas. Nesse sentido, as aulas contam com número reduzido de alunos e se realizam com base em atendimento diferenciado, considerando as dificuldades específicas de uso da linguagem identificadas na avaliação do primeiro trimestre letivo. As atividades por nós desenvolvidas foram focadas nos problemas em questão e a organização por grupos específicos possibilitou uma interação maior entre o professor e os alunos e uma nova oportunidade de aprendizado.

O tema foi definido em conjunto com a professora regente da classe, considerando as dificuldades dos alunos em relação ao uso da linguagem identificadas na avaliação do primeiro trimestre letivo, e teve como objetivo contribuir para a continuidade do processo de aprendizagem dos alunos da sétima série, oitavo ano, do colégio de Aplicação. A Recuperação de Estudos (RE) foi uma tentativa de complementar as aulas da disciplina de Língua Portuguesa privilegiando aspectos relativos à prática de caligrafia e aos aspectos formais que configuram a apresentação de um texto; ortografia e concordância verbal e nominal; expressividade, entonação, ritmo, impositação da voz e postura no uso oral da língua em atividades como leitura oral e apresentação de trabalho em sala de aula.

A importância do projeto extraclasse se verifica no tocante ao resgate de conteúdos elementares, indispensáveis para a escrita e a fala com propriedade, que por algum motivo não foram apropriados nas aulas da disciplina de Língua Portuguesa, mesmo depois de uma densa leitura e produção de textos em sala de aula não apenas este ano, pois são competências e domínio de língua que os alunos já deveriam ter consolidado há algum tempo atrás. Há alguns conhecimentos indispensáveis à aprendizagem e ao uso da língua e suas formas de expressão, especialmente em relação à escrita, questão de fundamental acuidade aos saberes escolares. As dificuldades identificadas na avaliação do primeiro trimestre foram organizadas em três categorias

que foram abordadas em três aulas, a saber: a) caligrafia, apresentação formal do texto e separação de palavras; b) ortografia e concordância verbal e nominal; c) postura e imposição da voz no uso oral da língua em atividades de leitura oral e de apresentação de trabalhos.

## **2.2 Fundamentação Teórica do projeto extraclasse**

Partimos do pressuposto, verificado em Possenti (1996), de que o objetivo da escola é ensinar o português padrão, ou melhor, criar condições para que ele seja aprendido. Assim, os alunos que não tivessem claro domínio dessa variedade antes de frequentar a escola teriam a oportunidade de aprender e muito a ganhar com o domínio dessa variante que em muito se distingue do vernáculo. A forma padrão é adquirida ou apreendida (em se tratando da aprendizagem como segunda língua) em determinado grau no domínio do uso da escrita e da leitura. Uma das medidas para que esse grau de utilização efetiva da língua escrita possa ser atingido é ler e escrever constantemente, inclusive nas próprias aulas de Língua Portuguesa.

A única opção de uma escola comprometida com melhoria da qualidade de ensino está entre ensinar ou deixar aprender...Qualquer outra implica em conformar-se com o fracasso ou, pior, em atribuí-lo exclusivamente ao aluno. (POSSENTI, 1996, P. 21)

A função da escola é ensinar o português padrão, em especial o escrito, e para a aprendizagem dessa modalidade, pressupõe-se o conhecimento da modalidade oral. As variações linguísticas são condicionadas por fatores internos à língua ou por fatores sociais, ou por ambos ao mesmo tempo. A diferença entre o que um aluno já sabe de sua língua e o que lhe falta saber para dominar a variedade padrão é relativamente pequena. Se o professor tiver um projeto de ensino ligado à leitura e escrita de textos, através da leitura o aluno terá cada vez mais contato com a língua escrita, na qual se usam as formas padrões que a escola quer que ele aprenda.

Uma atividade como a de recuperação de estudos consiste em trabalhar com problemas que realmente ocorrem e, caso não ocorram, não há motivo para trabalhá-los. Parece razoável ensinar quando os alunos erram, mas não há necessidade em ensinar ao aluno a língua desde o seu princípio, uma vez que eles já a conhecem.

É por isso que as atividades desenvolvidas durante as aulas de recuperação consistem em exercícios de língua escrita (caligrafia, ortografia, sintaxe, morfologia) e exercícios de leitura (expressão oral, o papel dos sinais de pontuação, leitura oral), verificando-se previamente as necessidades de cada aluno. Posteriormente, nas

recuperações seguintes, a professora regente pretende trabalhar temáticas mais específicas abordadas ao longo do primeiro trimestre e que não tenham sido bem compreendidas por parte dos alunos, como os gêneros resumo, resenha ou conto. Todavia, o compartilhamento básico de estruturas e formas de expressão oral da língua exigiu uma revisão urgente.

A nossa compreensão de avaliação no projeto extraclasse é idêntica à concepção do projeto de docência. Assim, entendemos aqui a avaliação como um continuum, ou seja, estamos focados no processo e não num ponto estático do tempo.

### **2.3 Objetivos do projeto extraclasse**

Compreender que um texto escrito tem demandas distintas do texto falado e que, portanto, é necessário entender como se configura, bem como, nos casos de textos manuscritos, deixar que o interlocutor entenda o que está escrito por meio de uma letra legível;

Depreender aspectos ortográficos e de concordância verbal e nominal, de acordo com a norma padrão;

Desenvolver a expressividade, entonação, ritmo, impostação da voz e postura no uso oral da língua em atividades como leitura oral e apresentação de trabalho em sala de aula.

### **2.4 Conhecimentos trabalhados no projeto extraclasse**

Neste projeto, trabalhamos os seguintes conhecimentos: caligrafia, organização textual e separação de sílabas; ortografia e concordância verbal e nominal; e também expressividade, entonação, ritmo, impostação da voz e postura no uso oral da língua em atividades como leitura oral e apresentação de trabalho em sala de aula.

### **2.5 Metodologia do projeto extraclasse**

Para identificar os materiais e recursos didáticos mais apropriados para as aulas de recuperação, levamos em conta a análise dos textos produzidos pelos próprios alunos e classificamos como já havia apontado Possenti, 1996, os tipos de erros relacionados à variedade oral dos alunos e os que se devem a incoerências do sistema ortográfico. Verificamos, também, os tipos de erros possíveis, i.e., em quais ocorrências os alunos acertam e em quais ‘erram’. Adotando esse critério, podíamos depreender o

que o aluno já dominava e o que ainda lhe faltava em relação ao português padrão escrito. A partir daí configuramos quais temas deviam de fato ser abordados nas recuperações com a devida explicação para cada ocorrência, falando normalmente cada terminologia dos fenômenos estudados, porém, sem a cobrança da mesma por parte dos alunos.

Cada aluno foi avaliado de acordo com a sua participação, dedicação e desempenho durante as aulas de recuperação. Controlamos a assiduidade dos convocados e avaliamos a atuação em sala e a resolução das tarefas para casa com o intuito de complementar o estudo.

## **2.6 Planos de aula do projeto extraclasse**

A seguir, apresentaremos o planejamento das aulas que executamos no projeto extraclasse.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DO ENSINO  
DISCIPLINA: ESTÁGIO DE ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA I  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO  
Professora: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
Professora regente da turma: Fernanda Müller

### **AULA 1A, 1B e 1C.**

Estagiários: Ruan de Souza Mariano e Heloísa Tramontin de Oliveira

Série: 7ª série - turmas A, B e C.

Data: 05/06/2012 - terça-feira.

Horário da aula: 09h00min às 9h50min - 1 h/a (Turma 7C); das 10h00min às 10h50min - 1 h/a (Turma 7A); das 10h50min às 11h40min - 1 h/a (Turma 7B).

Tema: Caligrafia, organização textual e separação de palavras.

### **Objetivos Gerais:**

- Reconhecer a importância da caligrafia, ou da letra legível para a compreensão dos textos manuscritos;
- Aprimorar a configuração textual do texto manuscrito (margens, parágrafo, translineação), com o fim de que seja compreendido pelo seu interlocutor.

### **Objetivos específicos:**

- Escrever de forma legível, no formato bastão;
- Escrever os textos manuscritos na convenção básica da escrita padrão, qual seja, letra maiúscula no início de frase e depois dos pontos finais, interrogação e exclamação, nomes próprios e siglas; espaçamento no início de parágrafo, translineação.

### **Conhecimentos trabalhados:**

Trabalharemos com a importância da caligrafia e com as configurações textuais do texto manuscrito, tais como margem, parágrafo e translineação.

### **Metodologia:**

- Falar da importância de se ter uma letra legível não só para a escola, mas para a vida, uma vez que em vários outros momentos da nossa vida utilizaremos o papel e a caneta, tal como em concursos públicos, redação para vestibular, bilhete para a mãe, carta para a namorada, etc.
- Entregar a folha de caligrafia de letra cursiva, pedir para que os alunos reescrevam as letras tal qual se encontram na folha;
- Solicitar que os alunos escrevam alguns pangramas em uma folha de caderno de caligrafia.
- Falar sobre a importância de se escrever dentro das convenções textuais e da convenção da translineação, isto é, a passagem de uma linha para outra.
- Deixar claro que é preciso deixar dois “dedinhos” de margem no início dos parágrafos e que existe um limite ao final da linha o qual não se deve escrever mais quando chega naquele ponto.
- Entregar um pequeno texto para que os alunos possam escrever de acordo com os conhecimentos obtidos.

**Recursos didáticos:**

Quadro, giz, folhas com pauta, folhas de caligrafia.

**Avaliação:**

Os alunos serão avaliados num continuum, de acordo com a progressiva melhora em seus textos manuscritos.

**Referências:**

Caligrafia. In: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Caligrafia>



Copie o alfabeto:

minúsculo

a b c d e f

g h i j l m

n o p q r s

t u v x z

maiusculo

A B C D E F

G H I J L M

N O P Q R S

T U V X Z

LETRA BASTÃO

1) Reescreva todas as letras abaixo.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj

Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss

Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

O William leu e entendeu Kant ontem





- 3) **Agora, reescreva o texto abaixo, se utilizando de um dos dois tipos de fonte que você conheceu. Atente, também, para as configurações textuais, separações silábicas e espaços de parágrafo.**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DO ENSINO  
DISCIPLINA: ESTÁGIO DE ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA I  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO  
Professora: Maria Izabel de BortoliHentz  
Professora regente da turma: Fernanda Müller

### **AULA 2A, 2B e 2C.**

Estagiários: Heloísa Tramontin de Oliveira e Clair Leal do Nascimento

Série: 7ª série - turmas A, B e C.

Data: 12/06/2012 - terça-feira.

Horário da aula: 09h00min às 9h50min - 1 h/a (Turma 7C); das 10h00min às 10h50min – 1 h/a (Turma 7A); das 10h50min às 11h40min – 1 h/a (Turma 7B).

Tema: Ortografia e concordância verbal e nominal

### **Objetivos Gerais**

Compreender como os aspectos ortográficos e de concordância verbal e nominal funcionam na organização textual, além de garantir clareza e eficiência na expressão de ideias em sua construção de sentidos.

### **Objetivos específicos**

- Ampliar os conhecimentos dos alunos em relação à ortografia com enfoque em dificuldades detectadas pela professora regente de classe em textos produzidos em sala;
- compreender a importância e o papel da ortografia através da análise de regras ortográficas.

### **Conhecimentos Trabalhados:**

- Análise ortográfica das diferenças entre *mas* (conjunção), *mais* (advérbio) e *más* (plural de má), *trás* (advérbio) e *traz* (verbo), *há* (verbo) e *a* (preposição), *muito* (advérbio) e *muito* (pronome indefinido);
- Concordância textual, no que consiste à concordância verbal e à nominal, conforme observamos em textos produzidos em sala.

### **Metodologia**

- Expor as análises ortográficas e de concordância que apresentam maior dificuldade para os alunos;
- explicar através de exemplos como se configuram, quando e de que maneira são usadas;

- reforçar, a partir da explicação, o conteúdo aprendido através da realização de atividades referentes às análises ortográficas trabalhadas com o intuito de perceber quais suas ocorrências na língua e como são utilizadas.

### **Recursos didáticos**

Laboratório de linguagem, papel cartolina, pincel atômico.

### **Avaliação**

Percepção do desenvolvimento das atividades propostas atentando à compreensão do aluno no tocante à diferenciação entre as palavras apontadas nos exercícios e ao domínio sobre as regras de concordância verbal e nominal.

### **Referências**

CUNHA, Celso; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**.3.ed. Rio de Janeiro: Lexicon Informática, 2007.

Exercícios de ortografia: <http://escolalucasmarciano.wordpress.com/dicas-de-nova-ortografia/>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de ortografia “loteria do M/N”: <http://www.new-social.com/2011/11/exercicios-de-ortografia-para-o-1%C2%BA-ciclo/>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de concordância verbal: <http://2ael.blogspot.com.br/2008/12/concordancia-verbal-que-no.html>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de concordância nominal: <http://www.coladaweb.com/exercicios-resolvidos/exercicios-resolvidos-de-portugues/concordancia-nominal>

## Anexo 1

### EXERCÍCIOS DE ORTOGRAFIA

#### 1) Preencha as lacunas com:

**Mas:** Conjunção coordenativa adversativa, que liga dois termos ou duas orações de igual função, acrescentando-lhes, porém, uma ideia de contraste (Ex.: mas, porém todavia, no entanto, entretanto).

**Mais:** Advérbio de intensidade (indica quantidade)

**Más:** Adjetivo feminino plural do substantivo *mau* (Ex.: Aquelas bruxas são muito más.)

- a) A mãe e o filho discutiram, .....não chegaram a um acordo.
- b) Você quer.....razões para acreditar em seu pai?
- c) Pessoas.....deveriam fazer reflexões para acreditar ..... na bondade do que no ódio.
- d) Eu limpo,.....depois vou brincar.
- e) O frio não prejudica.....o Tico.
- f) Infelizmente Tico morreu, .....comprarei outro cãozinho.
- g) Todas as atitudes .....devem ser perdoadas,.....jamais repetidas, pois, quanto.....se vive,.....se aprende.

#### 2) Preencha as lacunas com:

**Trás ou atrás:** Advérbios de lugar.

**Traz:** Conjugação do verbo trazer no tempo presente simples, na 3ª pessoa do singular (Ex.: Ele traz felicidade ao meu coração).

- a)..... de casa havia um pinheiro.
- b) A poluição.....consigo graves consequências para o meio ambiente.
- c) Amarre-o por.....da árvore.
- d) Não vou.....de comentários bobos.

#### 3) Preencha as lacunas com:

**Há: Verbo Impessoal,** isto é, sem sujeito; Conjugação do verbo haver no tempo presente simples, na 3ª pessoa do singular (Ex.: Minha viagem foi há três meses atrás).

**A:** Preposição essencial; indicatempo futuro (Ex.: Meu encontro com Daiana é daqui a três horas) ou espaço (Ex.: Estou a três quadras da casa de Marcelo).

- a) A loja fica.....poucos quilômetros daqui.
- b).....instantes li sobre a Festa do Pinhão, em Lages.
- c) Eles não vão à loja porque..... mais de dois dias a mercadoria acabou.
- d).....três dias que todos se preparam para a festa junina.
- e) Esse fato aconteceu ..... muito tempo.
- f) Os alunos da escola dançarão quadrilha daqui .....oito dias.
- g) Ele estava.....três passos da casa de André.
- h) .....dois quarteirões fica o supermercado.

#### 4) Preencha as lacunas com:

**Muito:** Advérbio de intensidade. Pode reforçar o sentido de um adjetivo ou de um advérbio.

**Muito, muitos, muita, muitas:** Pronomes indefinidos. Se aplicam à 3ª pessoa do singular ou plural, quando considerada de um modo vago e indeterminado.

- a) Haverá..... dificuldades.
- b) Esses *exercícios* me ajudaram.....para estudar para a prova.
- c) Gosto..... de dançar, pois faço aulas de samba desde pequenina.
- d) Você conheceu.....pessoas.
- e) Elas são.....simpáticas.

### Exercícios de Concordância Verbal

**Os exercícios abaixo enfatizam o deslocamento do sujeito. Preste atenção, pois a organização da oração pode confundir um pouco. Leia e complete com a alternativa adequada:**

1 - Não ..... , pois, no futebol brasileiro, razões para angústias, uma vez que não ..... , no gramado de nossos estádios, talentos incomparáveis.

- a) pode existir - falta
- b) podem existir - falta
- c) podem existirem - faltam
- d) podem existir - faltam
- e) pode existir - faltam

2 - Para os que estavam bem treinados, ..... alguns minutos, mas aos inexperientes nem três horas ..... para concluir o teste.

- a) bastariam - seriam suficientes
- b) bastariam - seria suficiente
- c) bastaria - seria suficiente
- d) bastaria - seriam suficientes
- e) bastaria - seriam suficiente

3 - Já ..... hoje os três representantes da Argentina; ..... ainda os participantes que ..... do Uruguai.

- a) chegou - restam - vem
- b) chegou - resta - vem
- c) chegaram - resta - vêm
- d) chegaram - restam - vêm
- e) chegaram - restam - vem

4 - Assinale a alternativa em que a concordância está correta:

- a) Será que existe no Brasil autores tão importantes quanto ele?
- b) Sairá amanhã os resultados do concurso.
- c) Faltam só três minutos para o meio-dia.
- d) Se ele fosse o diretor, não ocorreria tantas desistências.
- e) Acho que convém medidas imediatas.

5 - Assinale a alternativa em que a concordância está correta:

- a) Acontecem, todos os dias, as mesmas complicações.
- b) Geralmente cabe ao homem as primeiras iniciativas.
- c) Não constava no edital as datas das provas.
- d) Este jogo vai terminar sobrando muitas cadeiras vazias.
- e) Nem sempre ocorre, neste bairro, tantos assaltos como este mês.

6 - Tendo em vista as regras de concordância, assinale a opção em que a forma verbal está correta:

- a) Existe na atualidade diferentes tipos de inseticidas prejudiciais à saúde do homem.
- b) Pode provocar sérias lesões hepáticas, os defensivos agrícolas à base de DDT.
- c) Faltam aos países subdesenvolvidos uma legislação mais rigorosa sobre os agrotóxicos.
- d) Persistem por muito tempo no meio ambiente os efeitos nocivos dos inseticidas clorados.
- e) Possui elevado grau de toxicidade os defensivos do tipo fosforado.

7 - (Univ. Fed. BA) - Toda a verdade dos fatos ....., ainda que ..... as revelações.

- a) será apurado - doa.
- b) serão apurados - doa.
- c) será apurada - doam.
- d) será apurado - doa.
- e) serão apurada - doam.

8 - (Univ. Fed. BA) - O meio passa a ter sentido graças às necessidades e aspirações do homem. Que valor ..... os bens materiais se não ..... as necessidades do homem e se não ..... aspirações?

- a) teria - fosse - existisse
- b) teriam - fossem - existisse
- c) teriam - fossem - existissem
- d) teria - fossem - existissem
- e) teriam - fosse - existissem

9 - (UB-MG) - Nas duas margens, ..... relva abundante; contudo, lá onde ..... ervas perigosas, no matagal, é que ..... os bois e os cavalos.

- a) crescem - existem - pastavam.
- b) cresce - existem - pastavam.
- c) cresce - existe - pastava.
- d) cresce - existe - pastavam.
- e) crescem - existe - pastava.

### Exercícios de Concordância Nominal

1. Complete os espaços com um dos nomes colocados nos parênteses.

- a) Será que é \_\_\_\_\_ essa confusão toda?  
(necessário/ necessária)
- b) Quero que todos fiquem \_\_\_\_\_.  
(alerta/ alertas)
- c) Houve \_\_\_\_\_ razões para eu não voltar lá.  
(bastante/ bastantes)
- d) Encontrei \_\_\_\_\_ a sala e os quartos.  
(vazia/vazios)
- e) A dona do imóvel ficou \_\_\_\_\_ desiludida com o inquilino.  
(meio/ meia)

2. (FUVEST) “Na reunião do Colegiado, não faltou, no momento em que as discussões se tornaram mais violentas, argumentos e opiniões veementes e contraditórias.”

No trecho acima, há uma infração as normas de concordância.

- a) Reescreva-o com devida correção.
- b) Justifique a correção feita.

3. Reescrever as frases abaixo, corrigindo-as quando necessário.

- a) “Recebei, Vossa Excelência, os processos de nossa estima, pois não podem haver cidadãos conscientes sem educação.”
- b) “Os projetos que me enviaram estão em ordem; devolvê-los-ei ainda hoje, conforme lhes prometi.”

4. Como no exercício anterior.

- a) “Ele informou aos colegas de que havia perdido os documentos cuja originalidade duvidamos.”
- b) “Depois de assistir algumas aulas, eu preferia mais ficar no pátio do que continuar dentro da classe.”

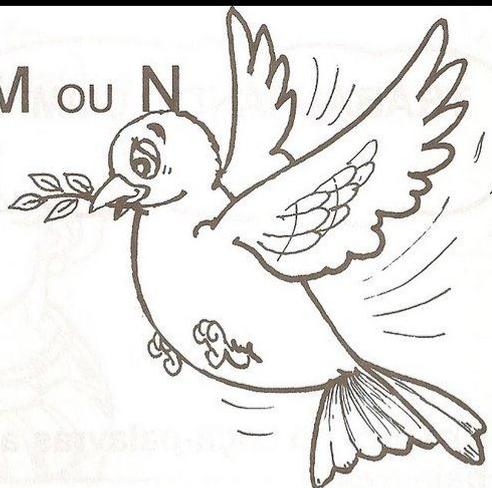
5. Reescrever as frases abaixo, corrigindo-as quando necessário.

- a) “Faziam apenas dois meses que ela ficara viúva e mais de uma proposta de casamento apareceram; porém, deviam haver sérios motivos para ela recusá-las.”
- b) “Se for levado em consideração as necessidades imediatas da escola, a reforma das instalações terão prioridade.”

Exercício de Ortografia

LOTERIA DO **M** OU **N**

Complete a tabela abaixo de acordo com a maneira correta de se escrever usando M ou N:



PALAVRAS	ESCREVEMOS COM:	ACERTOS	ERROS
ba.....cário	N	X	
ca.....ponês			
assu.....to			
tro....ba			
e....te....der			
o.....bro			
ace.....to			
cú.....plice			
ba....da			
po....bo			
co....binado			
lo....bo			
a...bulância			
home.....			
e....pada			
corre.....do			
co....prei			
lâ....pada			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DO ENSINO  
DISCIPLINA: ESTÁGIO DE ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA I  
COLÉGIO DE APLICAÇÃO  
Professora: Maria Izabel de Bortoli Hentz  
Professora regente da turma: Fernanda Müller

### **AULA 3A, 3B e 3C.**

Estagiários: Clair Leal do Nascimento e Ruan Mariano.

Série: 7ª série - turmas A, B e C.

Data: 19/06/2012 - terça-feira.

Horário da aula: 09h00min às 9h50min - 1 h/a (Turma 7C); das 10h00min às 10h50min – 1 h/a (Turma 7A); das 10h50min às 11h40min – 1 h/a (Turma 7B).

Tema: Impostação da voz e expressão oral

### **Objetivos Gerais**

- Inferir a leitura como exercício indispensável para a expressão oral;
- Expressar-se oralmente de maneira adequada em sala de aula.

### **Objetivos específicos**

- Desenvolver exercício de leitura oral, a fim de propiciar a impostação da voz e postura na hora da fala;
- Desenvolver exercícios que produzam diferentes efeitos de expressão;

### **Conhecimentos Trabalhados**

Leitura silenciosa e em voz alta de diferentes textos literários, exercitando-se a expressão oral, a pronúncia, a impostação de voz, e o ritmo da leitura.

### **Metodologia**

Será feita a leitura silenciosa e em voz alta, de diferentes textos literários. Os textos estudados serão a fábula *O sapo e o boi*, de Jean de La Fontaine, *O espelho*, de Mário Quintana, e *Os cavalinhos*, de Jorge de Lima.

Durante a aula, serão feitos exercícios de leitura coletiva e individual das poesias e de fábula que foram previamente selecionadas. Cada aluno receberá uma cópia dos textos a serem trabalhados.

A aula vai começar com uma primeira aproximação entre os estagiários e os alunos, verificando-se se estes gostam de ler livros, e quais livros são de sua preferência. Em seguida, será explicado como as atividades serão desenvolvidas. Após a explicação, será feita a leitura do conto *O sapo e o boi* pelos estagiários Clair e Ruan. A leitura dele será feita em forma de

jogral. Nessa leitura, cada um dos participantes tem a sua vez de ler o texto, e precisa respeitar o seu turno de fala, os sinais de pontuação, o ritmo de leitura, a clareza na expressão das palavras, e a impostação da voz .

Na sequência, o mesmo exercício será feito pelos alunos, sendo que a leitura silenciosa do texto eles já fizeram, acompanhando os estagiários no exercício anterior.

O próximo exercício será a leitura do poema *O espelho*, de Mário Quintana. A leitura do mesmo será feita em voz alta pelo estagiário Clair, enquanto os alunos acompanham o exercício.

Em seguida, cada um dos alunos vai fazer a sua leitura do poema em voz alta, observando as orientações passadas pelos estagiários. O próximo exercício é a leitura do mesmo poema em forma de jogral pelos alunos, sendo combinado no momento da leitura o turno em que cada um deve ler o texto. Em seguida, cada aluno receberá um segundo poema, que é *Os cavalinhos*, de Jorge de Lima. Cada um deles vai fazer a leitura silenciosa do texto e em seguida, em voz alta. No caso de sobrar tempo, será feita a leitura dos textos *Querias que eu falasse de poesia*, de Mário Quintana e *Cantigas*, de Jorge de Lima.

Serão observadas na hora da leitura de cada aluno:

- a postura;
- a expressão oral;
- a impostação da voz;
- a clareza;
- o ritmo;
- o respeito aos sinais de pontuação;

### **Recursos didáticos:**

Folhas impressas, papel cartolina, pincel atômico.

### **Avaliação:**

Cada aluno será avaliado de acordo com a sua dedicação e desempenho durante a aula, bem como na realização das atividades propostas.

### **Referências:**

LA FONTAINE, Jean de. **Fábulas de Esopo**. São Paulo: Scipione, 2001.

LIMA, Jorge de. **Novos poemas**: poemas escolhidos. 3. ed. Rio de Janeiro: Lacerda, 2005.

QUINTANA, Mario. **Quintana de bolso**: Rua dos Cataventos & outros poemas. Porto Alegre: L & PM Pocket, 2008.

## **2.7 Reflexão sobre a prática pedagógica no ensino de Língua Portuguesa em atividades extraclasse:**

Apresentado o planejamento do projeto extraclasse, a seguir apresentaremos nossas reflexões sobre a nossa prática docente extraclasse aula a aula. Como fazia parte de uma atividade complementar, notamos que nem todos os alunos convidados compareceram nas aulas. Em geral, cerca de 5 alunos por grupo participaram de cada aula abaixo discutida.

**Aula 1:** O conteúdo trabalhado com os alunos foi caligrafia, organização textual, separação silábica e translineação, que é a ação de trocar de linha (quando se está separando uma palavra. Em caligrafia, oferecemos dois tipos de letras para que os alunos pudessem reproduzi-las em folhas de caligrafia: a letra bastão e a letra cursiva. Em seguida solicitamos que os alunos escrevessem pequenos pangramas em folhas de caligrafia, escolhendo uma das duas fontes de letras acima. Uma notória evolução no que tange à configuração das letras dos alunos pôde ser observada. Aconselhamos, inclusive, que eles treinassem mais essas fontes em casa e passassem a utilizá-las no dia a dia. Alertamos que não era por conta da beleza estética das letras, mas sim pela legibilidade, afinal, o texto manuscrito também precisa ser compreendido pelo seu interlocutor.

Quanto às separações silábicas, apresentamos as normas gramaticais que dispõem sobre o assunto. O mesmo para a translineação.

Um último exercício que fizemos foi distribuir a cada aluno uma folha com pauta normal e solicitar que cada aluno escrevesse um pequeno texto (no anexo do projeto extraclasse) agregando todos os conhecimentos construídos nesta aula. Por conta do tempo, tivemos acesso a poucos trabalhos. Dos trabalhos que tivemos acesso, no entanto, podemos notar a melhora na grafia das letras. Os alunos que não tivessem terminado o exercício na aula, deviam entregá-lo à professora regente, tão logo a encontrassem.

**Aula 2:** As atividades extraclasse da Recuperação de Estudos (RE), no dia 12/06, tinham como assunto principal a ortografia e concordâncias nominais e verbais. A professora regente de classe parte dos textos para a abordagem de ensino de Língua Portuguesa em sala de aula, mas, como RE, decidiu que havia muitos alunos com problemas estruturais, os quais já deveriam ter sido apreendidos em outras séries. Com a ajuda da professora delineamos o assunto requerido pelas necessidades evidentes e mais urgentes dos alunos. Foi feita uma lista de exercícios de um tamanho bastante extenso, mas de resolução rápida. Com o intuito de despertar o interesse dos alunos, resolvemos dinamizar a aula realizando os exercícios junto a eles, e explicando na lousa passo a passo, caso houvesse dúvida.

Nosso entendimento pelos contingentes formadores de um ensino legítimo e eficaz em aulas de Língua Portuguesa se delineou de forma conclusiva nesta aula. Por ser a última é uma das razões, mas por contrapor às extremações quanto aos conteúdos aplicados, pudemos detectar a importância dos textos no decorrer das aulas, o quanto as produções eram ricas e mais que satisfatórias no quesito gramatical para a maioria dos alunos. Já aqueles que não conseguiram de alguma forma atingir às devidas demandas da escrita padrão, tiveram a oportunidade de apreendê-las em uma outra abordagem do ensino da língua.

Todos os presentes, sem exceção, participaram da aula de forma efetiva, seja pelo número reduzido, seja pela forma como foi apresentado os conteúdos elencados para a aula. Pudemos perceber um retorno imediato dos alunos no entendimento das respostas às suas perguntas. De forma sistemática e estrutural, para muito as aulas de recuperação de estudos puderam contribuir para o enriquecimento do saber linguístico, complementares aos textos trabalhados em sala.

**Aula 3:** Os temas desta aula foram postura, impostação da voz e leitura expressiva. Ela foi preparada e ministrada pelo nosso colega de classe Clair Leal e foi por nós acompanhada.

A proposta era fazer com que os alunos lessem de forma expressiva alguns poemas em voz alta, na frente dos colegas. Assim, realizamos esta atividade no laboratório de linguagem do colégio, que contava com um espelho no meio de uma das paredes da sala. Dispomos os alunos em frente ao espelho para que eles tivessem consciência da sua postura e da sua expressividade. Ao decorrer das leituras, fomos chamando a atenção dos alunos para as suas posturas e para a impostação da voz.

Foi notório o progresso de alguns alunos que estiveram presentes nestas aulas de recuperação de estudos. No início das atividades, estavam tímidos e receosos. Do meio para o fim, no entanto, já atendiam prontamente ao chamado do professor, quando não se colocavam prontamente à disposição para a realização da atividade. Nesse sentido, podemos dizer que o objetivo principal desta aula foi cumprido: expressar-se oralmente de maneira adequada.

### **3. VIVÊNCIAS DO FAZER DOCENTE NO ESPAÇO ESCOLAR**

Sabe-se que a prática docente não se resume apenas à sala de aula, preparação de aulas e correções de avaliações. Ela vai muito além, pois o professor precisa estar a par de todos os espaços e vivências que o rodeiam e rodeiam seu principal interlocutor: o aluno. Dentro desse contingente que engloba a atividade do professor, além de seu crescimento profissional, a preocupação com o conhecimento das situações circundantes ao aluno se configura como o principal aliado do seu ensino. Dessa forma, a teoria sócio-interacionista de Bakhtin se aplica em sua completude quando o profissional entende o alunado além da sala de aula, conhece suas preferências, suas origens, seus anseios e os desafios que ajudam ou impedem seu crescimento individual em classe. Através da disciplina de *Estágio de Ensino de Língua Portuguesa e Literatura I* nos foi permitido um maior contato com o fazer docente nas participações em reuniões, encontros e debates fora de sala de aula. São essas etapas de diferentes naturezas as quais descreveremos analisando cada ponto estimulante ao fazer docente.

#### **3.1 Apresentação dos estagiários à professora regente de classe**

Essa é uma das etapas que consideramos crucial, pois foi nosso primeiro contato com a professora regente de classe, a qual desde o início sempre foi muito solícita e muito nos auxiliou em todos os quesitos. O primeiro contato foi o ponto de partida para nos organizarmos, conhecermos as propostas da professora perante as aulas e quais eram seus planos, além de sua relação com a turma. A organização foi um tema muito importante, pois o tempo era crucial e não poderia ser perdido; visto isso, a professora nos colocou a par das viagens que a turma faria, das reuniões de área e disciplina, da discussão do projeto político-pedagógico da escola, entre outros compromissos, os quais precisávamos agendá-los previamente para nos organizarmos a fim de aproveitarmos ao máximo as possibilidades que a escola nos oferecia.

#### **3.2 Saída de campo com os alunos do Colégio Aplicação para a Biblioteca Barca dos Livros, no Lagoa Iate Clube (LIC), localizado na Lagoa da Conceição, Florianópolis**



**Figura 14:** fotografia do dia de saída de campo.

A professora regente de classe, comprometida com a tarefa de fazer os alunos sentirem prazer com a leitura, decidiu fazer um passeio de integração até a Biblioteca Barca dos Livros, no LIC (Lagoa Iate Clube), na Lagoa da Conceição, em Florianópolis. Toda a viagem foi esquematizada pela professora de Língua Portuguesa e pelo professor de Ciências, que reavaliavam durante a viagem o esquema do passeio, construído previamente pelos dois. Na biblioteca, os alunos escolheram as próprias leituras e conheceram os títulos que ela oferecia. Depois desse tempo oferecido para leitura individual e silenciosa, começou a hora da *Contação de Histórias*. Os alunos se dispuseram num palco onde havia almofadas e pufes para se sentirem confortáveis ao ouvirem as contações. Ouvimos três histórias diferentes, contadas por três mulheres diferentes. A recepção dos alunos foi muito boa (inclusive a dos estagiários e dos professores, pois a contação foi muito interessante). Depois disso os professores levaram estagiários e alunos para a beira da lagoa a fim de comerem um lanche e depois, participarem de brincadeiras que estimulassem o conhecimento de um pelo outro. Entre elas estavam a troca de personagens, expor as próprias características de forma imediata, pega-pega, enfim, brincadeiras que incentivassem a interação entre alunos e professores.

### **3.3 Reunião de Disciplina – Discussão de currículo do 7º ao 9º ano**

A reunião de disciplina foi uma experiência que nos permitiu interagir no fazer do professor com outros professores, o quanto eles trocam no tocante à própria disciplina e no quanto um pode aprender com o outro. Aconteceu na sala de reuniões do Colégio de Aplicação. Recebemos a visita do Professor José Ernesto Vargas, subchefe do Departamento de Língua e Literatura Vernácula e palestrante desta reunião. O professor apresentou a “Ligação entre o latim e a língua usada hoje”, ilustrando com uma série de exemplos de palavras e sua etimologia. O objetivo tratado pelo professor era, através de conteúdos, dar aos professores do Colégio a oportunidade de levar à sala de aula e explicar, de forma clara e interessante, a preciosidade em explorar os conceitos das palavras e descobrir a partir delas, novas palavras, utilizando a Língua Portuguesa, em alguns momentos, embasada em sua perspectiva histórica. Os professores acharam bastante interessante a proposta do professor em formarem um elo através de um Projeto entre o Latim e a Língua Portuguesa. A professora regente da turma ficou entusiasmada e muito contribuiu com suas ideias para a reunião, enquanto alguns outros professores assistiram, mas não se manifestaram com a ideia. Nós, estagiários, pudemos contribuir também com as informações oferecidas pelo professor; primeiramente pelo fato de todos o conhecermos e, o mais importante, de todos terem um bom relacionamento com ele.

### **3.4 Parada Pedagógica do Colégio de Aplicação – Discussão do Projeto Político-Pedagógico (PPP)**

Esta foi, com certeza, a experiência mais surpreendente, pois de alguma forma, destoou a todas as outras vividas tanto no que consiste ao espaço interno quanto ao espaço externo à classe. A Parada Pedagógica se apresentava como dia não-letivo, pois as salas de aulas serviriam para as discussões do PPP. Num primeiro momento foi apresentado, em projetor multimídia, o projeto, de forma que havia uma caixa de texto com espaço vazio para ser reescrita a forma já modificada, em consenso com as mudanças discutidas. A organização sobre a discussão do projeto em si não foi efetivamente realizada, pois à medida que se colocava uma questão, muitos professores falavam de outro problema inerente ao CA e o assunto acabava por se desviar.

Houve momentos de tensão, pois uma professora discordava da natureza do Colégio de se apresentar como experimental, afirmando que os estagiários atrapalhavam as aulas dos

alunos e o andamento das matérias. Além disso, quando um professor expunha sua opinião para mudança, prontamente a professora, que estava por fazer as modificações no projetor, acabava por escrever a própria opinião, e esta, muitas vezes, ia de encontro ao que tinha sido o consenso entre os participantes.

Há alguns termos teóricos no projeto que, se transferidos ao senso comum, modificam totalmente o seu significado. Um exemplo disso era o parco domínio que muitos dos professores tinham com relação a um dos pilares da universidade, a extensão. Pensavam que seria trabalhar em outra escola e, então diziam que isso estava ultrapassado, visto que o CA exige dedicação exclusiva por parte do professor; não entendiam como extensão a continuidade dos estudos. As discussões foram se tornando uma torre de babel.

### **3.5 Conselho de Classe da turma 7**

Esta experiência foi demais enriquecedora para os estagiários em nossa atuação como docentes, pois no Conselho de Classe foi possível perceber como funciona a vida do aluno, qual sua situação familiar, qual a opinião dos outros professores e o rendimento dos alunos em outras disciplinas. É nesse momento que o professor decodifica quais os reais problemas e passa a entender se o aluno tem problemas apenas com sua disciplina, ou se é recorrente também nas demais. O conselho foi organizado por turma e constituído pelos professores que ministram aulas de diferentes disciplinas a cada uma das turmas.

Primeiramente, a turma é tratada de uma forma geral, depois os professores falam sobre o desempenho de cada aluno e terminam por discutir sobre as possíveis soluções para alunos que não acompanham o andamento do grupo ou, de alguma forma, desrespeitam o professor.

Os professores chegaram ao consenso de que há muita conversa paralela na turma, um número significativo de indisciplina, porém, é impressionante o quanto os alunos são criativos e produtivos quando realizam as atividades. Outro ponto destacado foi o fato de que os alunos ainda se preocupam demasiadamente com a nota e não com o aprendizado. Muitos problematizam questões importantes, se saem bem nas provas, mas a maioria não tem comprometimento com prazos e entrega de trabalhos, principalmente os realizados em casa.

Um problema apontado pela professora de Língua Portuguesa, sumamente importante, é a constatação de que não há uma complementação de estudos fora da classe, e essa rotina de estudos é necessária para o aprendizado.

Dito isto, eles começam a falar de cada aluno, por ordem alfabética, cada um fazendo suas anotações e falando sobre as notas de cada aluno. Atêm-se aos alunos mais irresponsáveis, que não fazem as tarefas e tiram notas baixas para maior discussão; quanto aos alunos aplicados, não há muito o que dizer: ótimo aluno, excelente, e passam ao próximo.

Creemos que isto também seja algo a ser considerado na escola: por que alunos com bom desempenho não recebem mais desafios? Os professores, pedagogos e mesmo os pais estão tão preocupados com os alunos que ficam para trás e acabam se esquecendo de dar mais estímulos aos bons alunos, de aumentar o degrau para que eles ultrapassem, de deixá-los cada vez mais envolvidos, mas de forma que não estacionem esperando o outro aluno que tem mais dificuldades.

Isso é algo constante na história das escolas brasileiras; damos, de fato, uma importância extrema ao resgate de alunos que não acompanham o que seria o ritmo natural das aulas, porém, deixamos de lado aquele aluno que compreendeu o conteúdo, que talvez julgue até fácil demais, e nos esquecemos de analisar o quanto futuramente o estudo pode se tornar algo entediante, desestimulando-o.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A formação de um professor de Língua Portuguesa hoje passa impreterivelmente por uma etapa de vivência. Esta etapa se chama Estágio de Língua Portuguesa e Literatura. Todos os cursos de licenciatura em Letras dispõem de um tempo considerável de sua grade curricular para inserir o formando no universo escolar e fazê-lo vivenciar o ensino de Língua Portuguesa e a própria dinâmica da escola.

O presente trabalho tratou de relatar os passos caminhados por dois estagiários do Curso de Letras-Português da UFSC na conquista (parcial) do título de licenciatura em Letras, numa turma de sétima série, num colégio público da rede federal de ensino, no município de Florianópolis.

O tema por nós trabalhado com os alunos foi anúncios publicitários, seguindo uma perspectiva crítica e reflexiva, em que o gênero era tratado não apenas como uma manifestação linguística, mas como uma manifestação linguística inserida num contexto. Isso significa que tentamos explorar os meios de produção do gênero, além de tomar ciência do público leitor a que se destinava a propaganda, bem como despertar a criticidade com relação ao produto anunciado versus valor do anúncio versus suporte (jornais, revistas, propagandas audiovisuais, etc.). Como notamos, há uma relação de forças e também de poder aquisitivo no que se refere ao tamanho do anúncio, tipo do anúncio, disposição do anúncio e o seu suporte. Quem paga mais tem o melhor espaço!

Além do trabalho com o gênero, trabalhamos concomitantemente alguns conteúdos de figuras de linguagem e pontuação. Tomamos sempre o gênero anúncios publicitários como referência. Isso quer dizer que nossas explicações metalinguísticas e nossos exemplos eram ilustrados com manifestações de figuras de linguagem e de emprego de pontuação no próprio gênero em estudo. Essa nossa ação serviu para que não desvinculássemos os conhecimentos trabalhados.

Observamos e experimentamos os efeitos linguísticos e de impacto que causam as figuras de linguagem e a pontuação. Assim, em um anúncio publicitário a pontuação e as figuras de linguagem eram empregadas sempre que o autor quisesse convencer o interlocutor a consumir algo ou a modificar um pensamento ou atitude. Nesse sentido, os alunos foram orientados a produzirem um anúncio publicitário se utilizando destes conhecimentos.

Acreditamos ter cumprido o nosso objetivo central do projeto: olhar criticamente para o gênero e ponderar sobre os efeitos linguísticos que as figuras de linguagem e a pontuação causam no leitor. Há, contudo, muito trabalho a ser feito, ao longo dessa nossa

formação em Letras, mas acreditamos ter executado com êxito relativo este nosso primeiro passo.

Ressaltamos, no entanto, que consideramos que a formação do professor de Língua Portuguesa não termina com a obtenção do título de licenciado em Letras, mas se estende ao longo das suas atividades, uma vez que, à esteira de Geraldi, entendemos ser o professor um eterno pesquisador e, para além disso, um agente que fomenta a dúvida e a vontade de saber em seus alunos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- AZEREDO, José Carlos. **Gramática Houaiss da Língua Portuguesa**. 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2008.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Os gêneros do discurso. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 14.ed. São Paulo: Hucitec, 2010.
- BARTHES, Roland. **Rumor da Língua**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- \_\_\_\_\_. **O prazer do texto**. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- BECHARA, Evanildo. **Moderna Gramática Portuguesa**. 37ª ed. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.
- CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. **Português Linguagens**, 8º ano. 3.ed. São Paulo: Atual Editora, 2006.
- CHIAPPINI, Ligia. **Aprender e ensinar com textos não escolares**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1998.
- CUNHA, Celso; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Lexicon Informática, 2007.
- EAGLETON, Terry. **Teoria da literatura: uma introdução**. 3. ed., São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- HOFFMANN, Bruno. A alma do negócio. **Revista Almanaque Brasil**, São Paulo: Cultura, ano 35, nº 156, p. 20-24, mar. 2012.
- GERALDI, João Wanderley. **A aula como acontecimento**. Aveiro/Portugal: Ed. Theoria poiesis práxis (Universidade de Aveiro), 2010.
- LUCKESI, Cipriano. Considerações gerais sobre avaliação no cotidiano escolar. IN: IP - **Impressão Pedagógica**, n. 36. Curitiba: Editora Gráfica Expoente, 2004. Disponível também em <<<http://www.luckesi.com.br/artigosavaliacao.htm>>>
- MURRAY, Roseana. **Classificados Poéticos**. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 2004
- POSSENTI, Sírio. **Por que (não) ensinar gramática na escola**. Campinas, Mercado de Letras, 1996.
- PETIT, Michèle. **A Arte de Ler ou como resistir à adversidade**. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RODRIGUES, Rosângela Hammes. A pesquisa com os gêneros do discurso na sala de aula: resultados iniciais. In: **Celli – Colóquio de Estudos Linguísticos e Literários**. 3, 2007, Maringá. Anais... Maringá, 2009.

Material de didático:

Coleção de propagandas de rádio:

<http://historiadapublicidade.blogspot.com.br/2007/06/coleo-de-propagandas-de-rdio.html>

Exercícios de ortografia: <http://escolalucasmarciano.wordpress.com/dicas-de-nova-ortografia/>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de ortografia “loteria do M/N”: <http://www.new-social.com/2011/11/exercicios-de-ortografia-para-o-1%C2%BA-ciclo/>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de concordância verbal: <http://2ael.blogspot.com.br/2008/12/concordncia-verbal-que-no.html>. Acesso em 28/05/2012.

Exercícios de concordância nominal: <http://www.coladaweb.com/exercicios-resolvidos/exercicios-resolvidos-de-portugues/concordancia-nominal>