



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS

Edna Kurisini Diatel

**O gênero vídeo promocional como prática social integrada à produção de um jornal
escolar: uma abordagem pela perspectiva da análise crítica de gênero**

Florianópolis

2020

Edna Kurisini Diatel

O gênero vídeo promocional como prática social integrada à produção de um jornal escolar: uma abordagem pela perspectiva da análise crítica de gênero

Dissertação de Mestrado submetida ao Curso de Mestrado Profissional em Letras da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientador: Prof. Dr. Adair Bonini.

Florianópolis

2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Diatel, Edna Kurisini

O gênero vídeo promocional como prática social integrada à produção de um jornal escolar : uma abordagem pela perspectiva da análise crítica de gênero / Edna Kurisini Diatel ; orientador, Adair Bonini, 2020.

149 p.

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Letras, Florianópolis, 2020.

Inclui referências.

1. Letras. 2. Análise Crítica de Gênero. 3. Transitividade Crítica. 4. Prática Social. 5. Multimodalidade. Vídeo.. I. Bonini, Adair . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós Graduação em Letras. III. Título.

Edna Kurisini Diatel

O gênero vídeo promocional como prática social integrada à produção de um jornal escolar: uma abordagem pela perspectiva da análise crítica de gênero

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Alaim Souza Neto, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Vanessa Arlésia de Souza Ferretti Soares, Dr.(a)
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestre em Letras.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação
Prof. Dr. Rodrigo Acosta Pereira

Prof., Dr. Adair Bonini
Orientador

Florianópolis, 2020.

Este trabalho é dedicado aos meus alunos/as maravilhosos/as do 9º ano de 2019 da Escola de Educação Básica Lauro Müller que se empenharam na busca do conhecimento acreditando na capacidade individual de cada pessoa, buscando um aprendizado coletivo de todos. Muito obrigada pelos ricos momentos de aprendizagens juntos.

[...] o sujeito atual, um sujeito dividido multifacetado, necessita de teorias da linguagem que o ensinem a lidar com as diferentes formas do discurso contemporâneo, para que, então o sujeito dessa sociedade visual esteja habilitado ao pleno exercício discursivo-crítico que os diferentes domínios da vida pública e privada exigem de todos nós, os legítimos agentes de transformações sociais. (VIEIRA, SILVESTRE, 2015, p. 40).

AGRADECIMENTOS

É preciso agradecer as pessoas, sem o apoio das quais esta dissertação sequer uma linha seria possível realizar.

Primeiramente, a minha família, pelo apoio e paciência.

À EEB Lauro Müller nas representações de sua equipe pedagógica, docente e discente pelo respeito e envolvimento no meu trabalho de dissertação de mestrado.

Em especial, agradeço à amiga Dr^a Gabriela Rempel por compartilhar de sua pesquisa, seu conhecimento e sua amizade em minha sala de aula, e fora dela também.

À amiga, colega de trabalho Prof^a e Dr^a Maristela Fatima Fabro que esteve ao meu lado, incentivando a alcançar esse objetivo.

Ao amigo e genro querido Taro Löcherbach que com paciência me auxiliou, na medida do impossível, nos diversos percalços de elaboração deste trabalho.

Ao Portal de jornalismo independente Desacato, na pessoa dos jornalistas Mayara Santos e James Ratiere pelo incentivo e colaboração na produção, edição e execução de oficinas de vídeo para os alunos da pesquisa.

Ao Professor Dr Adair Bonini, meu orientador de pesquisa nesta produção acadêmica pelo exemplo de professor e pelas valiosas sugestões dadas a este trabalho.

Ao Programa do PROFLETRAS da UFSC, nas pessoas dos professores/as pelas reflexões e discussões que proporcionaram o meu crescimento enquanto pesquisadora em Educação na sala de aula.

Às colegas da turma de mestrado pelos momentos de reflexão e também de descontração durante esta jornada.

Aos meus pais, pessoas mais importantes da minha vida por me ensinarem e ajudarem a ser quem sou.

Por fim, agradeço ao Criador por proporcionar os desejos do nosso coração!

*Lutamos: “pela humanização,
pelo trabalho livre, pela desalienação,
pela afirmação dos homens como pessoas [...]”.*

(FREIRE, 1987, p.16)

RESUMO

Este estudo observou o processo de produção de vídeos publicitários como prática social e sua relação com as práticas de ensino e aprendizagem em língua portuguesa. A pesquisa contribuiu para a reflexão sobre as formas de manifestação da linguagem, seu papel na construção de sentidos e o modo como perpassa as práticas sociais. Enfatizou a leitura/escuta e produção reflexiva de vídeos de gênero anúncio publicitário, visando colaborar para o desenvolvimento crítico e linguístico dos/as estudantes de uma escola pública da Rede Estadual de Florianópolis. Ampliou o acesso crítico à prática social de textos em diferentes gêneros presentes na esfera jornalística e publicitária. Foi uma atividade proposta e realizada conjuntamente por alunos e professora em etapas e que, ao final, levou à realização de sete vídeos autorais, pelos/as alunos/as desse estudo. A pesquisa aqui relatada objetivou analisar a prática social de produção de vídeos de anúncio publicitário e de campanha sócio-política para promoção de um jornal escolar em um blog por alunos/as do 9º ano matutino de uma escola pública. O estudo se guiou pela seguinte questão: como a prática social desencadeada na produção de vídeos publicitários pode favorecer o desenvolvimento de práticas críticas no ensino e aprendizagem de língua portuguesa? A análise abrangeu as etapas do projeto didático, a materialidade multimodal do vídeo como forma de discussão dos principais construtos da (ACG) (Bonini, 2010, 2011, 2012, 2013) e da transitividade freiriana (Freire, 1967), a discussão sob a abordagem da multimodalidade Kress e Van Leeuwen (1996, 2006) a partir do vocabulário visual próprio, e a observação conjunta dos diferentes modos de linguagem audiovisual com vistas a observar a criticidade nas obras filmicas. A pesquisa é qualitativa o procedimento adotado é de Pesquisa Participante (PP), por envolver a participação dos alunos/as e da pesquisadora. O projeto didático potencializou o estudo do gênero anúncio publicitário com práticas sociais críticas como debates, assembleias e rodas de conversa que contribuíram para as práticas de ensino de LP e produção dos vídeos. As escolhas referentes aos assuntos tratados em cada uma das peças audiovisuais, em vídeo, estão relacionadas a uma tentativa clara de refletir a realidade e o momento que cada grupo experienciou resultando em vídeos que revelam algum deslocamento de uma consciência não crítica para uma consciência crítica à medida que os/as alunos/as se voltam para ações de reflexão e oposição ao fechamento da escola em que estavam estudando, como foram apresentados nos fatos narrativos, nos modos dos vídeos, no engajamento das práticas sociais em atos públicos, nos depoimentos, no agir e pensar dos/as alunos/as, desde os primeiros vídeos menos questionadores, para os últimos mais contestadores.

Palavras-chave: Análise Crítica de Gênero. Transitividade Crítica. Prática Social. Multimodalidade. Vídeo.

ABSTRACT

This study has as its theme the production process of advertising videos as a social practice and its relationship with the teaching and critical learning practices of the Portuguese language. The research seeks to contribute to the reflection on the forms of expression of language, its role in the construction of meanings manipulated in the service of power, the just and unfair relations and the way that language permeates social practices, emphasizes reading / listening and reflective production of videos of advertisement genre, whilst aiming to collaborate for the critical and linguistic development of students at a public school in the State Network of Florianopolis, by expanding critical access to the social practice of texts in different genres present in the journalistic and advertising spheres. It consisted of an activity proposed and carried out consensually by students and teacher in stages, which, in the end, led to the making of seven authorial videos, by the students of this study. The research reported here aimed to analyze social practice in a 9th grade class when producing videos for advertising and socio-political campaigns to promote *Jornal Escolar* on a blog. The experience reported here is the process of socio-political engagement of students in the face of news of the closing of their school. The study was guided by the following question: how can social practice in the production of advertising videos favor teaching and critical learning practices in the Portuguese language? The analysis covered the stages of the didactic project, the multimodal materiality of the video as a way of discussing the main constructs of (ACG) (Bonini, 2010, 2011, 2012, 2013) and the Freirian transitivity (Freire, 1967)), the discussion under the approach of multimodality Kress and Van Leeuwen (1996, 2006) based on their own visual vocabulary and the joint observation of the different modes of audiovisual language in order to observe the criticality in film works. The work methodology is qualitative and the procedure adopted is that of Participant Research (PP), as it involves students and the researcher with the object studied. The didactic project strengthened the study of the advertising genre with critical social practices such as debates, general meetings and conversation circles that contributed to the teaching practices of LP and video production. It was observed that the choices related to the subjects covered in each of the audiovisual pieces, on video, are related to a clear attempt to reflect the reality and the moment that each group experienced resulting in film works that reveal some shift from a non-critical consciousness to a critical conscience as the students turn to actions of reflection and opposition to the closing of the school as presented in the narrative facts, in the forms of the videos, in the lexicalization, in the engagement of social practices in public acts, in the statements, in the actions and thoughts of the students, from the first least inquiring videos to the latest more disputing ones.

Keywords: Critical Genre Analysis. Critical transitivity. Social Practice. Multimodality. Video.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Planos da análise de gêneros e da análise do discurso	26
Figura 2 – Planos de estudo na Análise Crítica de Gêneros.....	27
Figura 3 – Planos em vídeo, cinema e fotografia	44
Figura 4 – Dependências da escola.....	53
Figura 5 – Alunos/as folheando e comentando a 2ª edição do Jornal Escolar	58
Figura 6 – O anúncio publicitário de bebidas.....	69
Figura 7 – Análise Crítica do Discurso de anúncio publicitário.....	70
Figura 8 – Logomarca do JE Folha Lauro Müller	74
Figura 9 – Atividades de leitura e análise linguística do gênero publicitário da Coleção Projeto Teláris 2017 realizadas em sala de aula	75
Figura 10 – Fotos da roda de conversa	90
Figura 11 – Fotos oficina de produção e edição de vídeos no celular.....	91
Figura 12 – Saída de campo para captura de imagens.....	97
Figura 13 – Práticas sociais envolvendo os eventos da escola	98
Figura 14 – Eventos mobilizadores criados pelos alunos dessa pesquisa para a luta contra o fechamento da escola.....	99
Figura 15 – Blog do Jornal Escolar Folha Lauro Müller.....	102
Figura 16 – Fragmentos que justificam indiretamente o gênero anúncio.....	123
Figura 17 – Olhar por demanda; enquadramento	124
Figura 18 – Modalidade realística	125
Figura 19 – Valor da informação - dado/real/centro	126

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – As metafunções no plano visual.	36
Quadro 2 – Modalidades de vídeos	42
Quadro 3 – Etapas da produção de vídeo	43
Quadro 4 – Passos para análise de áudio e vídeo	61
Quadro 5 – Etapas para produção, edição e circulação dos vídeos	62
Quadro 6 – Exemplo modos dos vídeos	64
Quadro 7 – Recortes das cenas dos vídeos	64
Quadro 8 – Suporte teórico e respectivas categorias de análise	64
Quadro 9 – Divisão dos grupos	65
Quadro 10 – Tipos de vídeos pesquisados pelos alunos e suas características	79
Quadro 11 – Imagens e características dos vídeos encontrados pelos alunos na pesquisa dos tipos de vídeos promocionais	80
Quadro 12 – Produção do Roteiro Inicial - 1	86
Quadro 13 – Produção do Roteiro inicial - 2.....	87
Quadro 14 – Produção do Roteiro inicial - 3.....	87
Quadro 15 – Produção do Roteiro inicial - 4.....	88
Quadro 16 – Produção do Roteiro inicial - 5.....	88
Quadro 17 – Temáticas abordadas nos primeiros roteiros produzidos.....	89
Quadro 18 – Reescrita de roteiro final para produção de vídeos.....	92
Quadro 19 – Apps usados para a edição dos vídeos.....	100
Quadro 20 – Vídeos produzidos	104
Quadro 21 – Modos que foram escolhidos pelos produtores de cada vídeo	107
Quadro 22 – Escolha do som utilizado nos vídeos.....	108
Quadro 23– Imagem visual do vídeo 1.....	111
Quadro 24 –Imagem visual do vídeo 6.....	111
Quadro 25 – Imagem visual do vídeo 7.....	115

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACD	Análise Crítica do Discurso
ACG	Análise Crítica de Gêneros
CDE	Conselho Deliberativo Escolar
CE	Coordenadoria de Educação
CENP	Conselho Executivo de Normas Padrão
EEBLM	Escola de Educação Básica Lauro Müller
EF	Ensino Fundamental
EJA	Educação de Jovens e Adultos
EM	Ensino Médio
FLM	Folha Lauro Müller
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFSC	Instituto Federal de Santa Catarina
JE	Jornal Escolar
LA	Linguística Aplicada
LPL	Língua Portuguesa e Literatura
LSF	Linguística Sistêmica e Funcional
PI	Participantes Interativos
PP	Pesquisa Participante
PPP	Projeto Político Pedagógico
PR	Participantes Representados
PROFLETRAS	Programa de Mestrado Profissional em Letras
SC	Santa Catarina
SED	Secretaria Estadual de Educação
SINTE	Sindicato dos Trabalhadores em Educação na Rede Pública de Ensino do Estado de SC
TA	Termo de Assentimentos
TCLE	Termo de Consentimento Livre Esclarecido
TDICs	Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

LISTA DOS VÍDEOS PRODUZIDOS NO CENÁRIO DE INVESTIGAÇÃO

Modalidade Vídeo processo/ Gênero	Descrição	Links do youtube	QR Code
Anúncio publicitário do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (01)	Inicia com música tema do Jornal Nacional, imagens da escola em transição e legendas convidando a ler o JE. Duração: 12 seg.	https://youtu.be/C9SgftKJKw0	
Anúncio publicitário do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (02)	Inicia com a captura de tela do JE impresso, transições, música e legendas que convidam a conhecer o JE. Duração: 54 seg.	https://youtu.be/_AJ0Vsf1fQw	
Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (03)	Sequência de fotos da escola, com efeitos de transição e narração sobre a situação do fechamento da escola. Ao final convida a saber mais sobre o assunto por meio do JE e canal do youtube. Duração: 39 seg.	https://youtu.be/el57DeMPgms	
Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (04)	Sequência de fotos atuais, com música clássica ao fundo e narração da história da escola. Ao final cita o jornal e convida a conhecê-lo. Duração: 45 seg.	https://youtu.be/7hrJ2MnNwo0	
Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (05)	Inicia com imagens em movimento ao som da manifestação de rua e narração sobre a atual situação da escola. Passa para imagem estática e continua a narrativa convidando para a leitura do JE. Duração: 18 seg.	https://youtu.be/Tav-920F_Ng	
Vídeo de Campanha sócio-política do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (06)	Inicia com imagens e áudio da manifestação pública em protesto contra o fechamento da escola, segue com discursos e termina com depoimento dos/as alunos/as. Duração: 4 min. e 14 seg.	https://youtu.be/Vy-zcNab5pY	
Vídeo de Campanha sócio-política do Jornal Escolar Folha Lauro Müller (07)	Inicia com depoimentos dos jovens desta pesquisa, todos os vídeos anteriores, reunidos, protestando contra o fechamento da escola. Duração: 8 min. e 10 seg.	https://youtu.be/OpaMK0V_5Qg	

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	22
2.1	ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO ENSINO E APRENDIZAGEM DE LÍNGUA PORTUGUESA.....	22
2.1.1	A Análise Crítica de Gênero de base transitiva	28
2.1.2	A análise crítica de gênero e os processos de ensino e aprendizagem de linguagem	30
2.1.3	A gramática do design visual como instrumento de análise crítica de gênero ...	32
2.2	O VÍDEO COMO LINGUAGEM	36
2.2.1	Produção e edição de vídeos	41
2.3	O GÊNERO VÍDEO	45
2.3.1	O gênero vídeo promocional	47
2.3.2	O anúncio publicitário	50
3	METODOLOGIA	53
3.1	O CONTEXTO DA PESQUISA, A ESCOLA E SEUS PARTICIPANTES	53
3.2	O TIPO DE PESQUISA.....	58
3.3	A GERAÇÃO DE DADOS.....	60
3.4	OS PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES.....	65
4	PRÁTICAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM NA PRODUÇÃO DE VÍDEOS NA ESCOLA	66
4.1	ETAPA 1 – ORGANIZAÇÃO DO PROJETO.....	66
4.2	ETAPA 2 – O PLANEJAMENTO DOS VÍDEOS.....	84
4.3	ETAPA 3 – PRODUÇÃO DOS VÍDEOS	96
4.4	ETAPA 4 – A CIRCULAÇÃO DOS VÍDEOS.....	101
5	DO VÍDEO DE ANÚNCIO PUBLICITÁRIO AO VÍDEO DE CAMPANHA SÓCIO-POLÍTICA: ASPECTOS MULTIMODAIS DA PRODUÇÃO DE TEXTOS DOS/AS ESTUDANTES	106
5.1	ESCOLHAS DOS MODOS.....	106
5.2	ANÁLISE À LUZ DA GDV	120
5.2.1	Metafunção ideacional – significado representacional	121
5.2.2	Metafunção interpessoal – significado interacional	124
5.2.3	Metafunção textual - significado composicional	125

6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	128
	REFERÊNCIAS	131
	ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO..	140
	ANEXO B – TERMO DE ASSENTIMENTO (TA).....	143
	ANEXO C - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ (RESPONSÁVEL).....	146
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA PERFIL DA TURMA	147
	APÊNDICE B – LISTA DOS CANAIS DE INTERAÇÃO DOS ALUNOS	148
	APÊNDICE C – VÍDEOS DOS CANAIS DO YOUTUBE QUE FORAM UTILIZADOS PARA O ESTUDO	149

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, a humanidade tem experimentado períodos de grandes mudanças em vários momentos, no que tange ao aparecimento de inovações tecnológicas. Foi assim com a invenção da escrita e da prensa de Gutemberg, da máquina a vapor e da energia elétrica, do rádio e da TV. Estas tecnologias impactaram sobremaneira a comunicação entre as pessoas, a medida que permitiram a transmissão de informações a longas distâncias de forma mais rápida do que ocorria em fases anteriores ao seu aparecimento. Ocorreu, assim, nos últimos séculos, o desenvolvimento da imprensa como indústria e instituição social (MARTINS, 2005).

Na sociedade capitalista industrial-mercantilista do século XIX, conforme Martins (2005), o telégrafo, o telefone, a prensa deram margem para o aparecimento das agências de notícias e a especialização do jornalismo. Assim, como empresa e apoiada na publicidade, houve, notadamente durante o século XX, uma ampliação da influência do periódico na opinião pública e na condução de agendas políticas. A imprensa, desse modo, aparece corriqueiramente denominada como o quarto poder dentro do esquema de poderes da era moderna (baseado, a princípio, em três: o executivo, o legislativo e o judiciário). Também no século XX, desenvolveu-se a indústria do entretenimento, popularizada pelos meios de comunicação de massa, e a publicidade. A imprensa passa a migrar, além disso, para as novas tecnologias que vão surgindo, como o rádio, a televisão e a internet.

Um olhar, mesmo que breve, sobre a história dos últimos séculos, nos faz perceber, conforme aponta Van Dijk (2008), que os meios de comunicação (particularmente em termos das práticas jornalísticas) delimitaram para si um espaço privilegiado de atuação política e de poder. Eles influenciam, manipulam, produzem sentidos variados e parciais, testam ideias, provocam reações e manifestações, apoiam grupos de seu interesse e interferem nas funções do Estado e em conflitos sociais, disputando, ideologicamente, os espaços de poder. O discurso construído e mantido pela imprensa é o meio mais efetivo para manutenção do poder e dominação (VAN DIJK, 2008, p. 102). É necessário, segundo o autor, enfrentar esse discurso e desconstruí-lo por meio de uma teoria que se fundamente na linguagem, que busque a compreensão e a intervenção na realidade social pela prática discursiva, atuando e intervindo nessa realidade e apontando, por meio da Análise Crítica do Discurso (ACD), como a mídia¹ constrói representações sociais e quais são essas representações.

¹ Neste trabalho opto pela conceituação de mídia como “a forma tecnológica material de mediação da interação linguageira” (BONINI, 2011a, p. 693).

Ao observar que o “discurso é um modo de ação” que utiliza a linguagem como uma prática social e prática discursiva, Fairclough (2001, p. 91) defende que analisar o discurso da mídia à luz da ACD é perceber como essas manifestações de dominação, discriminação, poder e controle operam por meio da linguagem. Na perspectiva da Análise Crítica de Gêneros (ACG), Bonini (2013, 2014, 2017) vai na mesma direção, pois estuda os aspectos linguísticos e textuais, culturais e críticos² dos gêneros, numa perspectiva Bakhtiniana e Freiriana, nas relações de poder que na sociedade da informação se estabelecem. O pensamento de Freire (1967) se soma como aparato teórico para se pensar uma consciência crítica despertada, que resulte das experiências dos aprendizes no âmbito de práticas sociais de linguagem que oportunizem reflexões em um plano libertário e emancipatório. Nesse sentido, as propostas pedagógicas embasadas pela ACG podem contribuir para o pensamento crítico dos/as estudantes e sua capacidade de interpretação e produção de conhecimento, ao buscar, por meio de diferentes práticas sociais e gêneros discursivos, expor relações de poder pelas quais a linguagem é permeada, por exemplo a linguagem da esfera publicitária.

Com o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) criam-se novas possibilidades de expressão e comunicação na vida em sociedade. A introdução das telas digitais (computador, celular, tablets, e outros aparatos) no cotidiano das pessoas provocam mudanças, e outros modos de ler e ver o mundo são inventados. Surgem novos suportes e gêneros digitais (blog, chat, e-mail, fórum, vídeo, jornais digitais, entre outros), mediados pela linguagem dos hipertextos. Estes conectam pessoas de todas as idades, gêneros, condição social, crianças, jovens e adolescentes do mundo a uma rede mundial de interação, a internet, que pode ser alcançada a qualquer tempo e em quase todos os lugares, a depender da disponibilidade de acesso. Por meio desses modos de interação, as pessoas ouvem música, aprendem, ensinam, buscam informações, criam conteúdos, exploram outras formas de ler, escrever, ouvir, etc. Criam composições orais/escritas e práticas sociais mediadas por linguagens que combinam imagens estáticas e em movimento, com áudio, cores, links, demandando dos alunos e professores o desenvolvimento de conhecimentos e formas de ação para utilizá-las. São outras formas de produzir, ler e compreender produtos semióticos, levando a uma noção de multimodalidade caracterizada pelo conjunto visual formado por texto, imagem e som.

² Adoto neste trabalho o que diz Bonini (2013 apud REMPEL, 2020, p. 17) que o termo crítico/a tem a finalidade de “destacar um posicionamento de mundo libertário, que busque a conscientização sobre as condições históricas das/dos sujeitos sociais em diferentes estruturas de dominação e exploração”.

A introdução das inovações tecnológicas ao âmbito da comunicação oral, escrita, visual, sonora, e as necessidades de leitura por meio de diferentes suportes de escrita dão origem ao que se tem chamado de textos multimodais. De acordo com Kress e Van Leeuwen (2006 [1996]), o texto multimodal é constituído por mais de um código semiótico. Os produtos multimodais se constituem por uma multiplicidade semiótica caracterizada por uma reunião de recursos criados socialmente e culturalmente para produzir significados. O escrito não é mais o pilar de representação e sim mais um elemento para produzir vários níveis de sentido. São textos híbridos (heterogêneos) que têm suas potencialidades de representação e de comunicação e tanto os produtores quanto os leitores têm poder sobre essas representações. Os textos multimodais por empregarem duas ou mais modalidades de formas linguísticas (som, imagem, escrita, etc.) trazem outras formas de inserção do leitor no mundo contemporâneo. Esse conjunto visual produz um discurso multimodal que revela as práticas discursivas e as práticas sociais de uma sociedade. São representações da realidade que estão presentes nessas práticas e que muitas vezes estão ligadas aos interesses das classes dominantes. Penso que é necessário que, no espaço escolar, se promova um pensamento crítico, reflexivo e ético sobre essas representações, de modo a se questionar os sentidos impostos pelo discurso hegemônico.

Um dos principais objetivos da LP é formar leitores experientes e críticos, isto é, “[...] hábeis nas inúmeras formas de interação social que ocorrem via texto” (FIGUEIREDO, 2008, p. 166). Assim, na sociedade atual, uma proposta de educação que contemple um pensamento crítico e emancipador precisa levar em consideração a análise da multimodalidade dos textos e a multiplicidade semiótica. Assim sendo, o estudo dos enunciados numa perspectiva Bakhtiniana por meio da ACG, Bonini (2013, 2014, 2017) mostra-se proveitoso, pois a produção e a leitura de variados gêneros do campo da mídia, como formas de atuação em práticas sociais, podem promover aprendizagens críticas e significativas.

A curiosidade pelas inovações nos faz dar atenção para a utilização do celular e do gênero vídeo na Escola de Educação Básica Lauro Müller da Rede Estadual de Florianópolis em que sou professora. Desde a infância, muitos de nossos/as alunos/as já estão conectados ao celular, nos videogames, na internet e chegam à escola querendo aprender algo que seja significativo e atraente. As possibilidades de criação e de autoria com o uso do celular na produção de vídeos apresentam-se como uma alternativa aos estudantes para o exercício das práticas sociais da leitura e escrita críticas no ambiente escolar, bem como contribui para a

alfabetização da imagem, isto é a capacidade de entender o que é visto e como as imagens são utilizadas e manipuladas para conter mensagens precisas e reunirem informações.

Estas questões, acima, mencionadas, se justificam, pois o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), postou alguns gráficos sobre a telefonia móvel no Brasil e concluiu que os celulares são a principal forma de conexão, com 97% das pessoas acessando a internet (SILVA, 2018). Corroborando também para isso a pesquisa da Cisco, empresa dedicada à consultoria em equipamentos de telecomunicações, que afirma que, em 2020, 80% do consumo global da Internet tem ocorrido por meio do conteúdo em vídeo (E-COMMERCE BRASIL, 2015).

É certo que as tecnologias digitais mudaram drasticamente a maneira de ler, escrever, ouvir, pensar, trabalhar, ensinar e aprender, comunicar e informar dos indivíduos. As telas digitais estão presentes no cotidiano das pessoas na forma de computadores, TV digitais, tablets e celulares. Além disso, manejar esses saberes é condição de “[...] sobrevivência dos cidadãos na Sociedade da Informação” (XAVIER, 2002, p. 22).

Diante desse contexto, como ensinar os/as alunos/as desta sociedade altamente mediatizada? Atualmente, os/as estudantes vêm para escola com toda uma experiência do mundo digital, particularmente com o uso do celular, internet e redes sociais. Podem compartilhar fotos no Facebook, Instagram, visualizar, compartilhar e produzir vídeos, mandar e-mails e mensagens instantâneas, tirar fotos e etc. Daí se coloca a questão: como explorar isso nas aulas? Como usar os vídeos, que são o foco dessa pesquisa, como promotores de aprendizagens significativas e críticas? Esse fato nos leva a pensar que os/as alunos/as podem ser educados para uma análise crítica das informações da internet, numa perspectiva multimodal e de semiótica social³.

Além disso, a busca por ampliar o leque de atividades que promovam o protagonismo dos/as estudantes contribuiu para a escolha do gênero vídeo como objeto desse estudo, pois por ser um gênero digital audiovisual presente na vida deles é um recurso altamente produtivo em um processo de desenvolvimento de ensino-aprendizagem no ambiente escolar.

Em consideração a todo o panorama exposto até aqui, a presente pesquisa busca respostas para a seguinte indagação: **Como a prática social desencadeada na produção de vídeos publicitários pode favorecer o desenvolvimento de práticas críticas no ensino e aprendizagem de língua portuguesa?**

³ A perspectiva de multimodalidade e da análise dos vídeos adotada neste trabalho está fundamentada na Teoria da Semiótica Social (KRESS; VAN LEEUWEN (2006[1996])).

Assim, propus a utilização de vídeos em sala de aula na modalidade de vídeo processo Ferrés (1996 apud OECHSLER; FONTES; BORBA, 2017), em que os/as alunos/as são os protagonistas da produção do vídeo, participando de todas as etapas do processo, desde a concepção da ideia até a edição das gravações. Nessa mesma direção afirma Moran (1995, p. 31) que “A produção em vídeo tem uma dimensão moderna e lúdica. Moderna, como um meio contemporâneo, novo e que integra linguagens”.

O desenvolvimento do trabalho com o gênero vídeo publicitário se deu em estreita relação com a pesquisa de doutorado de Gabriela Rempel⁴ que teve como o foco a produção de um jornal escolar a partir do jornalismo independente. O trabalho de ensino e aprendizagem relatado em Rempel (2020) foi desenvolvido na sala de aula que estava sob minha regência. Ela produziu o Jornal Escolar impresso na mesma turma da presente pesquisa que tinha como foco inicial a divulgação do jornal produzido por ela, no ano anterior. Ambas as pesquisas estão relacionadas ao mesmo orientador na Universidade Federal de Santa Catarina (doravante UFSC), o professor Adair Bonini.

Por ser um gênero que a cada dia torna-se mais popular, principalmente por meio dos celulares, o vídeo apresenta certas facilidades para sua produção, tais como apps de edição gratuitos e uma infinidade de tutoriais que ensinam como fazê-lo, aliando-se à linguagem multimodal e multissemiótica, facilitando sua produção e edição de conteúdos.

No caso específico da produção dos vídeos, observo que as escolhas referentes aos assuntos tratados em cada uma das peças audiovisuais, em vídeo, estão relacionadas ao modo como os eventos da realidade daquele momento foram vivenciados. No decorrer da pesquisa, fomos surpreendidos com a notícia do fechamento da escola pela Secretaria de Educação, sob a alegação de que a mesma apresentava problemas de estrutura que colocavam a comunidade escolar em risco. Esse fato trouxe novos rumos ao trabalho, em função do envolvimento dos alunos na campanha pelo não fechamento da escola. Por conta do cenário de possível fechamento da escola, alguns optaram por se manifestar por meio do gênero que chamamos de vídeo de campanha sócio-política e outros seguiram com a proposta inicial do vídeo anúncio publicitário, tema que será analisado no capítulo cinco deste trabalho.

Diante das transformações na comunicação entre as pessoas e a migração das mídias tradicionais para as mídias digitais, refletir sobre as formas de manifestação da linguagem, seu papel na construção de sentidos manipulados a serviço do poder, as relações justas e injustas e

⁴ Doutoranda em (2019) em linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e participante do projeto “O jornal escolar como mídia comunitária e o ensino de Língua Portuguesa” sob a orientação do professor Dr. Adair Bonini.

o modo como a linguagem perpassa as práticas sociais são aspectos que motivam a presente pesquisa. Busca-se, assim, focar a leitura/escuta e produção reflexiva de vídeos de gênero anúncio publicitário, visando colaborar para o desenvolvimento crítico e linguístico dos/as estudantes da EEB Lauro Müller da Rede Estadual de Florianópolis, ao ampliar o acesso à prática social de textos em diferentes gêneros presentes na esfera jornalística e publicitária.

Fundamentada na ACG e a formação crítica no âmbito escolar, este trabalho tem os seguintes objetivos:

Objetivo Geral:

Analisar a prática social de produção de vídeos de anúncio publicitário e de campanha sócio-política para promoção de um jornal escolar em um blog por alunos/as do 9º ano matutino de uma escola pública.

Objetivos específicos:

- a) Entender o processo de construção de significados ao longo de uma experiência de ensino e aprendizagem envolvendo a produção de vídeos.
- b) Analisar a atuação dos estudantes através do levantamento dos elementos multimodais presentes nos vídeos produzidos (o anúncio publicitário e vídeo de campanha sócio-política).

A metodologia de trabalho é a qualitativa e o procedimento adotado é de Pesquisa Participante (PP), por envolver os alunos/as e a pesquisadora com os sujeitos envolvidos. Todos/as são convidados/as e motivados/as a colaborar com o desenvolvimento do projeto didático que oferece oportunidades de discussão, tomada de decisões, aquisição e apropriação de conhecimentos e mudanças na realidade (DEMO, 2008). Assim, Pedro Demo (2003, p. 2) aponta que:

Educar pela pesquisa tem como condição essencial primeira que o profissional da educação seja pesquisador, ou seja, maneje a pesquisa como princípio científico e educativo e a tenha como atitude cotidiana [...]. Não se busca um profissional de pesquisa, mas um profissional da educação pela pesquisa.

Centrada, aqui, em uma perspectiva da ACG, o projeto didático como método de trabalho com a linguagem na escola consiste em uma atividade proposta e realizada

conjuntamente por alunos e professora e que, tem por objetivo a produção de vídeos e sua veiculação no blog pelos alunos/as dessa pesquisa.

A montagem do *corpus* é composta por sete vídeos, sendo dois de anúncio publicitário, três de transição entre anúncio e campanha sócio-política e dois de campanha sócio-política, bem como alguns registros dos áudios gravados e textos produzidos no processo de produção e edição dos vídeos desenvolvido em sala de aula ao longo dos meses de agosto a dezembro de 2019, durante as aulas de Língua Portuguesa.

A pesquisa aqui relatada compreende sete capítulos.

O Primeiro capítulo, a presente introdução, explana o tema, a questão e os objetivos da pesquisa.

O segundo capítulo descreve o aporte teórico da pesquisa, a perspectiva da ACG (BONINI, 2013), os estudos sobre multimodalidade e os debates sobre o vídeo como gênero e como elemento do ensino e aprendizagem.

No terceiro capítulo, na metodologia, descrevo o contexto da escola em questão e seus participantes e a notícia do seu fechamento que deu origem a mudança do foco dessa pesquisa. Esclareço o tipo de pesquisa, a geração dos dados e os procedimentos de análise.

No quarto capítulo faço registros detalhados das etapas do projeto didático com transcrições dos áudios, o relato de práticas sociais e práticas de ensino adotadas.

O quinto capítulo analisa os modos de escolhas realizados pelos/as estudantes nos vídeos produzidos, análise que tem por base a teoria da gramática do design visual e as considerações da ACG sobre transitividade.

Por fim, no capítulo seis, encerro com as considerações finais, expondo as contribuições, limitações e encaminhamentos do estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

[...] a ciência crítica toma como ponto de partida problemas sociais vigentes, e assim adota o ponto de vista dos que sofrem mais, e analisa de forma crítica os que estão no poder, os que são responsáveis, e os que dispõem de meios e oportunidades para resolver tais problemas. (VAN DIJK, 2008, p. 4).

Vivemos um momento histórico e marcante determinado pela era tecnológica em que a ênfase crítica ao discurso do universo midiático se faz necessária. Há muitas informações veiculadas nas redes sociais que são enganosas e que são compartilhadas velozmente por jovens, adultos e crianças sem parâmetros de criticidade. O gênero vídeo é um dos que mais identificam o tipo de interação pela linguagem que ocorre hoje no ambiente digital, e é o tema da presente pesquisa. Para explanar o plano teórico e conceitual aqui adotado, este capítulo está dividido em três partes: Análise crítica de gêneros do discurso e a Teoria da Semiótica Social e Multimodalidade estudados por Kress e Van Leeuwen (2006 [1996]); o vídeo, sua linguagem e prática social; o vídeo como gênero.

2.1 ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO ENSINO E APRENDIZAGEM DE LÍNGUA PORTUGUESA

Segundo Ferretti Soares (2016, p. 336)

[...] uma aglutinação teórica que toma por base a perspectiva crítica do discurso a partir de Fairclough (2001, 2003), acrescida de uma teoria de gênero (sociorretórica, sistêmico-funcional, dialógica etc.), de modo que “o gênero passa a ser lido como parte da semiose social e como instância de realização da prática social”.

A ACD, a teoria de base da ACG, surgiu da tentativa de linguistas de elaborar um método para analisar criticamente a linguagem que unisse as teorias linguísticas, sociológicas e políticas. Propõe a estudar como as práticas linguístico-discursivas estão ligadas com as estruturas sociopolíticas de poder e dominação considerando a prática social como contexto e a relação com a linguagem (MARTINS, 2005).

Segundo Tilio (2010), o conceito de ACD proposto por Fairclough (2001) é produto de três influências principais:

(1) o Marxismo Ocidental, que enfatiza aspectos culturais da vida social ao entender que as relações de dominação e exploração são determinadas e perpetuadas cultural e ideologicamente; (2) Michel Foucault, que definiu discurso, não apenas a linguagem, como um sistema de conhecimento que tem como objetivo controlar a sociedade através da regulação do saber e do exercício do poder; e (3) Mikhail Bakhtin, para quem a linguagem é sempre utilizada de forma ideológica. (TILIO, 2010, p. 89).

O modelo de ACD inicialmente elaborado por Fairclough (1992 [2001]) estrutura-se em uma concepção tridimensional do discurso, ou seja, o textual, o discursivo e o social que estão descritos em seu livro *Discurso e Mudança Social*, e que destaca a relação linguagem e sociedade, apresentando de que forma a prática discursiva atua na mudança social e cultural por que passa uma sociedade, postulando que a ACD pretende também "[...] aumentar a consciência de como a linguagem contribui para a dominação de umas pessoas por outras, já que essa consciência é o primeiro passo para a emancipação" (FAIRCLOUGH (1992 [2001], p. 20). No Brasil, seus trabalhos são os que mais influenciaram os pesquisadores da perspectiva crítica do discurso. Silva (2012, p.226) afirma que a ADC

[...] chega ao Brasil, em 1993, pelo trabalho pioneiro de Izabel Magalhães, na Universidade de Brasília (UnB), com a sigla de ADC, o que marca a entrada do “grupo de Brasília” no cenário dos estudos do discurso, voltados para textos e eventos em diversas práticas sociais, bem como para descrever e interpretar a linguagem no contexto sócio-histórico e político.

Em sua teoria, Fairclough (1992 [2001], p. 22) afirma que “[...] qualquer evento discursivo, ou seja, qualquer discurso é considerado, ao mesmo tempo, um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social, isto é, uma forma de agir sobre o mundo, os outros e um modo de representação da realidade”. O autor defende que o “discurso” é o ponto central na vida social, pois qualquer ação no mundo se dá a partir dele. Para analisar os discursos ele propõe, então, um modelo para investigação de enunciados que une a análise linguística e a teoria social a partir do conceito tridimensional do discurso. O primeiro enfoque de sua teoria tridimensional é a análise textual que se apoia na teoria Linguística Sistêmica e Funcional (LSF) de Halliday (1985)⁵, que descreve os elementos linguísticos que abrangem o léxico, opções gramaticais, coesão e estrutura textual, isto é, o discurso como texto. O segundo enfoque é a análise das práticas discursivas que envolvem o uso da linguagem em processos variados de produção, distribuição e consumo dos textos de acordo com fatores sociais verificando os contextos sociais produzidos, ou seja, de como os textos chegam aos leitores e são lidos com foco na coerência, intertextualidade e interdiscursividade. O terceiro enfoque da teoria tridimensional da ACD de Fairclough (2016

⁵ A Linguística Sistêmico-Funcional: teoria linguística proposta pelo linguista britânico Michael Alexander Kirkwood Halliday e desenvolvida por seus colegas (cf. HALLIDAY; HASAN, 1989; EGGINS, 1994; THOMPSON, 2003; MARTIN; ROSE, 2003; MARTIN; WHITE, 2005), é uma abordagem ao estudo da linguagem que está centrada na noção de “função”; isso porque considera a gramática em termos de como ela é usada para produzir significados. Essa proposta, iniciada nos estudos de Halliday nas décadas de 1960 e 1970, é sistêmico-funcional porque concebe a língua como uma rede de sistemas interligados dos quais o falante faz uso (base funcional) para produzir significados (base semântica) em situações de comunicação. Nessa perspectiva, a língua deixa de ser um mero sistema regulado por regras e passa a ser estudada de um ponto de vista sócio-semiótico, considerando-a como um sistema de produção de significados. (SANTOS, 2014, p. 166).

[1992]) mostra como o texto está relacionado com práticas sociais mais amplas em um contexto social e cultural marcado pela ideologia e pela hegemonia (MARTINS, 2012). Segundo Fairclough (2008, p. 122) a ideologia corresponde às “Significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) e representa o mundo, as coisas, as ideias, os valores”; já a hegemonia é “uma liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 122). É o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes dominantes em que o discurso é espaço de luta pelo poder. Ao mesmo tempo em que o discurso é controlado e regido pela estrutura social ele também atua, transformando a estrutura social Fairclough (2016 [1992]). Por exemplo, os discursos produzidos nos vídeos pelos/as estudantes, neste trabalho representam um modo de ver o mundo. Ao representar sua realidade, eles contribuem para a manutenção ou rompimento de determinada concepção social que pode ou não modificar a estrutura social, mesmo que de forma local e situada (REMPEL, 2020).

A ACD, nesse primeiro momento, concebe a linguagem como um elemento da prática social e, portanto, responsável pela criação, manutenção e transformação das significações do mundo, sendo o discurso a chave na transformação social.

Já em sua obra *Discourse in late modernity*, Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 21) citados por Fernandes (2011, p. 123), continuaram a desenvolver a teoria de Fairclough e enfatizam o conceito de prática social, a considerá-la como “parte irreduzível da vida social”, ou seja

[...] uma determinada prática integra diferentes elementos da vida em formas e relacionamentos locais específicos – tipos específicos de atividades, conectadas de maneiras específicas a materiais específicos e locações espaços-temporais específicas; pessoas específicas com experiências, conhecimentos e disposições específicas em relações sociais específicas; recursos semióticos específicos e maneiras de usar a linguagem específicas; e assim por diante. (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 21 apud FERNANDES, 2011, p. 123).

Assim, concebem a linguagem (e, de maneira mais geral, a semiose) [como] constituinte das práticas sociais contemporâneas. A semiose como parte da atividade social constitui os gêneros discursivos, conforme Chouliaraki e Fairclough (1999), os quais correspondem a uma parte do momento discursivo da prática social, o acional, que se complementa a outras duas partes (ou formas de significados): o representacional e o identificacional. Além dos momentos internos de uma prática, também analisam-se os discursos por meio da observação de práticas nas estruturas e conjunturas de poder, pois as práticas não se articulam isoladamente e sim em redes de práticas em que as relações sociais de poder e lutas sobre o poder dominam (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999).

Resende e Ramalho (2010) afirmam que, ao analisar as conjunturas, percebe-se não apenas o efeito dos eventos individuais, mas também os eventos conjunturalmente relacionados na sustentação e na transformação de práticas.

Ramalho e Resende (2010) também afirmam que, ao recombinar as redes de práticas e seus efeitos em termos de conjunturas e estruturas, podemos compreender as relações de poder que há nas práticas sociais.

A abordagem de redes de práticas é importante em ADC por, no mínimo, dois motivos: as práticas assim compreendidas são determinadas umas pelas outras, e cada prática pode articular outras, com diversos efeitos sociais. As redes de práticas são sustentadas por relações sociais de poder, e as articulações entre práticas estão ligadas a lutas hegemônicas. Desse modo, permanências de articulações entre práticas são compreendidas como efeito de poder sobre redes de práticas, e tensões pela transformação dessas articulações são vistas como lutas hegemônicas. Dado o caráter inerentemente aberto das práticas sociais, toda hegemonia é um equilíbrio instável, e a ADC como prática teórica emancipatória trabalha nas brechas ou aberturas existentes em toda relação de dominação (RESENDE; RAMALHO, 2010, p. 196).

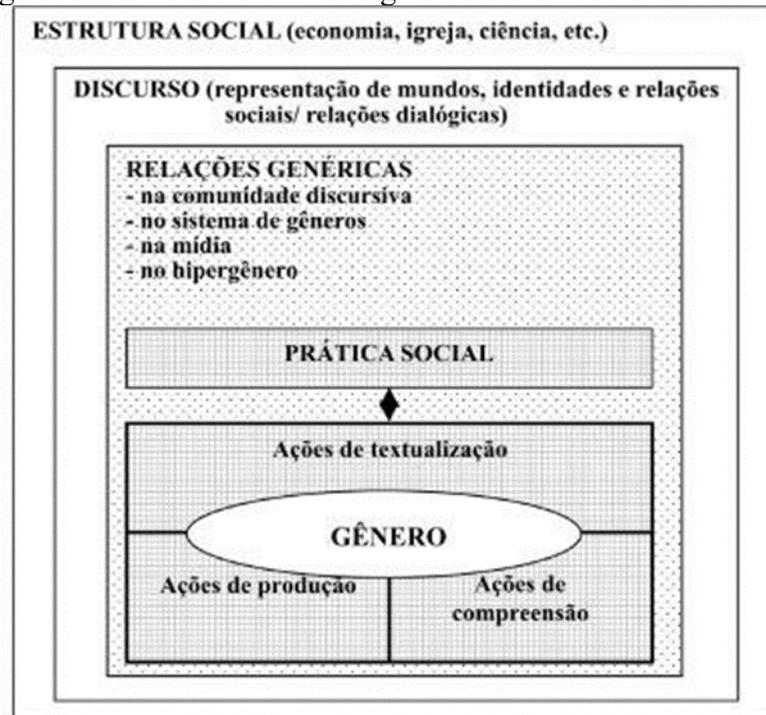
Fairclough (2003, p. 25) também inclui, em seu quadro teórico, o conceito de “ordem de discurso”. Isto é, os elementos sociais se articulam, com certa estabilidade, com os momentos das práticas específicas. Desse modo, integram-se e internalizam-se aos discursos em momentos de uma prática, em que seus elementos recombinam-se internamente, transformando a prática social.

Desse modo, a mudança social implica em reconfiguração da ordem social, o que ocorre, em meio à luta por hegemonia, em função da reconfiguração de momentos da prática social, ou seja, da prática material, das relações sociais, do fenômeno mental, e do discurso, sendo que este último envolve gêneros, discurso e estilos, ou significados acionais, representacionais e identificacionais.

Semelhantemente à ACD, a ACG também focaliza as relações de poder, visando intervir nas desigualdades sociais operadas parcialmente pelas práticas realizadas via gêneros.

O estudo da ACG, conforme proposto por Bonini (2010, 2011), propõe categorias para compor enquadramentos para analisar os gêneros discursivos e digitais, a saber: a estrutura social, discurso e gênero, como representado no quadro conceitual abaixo (figura 1).

Figura 1 – Planos da análise de gêneros e da análise do discurso



Fonte: Bonini (2011, p. 690).

Atendo-se a essa configuração, Lima (2014, p. 25) afirma que “[...] uma análise crítica de gênero deve ir além do textual, tomando como central a relação entre o gênero e a prática social” numa perspectiva crítica discursiva. Ainda nessa direção, a autora afirma que

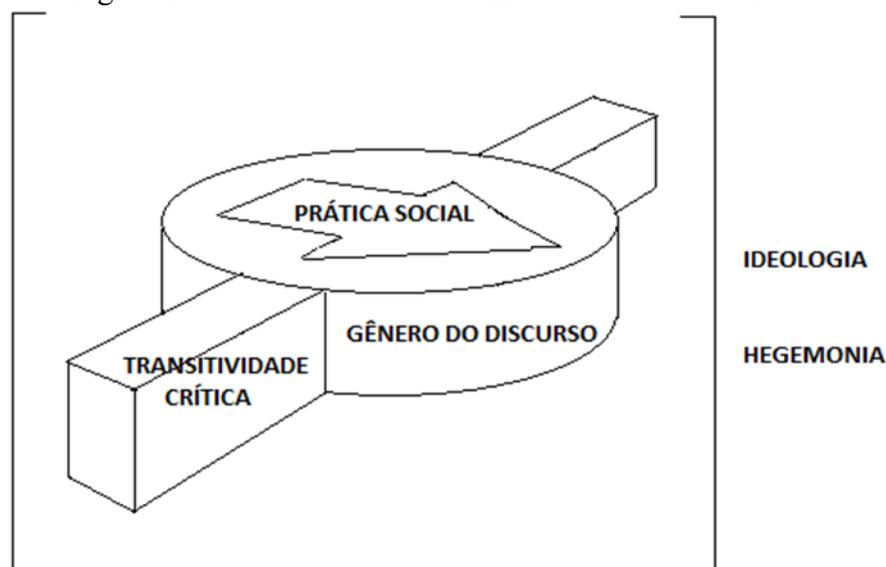
[...] os gêneros se constituem através de relações dialógicas e interdependentes estabelecidas com outros gêneros, com as práticas sociais e discursivas, com as estruturas sociais e com o discurso. Essas relações podem estar restritas ao campo do enunciado ou ampliadas ao âmbito do discurso das estruturas sociais. São essas relações que o quadro conceitual, conforme Figura 1, permite entender e analisar (LIMA, 2014, p. 26).

Como apresentado, uma das formas de manifestação da linguagem é o discurso que por sua vez se materializa no gênero. É, além disso, por meio dos gêneros textuais e suas tipologias que se realizam as práticas sociais, em situações comunicativas, a partir de uma intencionalidade. Se interagimos por meio dos gêneros do discurso, inclusive os digitais, que por sua vez interagem com outros gêneros, então, dependemos deles para a organização da comunicação humana, como também dependemos de suportes e mídias para sua existência. Estas ações de compreensão, de produção e textualização envolvidas com o gênero é o que Bonini (2011) chama de prática social com o gênero. É uma relação dialógica que constitui em uma interação por meio do gênero, sendo que os gêneros em geral ocorrem em inter-relações que ele chama de relação genérica, e que podem ocorrer de quatro formas: e termos do hipergênero, da mídia, do sistema de gêneros e da comunidade discursiva. Segundo Bonini

(2011), os gêneros, considerando-se o primeiro tipo de relação genérica, podem agrupar-se de modo que as tais relações genéricas se realizem em unidades de interação maiores, como um jornal, por exemplo. O hipergênero (bem como qualquer gênero), por sua vez, depende de uma mídia que o coloque em circulação, pois se apresenta como uma “tecnologia de mediação da interação linguageira e, portanto, do gênero como unidade dessa interação” (BONINI, 2011, p. 688). E a mídia, como o próprio gênero, também apresenta uma constituição social, “pelo modo como caracteristicamente é organizada, produzida e recebida e pelos suportes que a constituem” (BONINI, 2011, p. 688). Assim, um canal de tevê como mídia apresenta: a) uma forma de organização marcada pela grade de programação, as chamadas para os programas, as vinhetas que o identificam, etc.; b) uma forma de produção e recepção por imagem e som gravadas ou transmitidas ao vivo; e c) um conjunto de suportes que lhe são característicos (a câmera, as possibilidades de estocagem, os meios de transmissão e interação, etc.).

Em um enquadre posterior (figura 2), Bonini (2013, 2014, 2017) além sua observação do gênero no conceito de enunciado, ao modo de Bakhtin (1952), o qual realiza práticas sociais, o modo de Fairclough (2003), e viabiliza longitudinalmente processos de transitividade dialógica, ao modo de Freire (1968). A transitividade poderá ser crítica, na medida em que os processos de atuação e luta social viabilizarem a justaposição e a negociação de visões de mundo.

Figura 2 – Planos de estudo na Análise Crítica de Gêneros.



Fonte: Bonini (2017, p. 169).

A Figura 2 permite a visualização desses três conceitos na proposta de ACG defendida por Bonini (2017). Segundo o autor, nesse enquadre teórico,

[...] o gênero como ação interacional de sujeitos (homens/mulheres) sociais é visto sempre como parte constituinte de práticas sociais, que podem ser de dominação ou emancipação, e que tomam lugar na sociedade por meio de processos dialógicos. É no interior da cadeia discursiva que esses agentes sociais irão construir e implementar projetos de mundo e de existência. A transitividade da consciência, portanto, é parte constituinte desse processo, sendo que a consciência será tanto mais transitiva quanto mais envolver conhecimentos históricos dos eventos sociais, debate e negociação das ações sociais e discursivas (BONINI, 2017, p. 168).

Observamos que os gêneros do discurso e a prática social possuem uma relação de constituição mútua e a transitividade crítica ocorre no quadro social de ideologias e de lutas por hegemonia social.

A abordagem da ACG se relaciona com o ensino e a aprendizagem da Língua Portuguesa na media em que focaliza o conceito de transitividade crítica como resultado da enunciação e da prática social no gênero. Assim, espera-se em um trabalho envolvendo a reflexão e a prática dos/as estudantes que ele/elas cheguem a pensar sua posição frente ao mundo pelo modo como leem os gêneros a medida em que se enunciam e realizam práticas mediante tais gêneros. No presente estudo, procurei criar uma ambiente de leitura, enunciação e prática do vídeo promocional, almejando como horizonte de chegada um cenário de transitividades críticas na sala de aula.

Após a apresentação da perspectiva de Análise Crítica de Gêneros passarei a discutir A Análise Crítica de Gêneros de base transitiva.

2.1.1 A Análise Crítica de Gênero de base transitiva

Motta Roth (2008, p. 369) diz que Paulo Freire, nos anos 50, já falava numa perspectiva dialógica, crítica, emancipatória sobre a educação e já propunha que a alfabetização de adultos pudesse se fundamentar numa “consciência da realidade e da cotidianidade, caracterizada por princípios de interação”. Ressalta o fato de que “[...] ler o mundo é ler a realidade social, criticá-la e modificá-la” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 369). Nessa mesma esteira, Bonini (2013) afirma que o desenvolvimento de uma consciência crítica pode libertar o ser humano de sua posição de domínio e exploração despertando-o para a realidade e desconstruindo a alienação e massificação social, construindo assim a consciência transitiva crítica onde são valorizados o diálogo, o posicionamento embasado diante de grupos

dominantes, promovendo um autogoverno na construção de soluções coletivas, isto é, práticas libertadoras.

O pensamento de Freire (1967) sobre transividade crítica prevê uma educação dialogal e ativa, voltada para uma reflexão de responsabilidade social e política, uma relação entre vozes na construção da consciência social. Em sua obra, ele destaca que a conscientização é o caminho para a libertação das massas populares. Além disso, indica que a humanização dos indivíduos dá-se por meio de uma educação libertadora e dialógica para que se integrem no mundo e tenham a escolha de se inserir no mundo de maneira crítica e consciente. Para ele, a consciência intransitiva é aquela que enxerga somente os aspectos objetivos do dia a dia e imediatistas, ignorando o mundo além de sua realidade e historicidade. Quando percebe o mundo de forma mais ampla e abrangente, por meio do diálogo, o ser humano passa de uma consciência intransitiva para uma consciência transitiva. Ele cita que, inicialmente, essa consciência transitiva ocorre de forma ingênua:

Se caracteriza, entre outros aspectos, pela simplicidade na interpretação dos problemas. Pela tendência a julgar que o tempo melhor foi o tempo passado. Pela subestimação do homem comum. Por uma forte inclinação ao gregarismo, característico da massificação. Pela impermeabilidade à investigação, a que corresponde um gosto acentuado pelas explicações fabulosas. Pela fragilidade na argumentação. Por forte teor de emocionalidade. Pela prática não propriamente do diálogo, mas da polêmica. Pelas explicações mágicas. (FREIRE, 2009 [1967], p. 59).

Essa condição descrita acima leva o sujeito social a uma condição de paralisação e dependência. Entretanto, o despertar de uma consciência transitiva crítica pode ser alcançada

[...] com uma educação dialogal e ativa, voltada para a responsabilidade social e política, se caracteriza pela profundidade na interpretação dos problemas. Pela substituição de explicações mágicas por princípios causais. Por procurar testar os “achados” e se dispor sempre a revisões. Por despir-se ao máximo de preconceitos na análise dos problemas e, na sua apreensão, esforçar-se por evitar deformações. Por negar a transferência da responsabilidade. Pela recusa a posições quietistas. Por segurança na argumentação. Pela prática do diálogo e não da polêmica. Pela receptividade ao novo, não apenas porque novo e pela não-recusa ao velho, só porque velho, mas pela aceitação de ambos, enquanto válidos. Por se inclinar sempre a arguições. Esta posição transitivamente crítica implica num retorno à matriz verdadeira da democracia. Daí ser esta transividade crítica característica dos autênticos regimes democráticos e corresponder a formas de vida altamente permeáveis, interrogadoras, inquietas e dialogais, em oposição às formas de vida “mudas”, quietas e discursivas, das fases rígidas e militarmente autoritárias. (FREIRE, 2009 [1967], p.60).

Com base nos conceitos acima, assume-se que ao buscar a transividade crítica, em termos da ACG, lança-se um olhar para o papel dos gêneros nas relações de dominação e emancipação. Dessa forma, olhamos para as práticas sociais, investigando as relações de desigualdade, as representações, as relações sociais, as identidades, e os espaços para diálogo

e mudança, em termos dos gêneros. Semelhantemente, a relação entre ACG, ensino e aprendizagem de linguagem ocorre por via do conceito de transitividade, uma vez que tanto a mobilização de práticas e gênero na escola quanto à reflexão decorrente dessa atividade ocorrem na forma de uma práxis, onde considerando o ponto inicial, o final e as práticas desenvolvidas no decorrer dessas relações, se pode observar o desenrolar da transitividade dos/as estudantes e demais envolvidos (BERGAMO, 2018).

A escolha do trabalho com o vídeo neste estudo se alinha à perspectiva teórica da ACG quando se analisa de maneira crítica ao jornalismo dominante e às relações de opressão bem como à transformação social através de práticas que buscam a emancipação dos sujeitos nos significados interpessoais (metafunção interpessoal) e como se deu a interação dos participantes estabelecendo relações sociais e de poder e pontos de vista sobre o mundo.

Após a apresentação da perspectiva da ACG de base transitiva que serviu de arcabouço teórico para esta investigação, passo a discutir os processos de ensino e aprendizagem de linguagem na escola e como essa abordagem vem sendo aplicada na análise de textos multimodais.

2.1.2 A análise crítica de gênero e os processos de ensino e aprendizagem de linguagem

A perspectiva crítica defendida por Paulo Freire e de autores que buscam discutir as relações entre o texto e suas condições de produção, distribuição e consumo, trazem três contribuições para a pesquisa da linguagem:

Primeiro, ao propor a análise de elementos lingüísticos e retóricos do texto (como na Análise de Gênero estrita) em combinação com a análise dos elementos ideológicos do contexto (como a Análise do Discurso Crítica), a Análise Crítica de Gênero se presta a uma análise que é, ao mesmo tempo, detalhada, porque explica e localiza os elementos lingüísticos no tempo e no espaço, e problematizadora, porque desnaturaliza os valores que estão postos. Segundo, ao trazer, para a análise do texto, a preocupação com as práticas sociais, a Análise Crítica de Gênero esclarece o significado dos textos para a vida individual e grupal e o papel estruturador dos gêneros para a cultura. Terceiro, ao possibilitar a análise dos valores sociais dos elementos do texto e inscrevê-lo num sistema de atividades, a Análise Crítica de Gêneros permite uma percepção mais acurada da relação entre teoria da linguagem e prática social. (MOTTA-ROTH, 2008, p 370).

Trabalhar o gênero audiovisual nesta perspectiva, com os alunos do Ensino Fundamental em aulas de língua portuguesa, implica em analisar os aspectos lingüísticos, textuais e multimodais.

Da mesma forma, em uma abordagem freireana, a ACG pode focar as práticas sociais desiguais de dominação como também as práticas de libertação, bem como, as

relações sociais e identidades podem ser representadas nos gêneros e podem ser investigadas em diversos ângulos:

[...] nas ações de produção, leitura, organização genérica, os sistemas de gêneros, os conjuntos de gêneros, a organização da mídia, o hipergênero, o jogo de vozes, a léxico-gramática, a modalização, a multimodalidade, a metáfora, os papéis sociais, os silenciamentos, etc. (BONINI, 2013, p. 109).

De maneira idêntica, a ACG defende a discussão de práticas sociais desiguais como forma de conscientização e de favorecer a prática libertadora. Busca-se um problema social, analisa-o e problematiza-o, promovendo práticas de produção textual, oral, escrita e audiovisual mais autorais e emancipatórias, bem como um ensino de Língua Portuguesa que se constitua em um ensino crítico e problematizador.

Na mesma vertente crítica, a autoria é vista como imprescindível para que os alunos sejam donos de seus próprios textos conectando suas aprendizagens com as interações da vida diária (HALLIDAY, 1991, p. 13) sendo dirigidos por escolhas, como do objetivo da escritura, do conteúdo e do estilo do texto, bem como do público-alvo e a responsabilidade de quem escreve e a quem o texto se destina. A oportunidade de escrever e ler em um contexto de debates e reflexões empodera o produtor do texto e projeta um possível leitor. Para que isso aconteça é necessário que a produção textual, oral escrita ou audiovisual seja concebida como uma prática social entendendo que não é apenas a produção discursiva, mas também seu planejamento, sua revisão e edição e seu consumo e sua circulação para que autor e leitor possam atingir seus objetivos de trocas simbólicas:

É importante que alunos e professores conheçam (ou aprendam a conhecer) a situação social dos gêneros relevantes para sua vida nas comunidades-alvo. Para tanto, é fundamental fazer questionamentos tais como: Para que serve esse gênero? Como funciona? Onde se manifesta? Como se organiza? Quem participa e com que papéis (quem pode ou deve escrever e quem pode ou deve ler)? (MOTTA-ROTH, 2006, p. 505).

A consideração da autoria e a valorização do dialogismo e da intertextualidade são alguns dos elementos que podem apontar caminhos para oportunizar ao aluno posicionar-se em termos de reflexão social e se engajar em uma atividade de produção textual audiovisual como uma forma de estar no mundo, de agir com um objetivo e com um motivo. O papel do professor é possibilitar o desenvolvimento de autores que produzam textos para circulação/publicação onde antes existiam alunos que apenas escreviam textos para serem entregues ao professor, para serem lidos por ela com o único fim de serem avaliados (MOTTA-ROTH, 2006).

Após discutir sobre a análise crítica de gêneros e os processos de ensino e aprendizagem de linguagem passaremos a discutir os conceitos de multimodalidade.

2.1.3 A gramática do design visual como instrumento de análise crítica de gênero

Atualmente, além da escrita, os significados estão cada vez mais sendo construídos por meio de combinações de imagens estáticas e em movimento, com áudio, cores, sons, gestos, sinais, entre outras formas de comunicação, isto é, multimodalmente. Segundo Lima-Lopes (2012, p. 24),

[...] a abordagem multimodal tem sua origem a partir dos trabalhos do linguista britânico M. A. K Halliday (HALLIDAY, 1973; 1978; 1985; 1994; HALLIDAY; HASAN, 1989; HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004), e parece ter evoluído em duas frentes complementares. A primeira, tem como principais autores Kress e Van Leeuwen (KRESS, 1993; KRESS; VAN LEEUWEN, 1996; 2001; 2002; KRESS, 2003; 2005; 2006; 2010) e Lemke (LEMKE, 1998; 2002; 2004; 2006a).[...] A segunda estaria relacionada a uma transformação que se opera no trabalho de Kress (2010).

A teoria da Semiótica Social surgiu dos estudos dos autores Hodge e Kress (1988) que realizaram uma leitura crítica dos estudos da semiótica de Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce e Valentin Nikoláievich Voloshinov procurando ideias para uma teoria multimodal do estudo da linguagem. Os autores constataram que para se produzir sentidos além dos modelos linguísticos verbais é necessário uma ênfase também nos elementos não verbais da linguagem por meio das formas, cores, perspectivas e linhas na produção dos signos.

“As expressões faciais, o contato visual, a entonação, a qualidade da voz, etc., Carregam a maior parte do significado, e as pessoas que estão em íntima relação um com o outro tornam-se finamente sintonizadas com a leitura dos significados transmitidos dessa maneira”. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p.129).

Nesse sentido, ao escolhermos um determinado modo de nos comunicarmos, também selecionamos os significados que serão expressos por ele. Assim, um participante ao escolher um significado, pode escolher um discurso coerente para determinado grupo que tenha uma função social específica numa comunidade também específica e desprezando outras possibilidades de escolhas por causa da função que a escolha pode realizar (LIMA-LOPES, 2012).

Dessa forma, signo e o modo são as duas categorias principais da semiótica social sendo que o signo se refere ao sentido e o modo aos recursos para fazer sentido. Na mesma

medida, uma mensagem produzida pode fazer uso de vários modos (imagem, escrita, som, gesto, entre outros) que, quando combinados, caracterizam a multimodalidade que é vista e interpretada de diferentes maneiras pelo autor e ou espectador, pois dependem do contexto sócio-histórico em que estão inseridos:

Por exemplo, aquilo que é expresso na linguagem através da escolha entre diferentes classes de palavras e estruturas oracionais, pode, na comunicação visual ser expresso através da escolha entre os diferentes usos de cor ou diferentes estruturas composicionais. E isso afetará o significado. Expressar algo verbalmente ou visualmente faz diferença (KRESS, 1996, p. 2).

Da mesma forma é que Oechsler (2018, p. 72) ressalta a importância de se conhecer os recursos semióticos para ensinar e aprender, pois

Essa comunicação multimodal reúne diversos registros como a junção do gesto e da fala num discurso; gesto e explicação; maneiras de se comportar; posicionamentos de aluno e professor; vestimentas; expressar-se verbalmente diferente de expressar-se visualmente. É um conjunto de signos que causa mudanças na produção de significados. Cada modo contribui diferentemente no conjunto multimodal. As escolhas implicam na comunicação. É necessário também que o produtor de mensagens conheça as potencialidades dos signos e modos que utilizará, bem como expressar-se no modo escolhido. (OECHSLER, 2018, p. 72).

De acordo com Kress (2010), os modos mais comumente usados são a fala, imagem parada, imagem em movimento, escrita, gesto, música, modelos 3D/ação, cor. “Cada um oferece potenciais específicos e é, portanto, em princípio, particularmente adequado para tarefas representacionais/comunicacionais específicas.” (KRESS, 2010, p. 28).

Recursos semióticos “são as ações, materiais e artefatos utilizados para fins comunicativos, sejam eles fisiológicos (como o aparelho vocal para produzir o som) ou tecnológicos (lápiz e papel, computador, entre outros)” (VAN LEEUWEN, 2005). Aqui, utilizamos a abordagem de Kress e Van Leeuwen (2006, p.226) para a definição de modo, que “é um meio para fazer representações, através de elementos (sons, sílabas, morfemas, palavras, cláusulas) e as possibilidades de seu arranjo como textos/mensagens”. Já o termo multimodalidade, segundo Bezemer e Kress (2016), surgiu em 1920 da área da psicologia que descreve os efeitos que diferentes percepções sensoriais têm uns sobre os outros.

Assim, a multimodalidade pode ser entendida como o uso de diferentes fontes comunicativas, tais como: língua, imagem, som e música em textos multimodais e em eventos comunicativos. Vemos claramente essa definição em Jewitt (2008), para quem a multimodalidade atende ao significado através de configurações situadas em imagem, gesto, olhar fixo, postura do corpo, som, escrita, música, discurso, dentre outros. (SILVA, 2013, p. 54).

Dominar a comunicação visual é cada vez mais importante dentro das mais diversas redes de práticas sociais em que participamos, pois a análise de imagens começará a ser uma

questão de sobrevivência, especialmente no ambiente de trabalho” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 3).

Kress e Van Leeuwen (1996, 2006) propuseram A Gramática do Design Visual⁶ em que os conceitos da Semiótica Social se ampliam e expandem as possibilidades de análise de textos escritos, orais e visuais em que se agregam cores, sons, elementos gráficos enquadramento, perspectiva, imagem em movimento, entre outros, sendo, portanto recursos semióticos importantes para sua composição multimodal. Dessa forma, a multimodalidade surge para compreender os diversos modos utilizados nos discursos em que as estruturas visuais assemelham-se às estruturas linguísticas na produção de significados para expressar as ideias e escolhas próprias nas interações sociais dos participantes.

Significados pertencem à cultura, ao invés de modos semióticos específicos [...]. Por exemplo, aquilo que é expresso na linguagem através da escolha entre diferentes classes de palavras e estruturas oracionais, pode, na comunicação visual, ser expresso através da escolha entre os diferentes usos de cor ou diferentes estruturas composicionais. E isso afetará os significados. Expressar algo verbalmente ou visualmente faz diferença. (KRESS;VAN LEEUWEN, 2001, p. 2).

Kress (2009), em retomada aos postulados da linguística sistêmico funcional, afirma que os elementos comunicacionais devem cumprir três metafunções: i) função ideacional que representam estados, ações e eventos no mundo, ou seja construir representações da realidade, experiências, ação social; ii) função interpessoal que representam as interações e relações sociais dos interlocutores; atitudes em relação aos outros; e papéis sociais assumidos; negociar as relações sociais iii) função textual organizam o texto, a combinação de representações em textos coerentes internamente e com seu ambiente; desenvolver o modo de organização simbólica. As imagens se articulam em composições visuais com significados ideacionais, interpessoais e textuais como forma de representação, negociação de identidades e relações sociais e como mensagem (SANTOS,2014).

Para tratar as imagens Kress e Van Leeuwen (2006) chamam de “participantes representados” os retratados no texto (coisas, lugares ou pessoas) e “participantes interativos” aqueles que se comunicam por meio do texto (o produtor e o leitor). Os significados representacionais no visual se dividem em duas estruturas que podem ser narrativas ou conceituais: uma representação narrativa (descreve os participantes mais proeminentes em uma ação ou figura, seja pelo seu tamanho, posicionamento, contraste com o segundo plano, cor e foco, utilizando vetores, ou seja, linhas diagonais que unem os participantes). Se houver

⁶ A GDV de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (1996) é a obra referencial dos estudos da multimodalidade na semiótica social e tem como base a teoria sistêmico-funcional de Michael Halliday; daí os dois autores realizarem uma ponte analógica entre a Linguística Sistêmico-Funcional e a GDV.

apenas um participante em que a ação não é dirigida a ninguém, a estrutura é chamada de não-transacional.

A outra estrutura, a conceitual, representa os participantes em termos de sua essência, podendo ser construída por três tipos de processos: os processos classificacionais, os processos analíticos e os processos simbólicos. No processo classificacional,

[...] não há vetores, ele relaciona os participantes em termos de relações de classe taxionomicamente. Ao realizar classificações, têm pelo menos um participante fazendo papel de subordinado e pelo menos outro fazendo papel de subordinador. Nos processos analíticos, a relação entre participantes é representada segundo uma estrutura de parte e todo, sendo um deles o Portador (o todo) e o(s) outro(s) o(s) Atributo(s) Possessivo(s) (as partes). Kress e van Leeuwen (2006) ressaltam que, pelo fato de uma análise sempre implicar seleção, de acordo com os interesses do analista, há a possibilidade de o mesmo Portador ser analisado em termos de Atributos distintos. Os processos simbólicos se referem ao que o participante significa ou é. O participante que é significado é o portador, já o participante que representa o significado é o atributivo simbólico. Nesse processo, pode haver também apenas um participante, o portador, e o significado simbólico é estabelecido em outro modo chamado de sugestivo simbólico, ou seja, neste processo, a imagem sugere algo, não necessariamente o significado literal do participante, por isso é simbólico: sugestivo simbólico. (SANTOS, 2014, p. 50-51).

Segundo Santos (2014), os significados interpessoais são transmitidos pela metafunção interacional na qual as fontes visuais estabelecem a natureza do relacionamento entre observadores e observados. Os significados interativos incluem

Contato- quando temos um participante representado olha para um participante interativo temos uma demanda. Quando o participante representado não olha para o participante interativo temos uma oferta. Distância ou afinidade social – estabelece distância íntima pessoal; média distância; e distância social. Atitude – expressa pelo ângulo frontal ou oblíquo - poder - concebido pelo ângulo alto ou baixo e no nível dos olhos – realismo – determinado pela cor, contexto, detalhes, profundidade e luz - Orientação de código – classificado como naturalístico, sensorial, tecnológico e abstrato. (SANTOS, 2014, p. 51-53).

Ainda, segundo Santos (2014), os significados textuais transmitidos pela metafunção composicional estão relacionados com os aspectos do layout do texto. Os significados composicionais envolvem

[...] categorias como valores informacionais – realizado pela posição relativa (centro ou margem) compondo as estruturas dado/novo e ideal/real. Os elementos localizados à esquerda da página são apresentados como Dado, e os elementos à direita são o Novo. Algo é concebido como Dado quando apresentado como já conhecido do leitor, o ponto de partida para a leitura da mensagem. O Novo é o espaço destinado à apresentação da informação nova ser discutida. Moldura - expressa pelos tipos de conexão entre os elementos e saliência – realizada pelos efeitos do tamanho, cores e localização no primeiro plano, moldura distintiva e profundidade de foco. (SANTOS, 2014, p. 51-53).

Esta estrutura teórica pode ser sintetizada no esquema apresentado no quadro 1.

Quadro 1 – As metafunções no plano visual.

Fontes para Gramática Visual			
Representacional		Interacional	Composicional
Narrativo Ação Transacional Bidirecional Não Transacional Mental Verbal Localização Cor Tipografia	Conceitual Classificacional Explícito implícito Analítico Simbólico Sugestivo Atributivo Cor Tipografia	Contato Oferta Demanda Distância Social Intimidade Pessoal Social Atitude Subjetiva/Objetiva Poder Alto/Baixo Nível dos Olhos Realismo Cor/Contexto Profundidade Detalhe/Luz Orientação de Código Sensorial/Naturalístico/ Tecnológico Tipografia	Valores Informacionais Central ou Polarizado Vertical ou Horizontal Moldura Altamente/Fracamente Conectado ou Desconectado Saliência Cor

Fonte: Kress e Van Leeuwen (1996, 2006, adaptado por SANTOS, 2014).

Além destes elementos arrolados no quadro 1, Kress (2010) acrescenta outros três níveis que podem ser analisados: estilo, estética e ética. O estilo está presente ao se escolher formas mais aptas e plausíveis para comunicação como a escolha na composição de significados. A estética trata da harmonia que cada escolha (estilo) faz, revelando relações de poder e de ideologia. Por fim, a ética, destaca aquilo que achamos importante quando produzimos significados, como valores morais e etc.

A partir destas categorias da gramática visual, a presente pesquisa analisou os modos semióticos utilizados pelos alunos nos vídeos produzidos, levando em consideração os significados representacionais e interativos e composicionais que apresentam.

2.2 O VÍDEO COMO LINGUAGEM

É pertinente considerar alguns pontos determinantes na criação do cinema para que possamos elucidar, mesmo que de forma panorâmica, como se estabelece o potencial expressivo e artístico da mídia e de quais aspectos fundamentais derivam os elementos que permeiam e infundem a produção de vídeos.

Os autores citados por Oechsler (2018, p. 74) inicialmente abordam o tema da seguinte forma:

A linguagem cinematográfica é, na verdade, formada por diferentes linguagens, todas subordinadas a um meio. O filme pode agregar em si todas as artes: fotografia, pintura, teatro, música, arquitetura, dança e, claro, a linguagem falada. Tudo pode chegar ao cinema - grande ou pequeno, natural ou fantástico, bonito ou grotesco. (EDGAR-HUNT; MARLAND; RAWLE, 2013, p. 10 apud OECHSLER, 2018, p. 74).

Segundo a autora e os autores consultados por ela, “o material específico da linguagem cinematográfica é a imagem em movimento” (OECHSLER, 2018, p.74). Metz (1980, p. 27) defende que “[...] o “cinema” é a linguagem que se estabelece em uma combinação de imagens fotográficas móveis, de ruídos, de falas e de música; e o ‘cinema mudo’ era a linguagem que utilizava apenas o primeiro desses quatro elementos”. Segundo ele, devido ao uso da câmera fixa em apenas um ponto de vista, inicialmente, as imagens de um filme eram análogas àquela que teria o espectador de uma peça teatral. Com a repetição e aquisição de experiência no ofício por parte dos cineastas, novas experimentações envolvendo a movimentação da câmera em conjunto com a movimentação dos personagens passaram a ser aplicadas, originando os enquadramentos, diversos tipos de planos, ângulos e movimentos de câmera mudando a visão do espectador, gerando imagens que, através desses recursos, alimentariam uma quantidade cada vez mais ampla e diversificada de significados e composições possíveis. A evolução do som, inicialmente apenas um acompanhamento do cinema mudo para mitigar o silêncio das sessões, passou a reproduzir as falas dos personagens, potencializar sentimentos através da trilha sonora e transmitir em detalhe cada ruído que daria vida e realismo à cena através de sonoplastia. Assim, o som amplia as possibilidades interativas da imagem exibida na tela. Além desses elementos, a iluminação, o figurino, o cenário, a cor e o desempenho dos atores também fazem parte do filme que, na montagem, são articulados para compor a produção cinematográfica. A soma de todos esses elementos, independente de serem considerados como pertencentes exclusivamente à linguagem cinematográfica ou não, integram, com a finalidade de produzir significado, as sequências de imagens que fazem parte do filme. A necessidade, portanto, de que a organização sequencial destas imagens se dê em conformidade com uma lógica particular, faz com que a existência do processo de montagem seja crucial para a execução da função narrativa. Oechsler (2018) aponta também que, segundo Martin (2005), somado ao processo de montagem, outros processos chamados de objetivos e subjetivos que podem ainda ser acrescentados aos filmes para realçar os aspectos dramáticos dos mesmos.

Por ser um aparato de grande versatilidade artística e técnica e com infinitas possibilidades de significados, é importante conhecermos alguns fatos sobre a história do cinema:

[...] a partir do final do século XIX até os anos 1920 surge a fotografia, a projeção de imagens e primeiras tentativas de sincronização entre sons e imagens nos primórdios do cinema. Em 1950-60 surgem novas técnicas cinematográficas com introdução de câmeras leves e do som direto. Em 1970-80 houve mudanças ainda mais radicais nas técnicas: como uso de câmeras digitais e migração para Ilha de edição digital. (LUCENA, 2012, p. 81-82).

Lucena (2012, p. 81-82) comenta ainda que “essa migração altera procedimentos, formas de produção, custos, torna os projetos mais viáveis e possibilita ao cinema de ficção a construção de ‘novas realidades’, oferece diferentes alternativas de produção e reelaboração simbólica”.

As mudanças tecnológicas no sistema de captação de imagens interferiram diretamente na construção do conteúdo a ser veiculado, dando origem ao que Beatriz Jaguaribe (2003) chamou de “choque do real”, ou seja, um tipo específico de estética que desestabiliza a noção de realidade e gera um efeito de estranhamento sobre o espectador. A partir de 1990 o uso crescente de processos de digitalização de som e imagem passam a interferir intensamente na representação do real, manipulando registros de realidade de forma sem precedentes.

Pouco antes da era digital, havia ocorrido o grande impacto do videotape, “a impressão magnética da imagem em fita” (LUCENA, 2012, p. 90), para captação e armazenamento de imagens, que surge nos anos 50 como consequência das mudanças tecnológicas no campo da TV. Assim a imagem eletrônica ficou conhecida como vídeo que se popularizou nos anos 80.

Machado (1993, p. 93) afirma que:

O vídeo surge num contexto histórico um pouco diferente do cinema. Quando ele começa a ser praticado, em meados dos anos 60, a crença inocente numa gramática “natural” ou “específica” para os meios audiovisuais já se encontrava em decadência, subvertida, de um lado, por uma explosão criativa em todos os terrenos e direções e, de outro, pela proliferação incontrolável de práticas autônomas, independentes ou alternativas, que se contrapunham aos modos consolidados de produção simbólica.

A partir dos anos 90 a imagem fotográfica e eletrônica se hibridizam dando origem à imagem digital constituída por um imenso conjunto de pixels, ou seja, a imagem é convertida de analógica à digital. Essas mudanças se aceleraram com o surgimento da internet que levou

a necessidade de novos tratamentos da imagem e de um tipo de armazenamento mais compacto de imagens fotográficas e vídeos.

O termo vídeo, “eu vejo”, vem do latim “videre”. Como explica Dubois (2004, p. 72) “Vídeo é o ato mesmo de olhar, portanto, podemos dizer que o vídeo está presente em todas as outras artes da imagem”.

A definição de vídeo torna-se complexa, pois ele passa a ser composto de imagens híbridas, sofrendo constantes mutações. Em seu livro “Cinema, vídeo, Godard”, Dubois (2004) define o vídeo como uma passagem entre o cinema e o computador. O vídeo é semelhante ao cinema e à TV, pois todos os três podem ser roteirizados, gravados com câmeras e expostos ao público. Há uma complexa cenografia de telas e objetos. Apesar de compartilhar suas técnicas com o cinema e TV, o vídeo é mais amplo, compreendendo outras possibilidades de construção audiovisual em função das tecnologias que apareceram mais recentemente e de seu uso na internet. De acordo com Lucena (2012, p. 91)

[...] a partir do momento em que a imagem passa a ser convertida em um registro numérico e se torna digital, até mesmo suas menores unidades constitutivas os pixels–tornam-se passíveis de manipulação. E atualmente, com os softwares de edição digital qualquer um pode cortar, emendar e reorientar a imagem digital.

Dessa forma, a imagem do vídeo pode ser manipulada por meio de camadas sobrepostas e montagens com efeitos e sons, alterando seu referencial com a realidade, permitindo, processos criativos e releituras dos fatos, mas também manifestações de dominação, discriminação, poder e controle por meio da linguagem.

Segundo Lima-Lopes (2012, p. 34),

[...] o vídeo é um modo de linguagem que além de uma linguagem própria, também é composto por uma série de outros modos de linguagem: ao assisti-lo também percebemos modos como a fala, os gestos, o olhar, as roupas e uma infinidade de outros, o que incluiria elementos formais e abstratos que constituem a imagem.

Nesse sentido Moran (1995, p. 2) explica que

[...] o vídeo explora também, e basicamente, o ver, o visualizar, o ter diante de nós as situações, as pessoas, os cenários, as cores, as relações espaciais (próximo-distante, alto-baixo, direita-esquerda, grande- pequeno, equilíbrio-desequilíbrio) bem como o vídeo parte do concreto, do visível, do imediato, próximo, que toca todos os sentidos. Mexe com o corpo, com a pele, nos toca e nós tocamos os outros, estão ao nosso alcance através de recortes visuais, do close, do som estéreo envolvente. Pelo vídeo sentimos e experienciamos sensorialmente o outro, o mundo nós mesmos.

Além desses aspectos, o vídeo é um “movimento”, um “estado”, uma “forma de pensamento”, uma linguagem que mantém o diálogo com o cinema, mas que não se reduz a ele. E se há algo que o define é a sua pluralidade, a sua diversidade, o movimento, o que faz

com que “o vídeo, assim como a areia, escorra entre os dedos, cada vez que tentamos aprendê-lo em uma forma estável” (DUBOIS, 2004, p. 24).

Além disso, em termos da escola, o audiovisual que, atualmente, de forma cada vez mais prolífera, se torna acessível tecnicamente não só para consumo, mas também para produção e é onipresente no cotidiano do aluno a ponto de já ter-se inserido na vivência escolar. Deste modo segundo Souza (2005), os jovens ao se envolverem na proposta de produção de vídeo e vivenciar que são capazes de criar suas narrativas se veem como protagonistas de suas histórias mesmo com as limitações tecnológicas. Por isso podem aprender muito quando têm a oportunidade de criar um blog, um podcast, um jornal da escola ou um vídeo [...] “Trata-se de uma proposta pedagógica baseada em algo que é produzido socialmente fora da escola: elaboração, construção, edição e socialização de um vídeo”(CRUZ; CARVALHO, 2008, p. 246).

Moran (1995, p. 1) também corrobora com essa ideia de que o vídeo “aproxima a sala de aula do cotidiano, das linguagens de aprendizagem e comunicação da sociedade urbana, mas também introduz novas questões no processo educacional.”.

Desta maneira, em face da necessidade de favorecer uma aprendizagem colaborativa e fomentar a pesquisa

As escolas devem incentivar que se use vídeo como função expressiva dos alunos, complementando o processo ensino-aprendizagem da linguagem audiovisual e como exercício intelectual e de cidadania necessário em sociedades que fazem uso intensivo dos meios de comunicação, a fim de que sejam utilizados crítica e criativamente. A escola que incorporar os meios de comunicação poderá desenvolver educação ativa e criativa também por meio deles. (CARNEIRO, 2002, p. 10).

E nada mais é gratificante quando se compartilha o fruto de um trabalho no qual se mostra o resultado de um processo de pesquisa, discussão, produção para o mundo, seja com os colegas de sala de aula ou com todos aqueles que acessam a internet, é a resposta que a escola deve dar à sociedade (SILVA, 2011, p. 24).

Apenas recentemente, o vídeo passou a dominar o dia a dia das pessoas com o surgimento da Internet. Por meio de seus celulares ou filmadoras as pessoas gravam seus filmes e postam nas redes sociais produzindo vídeos das mais variadas formas de representação unindo imagens, músicas e língua escrita, ou seja, textos multimodais. A multimodalidade traz uma gama de sentidos nos textos que produzem efeitos sobre as pessoas e tais efeitos podem ser estudados para se entender a relação dialética entre texto e contexto, a formação de sentido da relação do verbal e não verbal e observar como ocorre a construção de discursos.

O vídeo é um sistema híbrido que incorpora elementos variados do cinema, rádio e computação gráfica como também textuais, culturais e multimodais, no que chama Marcuschi (2005, p. 33) de uma “interação de imagem, voz, música e linguagem escrita numa integração de recursos semiológicos”. Assim, o vídeo incorpora os recursos multimodais à produção textual, ou seja, utiliza elementos verbais (escrita) e não verbais (imagens) aliados a gestos, sons, tom, voz entre outros, num processo de simbiose. Além desses aspectos, concordamos com Dionísio (2005, p. 178) quando ela considera que

[...] o texto multimodal como um processo de construção textual é ancorado na mobilização de distintos modos de representação. Isso remete não apenas aos textos escritos, mas também aos orais. Diante dessa acepção, a multimodalidade discursiva abarca não só a linguagem verbal escrita, como também outros registros, tais como a linguagem oral e gestual.

Dessa forma, entendemos que os textos multimodais se constituem em uma “nova forma de produção de texto” (PAIVA, 2010, p. 184). O ensino deve preparar o aluno para esta hibridização dos textos, sendo assim, esse aluno precisa compreender a multimodalidade dos textos, tanto impressos quanto digitais (anúncios publicitários, panfletos, vídeos, entre outros), ou seja, “textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades práticas de compreensão e produção de cada uma delas [...]” (ROJO; MOURA, 2012, p. 19).

De modo geral, além de o aluno ler e escrever em diferentes situações é preciso capacitá-lo a ler as imagens para que interprete o discurso publicitário e compreenda o poder e a ideologia contidas nele.

2.2.1 Produção e edição de vídeos

A edição de vídeo é um processo de corte e de colagem de imagens em movimento e seus respectivos sons, captados através de meios digitais ou analógicos. Atualmente, há programas de computadores e aplicativos de celulares de fácil instalação e uso que ajudam o produtor do vídeo a realizar a edição.

As tecnologias de produção e edição de vídeos, até os anos 70, eram utilizadas somente pelas emissoras de TV. A partir dos anos 80 as pessoas comuns tiveram acesso a esses recursos audiovisuais com o uso da câmera Super-8 que se popularizou na época, e nos anos 90 chegaram às escolas aqui no Brasil (VICENTINI; DOMINGUES, 2008). Inicialmente, essa produção era ligada ao contexto social de lazer e entretenimento, e chega à sala de aula, mas ainda não é capaz de modificar o contexto pedagógico (MORAN, 1995).

Com o desenvolvimento tecnológico trazido pela internet, atualmente, os dispositivos móveis, tablets, computadores possuem câmeras, programas, apps de edição de áudio e vídeo compatíveis e de fácil manuseio pelos usuários.

Em termos de educação, (FERRES, 1996) produziu uma sistematização de seis modalidades de uso didático do vídeo em sala de aula que são expostas no quadro 2. São elas:

Quadro 2 –Modalidades de vídeos

Modalidade	Características
Vídeo lição	O professor é substituído pelo programa de vídeo que apresenta a exposição de algum conteúdo.
Vídeo Apoio	O professor daria dinamismo às imagens que ilustram, apoiam e complementam seu discurso. Resolução de exercícios gravados.
Vídeo processo	Uma filmadora é utilizada para que os alunos sejam os criadores de um vídeo, sejam assim protagonistas e criadores de filmes.
Programa Motivador	Um vídeo é utilizado para suscitar um trabalho posterior ao objetivado, assim, um filme pode servir para ilustrar um assunto já abordado e mobilizar os alunos a uma pesquisa após a exibição do mesmo.
Programa Monoconceitual	Trata-se de um filme, geralmente mudo, preto e branco e com duração de 4 a 5 minutos, que desenvolve um determinado conceito, fenômeno ou noção de um fato.
Vídeo Interativo	É um programa de vídeo que tem suas imagens determinadas pelo usuário através da Informática. Nesta tecnologia tanto o emissor quanto o receptor são ativos.

Fonte: Ferrés (1996).

Nesta pesquisa escolhemos a modalidade de videoprocesso, pois entendemos que os alunos são os protagonistas da produção do vídeo, participando de todas as etapas do processo, desde a concepção da ideia até a edição das gravações.

Para que a produção do vídeo ocorra é necessário que seus idealizadores conheçam as características e modos do vídeo: o design, layout, composição, imagem, gráficos, texto, ângulos, enquadramento, som, cenário, figurino e entre outros, para que suas ideias e escolhas possam ser compreendidas de forma apropriada por seu público.

O processo de produção de um vídeo passa por muitas etapas não só do ato de gravação de vídeo, mas de todo o processo de realização audiovisual que em função de seu modo contribui para o diálogo entre toda a equipe. Segundo Rodrigues (2010), este processo envolve seis etapas iniciais organizadas no quadro 3.

Quadro 3 – Etapas da produção de vídeo

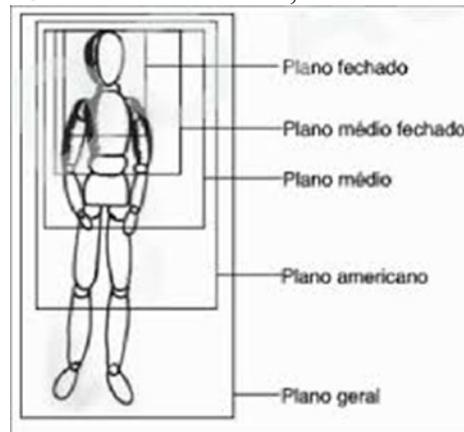
1. Escolha do tema	O primeiro passo é a escolha do tema que vai ser abordado.
2. Roteiro	O segundo passo é iniciado com a elaboração do roteiro que é uma ferramenta utilizada pelo diretor para passar as mensagens e informações. A escrita é direta, não há espaço para dúvidas. Em alguns roteiros, a redundância é aceita para não confundir a equipe técnica; geralmente o roteiro apresenta os diálogos e as ações dos sujeitos da gravação. O roteiro é dividido em quatro partes: história em linhas; argumento; escalada; primeiro tratamento.
3. Pré-Produção	A terceira etapa consiste na pré-produção, que é o momento de organização do que vai ser gravado.
4. Produção	A quarta etapa é a produção. Este é o momento de gravação do vídeo, que acontece no set de filmagem. É o espaço onde toda a equipe se encontra para a realização do trabalho.
5. Edição	Depois acontece a edição do vídeo que é o momento em que a gravação que foi realizada é organizada, colocada em dada ordem para que o público possa entender o filme.
6. Finalização	Por último temos a finalização que é o momento em que os efeitos e o controle de cor (temperatura de cor e luminosidade) são selecionados.

Fonte: Baseado em Silva (2014).

A TV Escola (2014) disponibiliza na internet um material com todas as etapas de produção do vídeo. Nele, podemos visualizar que no início a ideia é o que gravar, com que finalidade, quem é o público alvo (GERALDI, 1997); depois passa pelo roteiro que é a escrita das ideias, da temática, dos personagens e seus diálogos, cenários e etc. A Pré-produção envolve pensar os equipamentos necessários para a gravação em si (câmeras, iluminação, sonorização etc.), a escolha dos espaços de gravação, as técnicas e os planos de gravação; e, por fim, vem a edição, que envolve softwares específicos para tratamento de imagem e som. Observamos que a produção de um vídeo requer etapas importantes de, o que, em termos da escola, exige que os alunos estejam envolvidos e motivados a realizá-las.

O vídeo e o cinema têm muito em comum com a linguagem fotográfica, e dela provém boa parte da sua linguagem de gravação, filmagem e edição. A distância utilizada para filmagem é variável podendo captar os detalhes de uma cena ou não. Os enquadramentos compõem-se de escolhas de planos e ângulos de visão que permitem criar uma sequência contínua no desenvolvimento das narrativas, dando movimento ao vídeo. Para Aumont (1995), é possível estabelecer, pelo menos, cinco tipos de planos de câmera, utilizados pela indústria cinematográfica, representados na figura 3 abaixo.

Figura 3 – Planos em vídeo, cinema e fotografia



Fonte: Lima-Lopes (2012, p. 121).

Esta divisão é baseada no distanciamento entre a câmera e o objeto fotografado. Plano Geral: o objeto ocupa a maior parte da imagem, e o espaço a menor gerando uma ilusão de profundidade para o espectador. O plano de conjunto enquadra na totalidade um cenário, paisagem ou personagens. Sua função é de contextualizar o local onde ocorrerá a cena e de apresentar as personagens participantes da cena. Plano Americano: corta o protagonista aproximadamente pela altura do joelho ou da coxa e os elementos são situados centralmente na tela, sendo caracterizado como um plano de ação e de expressão das personagens. Plano Médio: geralmente usado para evidenciar o corpo e, por isso, é muito utilizado para fotografia de moda. O plano médio fechado (indica seriedade): enquadramento que apanha o corpo desde a cabeça até metade do peito. É utilizado para proporcionar uma sensação de proximidade. O plano de detalhe enquadra e destaca objetos, partes do corpo, detalhes do rosto, com seu foco integralmente direcionado para um detalhe. Plano fechado (indica emoção): este plano de retrato é também conhecido como close-up e apanha o rosto e os ombros do modelo. Neste caso, a pose do corpo não é importante, mas sim a expressão do rosto (RIBEIRO, 2008; AUMONT, 2002).

Biazi e Castelini (2017) mencionam que Vergueiro (2007) classifica três tipos de ângulos: médio, superior e inferior. O ângulo de visão médio é o mais comumente utilizado, em que as ações são colocadas à altura dos olhos do leitor com o objetivo de detalhar a ação e de intensificar a dramaticidade do roteiro. O ângulo de visão superior (plongé ou picado) é o direcionamento de cena de cima para baixo, sendo utilizado para promover suspense ou tensão. O ângulo de visão inferior (contre-plongé ou contra-picado) faz com que o espectador visualize a ação de baixo para cima. Esse recurso serve para dar a impressão de superioridade à figura retratada (VERGUEIRO, 2007 apud BIAZI; CASTELINI, 2017).

Os movimentos de câmera conferem a mudança de enquadramento. Os principais movimentos de câmera são: panorâmica, também chamada de “pan”, é um tipo de enquadramento cuja movimentação acontece sobre seu eixo. Pode ser feita para cima, para baixo, para a direita, para a esquerda, ou obliquamente. Travelling: passeando com a câmera. Do inglês (to) travel, que quer dizer viajar, este movimento de câmera se constitui como um passeio na cena. Zoom: quando a objetiva se “aproxima” do assunto, temos o zoom-in. Quando ela se “afasta”, produz-se o zoom-out. A sensação que este tipo de movimento causa nos espectadores é a de atenção redobrada (destaque) ou distanciamento, uma vez que a câmera pode chegar bem perto ou mais longe dos elementos que compõem a narrativa (TV ESCOLA, 2014, p. 24).

Os vídeos podem ser gravados de uma vez só sem transições e sem tratamento da imagem. Por outro lado, quando há muitas imagens, é necessário cortá-las e ajustá-las para compor a narrativa. Para isso recorre-se a edição de imagens inserindo as transições para que estes cortes fiquem sutilmente imperceptíveis. Os recursos dessas transições: Mix/Crossdissolve/Crossfade, Fade (in/out), Liquid e Wipe estão disponíveis em apps para edição de vídeos no celular de forma simples e fácil utilização pelo produtor do vídeo. Há no mercado muitos apps para edição de vídeos que são de fácil compreensão e utilização, em inglês ou português.

2.3 O GÊNERO VÍDEO

Segundo Salmeron (2014, p. 30) em 1956 nascia o vídeo como uma nova proposta de criação audiovisual. Foi, contudo, na arte da performance produzida por artistas da década de 70 que o vídeo despontou enquanto prática da arte no Brasil. Dentro desta perspectiva em que o espectador seja parte integrante da obra, de forma interativa, grandes artistas da época como Oiticica, Bruce Nauman, Peter Campus, entre outros criadores exploraram a utilização da vídeo arte, vídeo instalação, vídeo performance, vídeo poesia, e outras formas. Nas décadas seguintes, principalmente a partir dos anos 1980, as questões sociais começaram a influenciar as produções artísticas, dando origem a TVs comunitárias e produções independentes tornando-se importante instrumento de contestação social, cultural e crítica à televisão comercial.

O escritor Arlindo Machado (1993), no livro “A Arte do Vídeo”, classifica o vídeo em três importantes fases: Nos anos 1970, no circuito das Artes Plásticas, ocorreu de forma direta sua ligação enquanto manifestação artística, onde a busca dos artistas expandiu

horizontes ao explorarem novos suportes e meios para suas obras; nos anos 1980 o vídeo aumentou seu alcance ao tornar-se uma prática próxima da cena independente, sendo os estudantes universitários seus mais ávidos exploradores; e por fim, nos anos 1990, a terceira fase é integrada pela geração recente de videomakers atuante no Brasil. Como descreve Machado (1993), o que caracteriza essa mudança na geração não necessariamente aponta para uma mudança radical na forma, conteúdo ou outros elementos, mas sedimenta, ao invés, uma postura de síntese de tudo o que se havia feito até então, amadurecendo assim as abordagens e baseando-as no acúmulo de experiência das gerações passadas.

Em seu artigo intitulado “O vídeo e sua linguagem”, Machado (1993) afirma que pode se identificar três tendências gerais, não universais, relativas ao vídeo que se estabelecem, primeiramente, devido às suas condições técnicas (de enquadramento, de definição precária, devido à suas pequenas dimensões), que forçam uma decomposição analítica de seus intuitos, projetando sua amplitude semiótica para além do que se pode mostrar na tela e resultando em uma expressão videográfica menos restrita que o cinema, “mais anárquica e polissêmica” (MACHADO, 1993, p. 15); em segundo lugar no que se caracteriza o processo na criação do vídeo, resume o autor que “a arte do vídeo tende a se configurar mais como processo do que como produto e essa contingência reclama um tratamento semiótico fundamentalmente descontínuo e fragmentário” (MACHADO, 1993, p. 15); e em terceiro identifica-se o aspecto metamórfico da imagem do vídeo, evidente em sua carência de substância por estar contido em meios eletrônicos, ou seja, é proveniente de um fluxo de corrente elétrica que Machado (1993, p. 15) define como “uma síntese temporal de um conjunto de formas em mutação”.

Sobre a dificuldade de situar formalmente os gêneros do vídeo, como acontece nos gêneros cinematográficos, é importante esclarecer que isso não impede suas prolíferas manifestações. De acordo com Duarte (2002: 98):

o texto filmico é produto de configurações significantes construídas, em linguagem cinematográfica, pela articulação de diferentes elementos: imagem em movimento, som musical, ruídos (sonoplastia), sons de fala e escrita. Isso faz do filme o resultado de um conjunto de significações que podem ser interpretadas e compreendidas de diversas maneiras.

Essa espécie de personalidade múltipla da linguagem cinematográfica do vídeo, em que ele passa a ser apoio, suporte ou, ainda, a extensão de outra forma artística que se cria, para a prática em outras artes, como o teatro, a dança, a literatura, a performance, o clipe, a instalação, que passam a ser nomeadas a partir dessa contaminação de vídeo arte, vídeo dança, vídeo teatro, vídeo poesia, vídeo literatura, vídeo performance, vídeo carta, vídeo instalação,

acabam fazendo com que uma linguagem não consiga mais ser dissociada da outra (SALMERON, 2014, p. 32) porque o cinema é um todo dialógico, ao que aponta Bakhtin:

[...] o discurso penetra neste meio dialogicamente perturbado e tenso de discursos de outrem, de julgamentos e de entonações. Ele se entrelaça com eles em interações complexas, fundindo-se com uns, isolando-se de outros, cruzando com terceiros; e tudo isso pode formar substancialmente o discurso, penetrar em todos os seus estratos semânticos, tornar complexa a sua expressão, influenciar todo o seu aspecto estilístico. (BAKHTIN, 1998, p. 86)

2.3.1 O gênero vídeo promocional

Diariamente somos “bombardeados” pelo discurso ideológico publicitário desenvolvido, reproduzido e transformado nas práticas sociais midiáticas que tendem a alcançar seu objetivo: o consumo.

Atualmente, a maneira de consumir dos indivíduos está atrelada a uma experiência de mercado subjetiva chamada de processo de mercadorização das subjetividades, isto é, práticas que visam envolver o consumidor em experiências de entretenimento com a marca. Neste contexto, citamos o Vídeo marketing que “é uma estratégia que consiste em fazer marketing por meio de conteúdos audiovisuais. Ou seja, trata-se de usar vídeos, sejam eles online ou veiculados na TV, para divulgar um produto ou uma marca e, assim, atrair, converter e fidelizar clientes” (PEREIRA, 2019, p. 1).

Para alcançar os resultados esperados, os publicitários lançam mão de práticas promocionais que envolvem a publicização de um produto, marca ou serviço, por meio de diferentes tipos de vídeos com recursos e estratégias diferenciadas, pois cada formato de vídeo apresenta suas próprias características e exige recursos diferentes.

Além disso, para atingir um público que, em certa medida, já criou mecanismos e defesa das inúmeras mensagens incitando ao consumo, os publicitários se valem do princípio da "extramídia" que é “manter a presença das mensagens da publicidade fora dos lugares que lhe são habitualmente atribuídos”, aponta Quessada (2003, p. 75). É um bombardeio de mensagens a promover o consumo. Isso é explicado por Fairclough [(2016) 1992] em sua obra “Discurso e mudança social” em que discorre sobre a tendência contemporânea nas mudanças da ordem do discurso em que a comodificação é o processo em que as instituições sociais que não têm finalidade comercial ou econômica passam a ter seu discurso colonizado por outras ordens associadas à produção de mercadorias, a exemplo do setor educacional que passou a ser visto como uma mercadoria vendida ao consumidor ou clientes.

Para alcançar o objetivo do consumo acima de tudo, observamos um duplo movimento de negociação, pois os veículos de comunicação vendem o espaço comercial, e ao mesmo tempo buscam construir (e enaltecer) sua própria marca. A partir desse movimento é possível compreender as modificações ocorridas em torno da publicidade, especialmente aos novos formatos promocionais utilizados na sociedade.

Atualmente, as marcas adquiriram um valor simbólico capazes de orientar os hábitos dos sujeitos, modificando as formas de anunciar seus produtos adaptando-os a diferentes plataformas comunicativas.

Conforme Casaqui (2011, 2012), a publicidade, além de uma dimensão mais restrita divulgando produtos e marcas, também ganha uma dimensão mais ampla quando adota para si o seu próprio enaltecimento, divulgando seus próprios produtos, o que o autor chama de publicização:

[...] defendemos o conceito de publicização para identificar modos de comunicação que tenham como pano de fundo o caráter comercial, de vinculação de consumidores a marcas, mercadorias, a corporações, sem assumir diretamente a dimensão pragmática do apelo à aquisição de produtos, ou que disseminem essa função em níveis de interlocução e contratos comerciais de outro plano (CASAQUI, 2011, p. 141).

Estas dimensões pertencem aos gêneros promocionais que têm por finalidade divulgar, difundir e propagar produtos, marcas, e ideias, sendo o formato responsável pela distinção entre as diferentes estruturas assumidas.

Rabaiolli e Castro (2012) afirmam que as empresas, o enaltecimento e a divulgação da própria emissora ocorrem em um movimento autopromocional que se caracteriza por um conjunto de ações dentro da programação.

Segundo o site animallestúdio, os vídeos de anúncio publicitário promocionais ganharam outra função para as estratégias de marketing das empresas na era da internet (ANIMALLE, 2019).

Como definição geral, um vídeo de anúncio publicitário promocional tem como objetivo promover os produtos e serviços de uma empresa aos seus respectivos clientes ou possíveis clientes. Contudo, para além disso, os vídeos atualmente têm sua principal finalidade relacionar-se com o cliente de forma mais pessoal, agradável e próxima possível sem deixar claro uma venda.

Seu uso publicitário se intensifica por apresentar um formato versátil, envolvente e de captação rápida pelo cliente. Além disso, o vídeo é de simples compreensão e facilmente

compartilhado e acessado em diversas plataformas, ampliando seu alcance pelo aumento significativo de pessoas que terão acesso a ele.

Existem pontos mais o menos consensuais na criação de vídeos publicitários. Os vídeos devem ser curtos, principalmente para capturar a atenção do cliente e transmitir a mensagem da forma mais rápida possível. O ideal é que os vídeos tenham, no máximo, 60 segundos. Eles devem provocar alguma emoção no espectador. Para prender a atenção, deve-se entender as necessidades do espectador, e provocar emoções em sintonia com essas necessidades, para que o vídeo seja assistido até o fim e a mensagem do vídeo seja transmitida. O vídeo deve estimular uma ação, seja de forma sutil, como “confie em nós”, ou mesmo uma ação por parte do espectador como, por exemplo, acessar o site do produto/serviço ao final do vídeo para se obter mais informações.

Atualmente, há inúmeros vídeos produzidos de acordo com as necessidades do cliente. Lopes (2018) exemplifica alguns tipos de vídeos para produção:

1. Vídeo tutorial, demonstração ou explicativo é realmente um passo a passo, uma espécie de receita em vídeo. Ao assisti-lo, seu espectador precisa saber como fazer o que você se propôs a explicar mesmo que ele não entenda nada do assunto. Podem ser utilizadas algumas técnicas de animação, design, narração ou mesmo um apresentador.

2. Vídeo de depoimento: são vídeos que mostram seu cliente falando sobre sua marca e seu produto e sobre a experiência de trabalhar com sua empresa, como se fosse um tipo de publicidade, testado e aprovado, mostra realidade, gera curiosidade e confiança no público. Utilizar depoimentos de clientes satisfeitos e fiéis ao produto apresentado é provavelmente uma das ferramentas mais eficazes de marketing.

3. Vídeo institucional também chamado de corporativo, empresarial ou marketing apresenta a infraestrutura, produtos, serviços e outros pontos de uma empresa para o mercado em que está inserida. Os vídeos são importantes para marca dando-lhe credibilidade.

4. Vídeo de animação ou storytelling: é um formato de vídeo muito utilizado principalmente quando o objetivo é passar ideias de maneira mais didática e divertida, vender ou até mesmo demonstrar a utilização de algum produto, a ideia é gerar empatia despertando emoções no cliente.

5. Vídeo teaser: é um trailer, o vídeo mostra um pedacinho de outro vídeo para incentivar o público a assistir o vídeo ofertado. Consiste em despertar a curiosidade do espectador, de mostrar um pouquinho de algo para mostrar o resto depois e assim prender a atenção do público. Desperta a curiosidade do público para o conteúdo. Pode ser um vídeo de propaganda de um evento ou que irá acontecer, ou de um curso.

6. Vídeo de treinamento: esses vídeos são extremamente polivalentes e eficazes. Pode ser usado para qualificar, requalificar ou especializar o público conforme o conteúdo de interesse dele.

7. Vídeo de divulgação ou demonstrativo: para divulgar eventos / métodos ou parte deles. Com objetivo de levar conhecimentos sobre o que vai acontecer ou o que já aconteceu no evento.

2.3.2 O anúncio publicitário

As origens conhecidas da publicidade datam do período da Antiguidade Clássica em que foram descobertas tabuletas na cidade de Pompeia que anunciavam combates, casas de banho, escravos, gado, e etc. Nesse período a publicidade também era oral e enfatizava a qualidade dos produtos por meio de gritos e gestos. Esta foi a primeira fase da publicidade que se prolongou até a Idade Média. Inicia-se neste período o uso dos símbolos para identificar mercadorias, estabelecimentos e ruas dando origem a emblemas, marcas e logotipos que temos hoje.

Os meios de comunicação começam a se desenvolver com a invenção da máquina de impressão tipográfica do alemão Gutenberg, na década de 1430, dando origem ao primeiro cartaz impresso que anunciava uma manifestação religiosa: O Grande Perdão de Nossa Senhora em 1482. Assim, surge na Inglaterra, em 1625, o primeiro anúncio publicitário de um livro. Nesta nova etapa da publicidade os primeiros anúncios chamavam a atenção do leitor para ações informativas. Segundo Malanga (1979) em 1841 na Filadélfia e Boston foi criada a primeira agência de publicidade e campanhas publicitárias para roupas masculinas, utilizando para isto anúncios na imprensa, painéis externos gigantes, desfiles em carros decorados e oferta de bandeirolas.

Eloá Muniz (2004) relata que na era industrial, com o aumento da produção em massa e consumo de bens, as estratégias de publicidade se ampliaram, tornaram-se mais persuasivas e agressivas, deixando de ser informativas, impondo um produto e não sugerindo-o, sendo necessária a elaboração de leis para a regulamentação da atividade publicitária.

Atualmente, a publicidade convence o público de que ele precisa daquele objeto de consumo idolatrando-o por meio de atributos que muitas vezes não condizem com a realidade. Conforme Malanga (1979), a publicidade é arte de fazer surgir o desejo, a necessidade da compra. Para isso, utiliza-se de um conjunto de técnicas e ações coletivas para promover o produto, o lucro e a manutenção de clientes. Este mesmo autor classifica a publicidade em

diversos tipos: publicidade de produto, publicidade de serviço, publicidade de varejo, publicidade comparativa, publicidade cooperativa, publicidade industrial e publicidade de promoção.

Malanga (1979) difere publicidade de propaganda. Assim, define a propaganda como um difusor de ideias, sem finalidade comercial existindo para fins políticos, religiosos e ideológicos. A publicidade, por sua vez, segundo o autor, busca informar as qualidades do produto, caráter comercial e persuasivo. Ambas utilizam técnicas semelhantes, mas são diferentes, pois enquanto a publicidade promove e visa o lucro, a propaganda altera a percepção do consumidor pelo produto persuadindo-o à compra.

A propaganda, conforme sua natureza pode ser classificada como: propaganda ideológica, propaganda política, propaganda eleitoral, propaganda governamental, propaganda institucional, propaganda corporativa, propaganda legal, propaganda religiosa, propaganda social (MALANGA, 1979).

Para o Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP) (um dos órgãos regulamentadores da comunicação), publicidade e propaganda são sinônimos. Em uma perspectiva crítica, como a adotada nesta dissertação, também se torna impossível aceitar essa distinção, pelo menos se entendida como tendo fronteiras categoriais estritas. Dizer que a propaganda não tem fins comerciais e que a publicidade não tem fins propagandísticos seria, no mínimo, lançar mão de uma visão de ideologia muito restrita, que ao invés explicar as relações sociais e as assimetrias de poder, as esconde por meio de olhar tecnicista, restrito e estratégico.

A função do discurso publicitário é essencialmente promocional, pois visa capturar a atenção do consumidor, mantê-la, repetir o enunciado o quanto for necessário para criar o desejo por algo.

O poder da publicidade é alcançado por meio de uso de estratégias discursivas que combinam diferentes modos e linguagem como sons, escolha lexical, estruturas que constroem e manipulam o significado a ser interpretado. O discurso é construído para nos persuadir a pensar e a agir de certa forma exercendo assim o controle mental. (CAVALCANTI, 2016, p. 109).

Segundo Woods (2006, p. 12), “A publicidade é altamente dependente do contexto e inextricavelmente relacionada aos valores sociais e condições culturais”. Para a publicidade o conhecimento sobre o público-alvo e potenciais consumidores é primordial, pois o publicitário cria discursos para todos os públicos necessitando pesquisar sempre. A chave das estratégias publicitárias é conhecer o seu público e antever quais discursos fazem parte de sua construção subjetiva mental.

Como dizem Fonseca e Silva (2007, p. 25),

[...] entre as mídias, os anúncios assumem um papel relevante no processo de construção social sobre os modos de pensar da sociedade. Eles mostram imagens visuais e, ao mesmo tempo, resultam de imagens sociais, ou seja, estabelecem ligação entre as representações visuais e as construções sociais. Além disso, sedimentam e legitimam práticas sociais concretas, pois dão a ver um mundo social do qual elas próprias emergem.

Para isso, nos anúncios publicitários, o título e o slogan são de extrema importância por agirem cognitivamente no consumidor. O título apresenta a primeira representação da marca e estrutura o discurso. O slogan controla o seu comportamento reproduzindo-o na memória e é facilmente compartilhado. Assim, quando o consumidor vê a propaganda, fará automaticamente uma relação à marca, buscando na memória aquele discurso e redistribuindo-o.

De acordo com Tomazi e Carmelino (2010, p. 112)

[...] a utilização de slogans não é uma novidade, mas sua retomada ou sua construção a partir de enunciados correntes, quer sejam de ordem ética ou moral, quer sejam os lugares-comuns de uma determinada ideologia partidária, enfim, seu uso está sempre relacionado ao domínio das relações intertextuais e interdiscursivas que fazem com que o interlocutor recorra à memória discursiva.

Além disso, segundo Fairclough (1989) o discurso ideológico publicitário é reforçado porque são construídas relações entre anunciante, publicitário e consumidor, criando uma imagem para o produto anunciado e moldando o consumidor numa posição de submissão diante da sociedade de consumo. Por consequência o estudo do gênero discursivo anúncio publicitário é importante, pois os alunos são influenciados diariamente por eles e que de certa forma condicionam sua identidade social.

Nesse sentido, no contexto escolar Meurer (2002, p. 135) destaca alguns aspectos para a discussão da ACD publicitário em sala de aula por meio de perguntas [...] (1) “como esse texto representa a realidade específica a que está relacionado?” (2) “que tipo de relações sociais esse texto reflete ou provoca?” (3) “quais as identidades e os papéis sociais envolvidos nesse texto?” que podem ajudar na reflexão e análise do gênero anúncio publicitário por meio de uma leitura crítica e emancipadora.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, exponho os procedimentos metodológicos que foram realizados no processo de elaboração dos vídeos para a promoção do jornal escolar. Em um primeiro momento, informo sobre o contexto da pesquisa e os seus participantes. Em seguida, o tipo de pesquisa, sua natureza, finalidade, abordagem, os métodos de geração de dados, as etapas para a elaboração do projeto didático, a experiência empreendida, e por fim, os procedimentos de análise de dados.

3.1 O CONTEXTO DA PESQUISA, A ESCOLA E SEUS PARTICIPANTES⁷

O contexto dessa pesquisa é a Escola de Educação Básica Lauro Müller (EEBLM), fundada em 22 de maio de 1912 e tombada pelos órgãos do patrimônio histórico-cultural do Município de Florianópolis e do Estado de Santa Catarina (SC) nos anos 90. A EEB Lauro Müller, juntamente com a Igreja nossa Senhora do Rosário que fica ao lado da escola, fazem parte dos 10 conjuntos tombados pelo Patrimônio Histórico Cultural Municipal de Florianópolis (SEPHAN, 2012, p. 5) pelo Decreto Municipal nº 270/86 de 30/12/1986 (MAKOWIECKY; CARNEIRO FILHO, 2007, p. 289). Está localizada no centro da cidade de Florianópolis. Foi fechada definitivamente a partir do final de 2019.

Figura 4 – Dependências da escola



Fonte: A autora.

⁷ Por questões éticas, conforme expresso no Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) e no Termo de Assentimentos (TA), os/as alunos/as tiveram seus nomes trocados por outro nome a fim de preservar sua identidade e também assinaram o termo de autorização de uso de imagem e voz (responsável).

Neste ano, que também foi o período de realização da pesquisa, ela atendia em média 350 estudantes do 1º ao 9º ano do ensino fundamental (EF) e 1º e 2º ano do ensino médio (EM), nos turnos matutino e vespertino. Contava com 10 salas de aula, algumas sem ventiladores, secretaria com três computadores com acesso à internet exclusivo e apenas uma impressora para toda a escola; sala de direção e coordenação com acesso à internet; sala para hora atividade separada da sala de professores e sala de atendimento à educação especial; uma quadra de esportes aberta, parquinho, pátio interno e externo; uma cozinha e refeitório para alunos e uma cozinha separada para os professores; laboratório de informática com três computadores funcionando parcialmente, aparelho multimídia e wi-fi para os alunos com uma conexão mínima; um auditório onde realizamos a maioria das aulas e dos debates, pois a infraestrutura era melhor mesmo tendo um aparelho multimídia com funcionamento precário e wi-fi precário; a biblioteca e sala de professores com dois computadores com acesso à internet que foram utilizados quando o acesso de wi-fi dos alunos foi cortado.

No que compete ao aspecto pedagógico, o Projeto Político Pedagógico da EEB Lauro Müller (2018) da escola converge com os pressupostos teóricos deste trabalho, ao ressaltar tópicos relacionados à ideologia, formação crítica e participativa, além do papel da educação pública na transformação social.

A Secretaria Estadual de Educação (SED) oferece cursos de formação continuada para os professores/as no início e no meio do ano letivo, organizados por especialistas da Coordenadoria de Educação (CE), propondo discussões teóricas e práticas de assuntos ligados ao processo de ensino-aprendizagem. A CE foi favorável à realização deste estudo, pois entende que os saberes desenvolvidos durante a pesquisa são construídos em conjunto com os agentes do fazer pedagógico: professoras/es, estudantes e comunidade escolar.

Em relação ao planejamento das aulas, a elaboração se dá no início de cada ano letivo, além de reuniões pedagógicas durante o trimestre. Quanto aos instrumentos avaliativos, os professores/as têm autonomia para defini-los, contanto que a avaliação seja realizada de maneira processual, e que resulte em conceitos trimestrais, sempre mantendo em primeiro plano o processo de apropriação dos conhecimentos pelos alunos/as e proporcionando oportunidades de recuperação paralela durante o percurso em sala de aula. Este projeto de pesquisa foi contemplado em meu planejamento anual.

Devido às instalações antigas, a escola necessitava de restauro e reparos que não são feitos na periodicidade esperada, gerando desgaste da parte física do colégio e causando grandes transtornos. Devido a problemas no telhado, algumas salas apresentavam muitas goteiras, necessitando muitas vezes, a transferência dos alunos/as para outro local. A rede

elétrica e hidráulica estavam muito antigas, impossibilitando a instalação adequada de equipamentos elétricos e eletrônicos e oferecendo riscos aos equipamentos ligados nas tomadas, como TV, computadores, projetores, celulares, wi-fi. Destaco também, a falta de manutenção dos computadores e o corte do sinal do wi-fi da escola na metade deste trabalho, impossibilitando o uso dos computadores e celular na produção e edição dos vídeos nas instalações da escola. Além disso, a comunidade, por meio da direção e Conselho Deliberativo Escolar (CDE), enviou ofícios, inúmeras vezes, pedindo providências ao órgão público responsável. No início de novembro, fomos surpreendidos com a notícia de que a SED havia optado pela “descontinuidade da unidade escolar”, alegando como justificativas problemas de infraestrutura, pouca demanda e muito gasto para manutenção do prédio. Ante a reação de descontentamento da comunidade escolar foi chamada uma reunião pelo CDE para que as partes envolvidas pudessem esclarecer a notícia. Estavam presentes representantes dos professores/as, pais e alunos/as, vereadores/as, assessores/as de deputados/as, o Sindicato dos Trabalhadores em Educação na Rede Pública de Ensino do Estado de SC (SINTE) regional e estadual e a CE. Todos falaram, foram ouvidos e ali foi formada uma comissão de pais, professores/as e alunos/as para organizar um movimento pela reforma sem o fechamento da escola. Muitas reuniões, atos públicos e passeatas foram realizadas por alunos/as, pais e professores/as, sem, contudo, produzir efeito sobre a decisão do governo estadual. No final do ano letivo de 2019, com alunos/as transferidos/as e professores/as realocados/as, a escola centenária cerrou suas portas.

Parte deste trabalho realizou-se neste contexto de perplexidade, tristeza e ao mesmo tempo esperança, garra e luta. Na produção dos vídeos notamos dois momentos: i) vídeos promovendo o jornal (proposta de trabalho inicial no presente projeto) e ii) vídeos documentando as impressões sobre o suposto fechamento da escola (prática que eclodiu em parte dos vídeos produzidos). A pesquisa tomou outro rumo. Não se falava em outra coisa nos corredores da escola, nas salas de aula, e até a mídia dominante⁸ e independente⁹ deram destaque ao acontecimento.

No início do segundo semestre do ano de 2019, a presente proposta de estudo teve início com 22 alunos/as de uma turma de 9º ano, com idade entre 13 e 19 anos, oriundos das comunidades/bairros Saco dos Limões, José Mendes, Capoeiras, Monte Serrat, Ingleses, Agrônômica, Jardim Atlântico, Sertão do Maruim (São José), Barreiros (São José) e centro de

⁸ No dia 24 de outubro de 2019 foi publicada matéria em um dos jornais de maior circulação da cidade de Florianópolis sobre o fechamento da Escola Lauro Muller. (GOMES, 2019).

⁹ No dia 25 de outubro o Portal Desacato também veiculou em seu site uma notícia dando destaque ao fechamento da escola. (DESACATO, 2019).

Florianópolis (conforme dados obtidos via aplicação de questionário socioeconômico e cultural que encontra-se disponível no APÊNDICE A). O estudo finalizou com 16 alunos/as. Muitos foram os motivos de desistência, dentre eles a evasão escolar devido a problemas de estrutura familiar e trabalho e de mudança de domicílio. De modo geral, eles/as tinham baixa frequência. Era difícil marcar um encontro em que estivessem todos/as presentes, o que, por consequência, tornava-se uma limitação da pesquisa. A renda da família, em geral, ia de um a três salários mínimos e a maior parte não trabalhava no contraturno escolar, podendo se dedicar integralmente à escola. Grande parte do grupo escreveu que costuma ler livros, quadrinhos, sites, jornais e revistas. Nos questionários também foram propostas indagações sobre os meios de comunicação que mais usualmente eram acessados. A internet foi o meio mais citado, seguido pela televisão aberta. Jornais e rádio apareceram em menor número. Quanto ao acesso à internet, todos têm celulares e grande parte usam os celulares para navegação, ocorrendo o acesso, na maioria deles, pelo wi-fi da escola e alguns por dados móveis restritos às redes sociais. Quatro alunos afirmaram possuir computadores com acesso a internet em casa e um aluno informou não possuir acesso algum, apenas no computador da escola.

Como professora da turma, licenci-me em Letras Português pela Universidade São Judas Tadeu (1984) em São Paulo (SP). Sou especialista em Mídias na Educação pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) em 2012. Atuei como professora desde 1987 em escolas do Estado de São Paulo, Rio Grande do Sul, e Santa Catarina, em Florianópolis, desde o ano de 2013. Tenho experiência com Educação de Jovens e Adultos – EJA, e nos ensinos fundamental e médio regulares. Trabalho como professora efetiva de Português na rede Estadual de Florianópolis desde 2014. Na escola que se configura como campo de estudo, iniciei minhas funções em fevereiro de 2016, desempenhando atividades com alunos/as de 6º ao 9º ano do EF e 1º ao 3º ano (neste ano ainda havia a turma do 3º ano) do EM na disciplina de Língua Portuguesa e Literatura (LPL).

É importante ressaltar o trabalho cooperativo com a Gabriela Rempel, que realizou sua pesquisa de doutorado com a mesma turma sob supervisão do mesmo orientador na UFSC (o professor Adair Bonini).

Ela iniciou seus estudos sobre o Jornal Escolar – JE no segundo semestre de 2018, produzindo a primeira edição do JE Folha Lauro Müller, e no primeiro semestre de 2019, a segunda edição do JE. No segundo semestre de 2019, dei continuidade com minha pesquisa que tinha como meta inicial a produção de vídeos pelos alunos, com vistas, em termos da

atuação social dos estudantes, a promover o JE Folha Lauro Muller e, em termos pedagógicos, a desenvolver o gênero midiático e multimodal.

A tese de Rempel (2020) em sua pesquisa buscou investigar e analisar as práticas de produção textual com a mesma turma de alunos da minha pesquisa, 9º ano do EF, como parte das práticas de produção de um JE em proximidade com o jornalismo independente.

Os alunos/as e eu conhecemos os jornais independentes e percebemos as diferenças e semelhanças entre eles e um jornal dominante, analisando suas sessões e o modo como as notícias são veiculadas. Observamos a construção linguística do lead, manchete, notícia e reportagem. Elaboramos e produzimos o nome e o logo do jornal. Todos/as fomos convidados/as a produzir o Jornal Escolar Folha L M e para isso organizamo-nos em grupos, escolhemos as sessões de acordo com os temas levantados e promovemos muitos debates em torno de assuntos escolhidos pelos próprios alunos. No dizer de Bonini (2017, p. 167),

[...] no quadro de uma abordagem crítica, para que o debate se produza, é necessário que haja exploração de pontos de vistas diferentes, o que pode ser proposto por cada um dos participantes. Trata-se de desafiar a visões estabilizadas da realidade, e o modo como elas, muitas vezes, produzem relações sociais desiguais.

Muitos assuntos surgiram, tais como machismo, violência contra mulher, maus tratos com os animais, e violência nos games. Por meio da leitura de vários gêneros, e de assistir vídeos de acordo com as temáticas abordadas, os alunos/as e professora, inicialmente tímidos, fomos nos sentindo mais à vontade para a leitura e exposição de nossas opiniões. Ressalto que esse momento foi muito rico em termos de posicionamentos pessoais, relatos reais de problemas ali levantados e o respeito ao falar e ao ouvir. Depois de um mês de debates, iniciamos a escrita dos textos (artigo de opinião, carta aberta, entre outros) para o jornal. Com nossa mediação, cada grupo escreveu e reescreveu várias vezes seus textos até a versão final. A sala de informática possuía poucos computadores funcionando e não havia programas de diagramação instalados para o prosseguimento da atividade; assim, alguns digitaram seus textos em casa e mandaram via e-mail, outros escreveram em folha de caderno e, posteriormente, Rempel (2020) digitou e diagramou o jornal. Desse modo, o jornal foi implementado, desde o início, como um projeto coletivo, onde todos tiveram direito a propor alternativas, defender posições e votar. O entusiasmo foi muito grande quando receberam em mãos uma cópia do JE FLM como observamos na figura 5.

Figura 5 – Alunos/as folheando e comentando a 2ª edição do Jornal Escolar



Fonte: A autora.

Foi importante participar de todo o processo de implementação do Jornal Escolar numa perspectiva crítica para compreensão dos conceitos da ACD e ACG. Também a participação dos alunos/as na produção de vídeos nesta pesquisa não se dissocia desse primeiro momento com a pesquisa de Rempel (2020).

No decorrer desse trabalho, tanto da fase de elaboração do jornal escolar quanto da produção dos vídeos para a promoção do JE FLM, houve a parceria com o Portal Desacato¹⁰, de jornalismo independente, que nesta pesquisa nos ofereceu oficinas de produção e edição de vídeos e suas dependências para a finalização dos vídeos. Houve também parceria com a Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL¹¹, a qual tinha instalações no centro da cidade, perto da escola, que disponibilizou sua sala de informática para uma aula de edição de vídeos.

3.2 O TIPO DE PESQUISA

Ao longo de minha caminhada inicial acadêmica deparei-me com muitas questões relativas a entrada no campo de pesquisa. Vários são os instrumentos utilizados no registro de dados que muitas vezes nos deixam dúvidas em sua escolha. Conforme o tipo de dados gerados em uma pesquisa, ela pode ser considerada qualitativa ou quantitativa. Assim, os métodos quantitativos se centralizam em gerar dados quantificáveis, testando hipóteses

¹⁰ A parceria foi desenvolvida na figura dos jornalistas Mayara Santos e James Ratiere ambos alunos de jornalismo da UFSC (2019). A página para acesso ao Portal Desacato está disponível em: <http://desacato.info/quem-somos/>.

¹¹ Universidade do Sul de Santa Catarina - Parceria com a EEBLM no Projeto Jovem Empreendedor.

objetivamente. A pesquisa qualitativa, segundo Flick (2009), “usa o texto como material empírico (ao invés de números), parte da noção da construção social das realidades em estudo, está interessada nas perspectivas dos participantes, em suas práticas do dia a dia e em seu conhecimento cotidiano em relação ao estudo.” (FLICK, 2009, p.16).

Dessa forma, esta pesquisa se configurou como qualitativa, pois evidenciou dados textuais na busca de tentar entender como a prática dos alunos de produzir vídeos promocionais para um blog poderia funcionar como forma de construção de seus conhecimentos e intervenção em sua realidade por meio da produção e edição de textos multimodais na internet nas esferas da publicidade e do jornalismo. Para gerar dados e reflexões sobre um problema assim contextualizado necessitei de uma metodologia que viabilizasse a produção de interpretações e que predispuesse uma sensibilidade para captar os sentidos construídos pelos/as estudantes bem como para perceber as formas de organização e função das ações pedagógicas. Optei, portanto, pela pesquisa qualitativa que se preocupa com o dado subjetivo como experiências, representações, opiniões enfrentadas, etc. (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2012), ou seja, uma base metodológica que viabilizou informações descritivas que nos ofereceu um significado para as ações dos participantes (OECHSLER, 2018).

No quadro das perspectivas qualitativas, optei pela Pesquisa Participante (PP) (DEMO, 2008, p. 93), posto que essa metodologia enfoca a participação de todos os integrantes como sujeitos da pesquisa, isto é, combina integração social, trabalho educacional e ação destacando a importância do conhecimento no sentido de saber fazer e construir uma autonomia histórica. Isso implica um processo de autonomia dos sujeitos, concedendo-lhes voz e possibilidade de escolha sobre seu percurso educativo, o que converge com os pressupostos teóricos que adoto neste trabalho. Assim, esta proposta de estudo delinea-se em uma pesquisa participante, com base em Demo (2008) em que

a tônica básica [...], do ponto de vista metodológico, é a união entre conhecimento e ação, em primeiro plano, e, mais a fundo, entre conhecimento e ação coletivamente organizada. [...] É patente a filiação educativa, a ideia de superação dos procedimentos tradicionais de conhecimento, a opção crítica e política, a união entre teoria e prática, o envolvimento comunitário. (DEMO, 2008, p. 101).

Segundo Lima (2014, p. 64) a PP caracteriza-se pela “concomitância investigação e ação; a participação conjunta do pesquisador e pesquisados; uma proposta político-pedagógica em favor dos oprimidos; e o objetivo de mudança e transformação social”. A PP vem ao encontro do princípio de liberdade da educação freiriana, que privilegia a

conscientização dos sujeitos, ou seja, conhecer a realidade, aprender a criticá-la e atuar sobre ela.

Nesse sentido, nesta pesquisa, procurei motivar os/as alunos/as a colaborar com o desenvolvimento de um projeto didático envolvendo a utilização de vídeos em sala de aula na modalidade de vídeo processo de Ferrés (1996 apud OECHSLER; FONTES; BORBA, 2017), em que os alunos/as são os protagonistas da produção do vídeo, participando de todas as etapas do processo, desde a concepção da ideia até a edição das gravações. Isto ofereceu oportunidades de discussão, tomada de decisões, aquisição e apropriação de conhecimentos e atuação em termos de mudanças sociais (DEMO, 2008). O projeto didático que trabalhou com o gênero vídeo, anúncio publicitário e roteiro proporcionou novas estratégias de aprendizagem, outros modos de aprender de forma criativa, o que contribuiu para oportunizar um cenário de práticas e envolvimento dos/as estudantes no processo ensino aprendizagem de modo a “[...] mobilizar a transitividade crítica durante o projeto do jornal escolar” e a produção dos vídeos (BONINI, 2016, p. 14). A PP tem sido vista como meio pelo qual o professor pode produzir conhecimento sobre as situações vividas em sua prática docente, pois educar pela pesquisa, segundo (DEMO, 1998, p. 2), “[...] tem como condição essencial primeira que o profissional da educação seja um pesquisador, ou seja, maneje a pesquisa como princípio científico e educativo e a tenha como atitude cotidiana”, centrada, aqui, na presente pesquisa, em uma perspectiva da análise crítica de gênero.

Realizada essa contextualização acerca da escola, dos/as alunos/as participantes deste estudo e do tipo de pesquisa, na próxima seção detalho como os dados de pesquisa foram construídos durante o desenvolvimento do projeto didático.

3.3 A GERAÇÃO DE DADOS

Escolhemos o projeto didático como método de trabalho com a linguagem na escola e como forma de geração de dados que consistiu em uma atividade proposta e realizada consensualmente por alunos do 9º ano matutino da EEB Lauro Müller e professora e que, ao final, levou à realização de sete peças audiovisuais que foram exibidas no youtube, blog e na escola (ZEN, 2002; BONINI, 2011).

Ao longo dos meses de agosto a dezembro de 2019, durante as minhas aulas de LP, organizei dezessete encontros onde elaborei diversas atividades em etapas. Estas propostas no interior do projeto didático fizeram parte do planejamento do 2º semestre como forma de avaliação da aprendizagem escolar da turma, bem como dos vídeos produzidos. Entretanto,

algumas atividades planejadas não foram possíveis pela infrequência dos alunos, problemas de infraestrutura da escola e de haver feriados no período. Além disso, também foram contemplados outros materiais de geração de dados para organizar as informações e registrar os acontecimentos como: a) os planos de aula em que descrevi as atividades propostas, com os objetivos, os conteúdos abordados e as metodologias previstas; b) as entrevistas¹² (APÊNDICE A) que foram realizadas em grupo e que segundo Poupart (2008, p. 217) “fornecem as informações dos atores para entender as suas próprias condutas e ações”; e c) os diários de campo, os quais compreendem “[...] impressões, relatos e observações anotadas num caderno ou dispositivo digital com um processador de texto sobre eventos ocasionais ou de descontração” (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 150). Durante as aulas eu não costumava fazer anotações, pois a metodologia da PP requer uma participação mais ativa da pesquisadora e, por não ter um equipamento adequado de gravação para obter os dados, optei pelo registro do áudio das interações realizadas, totalizando vinte e quatro arquivos de áudio com aproximadamente quarenta minutos cada um. Transcrevi apenas algumas passagens dos áudios das assembleias, debates, entrevistas, saídas de campo e oficinas que achei relevante para compor os relatos do projeto, bem como algumas interações na plataforma de mensagens WhatsApp. Considerei como dados também as imagens desses vídeos.

Como a quantidade de áudios foi muito extensa, foi necessário um planejamento para seleção e utilização desse material neste trabalho. Em sua tese Oechsler (2018) explica os passos para análise inicial dos áudios e vídeos inspirada na pesquisa que Scucuglia (2012). Assim, ele propõe cinco passos para análise de vídeos, como mostra o quadro 4.

Quadro 4 – Passos para análise de áudio e vídeo

1. Visualização e descrição	2. Codificação	3. Eventos críticos	4. Transcrição	5. História e composição da narrativa
Assistir aos vídeos, ouvir os áudios e descrevê-los.	Identificar padrões e eventos críticos que serão analisados à luz do referencial teórico.	Refere-se às passagens que interessam ao pesquisador.	Destaca elementos da linguagem e atividade verbal dos alunos. Analisa profundamente como a comunicação ocorreu.	O pesquisador utiliza-se do item 3, 4 e observações, entrevistas, diário de campo para interpretar os dados.

Fonte: Baseado em Oechsler (2018, p. 114-115).

¹² As interações com a turma por meio de práticas sociais em assembleias, debates, entrevistas, rodas de conversa, oficinas e saídas de campo bem como imagens como fotos e vídeos foram gravadas. Para isso os alunos e seus responsáveis assinaram uma autorização permitindo o uso dos dados da entrevista na pesquisa e os responsáveis pelos alunos autorizaram o uso das imagens, das falas e dos vídeos produzidos pelos alunos para descrição e análise nesta dissertação (ANEXO C).

A fim de ilustrar como ocorreu o processo de desenvolvimento do projeto didático via PP, os períodos com atividades e ações de elaboração de cada etapa são aqui apresentadas (Quadro 5). Parte dessas ações e atividades têm inspiração nas pesquisas prévias acerca do jornal escolar de Couto (2016), Bonini (2017), Bergamo (2018) e Rempel (2020).

Quadro 5 – Etapas para produção, edição e circulação dos vídeos

Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Organização do projeto	O planejamento dos vídeos	A produção dos vídeos	A circulação dos vídeos

Fonte: Elaboração da autora.

Nesta primeira fase, iniciei com uma assembleia, que usou duas aulas, para relembrar o processo anterior de criação do JE FLM; relatei o meu projeto de pesquisa, os objetivos e a organização das etapas, bem como a leitura compartilhada dos termos de consentimento e assentimento, e autorização de divulgação de vídeo, áudio, fotografia e saída de campo (documentos necessários para pesquisas, e que constam nos anexos A e B deste trabalho). Em outro momento, assisti com a turma um conjunto de vídeos que permitiu reflexões sobre: a importância dos vídeos no dia a dia das pessoas e como eles pode influenciar nossas escolhas; a influência dos anúncios publicitários impressos e digitais de bebidas na vida do jovem; a análise crítica do discurso de uma propaganda de bebida e o estudo do gênero anúncio publicitário e seus elementos com ênfase a multimodalidade. Conhecemos, por meio de um conjunto de vídeos promocionais trazidos por mim e também pesquisados por eles, tipos como os institucionais, os de animação, os tutoriais, os demonstrativos e os de depoimentos; e outros tipos de vídeos, como os de captura de tela, vídeo aula, *stop motion*, que têm potencial para produções na escola. Discutimos nos grupos a temática que cada vídeo pode oferecer. Estudamos no livro didático por meio de suas atividades o gênero anúncio publicitário.

Na segunda etapa, pesquisamos na internet o que é roteiro, para que ele serve e seus tipos. Discutimos em grupo os elementos que os compõem e fizemos uma apresentação oral e em grupo sobre eles. Eu levei alguns exemplos, lemos o manual de edição de vídeos da TV ESCOLA e iniciamos a atividade escrita. Apesar de toda pesquisa e discussão, muitos tiveram dúvidas quanto à sua forma, escrita, temática e ficamos vários dias na elaboração dos textos. Uma segunda assembleia foi realizada, por conta das dúvidas ocorridas anteriormente, procuramos averiguar o que se passava com a turma por apresentarem muitas dúvidas na

escritura dos roteiros. Após reunião de assembleia em que os alunos sinalizaram suas dúvidas como a temática dos vídeos, retomamos alguns estudos anteriores para o entendimento desse processo.

A próxima fase, a terceira etapa, as ações implementadas foram decisivas para impulsionar os alunos para a reescrita dos roteiros e a produção de seus filmes. Os jornalistas do Portal Desacato vieram à escola proporcionar uma roda de conversa sobre a produção de vídeos por meio do celular, uma oficina de filmagens e uma saída de campo para buscar imagens para os vídeos. Além disso, soubemos da notícia do fechamento da escola e motivados por este fato, todos se empenharam na reescrita dos roteiros, entrevistas, fotografias e imagens, e etc. e, ao mesmo tempo, engajados em atos públicos de manifestação contra o fechamento da escola. Neste momento, chegamos à fase de edição dos vídeos. Alguns alunos já sabiam o que e como queriam fazer, mas não tinham acesso à internet. Outros ainda não sabiam nada sobre como editar seus filmes. Conseguimos o espaço do laboratório de informática da UNISUL, as dependências do Portal Desacato e a sala dos professores da escola para revezamento dos grupos para a edição dos vídeos. Em todos esses lugares os repórteres estavam nos auxiliando (fora do turno escolar) com os apps de edição de vídeos, no celular, mais fáceis e compatíveis. Nesse ínterim, não tínhamos mais o sinal de wi-fi dos alunos.

Fazer circular os vídeos foi um trabalho difícil da quarta etapa desta atividade. Os alunos, talvez já cansados e desmotivados pelo rumor do fechamento da escola, não sentiram necessidade de postá-los, curtir ou compartilhar. Foram expostos apenas no blog do jornal escolar Folha Lauro Müller, no canal do youtube e na escola. Esta etapa, reuniu todos os alunos e suas produções filmicas em uma assembleia final para ver, ouvir, refletir e avaliar os resultados das atividades desenvolvidas neste trabalho. Foi um momento em que todos puderam falar, relatar suas opiniões e avaliar seu envolvimento no processo.

Para facilitar a visualização e análise das ações dos atores sociais dos vídeos envolvidos foi necessário o recorte das cenas em frames realizado com o auxílio do Windows media player como visualizador das imagens, captura de tela do computador e o *paintbrush* para o recorte produzindo quadros para análises.

Dessa forma, elaboramos um quadro dos modos utilizados pelos alunos em seus filmes para refletir sobre os significados e suas escolhas, como mostra o quadro 6.

Quadro 6 – Exemplo modos dos vídeos

Modos dos vídeos											
Vídeo	Música	Fala narração	Imagem estática	Imagem em movimento	Efeitos de transição e imagem	Efeito nas imagens	Escrita	Gestos	Expressão facial	Figurino	Cenário design

Fonte: A autora.

Para esta dissertação, analisamos todas as sete peças fílmicas, tecendo um comentário sobre elas de acordo com a fundamentação teórica escolhida.

Para recortes mais detalhados, escolhemos os filmes 1, 6 e 7 para análises comparativas seguindo o esquema do quadro 7.

Quadro 7 – Recortes das cenas dos vídeos

Frame/ tempo	Imagem visual	Ação dos personagens	Narrativa	Som
Nº 00'00'' Número e tempo destinado a cada frame	Descrição da cena	Como os atores estão representados e o que fazem em cada cena	O que é falado pelo narrador	Descrição do som: fônico; trilha sonora; analógico;

Fonte: A autora.

Para analisar os vídeos foram utilizadas as categorias dos estudos discursivos críticos da ACD Fairclough (2003) com enquadre em ACG Bonini (2013, 2014, 2017), e Freire (1967).

Para a análise da GDV, foram aplicados os processos representacionais, interacionais e composicionais como apresentados no quadro 8.

Quadro 8 – Suporte teórico e respectivas categorias de análise

Suporte Teórico-metodológico - GDV	Categorias de Análise
Significado representacional	Processos Narrativos
Significado interacional	Olhar, distância e ponto de vista
Significado composicional	Valor da informação/saliência

Fonte: A autora

A divisão da turma para as produções ocorreu como descrito no quadro 9.

Quadro 9 – Divisão dos grupos

Grupo 1	Grupo 2	Grupo3	Grupo 4	Grupo 5
4 alunos	2 alunas e 1 aluno	2 alunos e 1 aluna	1 aluno e 1 aluna	4 alunas
Vídeo 1	Vídeo 2 e Vídeo 4	Vídeo 3	Vídeo 5	Vídeo 6 e Vídeo 7

Fonte: A autora.

Tendo explicado o processo de geração dos dados da pesquisa, na próxima seção relato como são encaminhadas as análises.

3.4 OS PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES

Os procedimentos de análise do material gerado seguem os seguintes passos:

- 1) Primeiramente, analiso as práticas sociais e aprendizagem de LP na produção de vídeos na escola, na construção dos significados no projeto didático.
- 2) Em seguida, analiso os aspectos multimodais nos vídeos produzidos, o modo de escolha; a GDV a construção dos significados ideacionais, interacionais e textuais no plano visual Kress e Van Leeuwen (1996, 2006); a prática social e o gênero aplicando o instrumental proposto por Bonini (2010, 2011, 2012, 2013, 2014) e a transitividade na perspectiva de Freire (1967).

As análises dos dados da presente pesquisa estão divididas em dois capítulos, sendo que cada um focaliza um dos objetivos específicos.

No capítulo 4, discorro sobre cada etapa do projeto didático de modo a interpretar o processo de construção do conhecimento dos estudantes por meio de suas práticas sociais e práticas de ensino e aprendizagem de Língua Portuguesa.

No capítulo 5, exploro as características multimodais das produções filmicas. E para a análise dos modos escolhidos pelos alunos me baseei em categorias da linguagem cinematográfica (AUMONT, 2002; MARTIN, 2005; METZ, 1980; MACHADO, 1988) e nas categorias da GDV (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996[2006]) que foram idealizadas para o quadro visual estático, mas que podem ser usadas para a análise da imagem em movimento. Utilizo também a ACG Bonini (2013, 2014, 2017), principalmente em termos de sua recontextualização da transitividade Freiriana (1967) no interior da análise dos gêneros e da construção de conhecimentos críticos dos alunos.

4 PRÁTICAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM NA PRODUÇÃO DE VÍDEOS NA ESCOLA

Este capítulo tem por objetivo descrever o processo e refletir sobre cada etapa do projeto didático desenvolvido em sala de aula.

4.1 ETAPA 1 – ORGANIZAÇÃO DO PROJETO

Iniciei com uma Assembleia. Esta é uma prática social em que os/as alunos/as e professora podem falar sobre temas do coletivo e que servem para melhorar a convivência e o trabalho escolar.

[...] o foco da mobilização inicial para as assembleias deve ser de levar o grupo a refletir sobre a importância de se criar espaços dialógicos, que melhorem a convivência, dentro da escola e das salas de aula, ao mesmo tempo que contribuam para a formação de valores sociais e pessoais mais democráticos e de uma melhor habilidade para lidar com os sentimentos e as emoções próprias e dos demais (ARAUJO, 2006, p. 49).

Os/as alunos/as já estavam acostumados com as assembleias, pois no trabalho de (REMPEL, 2020) as nossas ações foram divididas nestas reuniões em que um grupo de pessoas decide sobre algo coletivamente. Relembrei com os alunos sobre as etapas de construção do JE FLM organizadas no 1º semestre de 2019. relatei minha proposta de pesquisa e seus objetivos com as práticas sociais de ensino em LP com a ideia da divulgação do JE FLM por meio do vídeo, ou seja, divulgá-lo para a escola e na internet na forma de um anúncio publicitário.

Além disso, li com eles os termos de consentimento e assentimento e autorização para divulgação de áudio e imagem (documentos necessários para pesquisas em geral e que constam nos anexos A, B e C desta dissertação). Decidimos fazer um grupo de WhatsApp, um blog, um e-mail, um canal do YouTube e Instagram (os links constam no Apêndice C deste trabalho). Alguns alunos se dispuseram a criar estes canais de comunicação. Acertamos também que as avaliações seriam a exposição oral de conteúdos estudados, escritas de textos nos gêneros estudados, as produções fílmicas em grupo e posts no WhatsApp e no blog. Assim, encerramos o momento com a turma animada. Em todos os encontros realizamos reuniões com a turma, além das assembleias, a fim de discutir as propostas e ações para conduzir uma experiência de forma dialógica e libertadora para mim e para os/as alunos/as. Nesse sentido, concordo com Freire quando diz que a roda de conversa é uma forma de

educação e “é sempre política” e, portanto, uma ferramenta para o exercício da cidadania (FREIRE, 1970).

No dia seguinte, retomei a discussão anterior refletindo sobre a importância da comunicação, a tecnologia digital e a escola. Eles concordaram que o acesso à internet por meio de celulares, smartphones, tablets, dentre outros, tornaram-se o elo de comunicação mais presente entre os/as estudantes e também, dentro da escola. É fato que o celular e a internet fazem parte da vida das pessoas cotidianamente. Acredito que esses aparatos podem ser úteis no ensino aprendizagem, pois podem criar novas possibilidades, capacidades de pesquisa e criação, sendo também uma opção significativa para o professor diante da falta de tecnologia dentro das escolas, pois

[...] sempre foi muito comum a falta de recursos tecnológicos nas escolas, principalmente nas escolas públicas. Com o telefone celular passamos a ter muito desses recursos disponíveis não apenas pela escola, mas também pelos alunos! Isso deveria ser comemorado, mesmo que não concordemos que os alunos prefiram ganhar celulares dos seus pais do que enciclopédias, pois com os celulares eles também ganham diversas possibilidades de aprendizagem que antes não tinham porque a própria escola não dispunha desses recursos. (ANTONIO, 2010, p.1).

Todos disseram acessar a internet. A maioria com o celular por meio de wi-fi em casa, na escola e em lugares onde é compartilhado gratuitamente. Outros com dados móveis, e com planos de operadora restritos. Poucos acessam por computador. A maioria usa o celular para jogar, acessar a rede social do WhatsApp e assistir vídeos. Diante disso, decidi com eles que iríamos utilizar o celular para produzir, editar e postar os vídeos resultantes deste trabalho, pois todos o possuíam.

Em continuidade, todos concordaram que assistir aos vídeos é mais interessante do que ler, como disse o João¹³: *“As imagens são dinâmicas e convidativas!”*

É cada vez maior esse modo de acessar conteúdo. Isso se comprova com a pesquisa realizada pela Vídeo Viewers que confirma o Youtube como o meio mais acessado pelos brasileiros para ver assuntos em vídeo (MARINHO, 2018), confirmada por Karin: *“Professora, eu aprendo matemática só vendo os vídeos do youtube”*, e por Marcelo: *“Eu assisto vários vídeos sobre o mesmo assunto, paro, volto a cena, procuro alguém com um jeito de falar mais fácil!”* Além de ser mais divertido e convidativo, os vídeos têm a vantagem de poder ser retrocedidos, para facilitar a compreensão. Às vezes, o vídeo é o mesmo conteúdo que o professor ensina em sala de aula e expresso da mesma forma, mas só o

¹³ Por questões éticas, conforme expresso no Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) e no Termo de Assentimentos (TA), todos os comentários feitos por alunos serão nomeados por pseudônimos como João, Maria sem se colocar o nome verdadeiro de cada um deles.

fato de estar em modo de vídeo e numa linguagem diferente já atrai a atenção do aluno (OECHSLER, 2018). Não podemos esquecer também que o vídeo não tem a mesma função da escola, que um tutorial do Youtube não deveria ser comparável nem confundido com uma aula. Essa sedução pela diversão hedonista do vídeo também é um desafio no trabalho com letramento midiático.

Na sequência comentamos sobre o poder influenciador das propagandas por meio da linguagem, das cores e imagens, ao que a Tânia exclamou: “*os jogos de videogame e esses vídeos de massacre, isso influencia*”. Os vídeos podem seduzir o ouvinte de tal forma que se torna quase impossível não ser influenciado, ou seja, “A força da linguagem audiovisual está em que consegue dizer muito mais do que captamos” (MORAN, 2009, p. 34).

Nesse sentido, acredito que o audiovisual pode ser um potencializador das escolhas e modo de pensar dos estudantes como forma de intervenção em sua realidade, mas também pode ser um instrumento que favorece o senso-comum e análises superficiais da realidade. Temos que pensar que a maior parte dos vídeos disponíveis na internet estão marcados por uma cultura de entretenimento sem maiores reflexões, e que vídeos de fake news, como o da mamadeira erótica, foram tomados como verdades por milhões de brasileiros.

Dando continuidade ao projeto, iniciei este momento mostrando a eles uma série de vídeos que tinham como objetivo refletir sobre a influência que as propagandas¹⁴ exercem nas pessoas e o impacto do consumismo no mundo, ou seja, o poder da mídia na mente humana por meio dos anúncios publicitários em que estas questões foram observadas na sinopse do documentário “Criança, a alma do negócio” que analisa os efeitos que a mídia de massa e a publicidade têm em relação às crianças e também depoimentos de psicólogos e publicitários.

Além disso, para analisar o poder de persuasão dos anúncios publicitários e observar os elementos que contribuem para isso, apresentei-lhes algumas propagandas de bebidas desde o início do século 20 até nossos dias, como podemos observar na figura 6.

¹⁴ Os vídeos escolhidos para este projeto didático podem ser vistos no canal do YouTube do JE FLM. O endereço da playlist está no APÊNDICE C que contém um código de QR code para a mesma.

Figura 6 – O anúncio publicitário de bebidas

O ANÚNCIO PUBLICITÁRIO



Revista Arara 1905

Don't worry darling, you didn't burn the beer!
"Não se preocupe, querida, você não queimou a cerveja" 1955

O ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

A narrativa do anúncio publicitário constrói práticas sociais e culturais com formas linguísticas cotidianizadas e com um discurso do senso comum (naturalização). É, sem nenhuma dúvida, uma forma de dominação simbólica a serviço da ideologia do consumo.



"Virar" no trabalho, só mesmo com Malzbier
1967



2006



2009



2013



1984



1999



2010

Fairclough (1989) A publicidade tem realçado potencial ideológico, e capacidade para formar mercados de consumidores, porque trabalha ideologicamente de três principais maneiras. Primeiro construindo relações entre anunciante, publicitário e consumidor; segundo, construindo uma "imagem" para o produto anunciado e, terceiro, construindo o consumidor, reservando-lhe a posição submissa de membro de uma sociedade de consumo.






2010

O discurso está presente na publicidade como retórica argumentativa persuasiva e manipuladora sob as formas textual e linguística, produzido, distribuído e consumido através de um contexto, sendo constituído por fatos socioculturais, e cuja produção de sentido se faz através de um senso comum compartilhado, ou seja, cognoscível entre as partes.

Fonte: A autora (apresentação de conteúdo com slides).

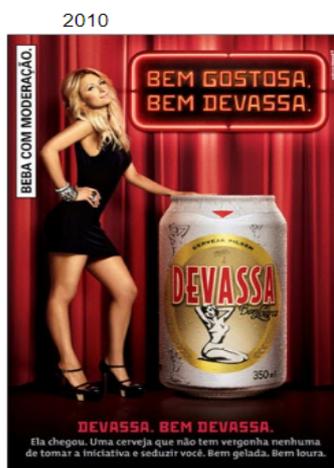
Comentei que as propagandas são recursos muito antigos para a venda de produtos. Apresentei-lhes cartazes da década de 1920, 1940, 1950, 1960, 1970, e vídeos dos anos 1980, 1990 com vistas a mostrar como certos elementos da persuasão na venda de cerveja, como o apelo à imagem da mulher, já se fazem presentes há muitas décadas. A Karin se posicionou dizendo: *“As pessoas não têm consciência! A mulher é um objeto”*, Maria continuou: *“É horrível, só passam mulher bonita de acordo com um padrão”*, e Tania finalizou: *“Elas mostram só aquilo que é legal, bonito.”*

Expliquei que por meio dos anúncios vendem-se ideias, sentimentos, prazer, necessidades e associadas ao produto em si. As propagandas podem influenciar de um modo geral as nossas escolhas, modos de pensar, agir e consumir como comentou Marcelo: *“Sim, influenciam porque as propagandas de bebidas têm sempre uma festa gigante com gente bonita. A gente sente alegria, prazer e se todo mundo do grupo tá bebendo você é aceito.”* Como pondera Cavalcanti (2016, p. 109)

O poder da publicidade é alcançado por meio de uso de estratégias discursivas que combinam diferentes modos e linguagem como sons, escolha lexical, estruturas que constroem e manipulam o significado a ser interpretado. O discurso é construído para nos persuadir a pensar e a agir de certa forma exercendo assim o controle mental.

Na sequência, expus um estudo em ACD de um anúncio de uma cerveja famosa em que uma celebridade conhecida (Paris Hilton), bonita e sensual, oferece o produto como se estivesse oferecendo ela mesma (figura 7).

Figura 7 – Análise Crítica do Discurso de anúncio publicitário



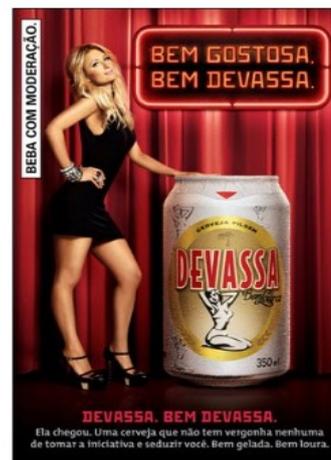
ANÁLISE DE ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

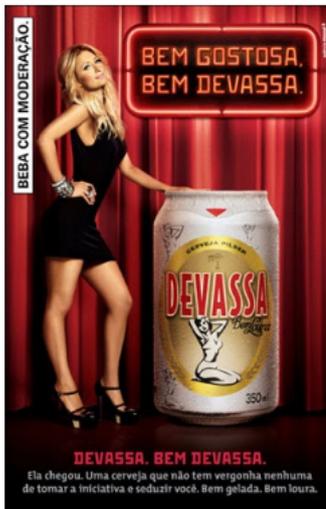
REPRESENTAÇÕES DA REALIDADE

- vestuário provocativo (vestido curto, preto, salto alto);
- cabelo padrão (loiro, longo e liso)
- corpo padrão (magro com medidas proporcionais);
- posição e olhar sugestivo (sedução, oferecimento);
- fundo vermelho parecido com uma cortina num palco, sugerindo um cabaré, boate;
- exploração da imagem feminina por meio das palavras persuasivas (violência simbólica de gênero)

RELAÇÕES SOCIAIS

- reforçam a ideia da mulher/cerveja para satisfazer o desejo do homem: "bem gelada, bem gostosa";
- a ideia de assumir uma posição de controle para satisfazer um desejo;
- a ideia de que ao beber você terá "prazer";
- o letreiro, em cima, explicita diretamente o desejo diante da imagem; associa o desejo com o produto ou marca;
- o letreiro, embaixo, indiretamente, reforça a ideia.





IDENTIDADES SOCIAIS

- uso da mulher jovem como objeto (submissão à vontade do homem);
- culto à beleza padronizada;
- prazer e sexo;
- público jovem(adolescente) e adulto masculino (poder);
- diminuição da mulher por meio das palavras: “devassa”; “Bem gostosa”;
- indução a comportamentos: “não ter vergonha”, “tomar iniciativa”, “seduzir você”;
- discriminação: “bem loura”;

Fonte: A autora (apresentação de conteúdo com slides).

Durante a apresentação, eles/as observaram que a propaganda se dirige ao público masculino e jovem, como disse Maria: “*A maioria delas a mulher é nova e bonita, magra e loira e a gente quer ser igual*”. Pedi que observassem o olhar, as frases sugestivas e as roupas que são associados à bebida. Como observou Marcelo: “*Vestido curto, cabelo loiro e comprido para chamar atenção dos homens*”.

Em um olhar mais apurado, as vestimentas, as frases de duplo sentido dirigidas a mulher e indiretamente à bebida, observamos que este tipo de propaganda apresenta a mulher como objeto de desejo, influenciando adultos, jovens e crianças, e contribuindo, propositalmente, para a continuidade do machismo e da discriminação da mulher.

Os/as estudantes se colocam em relação ao texto, recontextualizando a reflexão em termos de suas práticas sociais. Como aponta Figueiredo (2008), o papel da reflexão num trabalho com leitura de uma perspectiva crítica vai no sentido de desnaturalizar as representações materializadas no texto. O anúncio publicitário viabiliza esse debate, pois a chave das estratégias publicitárias é conhecer o seu público e antever quais discursos fazem parte de sua construção subjetiva mental. Como dizem Fonseca e Silva (2007, p.25),

[...] entre as mídias, os anúncios assumem um papel relevante no processo de construção social sobre os modos de pensar da sociedade. Eles mostram imagens visuais e, ao mesmo tempo, resultam de imagens sociais, ou seja, estabelecem ligação entre as representações visuais e as construções sociais. Além disso, sedimentam e legitimam práticas sociais concretas, pois dão a ver um mundo social do qual elas próprias emergem.

Por meio dos vídeos selecionados, anteriormente, e a leitura e análise das propagandas, foi possível construir um debate com conteúdo crítico contendo perguntas

levantadas pelos alunos/as para os temas propostos como também provocar reflexões no que diz respeito à questão da influência das propagandas de bebidas na vida do jovem, possibilitando novas leituras dos fatos e confrontos, pois alguns acharam que os anúncios não têm essa influência destacada pelos vídeos. Entretanto, ao analisar com mais detalhes, buscar as referências dos vídeos anteriores que discutiam o poder de influência das propagandas, as visões sobre esse assunto foram modificadas principalmente por depoimentos de alunos que contaram o problema do alcoolismo em suas vidas. Além disso, as reflexões sobre a influência que as propagandas exercem sobre as crianças e adolescentes ficaram mais evidentes ao assistirmos a sinopse do documentário “Criança, a alma do negócio”. Muitos alunos se surpreenderam com as estatísticas que dizem que as crianças brasileiras são as que mais assistem televisão no mundo.

O debate levou-os a perceber que as crianças são um alvo muito fácil das propagandas que abusam de sua ingenuidade, pois elas acreditam no que veem e ouvem. Outros enfoques também foram apresentados no trabalho em sala de aula, tais como: discussões sobre o gênero anúncio publicitário, sua semiose e os elementos que o fazem convincente, o discurso da mídia na venda do produto, a linguagem argumentativa utilizada e o sentido provocado pelo texto e imagem nas propagandas, bem como a ética, o moral e a ideologia que perpassa esses anúncios.

Em continuidade, após este estudo os/as alunos/as foram convidados/as a pesquisarem via celular ou computador, em casa e/ou escola, vários anúncios publicitários¹⁵, e foi pedido que: selecionassem um anúncio e compartilhassem no grupo de WhatsApp. O conjunto selecionado consiste em propagandas antigas e atuais, destacando o que mais chamou a atenção dos/as estudantes de acordo com o que já haviam estudado anteriormente, e assim o fizemos no grupo de WhatsApp por meio de escritas neste ambiente e, posteriormente, em um grande grupo no auditório da escola, oralmente. Esta atividade ocorreu fora de sala de aula, entre 21/08 e 30/08, houve, assim, um conjunto de interações e reflexões, em que observamos que conforme os grupos iam postando surgiram os comentários e observações com posições críticas sobre a publicidade e as estratégias de persuasão. Como aponta Meurer (2002, p. 28)

A construção diária da nossa própria narrativa pessoal como ser humano é, em grande parte, determinada pelos textos que produzimos e a que estamos expostos [...] as representações que construímos do mundo, da ‘realidade’ que nos cerca, muitas vezes refletem e reconstróem uma visão naturalizada, não problematizada dessa realidade. Entretanto, nada é estável e fixo, e novas formas de perceber e

¹⁵ APÊNDICE C.

expressar discursivamente podem e muitas vezes, deveriam, levar à construção de novas 'realidades'. (MEURER, 2002, p. 28).

É possível que parte das reflexões expostas nessa interação já decorram dos debates anteriores, da fase de produção do jornal escolar, trabalho desenvolvido na pesquisa de doutorado de Rempel (2020). Nesse sentido Freire (1987, p. 5) expressa que a “conscientização não é apenas conhecimento ou reconhecimento, mas opção, decisão, compromisso”. Além disso, é provável que muitos/as estudantes já tivessem vivências críticas com certos temas (como é o caso das relações de gênero). Numa pesquisa que observa os posicionamentos discursivos dos estudantes, nem sempre se pode precisar os limites de suas vivências com determinada prática social.

Na sequência, novamente, procuramos nos aproximar do gênero anúncio publicitário como forma de entendê-lo estruturalmente para, posteriormente, produzir os vídeos promovendo o JE FLM. Para esse encontro, selecionamos, no livro didático disponível na escola, a Coleção do Projeto Teláris 2017, nas páginas 193 a 209, o estudo do gênero publicitário e a leitura de imagens. Essa atividade ocorreu na forma de leitura oral compartilhada em roda, com atividades no caderno. A escolha pelo livro didático deu-se pelo fato de que é um material gratuito, acessível a todos e com possibilidades de aprendizagem quando inserido numa prática social (no caso, o projeto didático). O livro em questão traz algumas atividades que adaptamos de acordo com o projeto didático. Na primeira atividade os alunos tiveram oportunidade de trabalhar com a leitura oral na análise de imagens estáticas por meio das cores, posições dos planos, a narrativa, entre outras, ao observar uma campanha publicitária de um famoso automóvel. Fizemos algumas análises do plano visual estático com alguns vídeos de anúncios já vistos (imagens em movimento). Na página 199, realizamos a interpretação de marcas e slogans das propagandas contidas no livro didático. Observamos também algumas frases de títulos, subtítulos e frases de efeito das propagandas já lidas e relembramos também os passos da criação da logomarca do JE FLM, realizada na pesquisa de Rempel (2020), como mostra a figura 8.

Figura 8 – Logomarca do JE Folha Lauro Müller



Fonte: A autora.

No livro didático, realizamos estudos, enfocando: a) o uso dos recursos verbais em frases curtas e objetivas no imperativo que são muito usados para persuadir, estimular, induzir, convencer o interlocutor (alvo), pois o modo verbal imperativo age no consumidor como se fosse uma ordem inconsciente; b) a posição/ocultação do sujeito nas frases e os efeitos de sentidos gerados; c) o uso de palavras ou expressões que carregam juízo de valor, d) algumas figuras de linguagem (metáforas, etc.). Por meio da análise dos elementos linguísticos e discursivos do gênero anúncio publicitário, bem como dos elementos ideológicos do contexto, os/as alunos/as puderam refletir sobre como as linguagens se configuram no tempo e espaço para formar os diferentes tipos de textos multimodais e como os discursos se organizam para exercer a sua função de persuasão no leitor. Alguns itens estão exemplificados na figura 9.

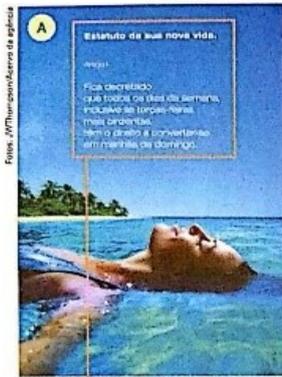
Figura 9 – Atividades de leitura do gênero anúncio publicitário da Coleção Projeto Teláris 2017, realizadas em sala de aula

Leitura 1

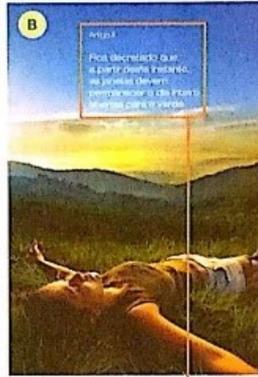
Imagine que você está folheando uma revista e encontra páginas como as que vêm reproduzidas a seguir. Trata-se de um anúncio extenso, que foi dividido aqui em três partes: inicial, central e final.

São três imagens e um poema de abertura, uma parte central e uma parte final. Vamos ler?

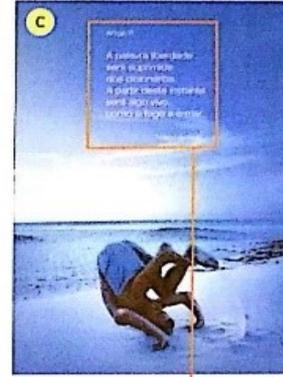
Parte inicial



Estatuto da sua nova vida
Artigo I
 Fica decretado que todos os dias da semana, inclusive as terças-feiras mais cinzentas, têm o direito a converter-se em manhãs de domingo.

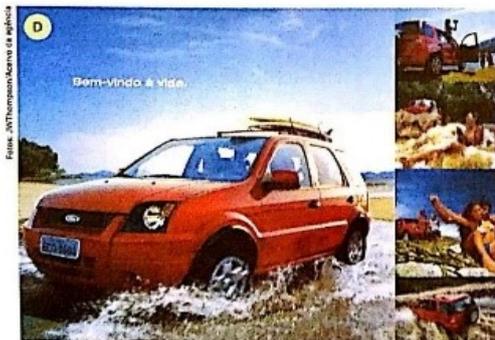


Artigo II
 Fica decretado que, a partir deste instante, as janelas devem permanecer o dia inteiro abertas para o verde.



Artigo III
 A palavra *liberdade* será suprimida dos dicionários. A partir deste instante será algo vivo, como o fogo e o mar.
 Thiago de Mello

Parte central



Parte final

F

Chegou o Ford EcoSport. Diferente de tudo que você já viu. Design robusto. Posição elevada de dirigir. Amplamente espaçoso e flexível. Excelente dirigibilidade no asfalto e na terra. E três versões de motor para acompanhar você em qualquer aventura: 1.0 L Supercharger, 1.6 L Zetec RoCam e 2.0 L Duratec. Uma vida de aventura e liberdade começa agora. Bem-vindo à vida.

Novo Ford EcoSport
Bem-vindo à vida.

A PARTIR DE R\$ 31.190
por mês

Ford

Propaganda em encarte da revista IstoÉ. São Paulo: Três, n. 1750, 2003.

●● Interpretação do texto

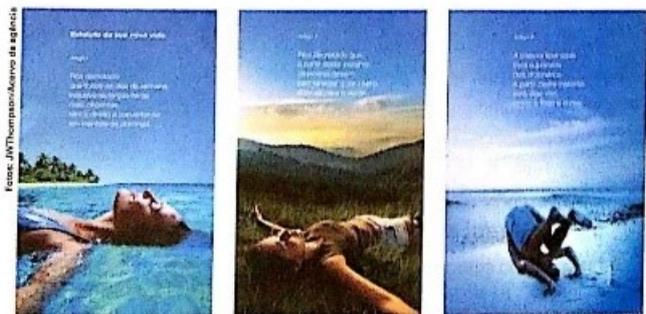
Compreensão

Parte inicial

O objetivo da atividade é estimular comentários sobre as primeiras impressões que a sequência de textos e imagens causou. Não se espera que os alunos tenham interpretado todas as intenções e todos os recursos de persuasão utilizados no texto. É fundamental dar-lhes oportunidade de falar o que pensam ou sentem para comparar os efeitos de sentido provocados por um texto que explora a subjetividade: sensações, impressões e sentimentos.

Imagens

1. Qual foi sua impressão ao olhar as três primeiras imagens? Explique. Resposta pessoal.
2. Observe novamente estas primeiras imagens das páginas iniciais da propaganda:



2. Sugestões: Na imagem A, a água. Na imagem B, a terra. Na imagem C, possivelmente, o ar (considerando o destaque para o céu e a cambalhota).
 Chame a atenção dos alunos para a disposição das páginas: a linha do horizonte, quando evidente, divide as imagens: na parte superior há o céu e o texto verbal e, na parte inferior, o cenário e as pessoas.

Responda no caderno: que elemento da natureza pode ser destacado em cada imagem?

5. Releia estes versos e responda à questão em seu caderno.

[...] as janelas devem
permanecer o dia inteiro
abertas para o verde.

Que palavra ou expressão poderia substituir nesse trecho a expressão "o verde"?
Sugestões: A natureza, o meio ambiente, o ambiente natural.

6. Releia o "Artigo III" e responda à questão no caderno.

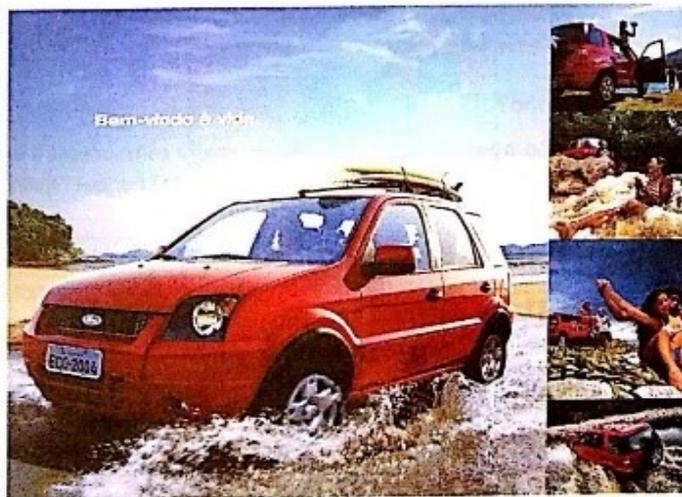
A palavra *liberdade*
será suprimida
dos dicionários.
A partir deste instante
será algo vivo,
como o fogo e o mar.

Os três primeiros versos dessa estrofe decretam que a palavra *liberdade* será suprimida, tirada dos dicionários. Por que é feita essa afirmação?

Espera-se que os alunos percebam que a palavra no dicionário não tem a força do uso. Os três versos finais atestam a importância da vivência da liberdade.

Parte central

- Um texto publicitário tem a intenção de convencer pessoas a comprar um produto.
 - Que produto é o foco desse texto publicitário? Um automóvel.
 - Considerando a parte inicial da peça publicitária, esse produto foi apresentado ao leitor direta ou indiretamente? Explique. Foi apresentado indiretamente, porque na parte inicial o produto ainda não é mencionado.
- Nas páginas iniciais, o foco das imagens é de pessoas em meio à natureza. O que muda na parte central quanto ao foco? O foco passa a ser o automóvel, as pessoas ocupam pouco espaço, dividindo-o com o automóvel nas diferentes paisagens.
- Observe:



JPT/Contraste/Arca e a Índia

3a. Sugestão: A ideia de que se deve aproveitar a vida em contato com a natureza, de maneira livre, é de que, adquirindo esse carro, é possível fazer isso. Ao mesmo tempo, é possível relacionar "Bem-vindo" à chegada do novo carro.

3b. A frase "Bem-vindo à vida", as imagens de pessoas se divertindo em paisagens naturais e a presença do carro em todas essas fotos.

O texto publicitário lido procura convencer o leitor de ideias implícitas relacionadas com o produto anunciado. Responda no caderno:

- Qual é a ideia implícita nessa frase?
- O que confirma essas ideias quando observamos a parte central da peça publicitária?

A Z

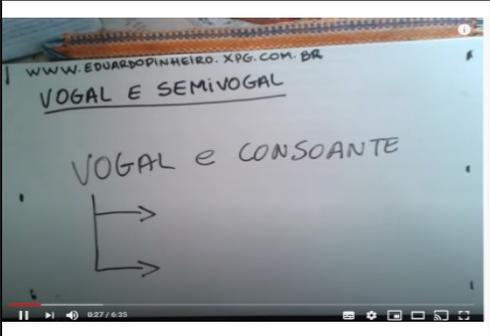
Implícito: subentendido; algo que não está expresso, mas pode ser deduzido.

Neste momento, senti a necessidade de conversar com os/as alunos/as por meio de uma assembleia, para verificar as expectativas do trabalho. Os participantes colaboraram, dando sugestões para a produção dos vídeos promocionais para o jornal escolar, definindo que as filmagens aconteceriam por meio de câmera de celular de cada grupo e que, posteriormente, escolheriam um programa de edição de vídeo compatível. Perguntei se tinham experiência na edição de vídeos e alguns/as disseram ter alguma experiência na produção de tutoriais para jogos de videogame e vídeos simples, caseiros, sem algum tipo de edição. Era um fato promissor, pois poderiam auxiliar os colegas e a mim. Propuseram também a elaboração de mecanismos próprios de avaliação do trabalho (reuniões para avaliação oral do trabalho) e que alguns conteúdos seriam postados no WhatsApp do grupo. Este momento estendeu-se ao longo do mês de setembro, pois houve muitas faltas, e a precariedade dos equipamentos dificultou o acesso à pesquisa.

Como o nosso foco era a promoção do JE FLM, os/as alunos/as foram motivados a pesquisar nos sites da internet anúncios publicitários que promovessem jornais, como exemplos que pudessem clarificar o tipo de vídeo que produziríamos. Encontramos alguns muito interessantes que podem ser acessados no canal do YouTube do JE FLM (links no APÊNDICE C), dentre eles os vídeos de divulgação de jornais locais (chamadas para edições, venda de assinaturas, promoção da marca etc.) e vídeos de divulgação do Portal Desacato (chamadas para edições, chamada de patrocínio, promoção da marca). Alguns puderam ser acessados na escola por meio do aparelho multimídia, outros eu levei gravados no pendrive. Realizamos leitura das imagens, buscando ideias para compor os nossos vídeos.

Além dos anúncios de chamada para os jornais que pesquisamos, cada grupo selecionou alguns tipos de vídeos e suas características, ou seja, a forma como o conteúdo foi exposto, e apresentaram esse levantamento para o grande grupo para aumentar as possibilidades de criação de todos. Encontraram vídeo-aulas, vídeos com captura de tela do computador, vídeos com encenação como no telecurso, vídeos elaborados com materiais manipulativos (massa de modelar, cartolina), vídeos com animações, vídeos elaborados apenas com a narração de produtos, filmagem sem personagens, filmagem simulando vídeo-aula, entre outros. Aqueles que conheciam estas técnicas explicavam como poderiam ser feitas. Os exemplos encontrados podem ser conferidos no quadro 10.

Quadro 10 – Tipos de vídeos pesquisados pelos alunos e suas características

Imagens do vídeo	Característica do vídeo
	<p>Slides com narração: elabora-se o conteúdo em slides no PowerPoint, faz-se o vídeo, gravando-se a tela do computador e uma narração.</p>
	<p>Slides sem narração: elabora-se o conteúdo em slides no PowerPoint, faz-se o vídeo, gravando-se a tela do computador e uma música de fundo</p>
	<p>Vídeos de outros vídeos: São fragmentos de vários vídeos juntos para montar um outro vídeo. Necessita-se de editor de vídeos e cuidado com os direitos autorais</p>
	<p>Vídeos com captura de tela: Utiliza-se um programa que captura o que se faz na tela do computador e, ao mesmo tempo, pode-se narrar.</p>
	<p>Vídeo aula: Explicação de um conteúdo como se fosse uma aula.</p>

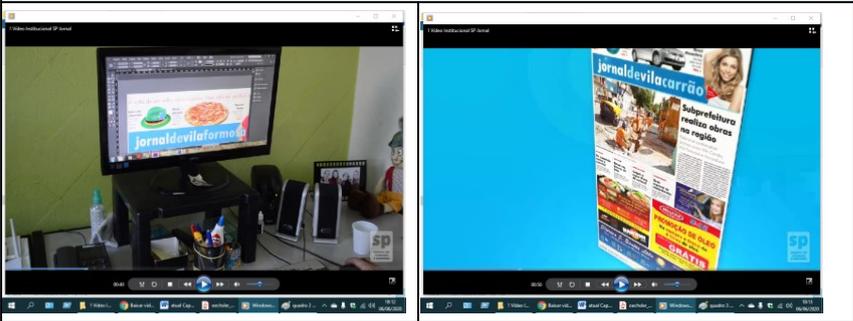
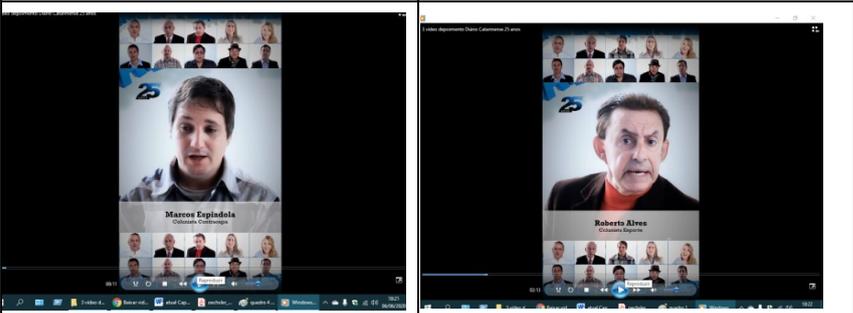
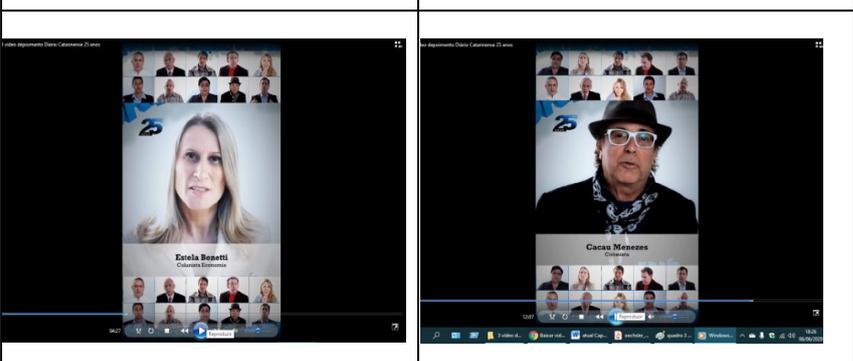
Imagens do vídeo	Característica do vídeo
	<p>Vídeos de animação em <i>stop motion</i>: Fotografa-se elementos De uma situação e utiliza-se o programa para fazer a animação.</p>
	<p>Vídeos de animação: Utiliza-se um programa para fazer animações.</p>

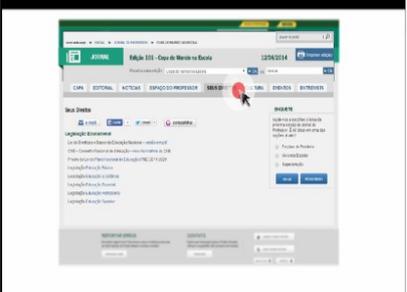
Fonte: A autora baseado em Oechsler (2018).

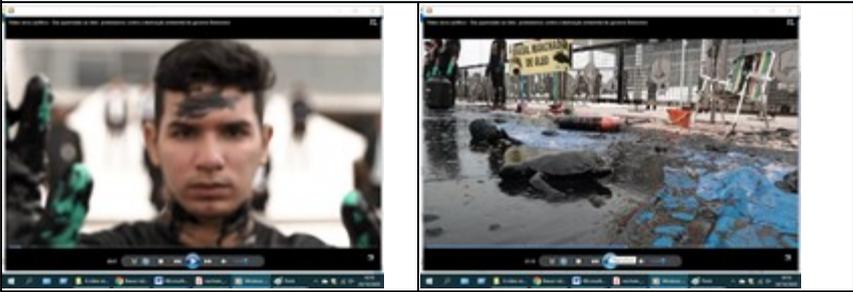
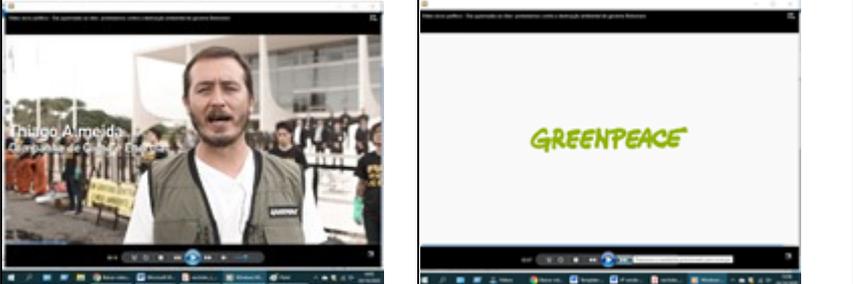
No entanto, como nosso foco eram os vídeos de anúncio publicitário, pesquisamos os tipos de vídeos mais utilizados para promoção de um produto na internet e achamos uma infinidade de exemplos de vídeos promocionais. Escolhemos os mais significantes, como mostra as imagens dos vídeos e suas características, no canal do JE FLM no YouTube (Apêndice C) e no quadro 11, baseado em Oechsler (2018, p. 121).

Quadro 11 – Imagens e características dos vídeos encontrados pelos alunos na pesquisa dos tipos de vídeos promocionais

Imagens do vídeo	Característica do vídeo promocional
	<p>INSTITUCIONAL Mostra a sua empresa ou sua marca com o objetivo de valorizar sua marca.</p>

Imagens do vídeo	Característica do vídeo promocional
	
	<p>DEMONSTRATIVO Mostra seu produto ou serviço.</p>
	
	<p>DEPOIMENTO São vídeos de depoimentos de clientes que ajudam na divulgação e vendas do produto.</p>
	

Imagens do vídeo	Imagens do vídeo	Característica do vídeo promocional
		<p>ANIMAÇÃO É um jeito divertido de divulgação da marca.</p>
		
		<p>TUTORIAL São tipos de vídeos que ensinam a fazer algo, educativo.</p>
		

Imagens do vídeo	Característica do vídeo promocional
	
	<p>SÓCIO-POLÍTICO São tipos de vídeo que associam sua marca a causas sócio-políticas</p>
	

Fonte: A autora baseado em Oechsler (2018).

Com base nos momentos estudados anteriormente, tivemos a oportunidade de realizar diferentes leituras dos vídeos de anúncios publicitários, bem como sua análise multimodal. Examinamos também aqueles que não se mostram explícitos em uma primeira leitura, como, por exemplo, a quais causas/objetivos/grupos/ideologia/classe social serviam os vídeos. Como demonstra Ferretti Soares (2016, p. 340):

Ler um texto é ler seu autor, o contexto histórico, as condições de produção desse texto, ou seja, a leitura implica tanto o domínio do código linguístico (leitura da palavra) quanto a compreensão profunda do mundo, do lugar que nele ocupam o texto, o autor e, principalmente, o si enquanto sujeito-leitor. Assim, implica a leitura da palavra mundo. Também implica ler a leitura que outros sujeitos fazem do mundo, já que a instância que medeia as relações sociais – o que Bakhtin (1997) vai chamar de enunciado – é a instância em que a vida penetra na língua e a língua penetra na vida, de modo que a leitura não se esgota na palavra, na língua [...].

Essa leitura a que a autora se refere, muitas vezes não é encontrada em salas de aula e/ou em manuais didáticos e muito menos em currículos engessados; é necessária uma postura diferenciada do/a professor/a no ensino da língua materna voltada para a prática social que permita em sua sala de aula articular interesses partilhados pelos/as alunos/as.

A partir dessas questões, os alunos/as se dividiram em grupos e começaram a pensar sobre o tema a ser abordado no vídeo. Essas escolhas levaram em consideração a delimitação do conteúdo a ser explorado no vídeo, no caso vídeos para promover o JE. Após a escolha do tema, pesquisamos propagandas e anúncios na internet sobre as formas de dizer e representar a ideia que eles tinham em mente, e a partir dessa pesquisa, decidiram a forma de explorar esses conteúdos no vídeo. Em um primeiro momento, escolheram o tipo de vídeo e qual mensagem transmitir. Muitas ideias foram relatadas e todos nós demos sugestões de como poderíamos realizar as produções.

4.2 ETAPA 2 – O PLANEJAMENTO DOS VÍDEOS

Após tantas informações e detalhes para a elaboração dos vídeos, expliquei-lhes que, antes de se fazer um filme, é necessário fazer o planejamento daquilo que se vai colocar no filme, ou seja, precisamos escrever um roteiro do que vamos precisar para fazer o filme e explicar como fazer. Para isso, voltamos à internet para pesquisar sobre como planejar as etapas de produção de um vídeo, como fazer roteiros e como planejá-los. Os vídeos que encontramos sobre essa temática estão no canal do JE FLM no YouTube. Além disso, trouxe para eles alguns modelos e exemplos de roteiros para leitura.

Segundo Seabra (2016), a pesquisa sobre a temática do vídeo é uma etapa muito importante para a produção do roteiro, pois “O roteiro nada mais é do que uma composição escrita das cenas da história a ser contada usando uma série de descrições detalhadas das imagens e sons” (SEABRA, 2016, p. 62). De acordo com Santiveri (2014), devem constar no roteiro: número da sequência, aspectos visuais, plano, imagem, música, efeitos, personagens, diálogos, local, observações consideradas interessantes e, por fim, a duração (em segundos) da sequência.

Inicialmente, eles se dividiram em cinco grupos para elaborar um rascunho de roteiro que é a forma escrita de qualquer audiovisual. É uma forma literária efêmera, pois só existe durante o tempo que leva para ser convertido em um produto audiovisual.

O roteiro é uma história contada em imagens, diálogo e descrição, dentro do contexto de uma estrutura dramática. O roteiro é um discurso verbal, escrito de forma a permitir, no cenário da indústria de audiovisual, a pré-visualização do filme por parte do diretor, dos atores, dos técnicos e dos possíveis financiadores.

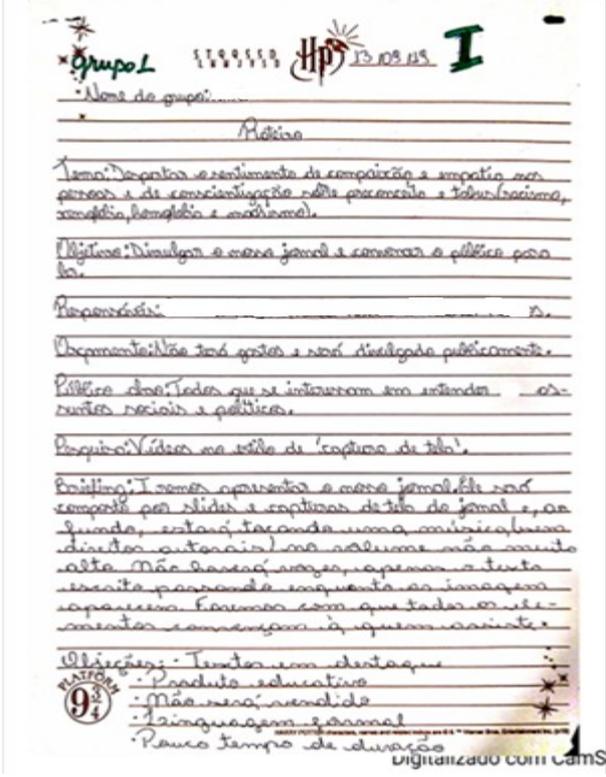
O roteiro é uma peça literária, na sua origem, na qual o autor só tem um recurso: a descrição. E ela precisa ser compreendida por toda a equipe de produção. Para que todos/as

possam entender, não pode haver metáforas. Portanto, o roteirista não é um escritor de literatura, mas aquele que sabe traduzir, com racionalidade e clareza, o seu pensamento visual.

Nos roteiros as rubricas (ou indicações) devem acompanhar as falas, descrevendo o estado de ânimo ou atitudes das personagens para orientar o diretor e os atores com relação ao clima de cada fala e de cada cena. No roteiro, a narrativa, que até aqui é vista como um todo, é dividida em cenas, ou sequências. Cada cena deve estar integrada ao todo e o desenrolar das cenas deve ter um ritmo que resulte num tempo ideal. A harmonia do ritmo determinará a harmonia do conjunto da obra. O roteiro final é um trabalho de equipe que requer a interação do roteirista com o diretor, a equipe de produção e até com o elenco. Esta é a hora de verificar problemas e trabalhar as imagens mais a fundo, incluindo os movimentos de câmera e planos de filmagem. Aqui também é incluída a iluminação, a trilha sonora, o elenco e outros detalhes de produção. Ao final deste trabalho o roteiro deve estar pronto para ser gravado.

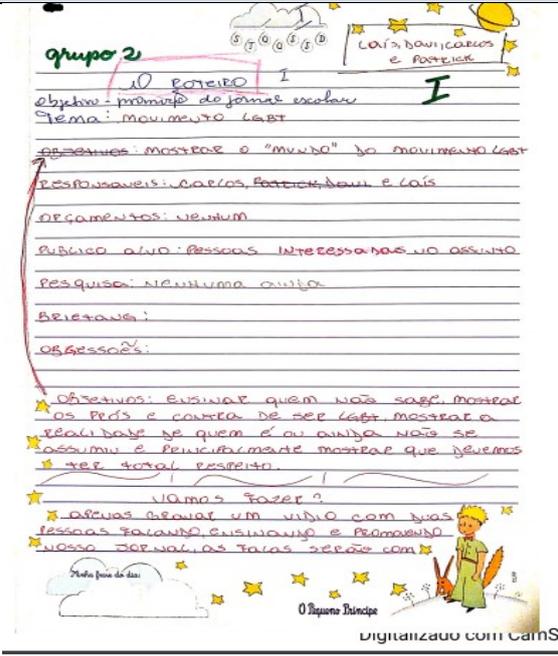
Disponibilizei outros modelos de roteiros retirados da internet e os passos para produção de vídeos por meio da leitura do material da TV Escola (2014, p. 4 a 12) “Oficina de produção de vídeos” que também exemplifica os modelos de roteiros. Li com os alunos e elaboramos os primeiros roteiros, prevendo todas as etapas do processo de sua criação. Os quadros 12 a 16 mostram como os grupos pensaram em fazer seu vídeo.

Quadro 12 – Produção do Roteiro Inicial - 1

Foto do roteiro inicial - grupo 1	Transcrição do Roteiro 1
	<p>Roteiro</p> <p>Tema: Despertar o sentimento de compaixão e empatia nas pessoas e de conscientização sobre preconceito e tabus (racismo, xenofobia, homofobia e machismo)</p> <p>Objetivo: Divulgar nosso jornal e convencer o público para ler.</p> <p>Responsáveis: Maria, José e Ana</p> <p>Orçamento: não terá gastos e será divulgado publicamente.</p> <p>Público alvo: Todos que se interessam em entender assuntos sociais e políticos.</p> <p>Pesquisa: Vídeos no estilo captura de tela.</p> <p>Briefing: Iremos apresentar nosso jornal. Ele será composto por slides e capturas de tela do jornal e ao fundo estará tocando uma música (sem direitos autorais) no volume não muito alto. Não haverá vozes, apenas o texto escrito passando enquanto as imagens aparecem.</p> <p>Faremos que todos os elementos convençam à quem assiste.</p> <p>Observações:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produto educativo - Não será vendido - Linguagem jornal - Pouco tempo de duração

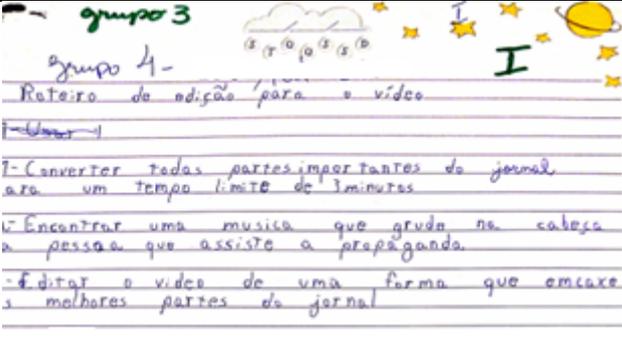
Fonte: A autora.

Quadro 13 – Produção do Roteiro inicial - 2

Foto do roteiro inicial- grupo 2	Transcrição do roteiro 1
 <p>grupo 2</p> <p>O ROTEIRO I</p> <p>Objetivo: promoção de jornal escolar</p> <p>Tema: movimento LGBT</p> <p>Responsáveis: João e Maria</p> <p>Orçamento: nenhum</p> <p>Público alvo: pessoas interessadas no assunto</p> <p>Pesquisa: nenhuma ainda</p> <p>Briefing:</p> <p>Observações:</p> <p>Objetivos: Mostrar o mundo do movimento LGBT; ensinar quem não sabe; mostrar os prós e contra de ser LGBT; mostrar a realidade de quem é ou ainda não sabe se assumiu e principalmente mostrar que devemos ter total respeito.</p> <p>Vamos fazer?</p> <p>Apenas gravar um vídeo com duas pessoas falando, ensinando e promovendo nosso jornal. os fatos serão com base nas pesquisas e não será feito a mão. Tudo com pesquisas confiáveis e totalmente seguras!</p>	<p>O Roteiro</p> <p>Objetivo: promoção do jornal escolar</p> <p>Tema: Movimento LGBT</p> <p>Responsáveis: João e Maria</p> <p>Orçamento: nenhum</p> <p>Público alvo: pessoas interessadas no assunto</p> <p>Pesquisa: nenhuma ainda</p> <p>Briefing:</p> <p>Observações:</p> <p>Objetivos: Mostrar o mundo do movimento LGBT; ensinar quem não sabe; mostrar os prós e contra de ser LGBT; mostrar a realidade de quem é ou ainda não sabe se assumiu e principalmente mostrar que devemos ter total respeito.</p> <p>Vamos fazer?</p> <p>Apenas gravar um vídeo com duas pessoas falando, ensinando e promovendo nosso jornal. os fatos serão com base nas pesquisas e não será feito a mão. Tudo com pesquisas confiáveis e totalmente seguras!</p>

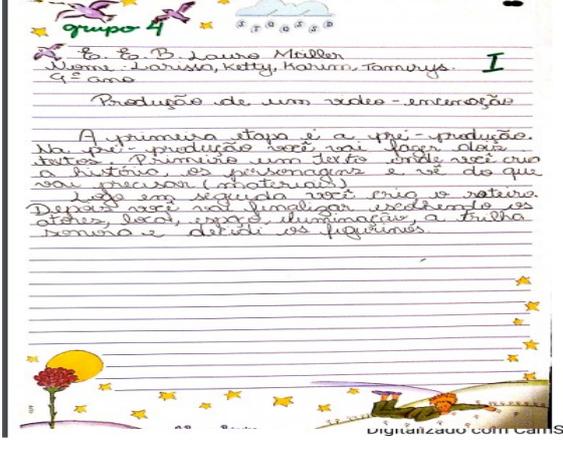
Fonte: A autora.

Quadro 14 – Produção do Roteiro inicial - 3

Foto do roteiro inicial - grupo 3	Transcrição do Roteiro 1
 <p>grupo 3</p> <p>Roteiro de edição para vídeo</p> <p>1- Converter todas partes importantes do jornal para um tempo limite de 3 minutos</p> <p>2- Encontrar uma música que grude na cabeça a pessoa que assiste a propaganda</p> <p>3- Editar o vídeo de uma forma que encare as melhores partes do jornal</p>	<p>Roteiro de edição para vídeo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Converter todas partes importantes do jornal etc. um tempo limite de minutos 2. Encontrar uma música que grude na cabeça a pessoa que assiste a propaganda 3. Editar o vídeo de uma forma que encare melhores partes do jornal

Fonte: A autora.

Quadro 15 – Produção do Roteiro inicial - 4

Foto do roteiro inicial - grupo 4	Transcrição do Roteiro 1
	<p>Produção de um vídeo-encenação</p> <p>A primeira etapa é a pré-produção você vai fazer dois textos. Primeiro um texto onde você cria a história, os personagens e vê do que vai precisar (materiais).</p> <p>Logo em seguida você cria o roteiro. Depois você vai finalizar escolhendo os atores, local, espaço, iluminação, a trilha sonora e decide os figurinos</p>

Fonte: A autora.

Quadro 16 – Produção do Roteiro inicial - 5

Foto roteiro inicial – grupo 5	Transcrição do roteiro inicial - 1
NF	NF

Fonte: A autora.

Observei na leitura dos textos dos grupos 3 e 4 representados nos quadros 14 e 15 que os/as alunos/as não relataram os itens principais do roteiro descritos por Santiveri (2014). Não ficou claro para eles sobre o que iriam falar. Faltou mais detalhes, recursos e a temática do vídeo.

Na sequência o grupo representado no quadro 15 não produziu seu roteiro.

Como se vê, os grupos 1 e 2 representados nos quadros 12 e 13 demonstraram alguma noção do que seja um roteiro. Dentre esses, alguns já tinham em mente qual temática seria trabalhada e percebi certo desenvolvimento de um pensamento crítico sobre questões como racismo, machismo e LGBT e também as semioses que iriam utilizar como música, narração, legendas, vídeo e slides mesmo sem saber como seria feito.

Acredito que nem tudo ficou claro para eles/elas, pois definiram de forma um pouco vaga a mensagem a ser transmitida e o argumento do vídeo, ou seja, o que acontecerá no filme, além dos personagens, da narrativa, e do formato do vídeo. Verifiquei também que para que o roteiro servisse de guia para a produção dos vídeos precisávamos conhecer mais profundamente a função, a estrutura e formatação do gênero, além de mais exemplos de roteiros com as descrições das cenas e os recursos de edição de vídeos.

Na sequência, perguntei aos alunos como iríamos promover o jornal por meio de uma temática e nos deparamos com muitas dúvidas, originando discussões e troca de ideias por vários dias. Apesar da leitura das etapas de produção de vídeos, das pesquisas, das explicações nos vídeos tutoriais e dos exemplos de roteiros e anúncios em vídeos, prevaleceu a incerteza do que estávamos fazendo, como perguntou Maria: *“É para apresentar o jornal ou fazer o jornal?”*

Observei que os grupos que conseguiram expor seu roteiro eram aqueles/as que se dedicaram mais às pesquisas. O quadro 17 mostra o que os/as alunos/as entenderam sobre os conteúdos explorados anteriormente.

Quadro 17 – Temáticas abordadas nos primeiros roteiros produzidos.

grupo	participantes	Tema	Observações
1	3	Captura de tela do JE FLM	Expuseram um roteiro coerente
2	2	Movimento LGTB	Expuseram um roteiro vago
3	2	Captura de tela do JE FLM	Expuseram um roteiro vago
4	4	Encenação familiar sobre o JE	Expuseram um roteiro parcial
5	4	Não fizeram	Não sabiam o que fazer

Fonte: A autora.

Percebi pelos quadros 14, 15 e 17 que os alunos e alunas, ainda tinham muitas dúvidas em relação à temática do vídeo e como abordá-lo. Senti a necessidade de uma assembleia para avaliarmos tudo o que já tínhamos feito e dar novos encaminhamentos ao processo. João comentou: *“Se a senhora desse o tema pra gente seria mais fácil”*. Maria reclamou que: *“Essa parte da gente criar as falas tá complicado pra gente!”* E Marcelo disse: *“A gente começa a gravar e não consegue terminar porque não sabemos o que fazer!”* Também relataram que precisavam de um tripé e microfones, além de celulares melhores para capturar as imagens. Após esta conversa, decidimos coletivamente fazer uma retomada de alguns conteúdos anteriores, envolvendo a definição do tipo de vídeo, e as questões relativas à estrutura e confecção dos roteiros.

Observei que a turma estava um tanto dispersa e desmotivada com os encaminhamentos desta etapa do projeto. A escola não contava mais com sinal de wi-fi disponibilizado para os alunos, pois não havia recursos para pagá-lo e o laboratório de informática possuía apenas três computadores funcionando, e sem acesso à internet. Apenas tínhamos os dois computadores com acesso à internet na sala dos professores e o aparelho de multimídia para acessos a internet. Neste momento, a comunidade escolar também recebeu a notícia do fechamento da escola por problemas estruturais, causando surpresa a todos.

Com o desenrolar destes acontecimentos, pensei na possibilidade de chamar alguém para oferecer uma oficina de edição de vídeo no celular para os/as alunos/as. Comecei os contatos com os jornalistas do Portal Desacato, uma mídia independente em Florianópolis que se destaca por cobrir assuntos do cotidiano da cidade como política, educação, entre outros, de uma forma crítica, participativa e coletiva, além de cobrir também os movimentos sociais da cidade, que, anteriormente, já haviam feito uma roda de conversa com os/as alunos/as na edição impressa do JE FLM. Eles atenderam ao meu convite e Mayara Santos e James Ratiere foram a repórter e o cinegrafista que ministraram as oficinas, como observamos na figura 10.

Figura 10 – Fotos da roda de conversa



Fonte: A autora.

O encontro foi muito produtivo. Conversaram sobre o problema da escola e como poderiam usar o vídeo como forma de luta pelo não fechamento dela. A repórter Mayara disse: *“Nós ficamos sabendo que querem fechar a escola e nada chama mais atenção das pessoas do que contar essa história por adolescentes, ser vocês mesmos e engajados na luta pela escola”*. Mayara e James incentivaram os alunos a contarem o que eles/as pensavam sobre o problema do fechamento da escola, como um todo, e mostrassem isso nos vídeos. De forma clara, objetiva e prática os repórteres ofereceram diversas orientações para a pré-produção e produção dos vídeos em termos de filmagens como enquadramentos, planos, iluminação, som, entre outros. Nesse momento, os repórteres decidiram colocar em prática o que estávamos conversando e fomos para o pátio da escola para verificar o que fazer e o que não fazer em termos de enquadramento e filmagens. Todos com os celulares em punho acompanharam a dinâmica das aulas práticas de enquadramento e iluminação, tirando fotos uns dos outros nos lugares indicados pelos repórteres.

A cada atividade prática, os/as alunos/as se mostravam mais interessados/as em saber sobre a edição dos vídeos e atentos com as explicações dos repórteres. Assim, passaram

a se colocar e a expor suas dúvidas como comentou João: “A ideia do nosso vídeo é sobre a manifestação dos alunos em frente à escola e vocês falaram para gravar um áudio separado só que a gente queria começar falando sobre nossa opinião que a gente já tinha gravado com a professora e colocar o fundo da manifestação só que ficou muito alto e como faz para melhorar?” Ao que este respondeu, explicando pelo app de edição de vídeo de seu próprio celular. Mayara e James destacaram o fato de que é possível produzir, editar e postar vídeos com o celular de modo simples e prático. Deram dicas e exemplos de seu cotidiano de que os vídeos devem ser curtos, com uma linguagem clara, objetiva e espontânea, além de discorrerem sobre luz, enquadramento e posição de câmera como mostra a figura 11.

Figura 11 – Fotos oficina de produção e edição de vídeos no celular



Fonte: A autora.

Esta oficina foi um elemento importante na reorientação de alguns roteiros/vídeos para a promoção do JE FLM e o foco na luta contra o fechamento da escola. Dessa forma, o vídeo aparece como um elemento de organização de uma prática situada e que mobilizou os/as estudantes na defesa de que a escola se mantivesse funcionando e não a fechassem. O discurso dos jornalistas Mayara e James conduziu ao engajamento e desejo de lutar pelo não fechamento da escola que por sua vez potencializou outros eventos dessa natureza. Em termos bakhtinianos, não somos a fonte de discursos, mas dialogamos com outros diferentes

discursos existentes em nossa sociedade, cultura, escola e somos influenciados por ele. Há uma relação dialógica que se completa no outro que me completa e completa o outro. Assim nos constituímos a partir do outro numa relação em que

Nossa fala, isto é, nossos enunciados (...) estão repletos de palavras dos outros. (Elas) introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos. (...) Em todo o enunciado, contanto que o examinemos com apuro, (...) descobriremos as palavras do outro ocultas ou semi-ocultas, e com graus diferentes de alteridade. (BAKHTIN, 1979, p. 314/318)

Após o encontro com os jornalistas, os/as alunos/as trabalharam com a reescrita, revisão e (re)estruturação do roteiro escrito, coletivamente, para a primeira edição do vídeo e rever algum aspecto levantado nas oficinas. De acordo com Soares (2007, p. 21), “roteirizar significa recortar, selecionar e estruturar eventos dentro de uma ordem que necessariamente encontrará seu começo e seu fim”. O quadro 18 mostra a versão final dos roteiros.

Quadro 18 – Reescrita de roteiro final para produção de vídeos

Foto do roteiro final - grupo 1	Transcrição do Roteiro 2
 <p><i>grupo 1 Roteiro vídeo</i></p> <p><i>ano 1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> * Baixar fotos e vídeos antigos sobre a escola. * Filmar lugares históricos da escola (ou fotografias) * Um narrador deve contar a história da escola como era antes, fotos históricas, etc. Enquanto mostra-se as fotos e imagens. * Você quer saber mais sobre nossa escola? Leia a Folha Lauro Müller. Um jornal de tudo para todos! Leia! * Apareça o logo e o nome do jornal. <p>Observações:</p> <p>Ver Figurino: roupas normais do dia a dia.</p> <p>Cenário: ar livre, pessoas passando.</p> <p>Ver músicas, cartazes, etc.</p>	<p>Roteiro 1</p> <p>Cena 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baixar fotos e vídeos antigos sobre a escola. - Filmar lugares históricos da escola (ou fotografias) - Um narrador deve contar a história da escola como era antes; fatos históricos, etc, Enquanto mostra-se as fotos e as imagens. - Você quer saber mais sobre nossa escola? Leia a Folha Lauro Müller. Um jornal de todos para todos! Leia! - Aparece o logo e o nome do jornal. <p>Observações:</p> <p>Figurino: roupas normais do dia a dia.</p> <p>Cenário: ar livre, pessoas passando.</p> <p>Ver músicas, cartazes, etc.</p>

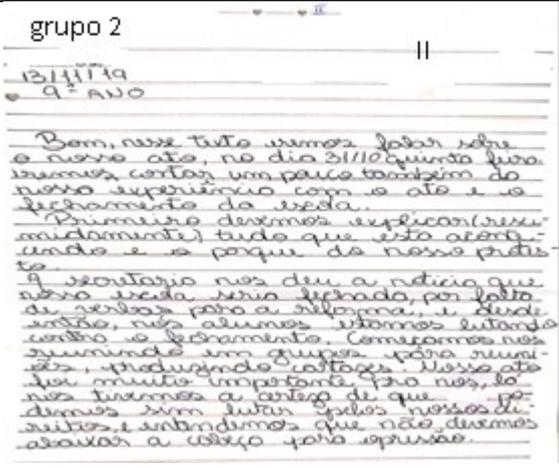
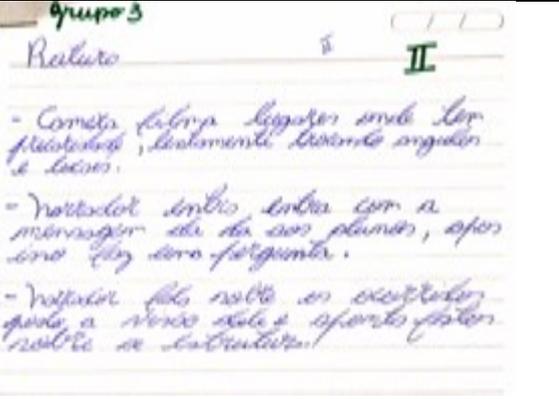
Foto do roteiro final –grupo 2	Transcrição do roteiro 2
 <p>grupo 2</p> <p>12/11/19 9º ANO</p> <p>Bom, nesse texto vamos falar sobre o nosso ato, no dia 31/10 quinta-feira iremos contar um pouco também da nossa experiência com o ato e o fechamento da escola.</p> <p>Primeiro devemos explicar (resumidamente) tudo que está acontecendo e o porque do nosso protesto.</p> <p>A secretaria nos deu a notícia que nossa escola será fechada por falta de verbas para a reforma, e desde então, nós alunos estamos lutando contra o fechamento. Começamos nos reunindo em grupos para reuniões, produzindo cartazes. Nosso ato foi muito importante pra nós, lá nós tivemos a certeza de que podemos sim lutar pelos nossos direitos e entendemos que não devemos abaixar a cabeça para a opressão.</p>	<p>Bom, nesse texto nós vamos falar sobre o nosso ato, no dia 31/10 quinta-feira iremos contar um pouco também da nossa experiência com o ato e o fechamento da escola.</p> <p>Primeiro devemos explicar (resumidamente) tudo que está acontecendo e o porque do nosso protesto.</p> <p>A secretaria nos deu a notícia que nossa escola será fechada por falta de verbas para a reforma, e desde então, nós alunos estamos lutando contra o fechamento. Começamos nos reunindo em grupos para reuniões, produzindo cartazes. Nosso ato foi muito importante pra nós, lá nós tivemos a certeza de que podemos sim lutar pelos nossos direitos e entendemos que não devemos abaixar a cabeça para a opressão.</p>
Foto do roteiro final - grupo 3	Transcrição do roteiro 2
 <p>Grupo 3</p> <p>Roteiro</p> <ul style="list-style-type: none"> - Câmera filma lugares onde tem precariedade, lentamente trocando ângulos e poses. - Narrador entra com a mensagem de da aos alunos, após isso faz uma pergunta. - Narrador fala sobre os ocorridos pondo a visão dele e aponta fatos sobre a estrutura. 	<p>Roteiro 3</p> <p>Roteiro</p> <ul style="list-style-type: none"> -Câmera filma lugares onde tem precariedade, lentamente trocando ângulos e poses. -Narrador entra com a mensagem aos alunos, após isso faz uma pergunta. -Narrador fala sobre os ocorridos pondo a visão dele e aponta fatos sobre a estrutura.

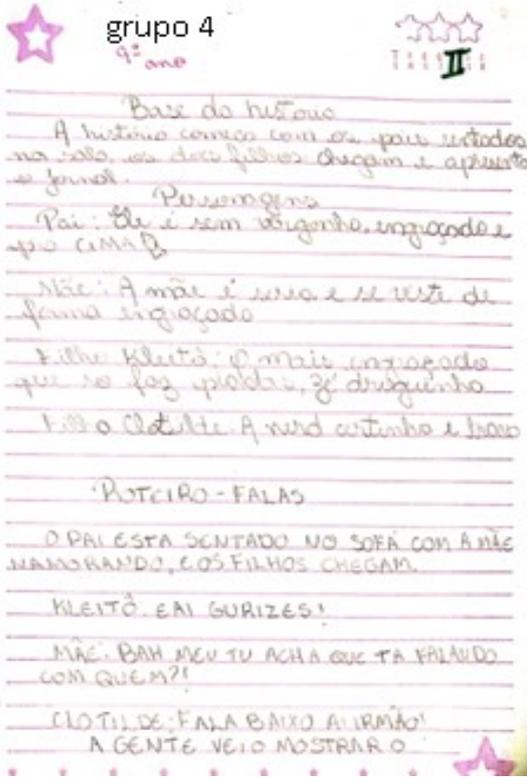
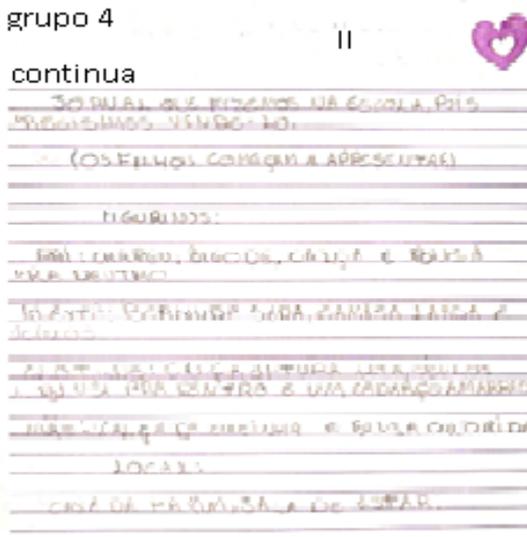
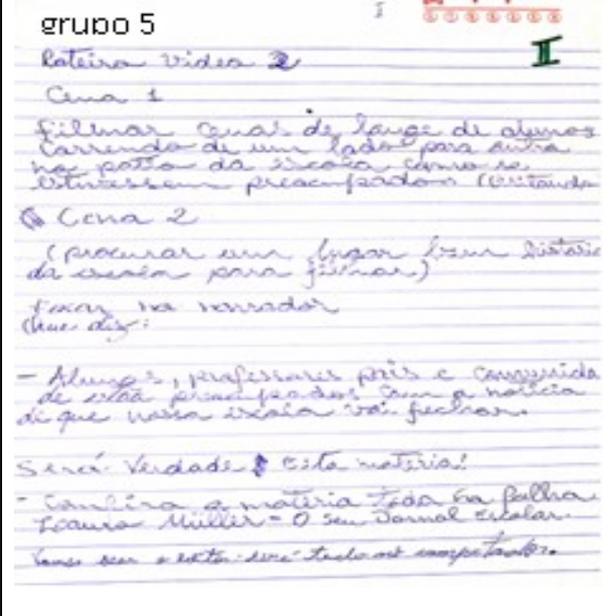
Foto do roteiro final - grupo 4	Transcrição do Roteiro 2
 <p>grupo 4 4º ano</p> <p>Base da história</p> <p>A história começa com os pais sentados na sala os dois filhos chegam e apresentam o jornal.</p> <p>Personagens</p> <p>Pai: ele é sem vergonha, engraçado e pra cima.</p> <p>Mãe: a mãe é seria e se veste de forma engraçada.</p> <p>Filho Kleitô: o mais engraçado que só faz piada, zé droguinho</p> <p>Filha Clotilde: A nerd certinha e brava</p> <p>ROTEIRO - FALAS</p> <p>O PAI ESTÁ SENTADO NO SOFÁ COM A MÃE NAMORANDO, E OS FILHOS CHEGAM.</p> <p>KLEITÔ: EAI GURIZES!</p> <p>MÃE: BAH MEU TU ACHA QUE TÁ FALANDO COM QUEM?!</p> <p>CLOTILDE: FALA BAIXO A IRMÃO! A GENTE VEIO MOSTRAR O</p>	<p>Base da história</p> <p>A história começa com os pais sentados na sala os dois filhos chegam e apresentam o jornal.</p> <p>Personagens</p> <p>Pai: ele é sem vergonha, engraçado e pra cima.</p> <p>Mãe: a mãe é seria e se veste de forma engraçada.</p> <p>Filho Kleitô: o mais engraçado que só faz piada, zé droguinho.</p> <p>Filha Clotilde: A nerd certinha e brava.</p> <p>Roteiro – falas</p> <p>O pai está sentado no sofá namorando e os filhos chegam;</p> <p>Kleitô: <i>E aí gurizes!</i></p> <p>Mãe: <i>Bah meu tu acha que tá falando com quem?!</i></p> <p>Clotilde: <i>Fala baixo aí irmão! A gente veio mostrar o</i></p>
 <p>grupo 4 continua</p> <p>JORNAL QUE FIZEMOS NA ESCOLA POIS PRECISAMOS VENDER-LO.</p> <p>(OS FILHOS COMEÇAM A APRESENTAR)</p> <p>FIGURINOS:</p> <p>Pai: chapéu, bigode, calça e blusa pra dentro.</p> <p>Kleitô: Bermuda seda, camisa larga e óculos.</p> <p>Clotilde: Calça cintura alta, óculos e blusa pra dentro e um cadarço amarrado</p> <p>Mãe: Calça de oncinha, e blusa colorida.</p> <p>Local: Casa da Márcia, sala de estar</p>	<p><i>jornal que fizemos na escola pois precisamos vende-lo.</i></p> <p>(os filhos começam a apresentar)</p> <p>Figurinos</p> <p>Pai: chapéu, bigode, calça e blusa pra dentro.</p> <p>Kleitô: Bermuda seda, camisa larga e óculos.</p> <p>Clotilde: Calça cintura alta, óculos e blusa pra dentro e um cadarço amarrado</p> <p>Mãe: Calça de oncinha, e blusa colorida.</p> <p>Local: Casa da Márcia, sala de estar</p>

Foto do roteiro final – grupo 5	Transcrição do roteiro final - 5
	<p>Roteiro 2</p> <p>Cena 1</p> <p>- Filmar cenas de longe de alunos correndo de um lado para o outro no pátio da escola como se estivessem preocupados (gritando)</p> <p>Cena 2</p> <p>- Procurar um lugar bem histórico da escola para filmar. Focar no narrador que diz: _Alunos, professores, pais e comunidade escolar estão preocupados com a notícia d que nossa escola vai fechar. Será verdade esta matéria? Confira a matéria toda na Folha Lauro Müller. O seu Jornal Escolar.</p> <p>Vamos usar o editor, será tudo no computador.</p>

Fonte: A autora

Em comparação com os esboços de roteiro mostrados anteriormente, nos quadros 12 a 16, pude perceber (no quadro 18) que alguns/as alunos/as reescreveram seus textos e outros até mudaram o foco temático, trazendo descrições mais detalhadas das cenas, diálogos e narrações que mais tarde foram transformadas em imagens.

Alguns/as criaram uma sinopse (ou argumento): definindo os personagens (quem) determinando quem viverá o conflito básico e definiram o perfil dos personagens. Observei que faltavam muitos itens para a produção do roteiro do vídeo, mas já havia um esboço que permitia a discussão e as decisões sobre como seria o vídeo.

Para Gusman (2009, p. 1) “[...] o roteiro [...] é uma pauta que pressupõe todo tipo de mudanças”. Da primeira versão dos roteiros para a segunda, observei sua transformação, pois após as oficinas os/as alunos/as passaram a perceber o gênero roteiro e modificar e ou acrescentar novas informações a ele para dar conta da produção do vídeo. As oficinas oportunizaram o desenvolvimento e exercício da criatividade, a busca de informação, questionamento, resolução de problemas, pois todos ensinaram e aprenderam coletivamente. A apresentação do grupo foi substituída pela sinopse. O que antes chamavam de explicação do tema permaneceu, mas deu lugar à descrição daquilo que pensavam em abordar. Ao perceberem a finalidade da produção do roteiro, alteraram a relação com o gênero e com a leitura e escrita, dentro de outra dimensão. Acionaram outros gêneros como a entrevista, gravador de voz, câmera e editor de vídeo. Escolheram cores, músicas, imagens e se aproximaram da linguagem fílmica. Posicionaram-se como protagonistas de sua história.

Evidenciaram o nome do JE FLM. Demonstraram que não apenas compreenderam a função do gênero roteiro para um filme, mas já sabiam qual história iriam contar.

Encerrado este encontro, os/as alunos/as já se preparavam para a próxima semana em que fariam uma saída de campo para capturar imagens, gravar e experimentar outros locais além da escola para a produção dos vídeos.

4.3 ETAPA 3 – PRODUÇÃO DOS VÍDEOS

Durante esta etapa, as pesquisas foram retomadas no YouTube sobre como fazer vídeos no celular. Nesse momento, o acesso à internet, na escola, era restrito. Sendo assim, os vídeos foram enviados, por mim, pelo WhatsApp, e baixados em pendrive para assistirmos juntos na escola.

Os jornalistas do Portal Desacato marcaram com os alunos um segundo encontro com uma saída de campo para capturar imagens para a produção dos vídeos, como podemos observar na figura 12.

Figura 12 – Saída de campo para captura de imagens¹⁶.



Fonte: A autora.

Ao som dos tambores da comunidade negra na Feira Afro-Artesanal de Florianópolis, realizada todas as terças-feiras na escadaria do Rosário, ao lado da escola, em posse dos roteiros, os/as alunos/as se posicionaram para as primeiras filmagens para os vídeos do JE FLM em prol do não fechamento da escola. O comprometimento dos/as estudantes foi maior na realização dessa etapa.

Ao mesmo tempo em que isso acontecia, os repórteres contavam aspectos do trabalho de jornalista e cinegrafista, pontuando os momentos significativos da profissão, bem como enquadramentos, postura, iluminação, texto autoral, entre outros.

Enquanto a pesquisa acontecia, a notícia do fechamento da escola despertou os/as alunos/as um desejo de agir no sentido de reverter a situação ou de pelo menos lutar para

¹⁶ Todos os alunos assinaram o termo de autorização de uso de imagem e voz (responsável).

serem ouvidos. Para isso, participaram de uma série de eventos como práticas sociais em que a comunidade se fez presente, inclusive os/as alunos/as dessa pesquisa. Verificamos isso na figura 13, em que eles/elas próprios/as são os/as protagonistas dessa luta em alguns desses eventos.

Figura 13 – Práticas sociais envolvendo os eventos da escola



Reunião inicial com a comunidade escolar, agentes públicos e os alunos e alunas dessa pesquisa como protagonistas. Aluna da pesquisa discursando sobre o ocorrido.



Preparação de faixas e cartazes para ato público promovido pelos alunos da pesquisa.



Ato público em frente à escola. Participação com frases de efeito, paródias, tambores, apitos e discursos em carro de som.



Alunos/as da pesquisa param as aulas para debater a posição da direção da escola que é a favor do fechamento.



Alunas da pesquisa deram entrevistas à UFSC, aos Jornalistas livres, e à mídia dominante.



Ato público em frente à Secretaria de Educação de Florianópolis.

Figura 14 – Eventos mobilizadores criados pelos alunos dessa pesquisa para a luta contra o fechamento da escola



Fonte: A autora

As práticas sociais foram registradas por meio do celular, um equipamento que tem em si acoplado diversas possibilidades: ver, ouvir e falar com outras pessoas, mandar, receber, compartilhar e editar mensagens, e-mails, fotos, vídeos, textos orais e escritos, imagens estáticas e em movimento. Entendo que o celular pode ser usado como um recurso didático favorável ao ensino aprendizagem.

Com as filmagens nos celulares e sob orientação dos repórteres, nesta etapa a Unisul, Universidade do Sul de Santa Catarina, unidade do centro de Florianópolis, em uma manhã de terça-feira, disponibilizou seu laboratório de informática para realização de uma oficina de edição de vídeos. Como pontos positivos desta saída, destaco a sala informatizada com sinal de wi-fi para todos/as, computadores atualizados e internet rápida, onde depositaram as filmagens, fotos, áudios no google drive do gmail do jornal escolar para que todos pudessem acessar quando e onde quiserem. Também estudaram alguns tutoriais de edição de vídeo.

Expuseram ali no telão uma playlist de tutoriais de edição de vídeo VivaCut e o que mais agradou foi o app Kine Master por ser de fácil entendimento e manuseio, pois alguns alunos já o conheciam e é gratuito. Abriam o app no telão para verificar seu funcionamento e tirar possíveis dúvidas. Baixaram o app nos celulares e, além disso, verificaram os tutoriais de como produzir vídeos pelo celular e os apps mais indicados para isso como mostra o quadro 19.

Quadro 19 – Apps usados para a edição dos vídeos.

Apps utilizados para edição dos vídeos	Especificações
	<p>KineMaster App de edição de vídeo no celular, Interface bonita e de Fácil uso Temas muito bonitos Ferramentas muito úteis Inserir clipe de áudio Renderiza rapidamente Resultado final satisfatório</p>
	<p>VivaCut App de edição de vídeo no celular que permite criar filmes ao combinar todo tipo de material multimídia: fotos, texto, música e, é claro, vídeo; é fácil, confortável e bem intuitivo.</p>
	<p>Filmigo App de edição de vídeo no celular que permite aos usuários criar vídeos de apresentação de slides usando fotos e música; vem com faixas de música embutidas para usar nos vídeos, também podem adicionar suas próprias músicas. Vem com muitos efeitos e filtros de transição.</p>
	<p>Movie Maker Editor de vídeos do Windows. Ele tem mais de 60 transições, 18 opções de zoom e 20 efeitos visuais que podem ser aplicados, além de recursos como corte, separação e fade. São efeitos como cross-fade, dissolução, pixelizar e outros para aperfeiçoar as montagens. Com o projeto aberto, basta acessar a aba "Animation" para exibir as opções de transição. Todas elas podem ser pré-visualizadas, modificadas e removidas.</p>

Fonte: A autora.

Nesse momento, não finalizaram os vídeos, pois nem todos conseguiram mandar as imagens para o google drive. O fato de haver muitos alunos fazendo o upload ao mesmo tempo deixou muito devagar a transmissão. Nesta saída, conheceram melhor alguns processos que envolvem a produção de vídeos, e de certa forma ela contribuiu para a produção dos

vídeos, como disse Marcelo: *“Foi bom professora, porque o pessoal se envolveu no trabalho do vídeo.”* E também Maria: *“Em conhecimentos gerais como eu não sabia mexer no editor de vídeo lá no telão deu pra ver direitinho”*.

Com não finalizarem os vídeos, os repórteres do Portal Desacato conseguiram dois encontros na redação do jornal para editá-los, pois ali havia um bom sinal de wi-fi e computadores disponíveis. Essas saídas aconteceram fora do horário escolar e com autorização dos pais. Compareceram, revezando-se um em cada horário para que todos pudessem ser atendidos. Todo material em forma de imagens estava no google drive para facilitar a edição dos vídeos. Para a realização da edição, necessitavam de celulares com capacidade suficiente para rodar o app de edição KineMaster e uma boa conexão com a internet. Um grupo não possuía o equipamento necessário e precisou emprestar para a realização da tarefa. Realizaram a edição dos vídeos em apenas um celular de cada grupo e com todos do grupo em volta fazendo os ajustes e escolhas necessários para a finalização do trabalho. Escolheram músicas de fundo, frases de efeito, transições, fotos e edição dos filmes que o referido app já contém. Também, para finalização dos vídeos, utilizaram o programa de edição de vídeos do Windows 10, disponibilizado no computador da sala dos professores da escola onde outros grupos se revezaram para a edição. Este trabalho oportunizou tarefas de edição no celular que acionaram conhecimentos de seleção, corte, e tratamento de imagens. Por mais que o editor de imagens no celular seja um dispositivo com poucos comandos e poucas operações, ele viabiliza que habilidades sejam acionadas e potencializadas. Além disso, é possível compor, compreender e apreciar qualquer narrativa contada em linguagem fílmica.

4.4 ETAPA 4 – A CIRCULAÇÃO DOS VÍDEOS

Os vídeos foram postados no blog do JE FLM. Em sua forma final, foram exibidos entre os alunos na hora do intervalo, na escola e, posteriormente, disponibilizados no YouTube, como visto na figura 15.

Os/as alunos/as não fizeram os vídeos circularem para além desses dois dispositivos de circulação – não postaram em redes sociais ou outros sites, nem enviaram por WhatsApp ou outras formas de compartilhamento. Se limitaram a comentar sobre a dificuldade que é um vídeo ser propagado no Youtube, não demonstrando interesse em divulgá-los. Como conhecimento para futuras experiências com vídeo na escola, seria interessante saber um pouco mais sobre ações de circulação e, no presente caso, por que não houve ações mais

amplas de divulgação. Não houve, contudo, suficiência de dados gerados sobre esse tópico para responder essa questão. A título de exemplos de reações dos estudantes, pode notar que Marcelo se justificou dizendo: “*Não depende só da gente*” e Tania completou: “*A gente não pode obrigar ninguém a seguir a gente*”.

Figura 15 – Blog do Jornal Escolar Folha Lauro Müller

às **sábado, novembro 02, 2019** Nenhum comentário:

FOLHA LAURO MÜLLER

segunda-feira, 9 de dezembro de 2019

Folha Lauro Müller - 1ª edição completa DOCUMENTÁRIO

DOC 01

Documentário Jornal F...

Arquivo do blog

▼ 2019 (7)

▼ Dezembro (1)

Folha Lauro Müller - 1ª edição completa DOCUMENTÁRIO

► Novembro (6)

Pesquisar este blog

folhalm19@gmail.com

Email address...

Folha Lauro Müller

Dinâmica inicial

er.blogspot.com

A história da EEB Lauro Müller. (grupo 4) Rayssa, Vitória e Felipe

Vídeo promocional do

Uma das escolas mais antigas do estado de Santa Catarina, EEB Lauro Müller, situada no centro de Florianópolis, tem 107 anos e muita história. Fundada em 22 de maio de 1912 pelo governador Vidal Ramos, é a escola de mais tempo em funcionamento no seu próprio prédio. Foi a escola de avô, pai e hoje atende mais de 300 alunos do Ensino Fundamental I, II e Ensino Médio. Ela também contém seus ambientes como qualquer escola, sendo eles a informática, biblioteca, sala de vídeo, quadra de esportes e parquinho. O prédio onde fica localizado o colégio é um patrimônio cultural e histórico de Santa Catarina, além de ser referência educacional à muitas e muitas gerações. Mesmo sendo um patrimônio histórico há muito tempo o prédio não recebe restauração, tanto que hoje parte já está em situação precária necessitando de reforma urgente.

Manifestação pública da comunidade escolar contra o fechamento da escola. (grupo 3) Larissa, Karin, Ketty e Tamirys

Bom, nesse texto iremos falar sobre o nosso ato, no dia 31/10 quinta-feira. Iremos contar um pouco também da nossa experiência com o ato e o fechamento da escola. Primeiro devemos explicar (resumidamente) tudo que está acontecendo e o porque do nosso protesto. A secretária nos deu a notícia que nossa escola seria fechada, por falta de verbas para reforma e desde então nós alunos estamos lutando contra esse fechamento. Conseguimos nos reunindo em grupos para reuniões e para produzir cartazes. Nosso ato foi muito importante pra gente, lá nós tivemos a certeza de que podemos sim lutar pelos nossos direitos, e entendemos que não devemos abaixar a cabeça para a opressão.

Documentário Manifes...

Fonte: A autora.

Um encontro foi realizado no auditório da escola para assistir aos vídeos. Avaliaram os resultados das atividades desenvolvidas como o produto final, e as ações na execução de todo o processo. A análise coletiva por meio dos dados levantados através do instrumento de avaliação, no caso a roda de conversa, indicou que o aprendizado de LP construído nesse período foi significativa, pois as falas dos/as alunos/as revelam isso: "Foi *uma experiência nova. Diferente. Acho que nenhuma escola que eu estudei vai fazer isso. Eu nunca ia aprender a editar um vídeo assim na aula de português. Eu nunca tinha feito. Tipo a gente usou a escrita a imagem e o som para dizer as coisas. Pra mostrar nossa opinião*". O

objetivo desse trabalho não foi depositar conteúdo e sim construir conhecimentos com eles para que a aprendizagem se tornasse significativa.

Alguns/mas relataram que conseguiram avançar em tomadas de decisões, em aspectos inter-relacionais, em relação ao mundo e na criticidade, como comentou Marcelo: *“Juntos a gente tem mais ideias e aprende com o outro.”* e Tânia completou: *“é melhor fazer em equipe, pois além de fortalecer nossa amizade, trabalhamos em grupo, estamos unidos e um ajudando o outro, mesmo não terminando o vídeo”*. Percebi nestas falas que houve nas ações e decisões que tiveram que tomar um envolvimento com o objetivo e aprendizagem do gênero. A tecnologia apenas permeou todo o trabalho. Se contemplasse apenas o gênero para ensinar a língua materna, essas ações não seriam tão relevantes. O sentido disso reside na produção do audiovisual por meio do roteiro.

Outros comentaram que não deu certo o processo de planejamento do roteiro, pois não sabiam como fazer, como explicou João: *“Acho que a gente não sabia como fazer o roteiro, a gente nunca tinha feito aquele texto!”* Mesmo com a leitura dos modelos de roteiros os/as alunos/as sentiram insegurança ao ter que produzi-lo. Acredito que esta insegurança está mais ligada à forma como eles/as estão acostumados a trabalhar em um modelo de educação bancária em que o professor ensina e os alunos demonstram que aprenderam, como sinalizaram o Paulo: *“Se a senhora desse o tema pra gente!”* A Maria: *“Essa parte da gente criar as falas tá complicado pra gente!”* E a Karin: *“A gente não sabe direitinho como falar”*. Apesar de que quando comparadas as produções iniciais com as finais percebo o quanto houve de avanço, o que os alunos compreenderam o que é esse gênero e para que serve, talvez um debate mais profundo ainda seja necessário para que percebam que esses gêneros de planejamentos estão presentes em quase todas as atividades sociais das quais usufruímos. Um plano (como é o caso do roteiro) é uma base para a discussão e aprimoramento da ideia antes que elas sejam executadas, viabilizando, além disso, a discussão e a participação de várias pessoas na decisão em práticas que exigem ou possibilitam essa participação.

Trabalhar com os gêneros, numa perspectiva crítica, nos desafia a repensar as práticas e concepções de leitura e escrita, pois, atualmente, as competências de ler e escrever são acompanhadas de tantas outras, como pesquisar, comparar e verificar a credibilidade de informações e fontes, modos de construir sentidos, várias semioses para a compreensão dos textos, entre outros. Os/as alunos/as gostaram de aprender as técnicas de edição de vídeo no celular que foram integradas ao ensino da LP por meio do gênero e que se realizou no audiovisual. Como revelam as suas falas: *“Eu aprendi a filmar sem tremer a câmera e já to*

muito feliz com isso”. “E aprendi A usar um editor profissional”. “A gente aprendeu técnicas de gravação, iluminação, som, sobre como gravar um áudio bom”; “Ajustar a transição, a cor, o áudio, o fundo“;” Editar é arrumar algo que tá feio. Eu nunca tinha editado antes”.

Outro aspecto importante dessa aprendizagem está relacionado à necessidade de prever momentos para a revisão do audiovisual, pois, ao assistirem os vídeos e ouvirem os comentários dos colegas, informaram que poderiam melhorar na qualidade do áudio, entre outros, como disse Marcelo: *“Achei que a voz poderia ser melhor. Tem uns que tá muito baixo e outros alto”.* E o João: *“Eu acho que deveria refazer sim, para melhorar cada vez mais.”* Apresentar o trabalho para além da sala de aula faz toda a diferença. Ao aproximar as práticas de fora de sala para dentro dela, apresentamos a vida real onde lemos e escrevemos, e isso ajuda a se fazer algo significativo. Isso é educar para a vida.

O quadro 20 apresenta os vídeos produzidos de acordo com os gêneros mobilizados pelos seus produtores, evidenciando um caráter ora menos crítico ora mais crítico. Traz também a descrição e a duração dos filmes. Todos são autorais e revelam as escolhas e percepções dos alunos até o fechamento definitivo da escola.

Quadro 20 – Vídeos produzidos

Gênero	Vídeos produzidos na Modalidade Videoprocesso/	Links do YouTube	Descrição
Anúncio publicitário JE FLM (01)		https://youtu.be/C9SgftKJKw0	Sequência de fotos atuais, com música ao fundo e narração da história da escola. Ao final cita o jornal e convida a conhecê-lo. Duração: 45 seg.
Anúncio publicitário JE FLM (02)		https://youtu.be/_AJ0Vsf1fQw	Inicia-se com imagens em movimento ao som da manifestação de rua e narração sobre a atual situação da escola. Passa para imagem estática e continua a narrativa convidando para a leitura do JE. Duração: 18 seg.
Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política JE FLM (03)		https://youtu.be/el57DeMPgms	Sequência de fotos da escola, com efeitos de transição e narração sobre a situação do fechamento da escola. Ao final convida a saber mais sobre o assunto por meio do JE FLM e canal do youtube. Duração: 39 seg.

Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política JE FLM (04)		https://youtu.be/7hrJ2MnNwo0	Sequência de fotos atuais, com música ao fundo e narração da história da escola. Ao final cita o jornal e convida a conhecê-lo. Duração: 45 seg.
Vídeo de transição entre Anúncio e campanha sócio-política JE FLM (05)		https://youtu.be/Tav-920F_Ng	Inicia-se com imagens em movimento ao som da manifestação de rua e narração sobre a atual situação da escola. Passa para imagem estática e continua a narrativa convidando para a leitura do JE FLM. Duração: 18 seg.
Vídeo de Campanha sócio-política JE FLM (06)		https://youtu.be/Vy-zcNab5pY	Inicia-se com imagens e áudio da manifestação pública em protesto contra o fechamento da escola, segue com discursos e termina com depoimento dos/as alunos/as. Duração: 4 min. e 14 seg.
Vídeo de Campanha sócio-política JE FLM (07)		https://youtu.be/OpaMK0V_5Qg	Inicia-se com depoimentos dos jovens desta pesquisa, todos os vídeos anteriores, reunidos, protestando contra o fechamento da escola. Duração: 8 min. e 10 seg.

Fonte: A autora.

Interagimos com o conhecimento de diferentes formas para produzir diferentes significados para diferentes pessoas com interesses compartilhados, como nas palavras de Freire (2011, p. 24) “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”.

5 DO VÍDEO DE ANÚNCIO PUBLICITÁRIO AO VÍDEO DE CAMPANHA SÓCIO-POLÍTICA: ASPECTOS MULTIMODAIS DA PRODUÇÃO DE TEXTOS DOS/AS ESTUDANTES

[...] assim como a gramática de uma língua descreve como as palavras se combinam em cláusulas, sentenças e textos, a gramática visual procura descrever como os elementos representados: pessoas, lugares e coisas, se combinam em declarações visuais de maior ou menor complexidade e extensão (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 1).

A proposta inicial desta pesquisa era produzir anúncios publicitários para promoção do JE FLM, mas ao longo desse percurso, fomos tomados de surpresa com a notícia do fechamento da escola. Isso levou os/as estudantes a uma nova abordagem no que diz respeito ao gênero discursivo, até então, contemplado. A indignação, surpresa e revolta não podiam ser mais expressas por anúncios de divulgação, mas por argumentações relacionadas a uma causa social, e fundamentadas em depoimentos de pais, professores e alunos em atos públicos realizados na escola. Passou-se, portanto, a outro gênero, também promocional, mas de outro contexto específico: a atuação política em temas específicos.

Para viabilizar uma análise que fosse capaz de mapear o maior número possível de modos de linguagem e funções, categorizei o corpus de vídeos da seguinte forma: 1) dois vídeos de anúncios publicitários; 2) três vídeos de transição entre anúncio e campanha sócio-política e 3) dois vídeos de campanha sócio-política, e todos formam o corpus principal desta pesquisa. Na análise subsequente, foram utilizadas categorias advindas dos estudos discursivos críticos que unem ao aporte teórico da Análise Crítica de Gênero, conforme propõe Bonini (2013, 2014, 2017): a Análise Crítica do Discurso de Fairclough (2016 [1992]), a perspectiva crítica de Freire (1967, 1987 [1968], 2006 [1996]). Como ferramenta principal de análise dos vídeos produzidos, foi utilizado o conceitual da teoria de multimodalidade de Kress e Van Leeuwen (2006[1996]), conhecida como Gramática do Design Visual - GDV.

5.1 ESCOLHAS DOS MODOS

O vídeo materializa a ação do sujeito. Analisar o texto imagético, em sintonia com a abordagem crítica, significa ver, nos filmes produzidos pelos estudantes, suas escolhas ideológicas, a construção de sentidos e como a linguagem reproduz ou não as posições de dominação.

Como dito anteriormente, o texto semiótico é representado por três modos: a oralidade (sonoro), a escrita (língua) e a imagem (representação visual). O quadro 21 expõe os modos que os/as alunos/as desta pesquisa escolheram para representar seus interesses, escolhas, intenções e sua realidade.

Quadro 21 – Modos que foram escolhidos pelos produtores de cada vídeo

VÍDEOS DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS											
VIDEO	Música	Fala narração	Imagem estática	Imagem em movimento	Efeitos de transição e imagem	Efeito nas imagens	Escrita	Gestos	Expressão facial	Figurino	Cenário design
1 https://youtu.be/C5r7fkBk-w0 	X		X		X		X				
2 https://youtu.be/_A8Vv4F1Dg 	X		X		X	X	X				
3 https://youtu.be/y157DeMf9w0 		X	X		X		X				
4 https://youtu.be/7ba7PMaNew0 	X	X	X		X		X	X			
5 https://youtu.be/Erc-920E-Ng 		X	X	X					X		
6 https://youtu.be/Vv0zr-Na3pY 		X		X	X		X	X	X	X	X
7 https://youtu.be/Op4MK0V-5Qg 		X		X	X		X	X	X	X	X

Fonte: A autora, baseado em Oechsler (2018, p.172).

O quadro 21 mostra que, para representar o tema explorado, os alunos utilizaram mais de um modo de representação: a oralidade, a escrita e a representação visual caracterizando a linguagem multimodal.

Início esta análise com o som. Entendo que a escolha da música tem um significado na obra fílmica, pois o som não é um dado natural do cinema, tendo sido acrescido aos poucos. O uso do som varia em três materiais de expressão: fônico (fala dos personagens), musical (trilha sonora) e analógico (os ruídos) (AUMONT, 2002). Percebe-se essas escolhas nos vídeos produzidos, observando-se o quadro 22.

Quadro 22 – Escolha do som utilizado nos vídeos

SOM	VÍDEOS	GÊNERO
TRILHA MUSICAL(instrumental)	1 e 2	Anúncio publicitário
SOM FÔNICO E ANALÓGICO (fala de personagens e ruídos)	3 e 5,	transição
SOM FÔNICO E ANALÓGICO (fala de personagens e ruídos das manifestações de rua dos atos públicos)	6 e 7	Campanha sócio política
SOM FÔNICO E MUSICAL (fala de personagens e trilha musical)	4	transição

Fonte: A autora.

Os produtores dos vídeos 1 e 2 que escolheram o gênero anúncio publicitário para divulgar o JE FLM e optaram pela trilha sonora em que o vídeo 1 usou o tema de abertura do Jornal Nacional e o vídeo 2 uma peça musical clássica. A escolha deste tipo musical no vídeo 2 é explicada por Martin (2005, p. 161) que diz que essas escolhas funcionam como “a discrição dramática e a neutralidade afetiva” em outras palavras, a música instrumental é pouco comprometedora, pouco lírica na expressão dos sentimentos. Segundo o autor isso acontecia no cinema mudo, ou seja, a música era utilizada para acompanhar a trama para não ter completo silêncio, mas não faziam parte do enredo do filme, destacando apenas cenas e ações. A música cinematográfica tinha como função centrar a atenção do espectador (MARTIN, 2005). Notei no vídeo 4 que a opção também foi a trilha sonora porém com narração. Por meio da música nota-se, do mesmo modo que o vídeo 2, um posicionamento de neutralidade. Isso se confirma nos vídeos 1 e 2 em que o anúncio publicitário apenas divulga o JE FLM não citando informações sobre o problema da escola. O vídeo 4 em algum momento relata, em sua narração, problemas com a escola, mas apenas divulga o JE FLM. Da mesma forma os vídeos 3 e 5 utilizam-se do som fônico e analógico e citam em sua narração alguns elementos sobre a escola que divulga o fato e não atua sobre ele. Essas escolhas

refletem, dentre muitas opções de música instrumental no app de edição de vídeos, uma escolha para não desviar ou distrair a atenção do seu espectador e dar uma sensação agradável daquilo que estava promovendo, a escola e o JE FLM ou, ainda, que não quiseram se envolver diretamente com o fato em questão. Os vídeos 6 e 7 em sua característica sonora destacam o som analógico e fônico por meio dos tambores, apitos e vozes em uníssono como também os depoimentos de várias vozes ali representadas.

É especialmente significativa a escolha musical do vídeo 1. Ele associa o tema musical do Jornal Nacional, na tentativa de promover o JE FLM. Seu produtor, influenciado por esta mídia, escolheu os modelos de propaganda da mídia convencional que se utilizam de formas de persuasão para que as marcas fiquem gravadas na memória social do sujeito. É pela repetição que as marcas ficam gravadas em nossa mente. A repetição deste tema musical vem induzir sua escolha e representa a influência das mídias hegemônicas na vida dos estudantes. Ele repete o discurso da mídia dominante. Observamos que este grupo foi aquele que não participou do processo de produção, não realizou a pesquisa do tema, estava nos momentos de gravação, mas não participava, tinha apenas o produto final.

De uma maneira geral, os sons escolhidos pelos/as alunos/as refletem ora um posicionamento de neutralidade diante da situação até um engajamento mais contestador diante dos fatos narrados.

Na representação visual o vídeo 1 que promove o JE FLM, seus integrantes optaram por usar imagens estáticas da escola e as ferramentas de transição mais simples do *Movie Maker*; o vídeo 2 promoveu o JE FLM por meio de imagens estáticas do JE FLM impresso inserindo suas fotos no app de edição de vídeos automático Filmigo, escolhendo os efeitos de enquadramento, movimento e transição aleatórios; explicaram o conteúdo presente nos slides por legendas inseridas ao longo do filme, sem destacar seu conteúdo, utilizando o app de edição de vídeos sem muitos recursos. Os vídeos 3, 4 e 5 inseriram imagens estáticas da escola por meio de captura de tela e transições aleatórias e explicaram com voz em off o conteúdo presente nos slides. De uma maneira geral, esses vídeos divulgaram o JE FLM por meio da logomarca, o seu nome e convidaram a conhecê-lo. De uma forma breve, narraram os problemas da escola sem chamar a atenção para o real problema, o seu fechamento, ou seja, não aturam sobre o fato. Os vídeo 6 e 7 utilizam imagens em movimento dos atos públicos realizados em frente a escola, depoimentos de alunos e comunidade escolar em enquadramentos diversos. Usam o app de edição de vídeos de forma mais proficiente.

Todos os vídeos utilizam a língua portuguesa (língua materna) escrita ou falada como forma de comunicar o conteúdo. Os vídeos 1 e 2 utilizam legenda. Os vídeos 3, 4, 5, 6 e

7 utilizam a narração para transmissão do seu conteúdo, ora com diferenças nas entonações para chamar a atenção para o fato, ora de maneira linear apenas descrevendo-o.

Os modos escolhidos pelos produtores dos vídeos 1 e 2 correspondem a recursos visuais e sonoros de maneira simples sem chamar a atenção do seu leitor apenas divulgando o JE FLM.

Os modos escolhidos pelos vídeos 3, 4 e 5 usam mais recursos do app de edição de vídeos, que os grupos anteriores. Usam a narração para promover o JE FLM contando alguns fatos históricos sobre a escola e seu fechamento, divulgam o JE FLM e convidam a conhecê-lo. O vídeo 5 evidencia a realidade e utiliza a narração, as imagens em movimento, se posiciona criticamente diante da situação e promove o JE FLM. De certa forma, o vídeo 5 destaca-se um pouco mais em relação à escolha dos modos no uso de imagens em movimento e um posicionamento social mais crítico, enfatizado pela narração, por alguns enquadramentos e posição de câmera.

Os modos escolhidos pelos idealizadores dos filmes 6 e 7 compreendem a oralidade dos discursos proferidos em depoimentos e entrevistas, as imagens em movimento e os sons de tambores e vozes produzidos nos atos públicos realizados em frente à escola para defender e se posicionar diante do fechamento da escola, utilizando para isso o canal do JE FLM. Percebemos a diversidade de escolhas dos modos e de usos das ferramentas do app de edição de vídeos VivaCut, como o áudio mais baixo quando são proferidos os discursos, os gestos, a expressão facial, o cenário da rua nos atos públicos, o ambiente escolar nas entrevistas, os instrumentos musicais, os ângulos de câmera em *close up*, panorâmicas, e enquadramento. Assim, esses vídeos se caracterizam como uma campanha sócio-política, pois seus atores estão engajados em uma luta a favor da escola, manifestando-se contra a decisão da SED.

Faço a descrição visual do vídeo 1 no quadro 23.

Quadro 23– Imagem visual do vídeo 1

Frame/ tempo 11 seg	Imagem visual VIDEO 1	Narrativa	Descrição da cena	Som
0,01'' A 0,05''		O que você procura em um jornal?	Inicia com música e uma imagem da escola, uma legenda é inserida perguntando ao seu leitor.	Trilha musical: Jingle do Jornal Nacional
0,06'' A 0,08''		Informações, opiniões, entretenimento?	Inserir-se a imagem da escola e juntamente uma legenda que pergunta ao leitor.	Jingle do Jornal Nacional
0:09'' A 0,11''		/	Termina com uma imagem da escola.	Jingle do Jornal Nacional

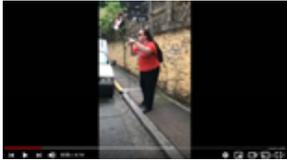
Fonte: A autora.

O vídeo perfaz o gênero anúncio publicitário. As escolhas estão dentro das convencionais e previsíveis, e não se coloca como contra-discurso ao jornalismo hegemônico.

Observemos no quadro 24 a descrição visual do filme 6.

Quadro 24 –Imagem visual do vídeo 6

Frame/ tempo 4' e 14''	imagem visual VIDEO 6	Narrativa	Descrição da cena	Som
1 0,01'' A 0,02''		/	Inicia com o logo do JE FLM	/
2 0:03'' A 0,14''		<i>A escola não vai fechar!</i> <i>A escola não vai fechar</i> <i>cartaz</i> <i>A comunidade escolar diz não ao fechamento da EEB Lauro Müller</i> <i>Cartaz</i> Em defesa da educação.	Inicia com a comunidade escolar na rua pulando e dizendo não ao fechamento da EEB Lauro Müller ao som de tambores, apitos e vozes em uníssono	Som analógico: de Tambores, apitos e frases de ordem

Frame/ tempo 4' e 14''	imagem visual VIDEO 6	Narrativa	Descrição da cena	Som
3 0:15'' A 0,21''		Estudante diz não ao fechamento do Lauro Müller Estudante na rua Moisés a culpa é tua!	Aluna fala que é estudante da Lauro Müller e diz que é culpa Do Moisés que ela está na rua.	Som de Tambores, apitos e frases de ordem
4 0:22'' A 0,32''		Precisamos que o governo invista nas escolas e não as feche.		Eu só quero é ser feliz estudar na escola que eu escolhi. Consciência que aqui é meu lugar
5 0:33'' A 0,53''		E todo mundo sabe que o interesse nesse terreno é político é financeiro é bota esse espaço pra que pobre nenhum não usufrua disso aqui mais. Enquanto isso é obrigação nossa seguir fazendo muito, muito barulho. É isso ai galera vou passar.	discurso de integrante do sindicato dos professores	Som analógico: de Tambores, apitos e frases de ordem
6 0:54'' A 1'07''		Eu sou do Lauro Müller, nós vamos lutar pelo nosso colégio, pelos nossos direitos. Nosso colégio vai ficar, está 107 anos de pé, e vai ficar se depender de nossa luta ele vai continuar, é o nosso direito.	depoimento de aluna da pesquisa	Som analógico: de Tambores, apitos e frases de ordem
7 1:08'' A 1',22''		A minha escola não vai fechar, a minha escola não vai fechar! Aluna 1: Em parte a gente concorda em fechar pra reforma e realmente a escola precisa. Desde que a gente entrou aqui, eu estudo desde o quarto ano, a escola tem muitos problemas, principalmente de estrutura. Mas a gente não quer que feche pra não ter mais aula. A gente quer que feche pra reforma. A gente não concorda e não acha justo que eles fechem assim para não ter aula.	depoimento de alunas da pesquisa	

Frame/ tempo 4' e 14''	imagem visual VIDEO 6	Narrativa	Descrição da cena	Som
1'23'' A 3'38 3'39'' A 3'52''		<p>Aluna 2: Bom eu acho que é errado chegar de uma hora para outra e dizer que o nosso colégio vai fechar, até porque a gente foi pego de surpresa e a gente não tava preparada para isso. Eu acho errado pelo fato de que o Instituto já é um colégio que tem muitas pessoas, as salas ficam com 40 crianças dentro e acho que não teria mais espaço pra gente poder entrar e também tem os mesmos problemas que tem o nosso colégio.</p> <p>Aluna 1: Além das pessoas que estão esperando uma vaga. A gente vai pegar o lugar de quem está esperando. Acredito que também vai prejudicar a gente porque acredito que 40 crianças numa sala não é produtivo nem pra gente e nem para o professor porque tem gente ali que não respeita.</p> <p>Aluna 2: Acho que a gente teria que lutar, meter a cara e fazer. Tem que sair da lei porque se não eles vão fechar realmente, pois quanto mais a gente calar a boca e baixar a cabeça mais eles vão fechar. Acho que a gente tem que meter a cara e falar a altura deles.</p>		
3'53'' A 4'10''		<p>Aluna 1: É a gente se expor!</p> <p>Aluna 2: É protesto, correndo atrás para não fechar o colégio e falando com pessoas que entendem sobre esse assunto.</p> <p>Aluna 1: Eu acredito que tem muita criança e adolescente que não sabe escrever seu nome e nunca foi pra escola. O governo tem muito dinheiro pra investir em educação. Olha quanto a gente paga de imposto. Até uma bala a gente paga imposto. Eu acredito que é totalmente errado e injusto com a sociedade porque a gente tá ali, e nossos pais batalham todos os dias pra gente ter o mínimo e a gente não tem.</p>		

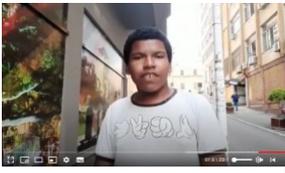
Frame/ tempo 4' e 14''	imagem visual VIDEO 6	Narrativa	Descrição da cena	Som
		O que eles fazem é fechar. Eles chegaram aqui na escola só avisando que ia fechar. Em nenhum momento eles perguntaram se a gente concordava em ir pra outra escola. Eu acho que foi desrespeito e não tiveram consideração pelo histórico do Lauro Müller. Eu acredito que foi isso.		
8 4'11'' A 4'14''			Termina com logo do JE FLM.	

Fonte: A autora.

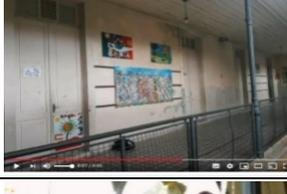
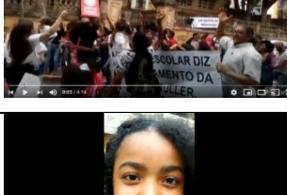
Podemos observar no quadro 24 os modos utilizados pelos alunos na produção de significados: o som analógico em intensidade alta, que dá ideia de força, chama atenção e desperta curiosidade; o som fônico proferido por várias vozes sociais dos alunos, dos professores, pais, sindicato; discursos e depoimentos; as imagens com movimento de câmera panorâmica, *close up* (da escola, dos atos públicos com a comunidade escolar, depoimento de alunos), escrita (cartazes, faixas, logo do JE FLM); a escrita apresentada por meio de frases em faixas direcionadas ao governo; frases em cartazes e camisetas confeccionadas pelos alunos; palavras de ordem e temas musicados produzidos pelos alunos; nome e logomarca do JE FLM. O foco do vídeo é o protesto contra o fechamento da escola e representam a realidade específica, o posicionamento da comunidade escolar, e a promoção indireta do JE FLM Folha Lauro Müller, lançando assim um discurso engajado para o jornal que soa como um jornalismo contra-hegemônico. Promoveram o JE FLM por meio de uma campanha sócio-política para defender uma causa social.

Em seguida, o quadro 25 é a descrição visual do vídeo 7, composto pela união dos vídeos 3, 4, 5 e 6.

Quadro 25 – Imagem visual do vídeo 7

Frame/ tempo 8'09''	Imagem visual – vídeo 7	Narrativa	Ação dos personagens	Som
1 0 a 52''		<i>Meu nome é xxxx, tenho xxx anos e querem fechar minha escola!</i>	Alunos apresentam-se um após o outro, falando seu nome, idade e, com olhar sério, proferem a mesma frase: “querem fechar minha escola”.	Analógico: Som da rua
2 53' a 57''		<i>No ano passado o 9º ano do Lauro Müller começou o projeto do JE FLM.</i>	Aluno se posiciona na rua e apresentam o projeto do JE impresso.	Analógico Som da rua
3 58'' a 1'02''		<i>Nesse ano decidimos continuar esse projeto em outro formato, o vídeo.</i>	Aluno continua sua fala e aparece a imagem do jornal impresso	Analógico Som folheando o jornal e da escola
4 1'03'' a 1'07''		<i>Dessa vez vamos mostrar a atual situação de nossa escola.</i>	A aluno explica o projeto do jornal escolar na forma digital e anuncia a próxima chamada	Analógico Som da rua
5 1'08'' a 1'17''		<i>Em uma reunião com a comunidade escolar o representante da SED nos informou que a nossa escola seria fechada até o final do ano letivo sem consulta prévia.</i>	Na praça 15, em Florianópolis, aluna explica a atual situação da escola	Analógico Som da rua
6 1'18'' a 1'27''		<i>[...]Porque o Lauro não é só uma escola, ela é uma história e por mais que vocês cheguem aqui em boa pinta, cheios do dinheiro..</i>	Aluna discursa em reunião com a comunidade escolar, representantes da SED, vereadores e jornalistas.	Analógico Vozes e ruídos
7 1'28'' a 1'31''		<i>A escola é nossa e ninguém tira. (Cartaz) a gente tem voz sim, os pais que estão aqui, estão pagando por impostos</i>	Enquanto a aluna profere seu discurso cartazes são inseridos	Vozes e ruídos

8 1'32'' a 1'47''		<i>cobrados de cada um que está sentado aqui e que não são baratos, cada uma dessas crianças estão aqui,</i>	Aluna discursa em reunião com a comunidade escolar, representantes da SED, vereadores e jornalistas.	Vozes e ruídos
9 1'48''		<i>Tira a mão do Lauro! (Cartaz)</i>	Enquanto a aluna profere seu discurso cartazes são inseridos	Vozes e ruídos
10 Até 2'05''		<i>estão aqui porque têm uma história. Cada trabalho, cada giz gasto aqui dentro desta escola, deixam uma marca e a gente não vai deixar nenhum governo demolir isso aqui.</i>	Aluna discursa em reunião com a comunidade escolar, representantes da SED, vereadores e jornalistas.	Vozes e ruídos
11 2'06'' a 2'15''		<i>Oi gente! Hoje a gente está aqui, quinta feira dia 31, lutando pelos nossos direitos como estudantes aqui no Lauro Müller. A gente não vai aceitar que a nossa escola seja fechada.</i>	Aluna dá entrevista sobre a sua posição em relação a escola	Analógico Tambores apitos, vozes em uníssono
1 2'16'' A 2'19''			Entra logo do jornal	/
2 2'20'' A 2'25''		<i>Desde 1912 a escola Lauro Müller Educou gerações e gerações de catarinenses</i>		Analógico Som da escola
3 2'26'' A 2'34''		<i>E várias e várias vezes a escola foi tentada a ser fechada porém a escola se manteve mas o governo nunca desistiu de fechar a escola</i>	<i>A escola é nossa e ninguém tira.</i>	Analógico Som da escola
4 2'35'' A 2'45''		<i>Por isso ele deixou que a estrutura ficasse precária e em 2019 eles vieram com a ideia de fechar a escola por isso nós alunos da escola Lauro Müller protestamos conta as ações.</i>		Analógico Som da escola
5 2'46'' A 2'50''		<i>Veja na folha Lauro Müller e no nosso canal do you tube, é claro!</i>		Analógico Som da escola

6 2'51'' A 3'01''		<i>Uma das escolas mais antigas de Santa Catarina, A E.E.B. Lauro Müller, situada no centro de Florianópolis foi fundada por Vidal Ramos em 1912.</i>	Personagem narra a história da escola	Trilha sonora Dá ideia de alegria, Calma e um ambiente pacífico
7 3'02'' A 3'08''		<i>Lauro Müller foi a escola de avós, pais e hoje atende mais de 300 alunos do Ensino Fundamental e Ensino Médio.</i>		Trilha sonora Dá ideia de alegria, Calma e um ambiente pacífico
8 3'09'' A 3'19''		<i>A escola tem espaços como qualquer outra, como sala de aula, biblioteca, sala de informática, sala de vídeo, quadra de esportes e parquinho sendo eles simples e arejados.</i>		Trilha sonora Dá ideia de alegria, Calma e um ambiente pacífico
9 3'20'' A 3'30''		<i>Mesmo sendo um patrimônio histórico há muito tempo o prédio não recebe restauração tendo rachaduras e infiltrações necessitando de reforma urgente.</i>		Trilha sonora Dá ideia de alegria, Calma e um ambiente pacífico
10 3'31'' A 3'36''		<i>Você quer saber mais sobre nossa escola? Leia Folha Lauro Müller. Um jornal de todos para todos.</i>		Trilha sonora Dá ideia de alegria, Calma e um ambiente pacífico
11 3'37'' A 3'39''		<i>A escola não vai fechar! A escola não vai fechar!</i>	A comunidade escolar diz não ao fechamento da EEB Lauro Müller.	Vozes da manifestação
12 3'40'' A 3'50''		<i>Estudantes dizem não ao fechamento da EEB Lauro Müller</i>	Em defesa da educação. Alunos manifestando em frente ao colégio.	Tambores, apitos e frases de ordem
13 3'51'' A 3'58''		<i>Estudante na rua Moisés a culpa é tua!</i>	Lauro Müller é nosso. Depoimento de aluna da pesquisa.	Tambores, apitos e frases de ordem
14 3'59'' A 4'09''		<i>Eu só quero é ser feliz estudar na escola que eu escolhi Consciência que aqui é meu lugar</i>	Precisamos que o governo invista nas escolas e não as feche.	Som da manifestação de rua

15 4'10'' A 4'30''		<i>E todo mundo sabe que o interesse nesse terreno é político é financeiro é bota esse espaço pra que pobre nenhum não usufrua disso aqui mais. Enquanto isso é obrigação nossa seguir fazendo muito, muito barulho. É isso ai galera vou passar ...</i>	Depoimento de membro do sindicato	Som da manifestação de rua
16 4'31'' A 4'45''		<i>Eu sou do Lauro Müller, nós vamos lutar pelo nosso colégio, pelos nossos direitos. Nosso colégio vai ficar , está 107 anos de pé, e vai ficar se depender de nossa luta ele vai continuar, é o nosso direito.</i>	Depoimento de aluna da pesquisa	Som da manifestação de rua
17 4'46'' A 4'59''		<i>A minha escola não vai fechar, a minha escola não vai fechar!</i>	Alunos manifestam na rua	Som da manifestação de rua
18 5' A 7'48''		<p><i>Aluna 1: Em parte a gente concorda em fechar pra reforma e realmente a escola precisa. Desde que a gente entrou aqui, eu estudo desde o quarto ano, a escola tem muitos problemas, principalmente de estrutura. Mas a gente não quer que feche pra não ter mais aula. A gente quer que feche pra reforma. A gente não concorda e não acha justo que eles fechem assim para não ter aula.</i></p> <p><i>Aluna 2: Bom eu acho que é errado chegar de uma hora para outra e dizer que o nosso colégio vai fechar, até porque a gente foi pego de surpresa e a gente não tava preparada para isso. Eu acho errado pelo fato de que o Instituto já é um colégio que tem muitas pessoas, as salas ficam com 40 crianças dentro e acho que não teria mais espaço pra gente poder entrar e também tem os mesmos problemas que tem o nosso colégio</i></p> <p><i>Aluna 1: Além das pessoas que estão esperando uma vaga. A gente vai pegar o lugar de quem está esperando. Acredito que também vai prejudicar a gente porque acredito que 40 crianças numa sala não é produtivo nem pra gente e nem para o professor porque tem gente ali que não respeita.</i></p> <p><i>Aluna 2: Acho que a gente teria que lutar, meter a cara e fazer. Tem que sair da lei porque se não eles vão fechar realmente, pois quanto mais a gente calar a boca e baixar a cabeça mais eles vão fechar. Acho</i></p>	Depoimento de aluna da pesquisa	/

		<p><i>que a gente tem que meter a cara e falar a altura deles.</i></p> <p><i>Aluna 1: É a gente se expor!</i></p> <p><i>Aluna 2: É protesto, correndo atrás para não fechar o colégio e falando com pessoas que entendem sobre esse assunto.</i></p> <p><i>Aluna 1: Eu acredito que tem muita criança e adolescente que não sabe escrever seu nome e nunca foi pra escola. O governo tem muito dinheiro pra investir em educação. Olha quanto a gente paga de imposto. Até uma bala a gente paga imposto. Eu acredito que é totalmente errado e injusto com a sociedade porque a gente tá ali, e nossos pais batalham todos os dias pra gente ter o mínimo e a gente não tem. O que eles fazem é fechar. Eles chegaram aqui na escola só avisando que ia fechar. Em nenhum momento eles perguntaram se a gente concordava em ir pra outra escola. Eu acho que foi desrespeito e não tiveram consideração pelo histórico do Lauro Müller. Eu acredito que foi isso.</i></p>		
19 7'49'' A 7'51''			Encerra mostrando a logo do JE FLM.	/
20 7'52'' A 7'55''		<i>Comunidade escolar diz não ao fechamento do EEB Lauro Müller</i>	Narração afirma que a comunidade não aceita a decisão da SED de fechar a escola	Tambores, apitos e vozes
21 7'56'' A 8'02''		<i>Localizado no centro de Florianópolis. Uma escola centenária em que muitos moradores ilustres estudaram.</i>	Faz referência a importância da escola	/
22 8'03 A 8'09''		<i>Saiba mais sobre esse assunto e sobre nosso JE em Folha Lauro Müller.</i>	Convida para conhecer o JE FLM	/

Fonte: A autora.

No vídeo 7, do mesmo modo que no 6, a manifestação assume o centro, o vídeo deixa de ser estritamente promocional e faz uma reportagem para defender a escola, usando o canal do JE FLM, configurando uma campanha para uma causa social. Promovem o JE FLM e atuam sobre o fato. O conjunto das imagens em movimento de câmera em *close up* chamam o leitor para aderir a causa em questão. A primeira cena insere a informação que é repetida várias vezes, buscando sua solução (frame 1). Após, imagens dos alunos na escola, em atos públicos, o som de apitos e tambores, as panorâmicas, cada vídeo contando sua versão do fato, constituíram uma narrativa representando a identidade de cada um e a carga de interesses estão presentes durante o processo de produção.

O contexto em que os/as alunos/as estão inseridos, com ou sem experiência na produção de vídeos, com acesso ou não às tecnologias em casa ou na escola, influenciou na produção dos vídeos. Estes modos utilizados representam as escolhas dos alunos que por sua vez refletem as posições tomadas diante dos fatos do fechamento da escola e do perfil de jornalismo que encampam.

5.2 ANÁLISE À LUZ DA GDV

A Gramática do Design Visual, de Kress e Van Leeuwen (2006), que busca inspiração nos pressupostos da Semiótica Social, oferece uma metodologia de análise de imagens com categorias fundamentadas na Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday (1985) e de Halliday e Matthiessen (2014), que atribui a todo texto (discurso) a realização simultânea de três metafunções: ideacional, interpessoal e textual. Essas metafunções são renomeadas para análise do modo visual na GDV, como representacionais, interativas e composicionais. Para os autores, o que é expresso na linguagem verbal por meio de palavras ou frases, pode, na comunicação visual, ser expresso por diferentes escolhas de cores e diferentes composições, afetando seu significado. Para isso, o foco é a descrição dos recursos ideacionais, interpessoais e textuais no modo visual. Mas não como mera descrição, pois, como defendem Kress e Van Leeuwen (2006, p. 47), “as estruturas visuais não produzem simplesmente as estruturas da realidade. Ao contrário, elas produzem imagens da realidade destinadas aos interesses das instituições em que foram produzidas, divulgadas e lidas”.

5.2.1 Metafunção ideacional – significado representacional

O significado representacional diz respeito às relações entre pessoas, coisas ou lugares presentes na imagem e se apresenta por dois processos: os **narrativos**, que demonstram as ações dos participantes representados, assim como nas análises textuais, nos frames houve a predominância do processo narrativo, demonstrando as ações dos participantes representados; e os **conceituais**, nos quais não há ação, os participantes são representados pela classe, estrutura ou significados generalizados.

Os participantes envolvidos no processo semiótico podem ser de dois tipos: os participantes interativos – PI, que são os participantes no ato da comunicação (que falam, criam, escutam, leem, escrevem; o produtor e o receptor); e os participantes representados – PR, que são os que constituem o tema, o assunto da comunicação - seres, animados ou inanimados, presentes nos textos visuais - as pessoas, lugares e coisas representadas no discurso ou imagem, os participantes sobre os quais se fala ou sobre os quais são produzidas as imagens. Esses participantes podem interagir por meio de três modos de relação: a) Entre participantes representados; b) Entre participantes interativos; c) Entre participantes interativos e representados.

Conforme Kress e Van Leeuwen (2006 [1996], p. 46), “[...] o que na linguagem é realizado por palavras da categoria ‘verbos de ação’, é visualmente realizado por elementos que podem ser formalmente definidos como vetores”. O que caracteriza a representação narrativa é a presença de vetores (transmissores) que indicam a direcionalidade e podem ser representados por setas/linhas ou mesmo pelo posicionamento dos participantes representados ou objetos que levam o olhar dos leitores para o ponto da imagem, ou seja, efeito de movimento na imagem). A estrutura básica de um processo de ação realiza-se a partir de um vetor que parte de um participante, o ator, e atinge outro, a meta. O participante representado (PR) pode ser o ator, de onde surge o vetor, ou a meta, para onde o vetor indica.

Nos processos narrativos os elementos ou modos comunicativos presentes nos vídeos 3, 4, 5, 6 e 7 cumprem as funções de representação ideacional porque mostram a realidade em que viveram os alunos, naquele momento da realização do filme, ou seja, seus anseios, suas vontades e preocupações e as ações nos eventos para o não fechamento da escola. No vídeo 1 o produtor não deixa claro a quem se dirige e conta uma narrativa que não se concretiza. No vídeo 2 a produtora conduz a narrativa por meio de legendas que conversam com o leitor mostrando as páginas do JE FLM.

Nesse contexto, a análise do vídeo 7 compõem uma narrativa que conta uma história sobre “as práticas realizadas pelos alunos para o não fechamento da escola” pela secretaria da educação. Os/as alunos/as são os PR, são pessoas que falam, como atores que participam da ação de forma não convencional e modelar.

Podemos ressaltar também os lugares em que os atores exercem suas ações, pois aproveitam os espaços internos e externos da escola, como os ambientes da sala de aula, a fachada da escola, a rua em frente focalizando vários ângulos diferentes, naturais à visão, mostrando os ambientes de forma clara e natural. Esse tipo de representação refere-se a modalização naturalista que tenta ser o mais realista possível (KRESS; VAN LEEUWEN,1996). Os alunos/as mostraram o ambiente escolar como é realmente e a forma como tentam protestar contra o fechamento da escola. Essa forma de realização corresponde ao gênero reportagem jornalística que tende ser objetiva e dar a impressão que o que está sendo mostrado é verdade e não uma ilusão. Esse efeito dá impressão que o que está sendo mostrado e sua forma de apresentação pelos autores é a real.

A imagem conceitual representa os **participantes** de forma generalista, relativamente estável e atemporal, representando-os em termos de classe, estrutura e/ou significado. Assim, o **participante** é representado de forma a ser percebido como estático e pode ser representado de acordo com o aspecto classificatório, analítico ou simbólico.

As representações conceituais auxiliam no entendimento generalista, relativamente estável e atemporal, representando os participantes da narrativa imagética em termos de classe, estrutura e/ou significado. Observa-se que os alunos são filmados fora da sala de aula, nos espaços da rua protestando contra o fechamento da escola, ver vídeos 5, 6 e 7. Esse padrão conceitual (protestos na rua) considera apenas o que eles fazem ali. Desconsidera outros aspectos como a precariedade do ensino, das estruturas físicas e condições de vida dos/as estudantes, ou ainda com boas aulas e espaços de reflexão críticos. Dessa forma reduz-se os efeitos de sentido do discurso verbal analisados. Em um dos atos públicos realizados em frente à escola ao interromper a rua (muito movimentada e em horário comercial), em frente à escola, os alunos perceberam o descaso daqueles que passavam dentro de seus carros, onde muitos demonstraram seu descontentamento, proferindo palavras de baixo calão e atirando carros e motos em cima deles. Essas representações conceituais dos atores nos vídeos 6 e 7 contribuem para a construção de um discurso convencional em que a sociedade classifica as pessoas que vão às ruas protestar por algo, sujeitos que não tem o que fazer ou são desocupados.

A naturalização nas representações e classificações do discurso servem para a reprodução e perpetuação das relações desiguais de poder e dominação.

As reportagens jornalísticas procuram representar a realidade da forma mais natural possível. Os recursos filmicos para isso estão representados em termos de distância entre os participantes de uma interação. Dessa forma, são convenções pré-estabelecidas que representam na maioria das vezes, uma distância social. Já o close-up fechando no rosto dos/as alunos/as sugere intimidade e empatia. Essa modalização ocorreu nos vídeos 5, 6 e 7 em que alunos e alunas evidenciam seus depoimentos em *close up* sobre o problema que estavam enfrentando na escola.

O trabalho de edição e montagem dos vídeos pode oferecer possíveis análises e efeitos discursivos que

[...] envolve o uso de recursos ou efeitos que, no conjunto da obra, ganham significados específicos, agindo como uma espécie de “gramática audiovisual” que, mais do que somente dar dinamismo à narrativa, são também ferramentas de construção de sentido e transmissão de ideias e impressões desejadas pelo realizador (ROCHA LIRA, 2010, p. 1).

As análises verbais construídas até aqui implicam em escolhas e posicionamentos defendidos pelos/as estudantes em suas produções filmicas por meio de seu discurso, dentro de textos e orações nos cartazes, posts do Instagram, etc. O mesmo pode ser feito nas relações entre as sequências discursivas de quadros, observando como podem ser editadas o encadeamento verbal e imagético dos vídeos produzidos.

O protesto contra o fechamento da escola se torna o foco central e as ações como, entrevistas, cartazes, discursos, notícias etc., complementares. O vídeo em questão (7) por suas narrativas produzidas por ações e sequências no gênero da esfera jornalística, indiretamente promove o JE FLM que se mostra pela logo e pelo jornal impresso representado. Se justificam pelos fragmentos da figura 16.

Figura 16 – Fragmentos que justificam indiretamente o gênero anúncio



Imagens do JE FLM impresso sendo folheado.



Apresentam e expõem pela narrativa o projeto do JE FLM.



Logomarca do JE FLM.

Fonte: A autora

5.2.2 Metafunção interpessoal – significado interacional

O significado interacional está relacionado com a interação entre os participantes representados - PRs e os participantes interativos - PI que são classificados pelos autores em categorias olhar, enquadramento, perspectiva e modalidade. No olhar, encontramos imagens de oferecimento e demanda. Demanda é aquela em que o PR olha diretamente para o leitor criando um vínculo com ele criando uma relação imaginária de (afinidade, sedução, dominação) demandando algo: uma aproximação ou distância. Observamos nos vídeos 6 e 7 representados na figura 17, em que os depoimentos dos PRs olham diretamente ao leitor criando um vínculo imaginário de afinidade demandando uma aproximação com ele.

Figura 17 – Olhar por demanda; enquadramento



Fonte: A autora.

No enquadramento, podemos nos referir à distância ou proximidade (linguagem cinematográfica), os Participantes Representados aparecem em *close up*, pois apenas uma parte do corpo é destacada, ou seja, a cabeça e os ombros. Quanto mais perto do leitor da imagem (*close up*) maior a relação de intimidade e cumplicidade, sensações e sentimentos. Nesse sentido, no filme 7, como mostra a figura, todos os alunos da pesquisa aparecem em *close up* narrando seu nome, idade e a mesma frase “querem fechar nossa escola”, buscando-se criar um vínculo afetivo direto de aproximação e cumplicidade com o expectador.

Ao longo do filme, nos momentos em que os alunos se expressavam por meio de discursos públicos, observa-se a entrada de imagens de cartazes com frases sobre a escola.

Ao observar a modalidade, ou seja, o valor de verdade ou credibilidade de uma imagem de pessoas, coisas e lugares reais ou imaginados são julgados socialmente, dependendo do que é considerado real (verdadeiro ou sagrado), por determinado grupo social para qual aquela representação foi direcionada. De acordo com os princípios de realidade existentes, os autores classificam em quatro tipos: naturalísticas, sensoriais, abstratas e tecnológicas. Observamos nos vídeos 6 e 7, na figura 18, as imagens são mais naturais e

próximas da realidade, pois as cores, iluminação e profundidade são percebidas como ao vivo representando como algo real e verdadeiro.

Figura 18 – Modalidade realística



Fonte: A autora.

Na função interpessoal destacamos as relações que se criaram entre os próprios alunos na escola e suas famílias e os movimentos sociais que existem em Florianópolis que vieram se solidarizar com a causa da escola e que também se tornam elementos de representação nos vídeos. Por meio das relações interpessoais os participantes constroem sentido através das funções da fala, o grau de envolvimento e pela troca de informações de cada segmento aqui representado.

5.2.3 Metafunção textual - significado composicional

O significado composicional está relacionado com a posição dos elementos que compõem a imagem representada por três sistemas relacionados entre si: o valor da informação, a saliência e o enquadramento. O valor da informação diz respeito à posição ocupada por cada elemento dentro da imagem sendo que cada um possui um valor: se da esquerda para direita (mais comum na sociedade ocidental), se na parte superior, inferior, no centro ou perto das margens.

O vídeo 7, apresenta uma série de dezesseis imagens em movimento, uma após a outra, apresentando os alunos da pesquisa em *close up*, ao centro da cena entrando da esquerda para a direita no primeiro momento do vídeo. Ressalto que a teoria aqui exposta, analisa as imagens estaticamente, entretanto, a composição de todas as imagens juntas, nos possibilita analisar o que, a partir da primeira cena o produtor inicia o desencadeador das ações, ou seja a fonte da informação e a passagem delas para as 16 cenas reforçam a essa ideia colocada na 1ª cena com a “repetição dos nomes dos alunos” e a frase “querem fechar a minha escola”.

Figura 19 – Valor da informação - dado/real/centro



Fonte: A autora.

O vídeo em questão segue adiante com uma narrativa apresentada pelos próprios alunos contando a história (figura 19) da escola, o projeto do JE FLM, as manifestações da comunidade escolar para o seu não fechamento, o relato de como ela está, o JE FLM impresso como um trabalho de qualidade produzido pela escola, finaliza com o posicionamento dos alunos e chega ao seu destino convidando o leitor para conhecer o JE FLM. Observamos que há a construção de uma relação dos personagens apresentados, em que a ação de cada um desencadeia uma ação para o personagem seguinte, criando uma cadeia de consequências.

Ao longo do filme, o som tem efeito de passar a ideia de força, imposição e presença marcante da comunidade escolar frente à decisão da SED, nesse sentido podemos considerar que a saliência da informação pode ser destacada pelo som.

De acordo com Fairclough (2003, p. 164) o quanto as pessoas se comprometem em seus textos é importante para saber o quanto elas se identificam. A avaliação modalizadora significa o julgamento dos falantes quanto às probabilidades ou obrigações envolvidas no que está sendo dito. O uso de determinados tempos verbais pode demonstrar o posicionamento do autor ao que considera verdadeiro ou falso, provocando um efeito de sentido objetivo ou subjetivo. Quando considera algo verdadeiro utiliza o verbo no indicativo em orações declarativas podendo inserir palavras que reforçam essa ideia. Quando considera falso contesta com maior ou menor veemência e quando quer expressar incerteza ou não deseja se comprometer pode empregar o verbo em uma forma modal como o futuro do pretérito ou o subjuntivo acompanhado de uma expressão de dúvida (i.e. talvez, é possível etc.) ou ainda um auxiliar modal (i.e. poder, dever). Vejamos alguns exemplos de modalização objetiva observadas no vídeo 5: “Comunidade escolar **diz** não ao fechamento do EEB Lauro Müller”, no vídeo 6: “A escola não **vai** fechar” e vídeo 7: “**Estamos** aqui **lutando** pelos nossos direitos como estudantes”.

Como vemos acima, os produtores dos vídeos ao estruturar o discurso dessa forma, com verbos no indicativo e sem a utilização da primeira pessoa ou marcas de modalização, criam um efeito de objetividade.

Nos exemplos abaixo a modalização não é usada, as orações são declarativas assertivas, dando a entender uma posição de neutralidade diante do fato. Vídeos 3: “*Lauro Müller **educou** gerações e gerações de catarinenses*” e “*...várias vezes a escola **foi tentada a ser fechada**, porém a escola **se manteve** mas o governo nunca **desistiu** de fechar a escola*”. Video 4: “*...**ele deixou** que a estrutura ficasse precária e em 2019 **eles vieram** com a ideia de fechar a escola*”.

No todo, as escolhas para composição dos vídeos mostram, considerando cada uma das três metafunções, a construção do gênero anúncio publicitário para o anúncio de campanha sócio-política e um processo de distanciamento de uma posição mais reprodutiva da mídia dominante para um discurso e prática social mais engajada.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo geral analisar a prática social dos alunos do 9º ano matutino, ao produzir vídeos de anúncio publicitário e sócio-políticos para promover o Jornal Escolar em um blog. Dele resultou um processo pedagógico democrático, colaborativo e emancipador. Durante a elaboração dos vídeos, através das atividades desenvolvidas nas aulas de Língua Portuguesa, por meio das etapas de um projeto didático, os sujeitos envolvidos puderam entrar em contato com a multiplicidade de hipertextos, aprimorar seu olhar crítico para os diferentes gêneros da esfera digital, aperfeiçoar suas capacidades linguísticas ao ler e produzir diferentes textos multimodais e hipermediáticos, além de realizarem uma prática social situada e significativa com a promoção do Jornal Escolar por meio da produção de vídeos.

As práticas sociais críticas no contexto das práticas de ensino de Língua Portuguesa relatadas no capítulo 4, trabalhadas no projeto didático foram evidenciadas no conjunto das obras fílmicas. Para chegar ao resultado final houve a preparação de várias etapas em que as atividades envolvidas foram pensadas e trabalhadas numa perspectiva dialógica e libertadora para mim e para os/as alunos/as. Destaco as assembleias, rodas de conversa e debates como práticas sociais que são momentos para avaliar e refletir as etapas e ações do projeto didático como práticas que levam a posicionamentos e tomadas de decisões. Saliento a parceria do jornalismo independente do Portal Desacato, na pessoa dos jornalistas que, por meio de uma roda de conversa como prática social crítica, desempenhou um papel importantíssimo no desenrolar deste estudo.

Diante destas questões, com uma nova motivação, as imagens foram produzidas e capturadas, editadas e divulgadas por outro gênero que representou aquele momento. Alguns grupos recorreram às formas de propagandas da mídia convencional e outros se posicionaram de forma mais crítica recorrendo ao gênero textual que chamamos de vídeo de campanha sócio-política. A comunidade escolar e os alunos desta pesquisa, diante do encerramento da escola, por meio de seus vídeos, se posicionaram contra a decisão da SED. A obra fílmica aqui analisada retratou esta narrativa que, inicialmente, seria apenas a promoção do JE FLM, mas que diante desses fatos não poderia calar-se, pois a escola e o JE FLM corriam o risco de desaparecer. Por isso, a pesquisa também ganhou outros desdobramentos.

Em uma perspectiva freiriana (BONINI, 2010, 2013, 2017) proposta no capítulo 2, incentivou a autonomia dos/das alunos/as a assumirem papéis de protagonistas da pesquisa sendo representantes de seu segmento e muitas vezes por tomadas de decisões e engajamento

sócio-políticos, participando e promovendo uma série de eventos como práticas sociais críticas na escola. A saber: reunião inicial com a comunidade escolar e agentes públicos; oficinas de preparação e confecção de faixas e cartazes para ato público; ato público em frente à escola; participação com frases de efeito, paródias, tambores, apitos e discursos em carro de som; alunos/as param aulas para debater posição da direção da escola; alunas da pesquisa deram entrevistas ao jornal da UFSC, Jornalistas livres, e mídia dominante; ato público em frente à Secretaria de Educação de Florianópolis e outros, bem como os discursos proferidos por meio das práticas sociais em assembleias, debates, entrevistas, rodas de conversa, oficinas e saídas de campo. Alguns desses eventos foram organizados pelos alunos dessa pesquisa, em relação próxima com entidades sociais, estudantis e com o sindicato dos professores.

Assim, o alcance do primeiro objetivo específico da pesquisa ocorreu ao se descrever e analisar todo esse processo de ensino e aprendizagem, sendo que o objetivo foi assim formulado: “Entender o processo de construção de significados ao longo de uma experiência de ensino e aprendizagem envolvendo a produção de vídeos”. Percebe-se, nessa análise, que os estudantes se beneficiam que de conhecimentos especializados quando são apresentados em sintonia com o contexto e com as possibilidades de inserção desses alunos em práticas sociais de modo participativo e empoderado.

Já o segundo objetivo específico consistia em: “Analisar a atuação dos estudantes através do levantamento dos elementos multimodais presentes nos vídeos produzidos (o anúncio publicitário e vídeo de campanha sócio-política)”. Sendo assim a análise dos vídeos ocorreu com base em diversas categorias da Gramática do Design Visual (KRES; VAN LEEUWEN, 1996, 2006), a saber: funções de representação narrativas/conceituais; de interação: contato e distância social e de composição como elementos representados, valor da informação, enquadramento e saliência. Semelhantemente, os vídeos do gênero anúncio publicitário e campanha sócio-política produzidos nesta pesquisa explicitaram, por meio dos modos, signos e mídias o que os alunos e alunas pensavam no momento, seus anseios e expectativas. A análise permite concluir que o gênero vídeo de campanha publicitária mobilizou uma prática mais autêntica evidenciando um número de usos de recursos multimodais e a materialização de uma ação engajada.

A análise aqui relatada permite, em termos gerais, concluir que os vídeos refletem a aprendizagem dos/as alunos/as, o que eles entenderam do processo vivenciado e que estão comunicando no vídeo. Isso é explicável, pois para realização do filme, foi preciso aprender a escrever um roteiro, a colocar as ideias em ordem, selecionar, saber o que dizer, a quem dizer e para quê dizer (GERALDI, 1997), além de aprender a dominar algumas das técnicas de

edição de vídeos. Não foi somente falar, mas entender o que se queria comunicar em um processo de interação com o outro para o desenvolvimento dos filmes, ou seja, a capacidade da leitura de suas próprias realidades e como se enxergam enquanto agentes participativos da mesma. Verifica-se no relato e na análise da experiência a ocorrência de certo deslocamento da criticidade dos/as alunos/as.

Em termos de uma autorreflexão sobre a pesquisa, um dos pontos que considero importante discutir aqui é que a etapa de elaboração do roteiro merecia mais atenção e rigor pedagógico no que diz respeito a atividades mais sistematizadas e detalhadas sobre a sua produção, leitura e discussão do roteiro. Outro desafio percebido foi com relação às tecnologias utilizadas. Apesar de ter conseguido realizar os filmes é preciso conhecer/aprender como manejar o celular, sua câmera, áudio e os apps de edição de vídeos, pois às vezes os alunos querem utilizar outros modos e não sabemos como fazê-lo. Do mesmo modo, um trabalho desse tipo precisa contar com o apoio da sala de informática com computadores conectados na internet para pesquisa e edição dos vídeos. Nesse sentido, planejar uma etapa para a reelaboração e reedição dos filmes é interessante, pois após avaliação os alunos perceberam que poderiam melhorar aspectos do áudio, entre outros. E por fim, é necessária a circulação dos vídeos, seja no blog, no YouTube em que se monitorem as postagens e o retorno delas em rede social.

A atividade proposta alterou a dinâmica da sala de aula convencional. Saímos da rotina imposta pelas quatro paredes, dos manuais didáticos e currículos institucionalizados. Por mais que a escola estivesse desprovida da parte tecnológica e os percalços, durante a pesquisa as soluções foram surgindo não de uma forma ideal, mas real e trabalhamos com o que tínhamos em mãos: a realidade e a possibilidade de atuar sobre ela. Entretanto, no fim do ano de 2019, a escola foi fechada. Os alunos foram transferidos para outras escolas, os professores removidos para outras unidades escolares e o JE FLM deixou de existir. O espaço escolar que promoveu um pensamento crítico, reflexivo e ético sobre as representações de mundo, iniciado pela tese de Rempel (2020) e este estudo não tiveram continuidade.

Sendo assim, é necessário que nas escolas hajam mais pesquisas que promovam ações com propostas de educação que contemplem um pensamento crítico e emancipador como formas de atuação em práticas sociais que possibilitem aprendizagens mais contextualizadas e significativas em Língua Portuguesa.

REFERÊNCIAS

- ANIMALLE. **O que é vídeo de anúncio publicitário promocional?** Animallestúdio, 16 set. 2019. Disponível em: <https://animalleestudio.com.br/o-que-e-um-video-promocional/>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- ANTONIO, J C. Uso pedagógico do telefone móvel (Celular). **ProfessorDigital**, SBO, 13 jan. 2010. Disponível em: <https://professordigital.wordpress.com/2010/01/13/uso-pedagogico-do-telefone-movel-celular/>. Acesso em: 20 nov. 2020.
- ARAUJO, L.C. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 2006.
- AUMONT, J. **A estética do filme**. Tradução Marina APPENZELLER. 2. ed. Campinas: Papirus, 2002.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. *In*: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997 [1952/53].
- BERGAMO, M. L. **A prática da leitura de textos jornalísticos: uma experiência com o jornal escolar**. 2018. 170p. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2018.
- BEZEMER, J.; KRESS, G. **Multimodality, Learning and Communication: a social frame**. London: Routledge, 2016.
- BIAZI, T. M. D.; CASTELINI, P. Gênero vídeo de viagem (video tour) em contexto digital. **Domínios de Linguagem**, Uberlândia, v. 11, n. 3, p. 851-877, jul./set. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.14393/DL30-v11n3a2017-18>. Acesso em: 10 dez. 2020.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. K. **Investigação Qualitativa em Educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. 4 ed. Porto: Porto Editora, 1994.
- BONINI, A. Análise crítica de gêneros discursivos no contexto das práticas jornalísticas. *In*: SEIXAS, L.; PINHEIRO, N. F. (Orgs.). **Gêneros: um diálogo entre comunicação e Linguística Aplicada**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 103-120.
- BONINI, A. Análise crítica de gêneros jornalísticos. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10., 2012, Curitiba. **Anais...** Curitiba: PUCPR, 2012.
- BONINI, A. Critical genre analysis and professional practice: the case of public contests to select professors for Brazilian public universities. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 10, n. 3, p. 485-510, 2010.
- BONINI, A. Jornal escolar, gêneros e letramento midiático no ensino-aprendizagem de linguagem. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 11, p. 149-175, 2011.

BONINI, A. Mídia / suporte e hipergênero: os gêneros textuais e suas relações. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 11, n. 3, p.679-704, 2011.

BONINI, A. **O jornal escolar como mídia comunitária e o ensino de Língua Portuguesa**. Projeto de Produtividade em Pesquisa PQ/CNPq. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

BONINI, A. O jornal escolar como mídia contra-hegemônica: jornalismo de escola não modelado pelo jornalismo comercial dominante. **Linguagem em (dis)curso**, v. 17, n. 2, p. 165-182, 2017.

BONINI, A. O projeto gêneros do jornal: da organização retórica às práticas sociais. *In*: BONINI, A.; FERRETTI-SOARES, V. A. S.; SILVA JUNIOR, C. B.; LIMA, V. W. (Org.). **Os gêneros do jornal**. Florianópolis: Insular, 2014, p. 15-22.

BORGATTO, A M T; BERTIN, T C H; MARCHEZI, V L de C. **Português: projeto teláris**, 8. ano. São Paulo: Ática, 2015.

CARNEIRO, R. **Informática na educação: representações sociais do cotidiano**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

CARVALHO, R. E. **Escola Inclusiva: a reorganização do trabalho pedagógico**. Porto Alegre/RS: Mediação, 2008.

CASAQUI, V. O espetáculo da produção e a incorporação do consumidor: estratégias de publicização na concepção do automóvel do futuro. *In*: KELLER, K. R. B.; SATLER, L. L. **Século XXI: a publicidade sem fronteiras?** Goiânia: PUC-Goiás, 2011.

CAVALCANTI, C R. **Discurso camuflado: uma análise crítica e multimodal do anúncio “Confissões de camuflagem”**. 2016. Dissertação (Mestrado em estudos linguísticos) - Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Vitória, 2016.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

COUTO, J. C. **A revisão de textos no desenvolvimento da escrita: experiência a partir da produção de um jornal escolar**. 2016. 148p. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

DEMO, P. **Educar pela pesquisa**. 3. ed. Campinas: Autores Associados, 1998.

DEMO, P. **Educar pela pesquisa**. 6. ed. Campinas: Autores Associados, 2003.

DEMO, P. **Pesquisa participante: saber pensar e intervir juntos**. 2. ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2008.

DESLAURIERS, J-P; KÉRISIT, M. O delineamento de pesquisa qualitativa. *In*: POUPART, J; DESLAURIERS, J.-P; GROULX, L-H; LAPERRIÉRE, A.; MAYER, R; PIRES, A P. **A pesquisa Qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2012.

DIONÍSIO, Â P. Gêneros multimodais e multiletramento. *In*: KARWOSKI, A M; GAYDECZKA, B; BRITO, K S. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. Palmas e união da Vitória, PR: Kaygangue, 2005.

DUBOIS, P. **Cinema , vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

E-COMMERCE BRASIL. **Em 2019, 80% do tráfego de internet do mundo será de vídeos**. E-commercebrasil, 14 jul. 2015. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/em-2019-80-do-trafego-de-internet-do-mundo-sera-de-videos/>. Acesso em: 06 dez. 2020.

ESCOLA EDUCAÇÃO BÁSICA LAURO MÜLLER. **Projeto Político Pedagógico**. Florianópolis, 2018.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. London: Routledge, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Discourse and social change**. Cambridge: Polity Press, 1992.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001 [1992].

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016 [1992].

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008.

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. London: Longman, 1989.

FERNANDES, Alessandra Coutinho. Lula na Veja: uma representação multimodal do discurso do medo. **Cadernos de linguagem e sociedade**, v. 12, n. 2, 2011.

FERRÉS, J. **Vídeo e Educação**. Tradução Juan Acuña Llorens. 2. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FIGUEIREDO, D C. A Análise Crítica do Discurso na sala de aula: uma proposta de aplicação pedagógica. *In*: CALDAS-COULTHARD, C R; SCLiar-CABRAL, L. **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008. p. 165-182.

FONSECA-SILVA, M. da C. **Poder-saber-ética nos discursos do cuidado de si e da sexualidade**. Vit. da Conquista: ed. UESB, 2007.

FONSECA-SILVA, M. da C. Mídia e lugares de Memória discursiva. *In*: FONSECA-SILVA, M. da C.; POSSENTI, S. (org.) **Mídia e rede de memória**. Vit. da Conquista: ed. UESB, 2007. p. 11-37

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 32.ed. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2009 [1967].

FREIRE, P. **Educação como prática de liberdade**. 32. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1970.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, P. **Educação na cidade**. 7. ed. São Paulo: Editora Cortez, 2006 [1996].

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 43. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

GUSMÁN, P. O roteiro no cinema documentário. *Mídia Independente*, [S.l.], 2009. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/media/2009/06/448249.pdf>>. Acesso em: 7 mar. 2016

HALLIDAY, M. A. K. **An introduction to functional grammar**. London: Edward Arnold Press, 1985.

HALLIDAY, M. A. K. Corpus studies and probabilistic grammar. *In*: AIJMER, K.; ALTENBERG, B. **English corpus linguistics**: Studies in honour of Jan Svartvik. London: Longman, 1991.

HODGE, R.; KRESS, G. **Social semiotics**. New York: Cornell University Press, 1988.

KELLING, V L.V. S. **Produção textual e multimodalidade**: uma Proposta com realidade aumentada. 2015. 203f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias Educacionais em Rede) – Universidade Federal de Santa Maria, RS, Santa Maria, 2015.

KLEIMAN, A. B.. Letramento e suas implicações para o ensino de língua materna. **Signo**. Santa Cruz do Sul, v. 32, n. 53, p. 1-25, Dez. 2007.

KRESS, G. **Multimodality**: a social semiotic approach to contemporary communication. New York: Routledge, 2010.

KRESS, G. What is mode? *In*: JEWITT, C. (Org.). **The Routledge Handbook of Multimodal Analysis**. London: Routledge, 2009.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Multimodal Discourse**. New York: Bloomsbury Academic, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading Images: the grammar of visual design**. 2. ed. London: Taylor & Francis e-library, 2006.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar visual design**. London; New York: Routledge, 1996.

LIMA, V. W. **A prática social no jornal escolar: estudo do ponto de vista da Análise Crítica de Gênero**. 2014. 149f. Tese (Doutorado em Ciências da Linguagem) - Universidade do Sul de Santa Catarina: Tubarão, 2014.

LIMA-LOPES, R E. **Sociossemiótica da produção audiovisual: uma proposta metodológica para análise multimodal da comunicação em vídeo**. 2012. 266 p. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP, 2012. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/269330>. Acesso em: 04 maio. 2020.

LOPES, E B. **Produção de vídeo**. Curitiba: Instituto EMATER, 2018.

LUCENA, L C. **Como fazer documentários**. São Paulo: Summus, 2012.

MACHADO, A. O vídeo e sua linguagem. **Revista USP**, n. 16, p. 6-17, 28 fev. 1993.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. Brasiliense. São Paulo 1988.

MAKOWIECKY. S.; CARNEIRO FILHO, A A. Florianópolis: Conjuntos históricos urbanos tombados. **Revista DAPesquisa**, Florianópolis, v.2, n.4, p. 288-296, 2007.

MALANGA, Eugênio. **Publicidade: uma introdução**. Atlas, São Paulo, 1979, p. 12.

MARCUSCHI, L A. Apresentação. *In*: BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. Trad. e org. de A. P. Dionísio e J. C. Hoffnagel. São Paulo: Cortez, 2005. p. 9-13.

MARINHO, M H. **Pesquisa Video Viewers: como os brasileiros estão consumindo**, Think with Google, set. 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>. Acesso em: 21 jan. 2020.

MARTIN, M. A. **Linguagem Cinematográfica**. Tradução Lauro António; Maria Eduarda Colares. Lisboa/Portugal: Dinalivro, 2005.

MARTINS, I S. Reflexões sobre a análise crítica do discurso. **DELTA**, São Paulo , v. 21, n. 2, p. 313-321, dez. 2005 . Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0102-44502005000200007>. Acesso em: 11 abr. 2020.

MARTINS, D. **Como fazer um roteiro de vídeo para trabalhar com seus alunos em sala de aula!** Educação! Livre para pensar, 2012. Disponível em: <http://educacaolivreparapensar.blogspot.com.br/2012/03/como-fazer-um-roteiro-de-video-para.html>. Acesso em: 12 abril 2020.

METZ, Christian. **Linguagem e cinema**. Tradução Marilda Pereira. São Paulo: Perspectiva, 1980.

MEURER, J. L. Uma dimensão crítica do estudo de gêneros textuais. *In*: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros textuais e práticas discursivas**: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002. p. 17-28.

MORAN, J. M. O vídeo na sala de aula. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 2, p. 27-35, 1995.

MORAN, J. M. **Novas Tecnologias e Mediação pedagógica**. 16. ed. Campinas: Papirus, 2009.

MOTTA-ROTH, D. Análise crítica de gêneros: contribuições para o ensino e a pesquisa de linguagem. **DELTA**, v. 24, n. 2, p. 341-383, 2008.

MOTTA-ROTH, D. O ensino de produção textual com base em atividades sociais e gêneros textuais. **Linguagem em (Dis)curso - LemD**, Tubarão, v. 6, n. 3, p. 495-517, set./dez. 2006.

MUNIZ, E. Publicidade e propaganda: origens históricas. **Cadernos Universitários: Introdução à Publicidade e Propaganda**, Ulbra, Canoas, v. 1, n. 148, p. 51 – 63, 2004.

OECHSLER, V. **Comunicação multimodal**: produção de vídeos em aulas de Matemática. 2018. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências, Rio Claro, 2018.

OECHSLER, Vanessa, FONTES, Bárbara Cunha, BORBA, Marcelo de Carvalho. Etapas da produção de vídeos por alunos da educação básica: uma experiência na aula de matemática. Belo Horizonte, **Revista Brasileira de educação básica – RBEB**, v.2, n.2, 2017. Disponível em: <http://pensaraeducacao.com.br/rbeducacaobasica/wp-content/uploads/sites/5/2019/03/10-Vanessa-Oechsler-Etapas-da-produção-de-vídeos-por-alunos-da-educação-básica.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2020.

PAIVA, V. L. M. O. Narrativas multimídia de aprendizagem de língua inglesa: um gênero emergente. **Revista Signos**, v. 43, n. 1, p. 183-203, 2010.

PAULO, Fernanda dos Santos. BRANDÃO, Carlos Rodrigues. PESQUISA PARTICIPANTE E A EDUCAÇÃO POPULAR: luta e resistência a partir de Paulo Freire e de educadoras

populares P Revista Panorâmica On-Line. Barra do Garças – MT, vol. 24, p. 256 – 268, jan./jun. 2018. ISSN - 2238-921-0

PEREIRA, Marcos. **Saiba tudo sobre vídeo marketing e aprenda como aplicá-lo em seu negócio.** Hotmart, 03 out. 2019. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/video-marketing/>. Acesso em: 10 dez. 2020.

POUPART, J et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, 2008.

QUESSADA, Dominique. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões.** São Paulo: Futura, 2003.

RABAIOLLI, J; CASTRO, M L D. Extramídia, publicização e promocionalidade no meio televisivo: estratégias de conquista de espaço. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 35., 2012, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012, p. 1633-1.

REMPEL, Gabriela. **A produção do jornal escolar e o jornalismo independente: ensino e aprendizagem de Língua Portuguesa em uma perspectiva crítica.** 2020. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

RESENDE, V M; RAMALHO, V C. V S. Análise de Discurso Crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas: implicações teórico-metodológicas. **Linguagem em (Dis)curso**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 185-208, set. 2010. Disponível em: http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/307/32. Acesso em: 11 nov. 2020.

RIBEIRO, E A. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais**, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.

RODRIGUES, B B. Sobre A Função Das Representações Conceituais Simbólicas Na Gramática Do Design Visual: Encaixamento Ou Subjacência? **Ling (Dis)curso**, Palhoça, SC, v. 10, n. 1, p. 91-109, jan./abr. 2010.

ROJO, R.; MOURA, E. **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

SALMERON, F C. **InanimaDor: o Vídeoc.Arte como processo artístico contemporâneo.** Salvador: UFBA, 2014. 195f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador, 2014.

SANTIVERI, N. Producción de un videoclip en ciencias de la educación. *In: PEREIRA, J. (Org.). Produção de Vídeos nas Escolas: Uma visão Brasil - Itália - Espanha - Equador.* Pelotas: ERD Filmes, 2014. p. 11–18.

SANTOS, Z B dos. A Linguística Sistêmico-Funcional: algumas considerações. **SOLETRAS** – Revista do Departamento de Letras da FFP/UERJ, Rio de Janeiro, n. 28, jul./dez., 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/soletras.2014.12994>. Acesso em: 10 dez. 2020.

SCUCUGLIA, R. **On the nature of students' digital mathematical performance**. 2012. Tese (Doutorado em Educação) – University of Western Ontário, London, 2012.

SILVA, I P. Contribuições didáticas da produção e compartilhamento de vídeos em aulas de física. **Revista de Educação Ciência e Tecnologia**, Canoas, v.1, n. 1, 2013.

SEABRA, C. **Pequeno guia de microvídeos**. 2. ed. [S.l.]: Oficina Digital, 2016.

SEPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico, Artístico e Natural do Município. **Inventário do Patrimônio Cultural**. 2012, p. 5.

SILVA, I P. Autoria em produção de vídeos: Uma experiência com alunos dos projetos integradores do curso de Física Licenciatura UFAL. **Revista Científica da IFAL**, v.1, n. 3, 2011.

SILVA, J P. **A produção de vídeo estudantil na prática docente**. 2014. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.

SILVA, R R. **Pesquisa do IBGE revela que aumentou o número de usuários de internet no Brasil**. Innovation Forum, 20 dez. 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/pesquisa-do-ibge-revela-que-aumentou-o-numero-de-usuarios-de-internet-no-brasil-129545/>. Acesso em: 05 dez. 2020.

SOARES, Sérgio J. Puccini. **Documentário e roteiro de cinema: da pré-produção à pós-produção**. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 2007.

SOARES, V A F. Análise crítica de gênero e o exercício de leitura da palavrando: diálogos possíveis. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 16, n. 3, p. 335-364, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1984-639820169894>. Acesso em: 20 nov. 2020.

SOUZA, A. M. Câmera e vídeo na escola: quem conta o que sobre quem? **Comunicação & Educação**, São Paulo, ano X, n. 1, p. 97-107, jan./abr. 2005.

SOUZA, R B. **Mais Brasil para mais brasileiros: Campanha ou marketing político? Um estudo discursivo crítico**. 2012. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG. 2012.

TILIO, R. A Revisitando a Análise Crítica do Discurso: um instrumental teórico-metodológico. **Escrita. Revista do Curso de Letras da UNIABEU**, Nilópolis, v. 1, n. 2, maio -ago. 2010.

TOMAZI, M. M.; CARMELINO, A. C. Slogan político: Ethos e polifonia em questão. **Revista (Con)textos Linguísticos**, Vitória, v.1, n. 4, p111-130, 2010.

TV ESCOLA. **Oficina de produção de vídeos**. TV Escola. 2014. Disponível em: http://curtahistorias.mec.gov.br/images/pdf/dicas_producao_videos.pdf. Acesso em: 9 fev. 2020.

VAN DIJK, T A. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

VAN LEEUWEN, T. **Introducing Social Semiotics**. London & New York: Routledge, 2005.

VICENTINI, G.W.; DOMINGUES, M. J. C. de S. O Uso do Vídeo Como Instrumento Didático e Educativo em Sala de Aula. ENCONTRO ANUAL DA ANGRAD, 19., Curitiba., 2008. **Anais...** Curitiba, outubro de 2008.

WOODS, N. **Describing Discourse: A practical guide to discourse analysis**. Londres: Hodder Arnold, 2006.

XAVIER, A. C. S. **O Hipertexto na sociedade da informação: a constituição do modo de enunciação digital**. 2002. Tese (Doutorado) – Unicamp. São Paulo, 2002.

ZEN, M. I. D. (Org.). **Projetos pedagógicos: cenas da sala de aula**. 2. ed. Porto Alegre: Mediação, 2002.

ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
 PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS/UFSC
 Área de concentração: Letras
 Linha de pesquisa: Ensino e aprendizagem de língua materna
 Nível: Mestrado

			DEVOLVER CÓPIA PARA: PESQUISADORA (X)
---	---	---	--

<p>Nome da pesquisadora responsável: Edna Kurisini Diatel Telefone: (48) 996810955 E-mail: ediatel@gmail.com</p> <p>Nome do professor orientador: Adair Bonini E-mail: adair.bonini@gmail.com</p> <p>Centro de Comunicação e Expressão Secretaria de Apoio Administrativo Telefone: (48) 3721-9351 Bloco B Sala 315</p>	<p>CEP - Comitê de Ética em Pesquisa/UFSC Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima, s/n Bairro Trindade, Florianópolis</p> <p>Reitoria II, 4o andar, Sala 401 Rua Desembargador Vitor Lima, n. 222, Trindade Telefone: (48) 3721-6094 Email: cep.propesq@contato.ufsc.br</p>
---	--

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Caro responsável,

Como professora de Língua Portuguesa da turma de 9º ano, em 2019, na EEB Lauro Müller em que seu filho é matriculado, também sou aluna no curso de Mestrado Profissional em Letras da UFSC, o PROFLETRAS que é um programa do governo Federal que forma os professores da Educação Básica na Pós-graduação. Para dar continuidade ao curso e receber meu título de Mestre necessito colocar o que aprendi em prática na forma de uma pesquisa nessa turma que leciono. Para isso, preciso que você autorize seu filho a participar dessa pesquisa. Ele está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar desta pesquisa de mestrado que tem por objetivo entender como a produção de vídeos autorais pode ajudar nas práticas sociais de leitura, escuta e escrita críticas durante a construção de um jornal escolar da nossa turma, nas aulas de Português. Em outras palavras, analisarei formas de construção de conhecimentos e aprendizagens na produção de vídeos que possam favorecer as práticas sociais de produção textuais orais mais autorais e aumentar seus conhecimentos sobre a Língua Portuguesa tão necessários para uma atuação crítica na atual sociedade. Para isso, vamos propor atividades de leitura, escrita, oralidade, produção e edição de vídeos que envolvam o jornal escolar digital. Se eles me permitirem assistiremos vídeos específicos sobre propagandas, eu lerei os textos, roteiros e vídeos que serão produzidos, farei anotações do que está acontecendo ali e gravarei o áudio do que ele e seus colegas estão falando, principalmente, em relação as atividades que envolvam o jornal escolar digital.

A participação de seu filho nesta pesquisa apresenta poucos riscos, pois as atividades de leitura, escrita, oralidade e filmagens acontecerão na escola e nas aulas de Português sob minha supervisão, que já fazem parte da sua vida escolar. Os riscos que ele correrá serão os mesmos que

podem ocorrer com qualquer aluno na vida escolar, entretanto ao assistir os vídeos propostos por mim, ele poderá se emocionar, causar estranhamento ou trazer memórias boas ou ruins e despertar sentimentos nem sempre agradáveis. Para evitar essa situação ele tem a liberdade de não querer assistir aos vídeos. Pode haver também, o risco dele se sentir constrangido já que o texto, o áudio ou vídeos que ele produzirá poderá ser publicado no jornal escolar digital, sendo visto por outros estudantes da escola. Para evitar esse constrangimento seu nome poderá ser substituído por códigos. Ele não precisa ser filmado nos vídeos se não quiser. Se for o caso pode-se desfocar a sua imagem para que não apareça. Se ele se sentir desconfortável com qualquer uma dessas situações, ele tem o direito de não participar dessa pesquisa. Se ele se sentir incomodado com a leitura de suas atividades de aula e/ou com sua publicação em meu trabalho final, ele tem a opção de não os compartilhar comigo. A participação dele na pesquisa não é obrigatória. Mesmo se ele concordar agora, poderá desistir depois, e isso não terá problema nenhum, nem para mim, nem para a escola. Também deixo claro que tudo que ele falar será confidencial e seu nome não aparecerá no trabalho. Optarei, ainda, por substituir todos os nomes de todos os participantes por pseudônimos – tanto na transcrição dos dados quanto na sua eventual divulgação em eventos acadêmicos e revistas científicas. Serão usados pseudônimos, que podem ser escolhidos pelos próprios participantes (se assim o quiserem) e expressões generalísticas de quaisquer informações que possam identificar os participantes e o local de realização da pesquisa. Assim, por exemplo: ao invés de “João”, que é um nome verdadeiro, usarei “Pedro”, que é um pseudônimo.

A pesquisa acontecerá, normalmente, nas aulas de Português, com todos os alunos pois são conteúdos que estão previstos para o 9º ano no planejamento da professora, na proposta curricular de Santa Catarina e na Base Nacional Comum Curricular que são os documentos oficiais do Ministério da Educação (MEC). As atividades de leitura, escrita, oralidade e reflexão farão parte das aulas para todos os alunos e se ele não permitir e não quiser participar da pesquisa, os seus dados não serão informados mas ele participará das atividades propostas pois são conteúdos previstos para o 9º ano e ele não terá nenhum prejuízo em suas avaliações e notas trimestrais.

As atividades produzidas durante essas aulas, se ele me permitir, servirão para minha análise e poderão ser publicados na minha dissertação que é o meu trabalho final de mestrado. Mas fique tranquilo, pois ele não será identificado com o seu nome.

Os documentos gerados nesta pesquisa são sigilosos e ficarão em minha posse exclusiva. No entanto, mesmo de maneira involuntária e não intencional (por exemplo, roubo de computador), o sigilo pode eventualmente ser quebrado. Caso sejam identificados e comprovados danos à sua pessoa como decorrência desta pesquisa, ele tem assegurado o direito à indenização. Se, em algum momento, seu nome for revelado ou se sentir exposto de qualquer maneira, eu me responsabilizo pela situação e me disponho a dar a ele a ajuda necessária para que possa garantir os seus direitos perante a lei vigente. Caso ocorra alguma interrupção da pesquisa, seja da minha parte ou da dele, por motivos diversos, também será de minha responsabilidade o acompanhamento e assistência necessária para que tenha seus direitos garantidos. O acompanhamento e assistência dizem respeito a qualquer questões relacionadas à pesquisa, sejam dúvidas/esclarecimentos quanto aos objetivos da pesquisa ou sobre como funciona sua participação ou quantos riscos e benefícios que a pesquisa proporcionará a todos. Ele e nenhum outro participante terão quaisquer despesas financeiras ao participar da pesquisa. No entanto, caso tenha comprovadamente qualquer despesa decorrente diretamente da pesquisa (por exemplo, despesas com transporte e alimentação), eu providenciarei o ressarcimento de seus custos.

Para participar desta pesquisa, o responsável pelo aluno precisa autorizar, assinando um documento de autorização chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Você pode retirar a autorização ou não querer mais sua participação a qualquer momento. A sua participação dele é voluntária, ou seja, participa somente se quiser, e se não quiser participar, isso não mudará em nada a forma com que será atendido durante as aulas e não haverá prejuízos nas suas avaliações.

Os benefícios dessa pesquisa, os dados e resultados gerados, podem contribuir para o aprimoramento de práticas de produção textual e oral, por meio da produção de vídeo para o jornal escolar que auxiliaria, outras(os) pesquisadoras(es), como eu, no desenvolvimento de pesquisas com temas relacionados. As descobertas da pesquisa poderão servir como fonte de consulta para estudiosos da área da linguagem e da educação, por exemplo. Mais especificamente para ele e para nossa escola, haverá como contribuição o desenvolvimento de uma prática de aprendizagem de ensino de português diferente, em que se tornará autor de vídeos para um jornal. Ao final da pesquisa conversaremos sobre

os resultados do meu estudo e de sua participação. Me comprometo a mostrar os resultados positivos e negativos do meu trabalho e de como ajudou no desenvolvimento da pesquisa. Deixo claro que meu dever, enquanto pesquisadora, de dar a ele, aluno, todo acompanhamento e assistência necessária tanto durante o realizar desta pesquisa como também após o termino da pesquisa. Caso ocorra alguma interrupção da pesquisa, seja da minha parte ou da dele, por motivos diversos, também será de minha responsabilidade o acompanhamento e assistência necessária para que tenha seus direitos garantidos. O acompanhamento e assistência dizem respeito a qualquer questões relacionadas à pesquisa, sejam dúvidas/esclarecimentos quanto aos objetivos da pesquisa ou sobre como funciona sua participação ou quantos riscos e benefícios que a pesquisa proporcionará a ele. A participação dele é essencial para a realização desse trabalho, mas você tem liberdade de se recusar a participar ou de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa por meio dos contatos apresentados neste documento, sem penalização ou prejuízo. Esteja ciente de que a obtenção de esclarecimentos sobre a pesquisa antes, durante sua realização e mesmo após seu término será sempre possível.

Leia atentamente este documento, sinta-se confortável para tirar qualquer dúvida decorrente da leitura e reflita (o tempo que achar necessário) sobre a confirmação de sua participação. Este documento foi elaborado em duas vias que deverão ser rubricadas e assinadas por você e por mim, ficando uma via com você e outra comigo. Guarde cuidadosamente a sua via, pois ela garante seus direitos em relação à pesquisa. Assim, por um lado, eu, Edna Kurisini Diatel, enquanto pesquisadora responsável, assumo a responsabilidade total em cumprir as condições de pesquisa descritas, atendendo aos requisitos expostos ao participante e assegurados nas normas das Resoluções 304/2000 e 466/2012 do CNS em todas as fases da pesquisa, zelando sempre pela privacidade e pelo sigilo das informações, que serão obtidas e utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa. Que o CEP-UFSC será imediatamente comunicado se ocorrerem efeitos adversos resultantes desta pesquisa com os sujeitos. Que esta pesquisa ainda não foi total ou parcialmente realizada.

Por outro lado, sua assinatura na declaração abaixo implica sua aceitação em participar da referida pesquisa nos moldes aqui descritos:

Eu, _____, portador(a) do documento de identidade RG Nº _____, responsável pelo (a) aluno (a) _____ declaro que fui informado(a) dos objetivos e procedimentos da pesquisa “O GÊNERO VÍDEO PROMOCIONAL COMO PRÁTICA SOCIAL INTEGRADA À PRODUÇÃO DE UM JORNAL ESCOLAR: UMA ABORDAGEM PELA PERSPECTIVA DA ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO”, de maneira clara e detalhada. Foi-me dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas e compreendi que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar a decisão de participar, se assim ele o desejar. Tendo a minha autorização e assinatura no termo, nessas condições, declaro que concordo em participar da pesquisa, regida pela Resolução 466/2012, e autorizo a pesquisadora a utilizar os dados coletados para a realização do estudo proposto. Declaro ainda que recebi uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido".

Florianópolis de 2019.

_____ Assinatura do(a) responsável	_____ Assinatura da pesquisadora
---------------------------------------	-------------------------------------

ANEXO B – TERMO DE ASSENTIMENTO (TA)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS/UFSC Área de concentração: Letras Linha de pesquisa: Ensino e aprendizagem de língua materna Nível: Mestrado
--

			CÓPIA PARA: ALUNOS () PESQUISADORA (x)
---	---	---	--

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Nome da pesquisadora responsável:
 Edna Kurisini Diatel Telefone: (48) 996810955
 E-mail: ediatel@gmail.com

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa/UFSC
 Campus Universitário Reitor João David
 Ferreira Lima, s/n
 Bairro Trindade, Florianópolis

Nome do professor orientador: Adair Bonini
 E-mail: adair.bonini@gmail.com

Reitoria II, 4o andar, Sala 401
 Rua Desembargador Vitor Lima, n. 222,
 Trindade
 Telefone: (48) 3721-6094
 Email: cep.propesq@contato.ufsc.br

Centro de Comunicação e Expressão
 Secretaria de Apoio Administrativo
 Telefone: (48) 3721-9351 Bloco B | Sala 315

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Querido aluno (a),

Como professora de Língua Portuguesa dessa turma de 9º ano em 2019 na EEB Lauro Müller, também sou aluna no curso de Mestrado Profissional em Letras da UFSC, o PROFLETRAS que é um programa do governo Federal que forma os professores da Educação Básica na Pós-graduação. Para dar continuidade ao curso e receber meu título de Mestre necessito colocar o que aprendi em prática na forma de uma pesquisa na turma que leciono. Para isso, você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar desta pesquisa de mestrado que tem por objetivo entender como a produção de vídeos autorais pode ajudar nas práticas sociais de leitura, escuta e escrita críticas durante a construção de um jornal escolar da nossa turma, nas aulas de Português. Em outras palavras, analisarei formas de construção de conhecimentos e aprendizagens na produção de vídeos que possam favorecer as práticas sociais de produção textuais orais mais autorais e aumentar seus conhecimentos sobre a Língua Portuguesa tão necessários para uma atuação crítica na atual sociedade. Para isso, vamos propor atividades de leitura, escrita, oralidade, produção e edição de vídeos que envolvam o jornal escolar digital. Se vocês me permitirem assistiremos vídeos específicos sobre propagandas, eu lerei os textos, roteiros e vídeos que serão produzidos, farei anotações do que está acontecendo ali e gravarei o áudio do que vocês e seus colegas estão falando, principalmente, em relação as atividades que envolvam o jornal escolar digital.

Sua participação nesta pesquisa apresenta poucos riscos, pois as atividades de leitura, escrita, oralidade e filmagens acontecerão na escola e nas aulas de Português sob minha supervisão, que já fazem parte da sua vida escolar. Os riscos que você correrá serão os mesmos que podem ocorrer com qualquer aluno na vida escolar, entretanto ao assistir os vídeos propostos por mim, você pode se emocionar, causar estranhamento ou trazer memórias boas ou ruins e despertar sentimentos nem sempre agradáveis. Para evitar essa situação você tem a liberdade de não querer assistir aos vídeos.

Pode haver também, o risco de você se sentir constrangido já que o texto, o áudio ou vídeos que você produzir poderá ser publicado no jornal escolar digital, sendo visto por outros estudantes da escola. Para evitar esse constrangimento seu nome poderá ser substituído por códigos. Você não precisa ser filmado nos vídeos se você não quiser. Se for o caso pode-se desfocar a sua imagem para que não apareça. Se você se sentir desconfortável com qualquer uma dessas situações, você tem o direito de não participar dessa pesquisa. Se você se sentir incomodado com a leitura de suas atividades de aula e/ou com sua publicação em meu trabalho final, você tem a opção de não os compartilhar comigo. A sua participação na pesquisa não é obrigatória. Mesmo se você concordar agora, você pode desistir depois, e isso não terá problema nenhum para você, nem para mim, nem para a escola. Também deixo claro que tudo que você falar será confidencial e seu nome não aparecerá no trabalho. Optarei, ainda, por substituir todos os nomes de todos os participantes por pseudônimos – tanto na transcrição dos dados quanto na sua eventual divulgação em eventos acadêmicos e revistas científicas. Serão usados pseudônimos, que podem ser escolhidos pelos próprios participantes (se assim o quiserem) e expressões generalísticas de quaisquer informações que possam identificar os participantes e o local de realização da pesquisa. Assim, por exemplo: ao invés de “João”, que é um nome verdadeiro, usarei “Pedro”, que é um pseudônimo.

A pesquisa acontecerá, normalmente, nas aulas de Português, com todos os alunos pois são conteúdos que estão previstos para o 9º ano no planejamento da professora, na proposta curricular de Santa Catarina e na Base Nacional Comum Curricular que são os documentos oficiais do Ministério da Educação (MEC). As atividades de leitura, escrita, oralidade e reflexão farão parte das aulas para todos os alunos e se você não permitir e não quiser participar da pesquisa, os seus dados não serão informados mas você participará das atividades propostas pois são conteúdos previstos para o 9º ano e você não terá nenhum prejuízo em suas avaliações e notas trimestrais.

As atividades produzidas durante essas aulas, se você me permitir, servirão para minha análise e poderão ser publicados na minha dissertação que é o meu trabalho final de mestrado. Mas fique tranquilo, pois você não será identificado com o seu nome.

Os documentos gerados nesta pesquisa são sigilosos e ficarão em minha posse exclusiva. No entanto, mesmo de maneira involuntária e não intencional (por exemplo, roubo de computador), o sigilo pode eventualmente ser quebrado. Caso sejam identificados e comprovados danos à sua pessoa como decorrência desta pesquisa, você tem assegurado o direito à indenização. Se, em algum momento, seu nome for revelado ou você se sentir exposto de qualquer maneira, eu me responsabilizo pela situação e me disponho a dar a você a ajuda necessária para que você possa garantir os seus direitos perante a lei vigente. Caso ocorra alguma interrupção da pesquisa, seja da minha parte ou da sua, por motivos diversos, também será de minha responsabilidade o acompanhamento e assistência necessária para que você tenha seus direitos garantidos. O acompanhamento e assistência dizem respeito a qualquer questões relacionadas à pesquisa, sejam dúvidas/esclarecimentos quanto aos objetivos da pesquisa ou sobre como funciona sua participação ou quantos riscos e benefícios que a pesquisa proporcionará a você. Você e nenhum outro participante terão quaisquer despesas financeiras ao participar da pesquisa. No entanto, caso você tenha comprovadamente qualquer despesa decorrente diretamente da pesquisa (por exemplo, despesas com transporte e alimentação), eu providenciarei o ressarcimento de seus custos.

Para participar desta pesquisa, o responsável por você precisa autorizar, assinando um documento de autorização chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O responsável por você pode retirar a autorização ou não querer mais sua participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária, ou seja, você participa somente se quiser, e se não quiser participar, isso não mudará em nada a forma com que você será atendido durante as aulas e não haverá prejuízos nas suas avaliações.

Os benefícios dessa pesquisa, os dados e resultados gerados, podem contribuir para o aprimoramento de práticas de produção textual e oral, por meio da produção de vídeo para o jornal escolar que auxiliaria, outras(os) pesquisadoras(es), como eu, no desenvolvimento de pesquisas com temas relacionados. As descobertas da pesquisa poderão servir como fonte de consulta para estudiosos da área da linguagem e da educação, por exemplo. Mais especificamente para você e para nossa escola, haverá como contribuição o desenvolvimento de uma prática de aprendizagem de ensino de português diferente, em que você se tornará autor de vídeos para um jornal. Ao final da pesquisa conversaremos sobre os resultados do meu estudo e de sua participação. Me comprometo a mostrar os

resultados positivos e negativos do meu trabalho e de como você ajudou no desenvolvimento da pesquisa. Deixo claro que meu dever, de dar a você, aluno, todo acompanhamento e assistência necessária tanto durante o realizar desta pesquisa como também após o término da pesquisa. Sua participação é essencial para a realização desse trabalho, mas você tem liberdade de se recusar a participar ou de retirar seu assentimento em qualquer fase da pesquisa por meio dos contatos apresentados neste documento, sem penalização ou prejuízo. Esteja ciente de que a obtenção de esclarecimentos sobre a pesquisa antes, durante sua realização e mesmo após seu término será sempre possível.

Leia atentamente este documento, sinta-se confortável para tirar qualquer dúvida decorrente da leitura e reflita (o tempo que achar necessário) sobre a confirmação de sua participação. Este documento foi elaborado em duas vias que deverão ser rubricadas e assinadas por você e por mim, ficando uma via com você e outra comigo. Guarde cuidadosamente a sua via, pois ela garante seus direitos em relação à pesquisa. Assim, por um lado, eu, Edna Kurisini Diatel, enquanto pesquisadora responsável, assumo a responsabilidade total em cumprir as condições de pesquisa descritas, atendendo aos requisitos expostos ao participante e assegurados nas normas das Resoluções 304/2000 e 466/2012 do CNS em todas as fases da pesquisa, zelando sempre pela privacidade e pelo sigilo das informações, que serão obtidas e utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa. Que o CEP-UFSC será imediatamente comunicado se ocorrerem efeitos adversos resultantes desta pesquisa com os sujeitos. Que esta pesquisa ainda não foi total ou parcialmente realizada.

Por outro lado, sua assinatura na declaração abaixo implica sua aceitação em participar da referida pesquisa nos moldes aqui descritos:

Eu, _____, portador(a) do documento de identidade RG Nº _____ declaro que fui informado(a) dos objetivos e procedimentos da pesquisa “O GÊNERO VÍDEO PROMOCIONAL COMO PRÁTICA SOCIAL INTEGRADA À PRODUÇÃO DE UM JORNAL ESCOLAR: UMA ABORDAGEM PELA PERSPECTIVA DA ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO”, de maneira clara e detalhada. Foi-me dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas e compreendi que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar, se assim o desejar. Tendo a autorização do meu responsável legal já assinada, nessas condições, declaro que concordo em participar da pesquisa, regida pela Resolução 466/2012, e autorizo a pesquisadora a utilizar os dados coletados para a realização do estudo proposto. Declaro ainda que recebi uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido”.

Florianópolis _____ de _____ 2019.

_____ Assinatura do(a) participante	_____ Assinatura da pesquisadora
--	-------------------------------------

**ANEXO C - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ
(RESPONSÁVEL)**

Eu, _____, portador do RG nº _____, responsável pelo(a) aluno(a) _____, portador do RG nº _____, na condição de _____ (parentesco), autorizo a gravação de (imagem em vídeo, voz ou fotografia) e veicular a imagem e depoimentos em quaisquer meio de comunicação para fins didáticos, de pesquisa ou divulgação de conhecimento científico sem quaisquer ônus ou restrições. Fica ainda autorizada de livre e espontânea vontade para os mesmos fins, a cessão de direitos de veiculação não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração. Neste ato, e para todos os fins de direito, o uso de imagem de vídeo, voz e fotografia são para fins de divulgação dos objetivos e procedimentos da pesquisa “o gênero vídeo promocional como prática social na produção de um jornal escolar a partir da Análise Crítica de Gênero” desenvolvido na Sala de Informática e nas dependências da EEB Lauro Müller, sob a responsabilidade da professora Edna Kurisini Diatel.

Florianópolis, _____ de _____ de 2019.

Assinatura do responsável

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA PERFIL DA TURMA

04

Questionário para o 9º ano 1			
I Características pessoais			
1. Sexo: () M () F;		8. Qual meio de transporte que você vem para a escola?	
2. Idade: _____ anos.		9. Você se alimenta com a merenda oferecida pela escola?	
3. Ano de nascimento: _____		() Sim; () Não;	
4. Cor: _____		10. Você gostaria que houvesse uma refeição antes do início das aulas? Por exemplo às 7h45? () Sim; () Não;	
5. Cidade em que nasceu: _____ Estado () _____		ou outro horário? Qual?	
6. Cidade em que mora: _____ Estado () _____			
7. Bairro em que mora: _____			
II Características sociais			
11. Qual é a renda mensal de seu grupo familiar?	13. Qual o nível de escolaridade de seu responsável?		
() Um salário mínimo;	() Mãe; () Pai; () Responsável;		
() Dois a três salários mínimos;	() Nenhuma instrução;		
() Quatro a cinco salários mínimos;	() Ensino Fundamental incompleto;		
() Seis a sete salários mínimos;	() Ensino Fundamental completo;		
() Oito a dez salários mínimos;	() Ensino Médio incompleto;		
() Acima de dez salários mínimos.	() Ensino Médio completo;		
	() Ensino Superior incompleto;		
	() Ensino Superior completo;		
	() Pós-graduação; () Outros		
12. Qual é a sua participação na vida econômica do seu grupo familiar?	14. Incluindo você, quantas pessoas vivem em sua residência?		
() Não trabalho, somente estudo;	() Duas; () Três; () Quatro;		
() Trabalho, mas recebo ajuda financeira da família ou de outras pessoas;	() Cinco; () Seis pessoas ou mais.		
() Trabalho (apenas) para o meu próprio sustento;	15. Sua residência é:		
() Trabalho, sua responsável pelo meu sustento e contribuo parcialmente para o sustento da família;	() Própria () Alugada () Cedida () Outros		
() Trabalho e sou principal responsável pelo sustento da família;			
III Hábitos de Leitura			
16. Qual o meio de comunicação que você mais utiliza para se manter informado?	17. Tem o hábito da leitura?	18. Se respondeu SIM, o que lê? Marque opções que te parecem interessantes:	
() Sim; () Não;	() Sim; () Não;	() Livros; () Jornais;	
() Jornal escrito;	Se respondeu NÃO, qual(is) a(s) razão(ões)?	() Revistas; () Quadrinhos;	
() Jornal falado (TV);	() Não tenho tempo;	() Web sites;	
() Jornal falado (rádio);	() Não gosto de ler;	() Outros:	
() Internet; () Revistas;	() Tenho dificuldade de concentração;		
() Redes sociais, qual(is)?	() Acho os livros muito caros;		
	() Outro;		
19. Tipos de revista. Se indicou a leitura de revistas, que tipo lê?	20. Seções do jornal. Se indicou a leitura de jornais, qual(is) seção(ões) te agradam mais?	21. Tipo de livro. Se indicou livros, de que tipo lê?	22. Web sites. Se indicou web sites, que tipo acessa mais?
() Adolescentes	() Geral	() Notícias () Humor	() Notícias () Humor
() Crianças	() Esportes	() Tecnologia/Informática	() Tecnologia/Informática
() Científicas	() Polícia	() Histórias românticas	() Games
() Novelas	() Variedades	() Poesia	() Celebidades
() Fofocas/celebridades	() Cultura	() Policiais	() Podcasts
() Horóscopo	() Mulher	() Religiosos	() Portais de música (spotify, iTunes, SoundCloud)
() Outros: _____	() Teen	() Quadrinhos	() Letras de músicas
	() Outro: _____	() Técnicos	() Letras de músicas
		() Terror / suspense	() Modas (comportamentos/ tendências)
		() Biografia	() Blogs diversos
		() Outro: _____	() Facebook () Twitter
			() Jogos
			() Youtube () Instagram
			() Outro: _____

23. Frequência. Com que frequência lê?	24. Origem das indicações de leitura. Como escolhe os livros que lê?	25. Origem dos livros. De livros que lê são:	26. Definição de leitura. Para mim, a leitura é, acima de tudo:
() Diariamente;	() Dica de amigos	() Empostados na biblioteca escolar ou pública;	() Uma obrigação escolar;
() Semanalmente;	() Dica dos pais ou responsáveis	() Da biblioteca pessoal, dos pais ou responsáveis;	() Um prazer;
() Mensalmente;	() Dica de professores	() Empostados por amigos;	() Uma forma de valorização pessoal;
() Anualmente;	() Dica de(a) bibliotecário(a)	() Comprados;	() Um passatempo;
() Raramente;	() Dica do vendedor na livraria	() Outros: _____	() Uma chance;
() Só quando é obrigatório;	() Propaganda		() Outro: _____
() Outros: _____	() Listas do tipo "os 10 melhores" na internet		
	() Outros: _____		
Livros preferidos. Indique com um (x) no máximo de 10 livros da lista abaixo que você já leu.			
Best-sellers			
Os best-sellers são os livros mais vendidos num determinado tempo. É a chamada "literatura de massa", pois atinge um grande número de pessoas e são raras vezes numa época e depois "somem". Há, entretanto, best-sellers que são clássicos que ultrapassaram sua própria época e sobrevivem até hoje. Dos livros abaixo, quais já leu?			
27.			
() 1984, de George Orwell	() O Diário da Princesa, de Meg Cabot		
() A Cabana, de William P. Young	() O Diário de um Banana, de Jeff Kinney		
() A Cuija é das Estrelas, de John Green	() O Hobbit, de J.R.R. Tolkien		
() A Menina que roubava livros, de Markus Zusak	() O Menino do Pijama Listrado, de John Boyne		
() A última música, de Nicholas Sparks	() O Pequeno Príncipe, de Antoine de Saint-Exupéry		
() Caçador de Pipas, de Khaled Hosseini	() O Senhor dos Anéis, de J.R.R. Tolkien		
() Ciclo da Herança, de Christopher Paolini	() O sol é Para todos, de Harper Lee		
() Cinquenta Tons de Cinza, de E.L. James	() Percy Jackson, de Rick Riordan		
() Coração de Tatu, de Carleila Funke	() Quem é você, Alasca?, de John Green		
() Diário de uma paixão, de Nicholas Sparks	() Quando o Diário Acabou, de Jim Beaton		
() Fahrenheit 451, de Ray Bradbury	() Quando John, de Nicholas Sparks		
() Gossip Girl, de Cecily von Zieglar	() A saga Crepúsculo, de Stephenie Meyer		
() Harry Potter, de J.K. Rowling	() Um amor para recordar, de Nicholas Sparks		
() Jogos Vorazes, de Suzanne Collins	() O outro lado da meia noite, de Sidney Sheldon		
() O Apatizador no Campo de Centese, de J. D. Salinger	() Outros: _____		
IV Hábitos de internet			
28. Que meio de comunicação você costuma acessar pelo menos uma vez por semana?	32. Dos motivos abaixo, qual(is) o(s) que levam(n) a utilizar este serviço?	33. Quais as atividades que você já realizou na internet?	
() TV aberta; () revista; () jornal;	() Ler notícias;	() assistir vídeos online;	
() rádio; () TV a cabo; () Internet;	() Divulgar meu próprio conteúdo;	() ver fotos online;	
	() Buscar informações sobre questões do meu interesse;	() ler blogs;	
29. Quantas horas por dia você usa a internet?	() Me divertir como passatempo;	() administrar um perfil em uma rede social;	
() 1h; () de 2h a 4h; () de 5 a 9 h por dia;	() Manter contato com os meus amigos;	() deixar um comentário em alguma página;	
() de 10h a 12h; () 13h a 20h;	() Obter informações de lazer e entretenimento;	() fazer upload de fotos, e ou vídeos numa rede;	
() 24h;	() Conhecer novas pessoas;	() fazer upload de fotos, e ou vídeos numa rede;	
30. De quais dispositivos você acessa a internet?	() Pesquisar conteúdos escolares;	() criar uma conta de email e ou em uma rede;	
() desktop; () notebook; () celular;	() Pesquisar produtos, serviços e empresas;	() escrever conteúdo autoral em blog e ou rede social;	
() notebook; () ipad; () tablet;	() Reclamar sobre produtos, empresas e serviços;	() criar/moderar comunidade, grupo ou canal na rede;	
	() Ver filmes, séries, jogos esportivos e desenhos;	() assinar feed;	
31. Dos que você acessou acima como os mais utilizados, com qual frequência você os usa?	() jogar;	() fazer download de músicas, clip, documentários, e etc.;	
() todos os dias;		() criar, editar e postar vídeos na internet;	
() de 5 a 3 dias por semana;		() criar um canal de vídeo;	
() de 2 a 1 vez por semana;			
() Outro: _____			

APÊNDICE B – LISTA DOS CANAIS DE INTERAÇÃO DOS ALUNOS

Blog do JE Folha L M	https://folhalaumuller.blogspot.com/	
Canal do youtube JE Folha LM	https://www.youtube.com/channel/UCs7qEm5M3Fc5iVZyu7taiEg?view_as=subscriber	
Instagram	https://www.instagram.com/lutolaumuller/	

**APÊNDICE C – VÍDEOS DOS CANAIS DO YOUTUBE QUE FORAM UTILIZADOS
PARA O ESTUDO**

A influência das propagandas	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDW6tVS79Ebs5nF-g6n_CXO3	
Vídeos escolhidos pelos alunos pesquisa	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDVmW-aK9kA4HNh0anfv8_B9	
Tipos de vídeo pesquisa	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDWfk1ZPD5_U_K4eLRbu9yVT	
Como fazer vídeos pesquisa	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDXKc-qwOI4hunXYJ9ZK3vsW	
Tutoriais de Edição de vídeos pesquisa	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDXySTp5m7F1Q905-uDQWbW2	
Vídeos promocionais de jornais	https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BFXOcVvvDU9_Bu6BNmmDTiKUItqGJHa	