



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**



CRISTIANA DE JESUS XAVIER

**GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA RADIOFÔNICA DO TIPO *SPOT*: UM
TRABALHO COM SEQUÊNCIA DIDÁTICA NO PROJETO RÁDIO RECREIO**

Rondonópolis – MT

2018

CRISTIANA DE JESUS XAVIER

**GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA RADIOFÔNICA DO TIPO *SPOT*: UM
TRABALHO COM SEQUÊNCIA DIDÁTICA NO PROJETO RÁDIO RECREIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação do Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso, Câmpus Universitário de Rondonópolis, como requisito para a obtenção de título de Mestre em Educação, Linha de Pesquisa Linguagens, Cultura e Construção de Conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea.

Orientadora: Professora Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues

Rondonópolis – MT

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte.

X3g Xavier, Cristiana de Jesus.

Gênero textual propaganda radiofônica do tipo spot: : um trabalho com sequência didática no Projeto Rádio Recreio / Cristiana de Jesus Xavier. -- 2018
349 f. : il. color. ; 30 cm.

Orientador: Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Programa de Pós-Graduação em Educação, Rondonópolis, 2018.

Inclui bibliografia.

1. Gêneros textuais orais. 2. Propaganda radiofônica spot. 3. Sequência didática. 4. Rádio Recreio. 5. Educomunicação. I. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
Rod. Rondonópolis.-Guiratinga, km 06 MT-270 - Campus
Tel : (66) 3410-4035 - Email : ppgedu@ufmt.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

**TÍTULO : "GÊNERO TEXTUAL PROPAGANDA RADIOFÔNICA DO TIPO SPOT: UM
TRABALHO COM SEQUÊNCIA DIDÁTICA NO PROJETO RÁDIO RECREIO"**

AUTOR : Mestranda Cristiana de Jesus Xavier

Dissertação defendida e aprovada em 28/08/2018.

Composição da Banca Examinadora:

Presidente Banca / Instituição	Doutor(a)	Sílvia de Fátima Pileqi Rodrigues UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
Examinador Interno Instituição	Doutor(a)	Marlon Dantas Trevisan UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO
Examinador Interno Instituição	Doutor(a)	Sandra Regina Franciscatto Bertoldo UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
Examinador Externo Instituição	Doutor(a)	Terezinha da Conceição Costa-Hübes Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste

RONDONÓPOLIS, 29/08/2018.



*Não posso mais viver assim ao seu lado
Por isso colo meu ouvido no radinho de pilha
Pra te sintonizar sozinha, numa ilha...*

(Frederico et al., 1984)

Aos meus pais, Maria Helena de Jesus Xavier e Adinor Santos Xavier (*in memoriam*), por sempre me incentivarem a prosseguir nos meus estudos.

Aos meus filhos, Pedro Vieira dos Anjos e Artur Vieira dos Anjos de Jesus Xavier, por me entenderem, ao ter deixado de lhes dar a atenção merecida.

Ao meu esposo, Marco Aurélio Frota Cervelli, por estar ao meu lado, sendo compreensivo e paciente nos meus momentos de angústia.

Aos meus irmãos, Leila de Jesus Xavier e Adinor Santos Xavier Júnior (*in memoriam*), e a minha sobrinha, Anna Beatriz de Jesus Oliveira Xavier.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por esta oportunidade ímpar.

À Universidade Federal de Mato Grosso, Câmpus Universitário de Rondonópolis (UFMT/CUR) e ao corpo docente do Programa de Pós-graduação em Educação (PPGEdu).

À Secretaria de Estado de Educação, Esporte e Lazer (SEDUC), pela licença a mim concedida para que eu pudesse me dedicar integralmente à realização desta pesquisa.

À Professora Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues, por acreditar no tema da minha pesquisa, orientando-me de forma minuciosa.

Aos professores da banca examinadora Dr. Marlon Dantas Trevisan, Dra. Sandra Regina Franciscatto Bertoldo e Dra. Terezinha da Conceição Costa-Hübes, pelas contribuições relevantes.

Aos meus colegas de mestrado, com especial carinho aos da linha de pesquisa “Linguagens, cultura e construção do conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea”: Áureo José Barbosa, Clotildes de Souza Farias, Keila A. Barbosa de Souza, Poliana Rodrigues Florentino, pelo companheirismo nesta caminhada.

A todos os profissionais da educação da Escola Estadual Santo Antônio, pela cooperação durante o período em que realizei a pesquisa, especialmente, a diretora da escola, Ir. Maria José de Oliveira, que autorizou a coleta de dados para a concretização dessa dissertação.

À empresa Centro América FM 101, pela recepção aos estudantes.

Às pessoas que contribuíram com a minha trajetória enquanto pesquisadora, concedendo informações relevantes para a minha dissertação: Cleuma Pimenta dos Santos (locutora); Leonardo Brandão Rocha e Salvador Dias dos Santos (locutores); Priscila Conceição Santos (assistente de marketing); Sílvia Letícia Dias Silva (locutora); Ir. Isabel Aparecida Rodighero; Ir. Maria de Nazaré Gonçalves de Lima; Ir. Rosângela Maria Clemente, Ir. Claudenete Santana Nunes e Tatiana Barbosa da Silva (ex-coordenadoras da Rádio Recreio); Daiane Cristina da Silva (atual coordenadora da Rádio Recreio); Siliana Castro Salviano de Almeida Paulino Martine (coordenadora pedagógica da E. E. Santo Antônio); Regiane Pradela da Silva Bastos e Valéria Maria de Sant’Anna Samorano Medina (professoras da E. E. Santo Antônio); Jeisianni Carvalho Pereira, Kemuel Asafe Nunes de Souza e Luana Vieira de Oliveira (ex-

alunos da E. E. Santo Antônio e ex-participantes da Rádio Recreio); Helena Pereira Branco e Ana Cláudia Rodrigues Basili Dutra (funcionárias da E. E. Santo Antônio).

A Wanderlei Moraes Lins (funcionário da E. E. Santo Antônio e designer gráfico) e Rafael Oliveira (designer gráfico), por me auxiliarem na edição das imagens.

À Irmã Vânia Auxiliadora Siqueira Ojeda, Jaqueline Barbosa da Cruz e Elaine de Moraes Ferreira, pela parceria nos trabalhos da Rádio Recreio SA Hits.

À Anabela Rute Kohlmann Ferrarini, pelas correções da minha dissertação.

Aos estudantes que inicialmente participaram da pesquisa, mas que, por algum motivo, precisaram se afastar das atividades.

Por fim, especialmente aos alunos da Rádio Recreio que se mantiveram presentes até o final:

Amanda, Brunno F., Evellyn,

Gabriela B., Jackelyne, Kawan, Maria Giovanna,

Bruno C., Lucas, Guilherme, Gabriela S., Pablo,

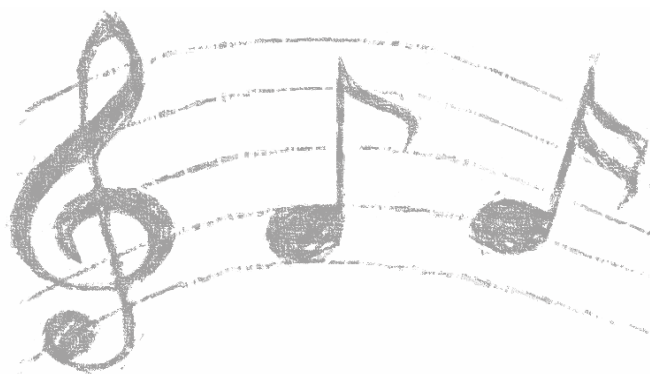
Cárita, Danilo, Isabel, Maria Fernanda, Arthur,

Gustavo, João Vitor, Balbino, Gabriel e Wellington.



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Todos contribuíram com a minha pesquisa, participando da sequência didática com afinco, possibilitando, dessa maneira, que eu coletasse os dados que foram importantes para a concretização deste estudo. Muito obrigada!



Quando eu soltar a minha voz
Por favor, entenda
Que palavra por palavra
Eis aqui uma pessoa se entregando
Coração na boca
Peito aberto
Vou sangrando
São as lutas dessa nossa vida
Que eu estou cantando [...]
(Gonzaguinha, 1980)

RESUMO

Esta investigação vincula-se ao Grupo de Pesquisa Alfabetização e Letramento Escolar (ALFALE), do Programa de Pós-Graduação em Educação, do Instituto de Ciências Humanas e Sociais, da Universidade Federal de Mato Grosso - Câmpus Universitário de Rondonópolis (PPGEdu/ICHS/UFMT/CUR), Brasil, na linha de pesquisa “Linguagens, cultura e construção de conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea”. O tema deste estudo foi o trabalho com os gêneros textuais orais, por meio da Sequência Didática (SD), a partir do projeto Rádio na Escola, popularmente conhecido como Rádio Recreio, uma vertente da Educomunicação. A questão que norteou a pesquisa foi: Quais são as implicações e a relevância do trabalho com gêneros textuais orais no processo de aprendizagem dos alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, na cidade de Rondonópolis-MT, a partir do uso de sequência didática como estratégia de ensino do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*? Importante citar que tais alunos frequentavam do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental, no colégio acima referenciado, que é um estabelecimento de ensino público de orientação salesiana. Como instrumentos de produção e coleta de dados foram utilizados o diário de campo, as produções escritas dos alunos colaboradores, o planejamento das SD, os registros fotográficos e em áudio das produções orais dos participantes, assim como dos diálogos com eles estabelecidos, buscando evidenciar o vivido e o compreendido no grupo. Também foram feitos questionários impressos e entrevistas semiestruturadas (gravadas em áudio e transcritas). Esses dados foram analisados a partir das obras de autores como Bakhtin (1992), Bogdan e Biklen (1994), Dolz, Schneuwly, Noverraz e colaboradores (2004), Severino (2007), Marcuschi (2008), Bronckart (1999), Thiollent (1987; 2011), Travaglia e coautores (2013), dentre outros. O objetivo principal da presente pesquisa foi investigar as implicações e a relevância do trabalho com gêneros textuais orais no processo de aprendizagem de alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio em Rondonópolis-MT, a partir do uso de sequência didática como estratégia de ensino do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*, sendo importante salientar que a sequência adotada foi a construída pelos pesquisadores da Universidade de Genebra (Suíça), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004). Vale destacar também que a base da discussão em torno do gênero textual pautou-se nos pressupostos do interacionismo sociodiscursivo, sendo o desenvolvimento do estudo caracterizado como uma pesquisa de abordagem qualitativa de pesquisa-ação. As análises dos dados revelaram que o trabalho com o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*, através da sequência didática, foi significativo. Os resultados indicam que houve um envolvimento coletivo nas atividades desenvolvidas pela pesquisadora, juntamente com os alunos. Estes apresentaram crescimento na aprendizagem da estrutura do gênero em questão, assim como a parte gramatical e a prosódica (entonação, acentuação e ritmo).

Palavras-chave: Gêneros textuais orais. Propaganda radiofônica *spot*. Sequência didática. Rádio Recreio. Educomunicação.

ABSTRACT

This investigation is bound to the Research Group Alphabetization and School Literacy (ALFALE), of the Graduate Program in Education, of the Institute of Human and Social Sciences, of the Federal University of Mato Grosso - University Campus of Rondonópolis (PPGEdu/ICHS/UFMT/CUR), Brazil, in the research line "Languages, culture and construction of knowledge: historical and contemporary perspectives". The theme of this study was the work with oral text genres, by means of Didactic Sequence (SD), through the project Radio in School, popularly known as Recess Radio, a dimension of Educommunication. The question which guided the research was: Which were the implications and the relevance of the work with oral text genres in the learning process of the students participants in the Recess Radio of the Santo Antônio State School, in the city of Rondonópolis-MT, through the use of didactic sequence as teaching strategy of the genre propaganda of the type *spot*? It is important to cite that such students attended the 6th and 9th years of Primary Education, in the school referenced above, which is an establishment of public education of Salesian orientation. As instruments of production and data gathering, the field diary, the written productions of the collaborating students, the planning of the DS, the photographic records and in audio of the oral productions of the participants, as well as the dialogues established with them were utilized seeking to highlight the experienced and the acknowledged in the group. Also, printed questionnaires and semi structured interviews (recorded in audio and transcribed) were conducted. This data was analyzed based on the works of authors like Bakhtin (1992), Bogdan and Biklen (1994), Dolz, Schneuwly, Noverraz and collaborators (2004), Severino (2007), Marcuschi (2008), Bronckart (1999), Thiollent (1987; 2011), Travaglia and coauthors (2013), among others. The main objective of the present research was to investigate which are the implications and the relevance of working with oral text genres in the learning process of the students participants of the Recess Radio of the Santo Antônio State School in Rondonópolis-MT, through the use of didactic sequence as teaching strategy of the genre radio propaganda of the type *spot*, being important to emphasize that the sequence adopted was the one constructed by the researchers of the University of Geneva (Switzerland), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004). It is also worth highlighting that the base of the discussion on text genre was guided by the assumptions of the sociodiscursive interactionism, therefore, the development of the study is characterized as a research of qualitative approach of action research. The data analysis revealed that the work with the oral text genre radio propaganda of the type *spot*, through the didactic sequence, was significant. The results indicate that there was a collective engagement in the activities developed by the researcher, along with the students. These presented growth in the learning of the structure of the genre under discussion, as well as the grammatical part and the prosodic (intonation, accentuation and rhythm).

Keywords: Oral text genres. Radio propaganda *spot*. Didactic sequence. Recess Radio. Educommunication.

RESUMEN

Esta investigación se vincula al Grupo de Estudio Alfabetización y Letramento Escolar (ALFALE), del Programa de Postgrado en Educación, del Instituto de Ciencias Humanas y Sociales, de la Universidad Federal de Mato Grosso - Campus Universitario de Rondonópolis (PPGEdu / ICHS / UFMT / CUR), Brasil, en la línea de investigación "Lenguajes, cultura y construcción de conocimiento: perspectivas histórica y contemporánea". La temática central de este estudio consistió en trabajar con los géneros textuales orales, a través de la Secuencia Didáctica (SD), a partir del proyecto Radio en la Escuela, popularmente conocido como Radio Recreo, una vertiente de la Educomunicación. La cuestión que norteó la investigación fue: ¿Cuáles son las implicaciones y la relevancia del trabajo con los géneros textuales orales en el proceso de aprendizaje de los alumnos participantes de la Radio Escuela Santo Antonio, en la ciudad de Rondonópolis-MT, a partir del uso de la secuencia didáctica como estrategia de enseñanza del género propaganda radiofónica tipo spot? Es importante decir que estos alumnos estudiaban del 6º al 9º Curso de la Enseñanza Fundamental, en el colegio anteriormente citado, que es un centro de enseñanza pública de orientación salesiana. Como instrumentos de producción y recolección de datos se utilizaron el cuaderno de campo, las producciones escritas de los alumnos colaboradores, la planificación de las SD, los registros fotográficos y en audio de las producciones orales de los participantes, así como los diálogos con ellos establecidos, buscando evidenciar lo vivido y lo comprendido en el grupo. También se realizaron cuestionarios impresos y entrevistas semiestructuradas (grabadas en audio y transcritas). Estos datos fueron analizados a partir de las obras de autores como Bakhtin (1992), Bogdan y Biklen (1994), Dolz, Schneuwly, Noverraz y sus colegas (2004), Severino (2007), Marcuschi (2008), Bronckart (1999), Thiollent (1987, 2011), Travaglia y coautores (2013), entre otros. El objetivo principal de este estudio fue investigar cuáles son las implicaciones y la relevancia del trabajo con géneros textuales orales en el proceso de aprendizaje de alumnos participantes de la Radio Recreo de la Escuela Estadual Santo Antônio en Rondonópolis-MT, a partir del uso de la secuencia didáctica como estrategia de aprendizaje del género propaganda radiofónica del tipo *spot*, resaltando que la secuencia adoptada fue la construida por los investigadores de la Universidad de Ginebra (Suiza), Dolz, Noverraz y Schneuwly (2004). Es importante destacar que la base de la discusión en torno al género textual se basó en los presupuestos del interaccionismo sociodiscursivo, siendo el desarrollo del estudio caracterizado como una investigación de abordaje cualitativo de investigación-acción. Los análisis de los datos revelaron que el trabajo con el género textual oral propaganda radiofónica del tipo *spot*, a través de la secuencia didáctica, fue significativo. Los resultados indican que hubo una participación colectiva en las actividades desarrolladas por la investigadora, junto con los alumnos. Estos estudiantes presentaron un proceso de crecimiento en el aprendizaje de la estructura del género en cuestión, así como en la parte gramatical y en la prosódica (entonación, acentuación y ritmo).

Palabras clave: Géneros textuales orales. Propaganda radiofónica spot. Secuencia didáctica. Radio Recreo. Educomunicación.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa do Brasil com a localização de Mato Grosso e de Rondonópolis	37
Figura 2 – Vista aérea da Escola Estadual Santo Antônio	38
Figura 3 – Fachada da Escola Estadual Santo Antônio	38
Figura 4 – Biblioteca e pátio coberto da Escola Santo Antônio	40
Figura 5 – Laboratório de informática da Escola Estadual Santo Antônio	41
Figura 6 – Salas de vídeo e de balé da Escola Estadual Santo Antônio	42
Figura 7 – Pátio coberto da Escola Estadual Santo Antônio - 1984 e 2016	43
Figura 8 – Espaços da Escola Estadual Santo Antônio destinados à realização das atividades físicas	45
Figura 9 – Estúdio da Rádio Recreio	46
Figura 10 – A ex-aluna Luana na locução	58
Figura 11 – Ex-aluno Kemuel	59
Figura 12 – Estúdio da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio	67
Figura 13 – Alunos da Rádio Recreio no estúdio da Centro América FM 101	68
Figura 14 – Capa da revista Educomunic@ndo	69
Figura 15 – Alunos e Coordenadora da Rádio Recreio SA Hits na 1ª FECITI e no pátio da Escola Santo Antônio com a placa de premiação	71
Figura 16 – Fala e escrita no contínuo dos gêneros textuais	92
Figura 17 – Esquema da sequência didática de Dolz, Noverraz e Schneuwly	100
Figura 18 – Esquema de sequência didática adaptada por Swiderski e Costa-Hübes a partir da SD de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 83)	101
Figura 19 – Estudantes colaboradores desta pesquisa autores das propagandas radiofônicas do tipo <i>spot</i> selecionadas para análise	106
Figura 20 – Dimensões para a elaboração do modelo didático	109
Figura 21 – Pimenta falando com os alunos da Rádio Recreio	122
Figura 22 – Depoimento de Tarcísio	124
Figura 23 – Alunos da Rádio Recreio exercitando a dicção	126
Figura 24 – Propaganda da Claro ^{MR}	129
Figura 25 – Leitura da propaganda “Não deixe a vida pra depois” da empresa Claro ^{MR}	132
Figura 26 – Leitura da propaganda “Não deixe a vida pra depois” da empresa Claro ^{MR} (Segunda oportunidade)	134

Figura 27 – Poliana e Cairo abrem a aula de locução cantando “Sosseguei”	138
Figura 28 – Maria Fernanda faz a leitura de sua produção inicial	140
Figura 29 – Alguns dos alunos participantes da pesquisa fazendo a leitura da propaganda (produção inicial) que produziram	141
Figura 30 – Bruno C. tocando acompanhado por parte dos estudantes da Rádio Recreio	144
Figura 31 – Bruno C. fazendo uma apresentação no horário da Rádio Recreio	145
Figura 32 – Produção inicial da aluna Gabriela B. (6º ano B)	146
Figura 33 – Produção inicial do aluno Guilherme (6º ano D)	147
Figura 34 – Produção inicial das alunas Isabel (7º ano C) e Gabrielle (7º ano D)	148
Figura 35 – Produção inicial da aluna Maria Fernanda (7º ano D)	149
Figura 36 – Produção inicial do aluno Gustavo (9º ano A)	150
Figura 37 – Produção inicial do aluno Gabriel (9º ano C)	151
Figura 38 – Os alunos da Rádio Recreio tentando pontuar a frase mencionada no vídeo do Prof. Vícola	154
Figura 39 – Gabriela B. (6º Ano B) e seu prêmio pelo exercício de pontuação	155
Figura 40 – Participantes da pesquisa com a folha de exercícios de pontuação	162
Figura 41 – Os participantes da pesquisa assistindo um DVD sobre locução	163
Figura 42 -- Os alunos participantes da pesquisa em frente ao estúdio “glass” da Centro América FM 101	165
Figura 43 – Os alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) recebendo informações da locutora Sílvia Letícia no estúdio “glass” da Centro América FM 101	167
Figura 44 – Os alunos e a locutora Pimenta (Grupo 1) observando a locução de Sílvia Letícia no estúdio “glass” da Centro América FM 101	169
Figura 45 – Alunos e professora da Rádio Recreio (Grupo 1) no estúdio “glass” da Centro América FM 101	172
Figura 46 – Alunos da Rádio Recreio (Grupo 2) com Sílvia Letícia e Poliana, no estúdio “glass” da Centro América FM 101	173
Figura 47 – Alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) ouvindo as explicações do locutor Léo na ilha de edição	175
Figura 48 – Os alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) recebendo informações do locutor na cabine de locução	177
Figura 49 – Os alunos João Vitor e Gustavo lendo a propaganda, respectivamente	180

Figura 50 – Os participantes da pesquisa (Grupo 1), Léo e Priscila na ilha de edição	184
Figura 51 – Os participantes da pesquisa ouvindo as explicações do locutor Léo na ilha de edição	185
Figura 52 – Gabriela falando ao microfone da cabine de locução	186
Figura 53 – O aluno Kawan lendo um <i>spot</i> na cabine de locução	188
Figura 54 – Os participantes da pesquisa (Grupo 2) recebendo informações do locutor Léo	189
Figura 55 – Os participantes da pesquisa (Grupo 2), eu e Léo na ilha de edição	192
Figura 56 – Os participantes da pesquisa lendo trava-línguas	194
Figura 57 – Os participantes da pesquisa reescrevendo a produção inicial	196
Figura 58 – Primeira revisão do <i>spot</i> da aluna Gabriela B. (6º ano B)	197
Figura 59 – Primeira revisão do <i>spot</i> do aluno Guilherme (6º ano D)	199
Figura 60 – Primeira revisão do <i>spot</i> da aluna Isabel (7º ano C)	201
Figura 61 – Primeira revisão do <i>spot</i> da aluna Maria Fernanda (7º ano D)	202
Figura 62 – Primeira revisão do <i>spot</i> do aluno Gustavo (9º ano A)	203
Figura 63 – Primeira revisão do <i>spot</i> do aluno Gabriel (9º ano C)	204
Figura 64 – Gabriela lendo o <i>spot</i> da Boutique do 50, orientada por Priscila	212
Figura 65 – Participantes da pesquisa na aula do dia 22/09/2016	215
Figura 66 – Segunda revisão do <i>spot</i> da aluna Gabriela B. (6º ano B)	221
Figura 67 – Segunda revisão do <i>spot</i> do aluno Guilherme (6º ano D)	224
Figura 68 – Segunda revisão do <i>spot</i> da aluna Isabel (7º ano C)	226
Figura 69 – Segunda revisão do <i>spot</i> da aluna Maria Fernanda (7º ano D)	228
Figura 70 – Segunda revisão do <i>spot</i> do aluno Gustavo (9º ano A)	230
Figura 71 – Segunda revisão do <i>spot</i> do aluno Gabriel (9º ano C)	232
Figura 72 – Bruno C. lendo o <i>spot</i> “Vitória Confeções”	235
Figura 73 – Gabriela B. lendo o <i>spot</i> “Supermercado dos Óculos”	236
Figura 74 – Guilherme lendo o <i>spot</i> “Tênis Velute”	237
Figura 75 – Isabel lendo o <i>spot</i> “Action, o creme”	239
Figura 76 – Maria Fernanda lendo o <i>spot</i> “O Magnífico Choco Top”	240
Figura 77 – Gabriel lendo o seu <i>spot</i>	242
Figura 78 – Produções inicial e final da aluna Gabriela B.	245
Figura 79 – Produções inicial e final do aluno Guilherme	247
Figura 80 – Produções inicial e final da aluna Isabel	249

Figura 81 – Produções inicial e final da aluna Maria Fernanda	251
Figura 82 – Produções inicial e final do aluno Gustavo	253
Figura 83 – Produções inicial e final do aluno Gabriel	255
Figura 84 – Os alunos treinando abertura da programação radiofônica	263
Figura 85 – Os alunos na reunião da Rádio Recreio	264
Figura 86 – Os alunos durante a programação especial do Dia das Crianças da Rádio Recreio	265
Figura 87 – Os estudantes da Rádio Recreio simulando uma programação	266
Figura 88 – Os participantes da pesquisa treinando a leitura dos <i>spots</i>	267
Figura 89 – Os discentes preenchendo as laudas para leitura dos <i>spots</i>	269
Figura 90 – Os participantes da pesquisa gravando os seus <i>spots</i>	271
Figura 91 – Confraternização com os participantes da pesquisa	275
Figura 92 – Os colaboradores do trabalho após a transmissão dos <i>spots</i> na Rádio Recreio	276
Figura 93 – Gabriela B. desenvolvendo a avaliação	278
Figura 94 – Grade de avaliação da discente Gabriela B.	279
Figura 95 – Guilherme realizando a avaliação	281
Figura 96 – Grade de avaliação do aluno Guilherme	282
Figura 97 – Isabel fazendo a avaliação	284
Figura 98 – Grade de avaliação da estudante Isabel	285
Figura 99 – Maria Fernanda realizando a avaliação	287
Figura 100 – Grade de avaliação da aluna Maria Fernanda	288
Figura 101 – Gustavo fazendo a avaliação	290
Figura 102 – Grade de avaliação do aluno Gustavo	291
Figura 103 – Gabriel realizando a avaliação	293
Figura 104 – Grade de avaliação do aluno Gabriel	294
Figura 105 – Percurso da sequência didática executada para a concretização do ensino e aprendizagem do gênero oral <i>spot</i> no contexto da Rádio Recreio	298

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Dados sobre o <i>locus</i> da pesquisa EE Santo Antônio	39
Quadro 2 – Alunos colaboradores da pesquisa	73
Quadro 3 – Meios não-linguísticos da comunicação oral	85
Quadro 4 – Algumas características do oral e da escrita	91
Quadro 5 – <i>Spots</i> analisados para elaboração do modelo didático	110
Quadro 6 – Modelo didático para o gênero propaganda radiofônica <i>spot</i> (didatização)	120
Quadro 7 – Regras do emprego da vírgula	156
Quadro 8 – Como empregar o ponto final	158
Quadro 9 – Emprego dos pontos de interrogação e de exclamação	159
Quadro 10 – Emprego do ponto-e-vírgula	159
Quadro 11 – Uso das reticências e das aspas	160
Quadro 12 – Regras de como usar os dois-pontos e o travessão	161
Quadro 13 – Exercício de fixação sobre o uso da letra maiúscula	210
Quadro 14 – Encontros em que os participantes da pesquisa tiveram aulas de técnicas de locução e realizaram uma das programações da Rádio Recreio	262

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABPEducom	Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação
ALFALE	Grupo de Pesquisa Alfabetização e Letramento Escolar
APM	Associação de Pais e Mestres
BG	Background
CCA	Conselho de Centros Acadêmicos
CHD	Círculo Hermenêutico-Dialético
CUR	Câmpus Universitário de Rondonópolis
EAESP-FGV	Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas
FMA	Filhas de Maria Auxiliadora
FECITI	Feira Municipal de Ciência e Tecnologia e Inovação de Rondonópolis
ICHS	Instituto de Ciências Humanas e Sociais
IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
INSPAZ	Inspetoria Nossa Senhora da Paz
IPVA	Imposto sobre Propriedade de Veículo Automotor
ISD	Interacionismo Sociodiscursivo
GE	Gênero Escrito
GF	Gênero da Fala
MT	Mato Grosso
MDG	Modelo Didático do Gênero
MPB	Música Popular Brasileira
NCE	Núcleo de Comunicação e Educação
PA	Pesquisa Ação
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
PETEDI	Grupo de Pesquisa sobre Texto e Discurso
PI	Proposta de Inserções
PJE	Pastoral da Juventude Estudantil
PP	Pesquisa Participante

PPGEdu	Programa de Pós-Graduação em Educação
PPP	Projeto Político Pedagógico
RE	Rádio Escolar
RMT	Rede Mato-Grossense de Televisão
SD	Sequência Didática
SDB	Salesianos de Dom Bosco
SDI	Sequência Didática Interdisciplinar
SEDUC	Secretaria de Estado de Educação, Esporte e Lazer
SemiEdu	Seminário de Educação
SEPAC	Serviço à Pastoral da Comunicação
SP	São Paulo
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
UNEMAT	Universidade do Estado de Mato Grosso
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO: ABRINDO A CONVERSA.....	23
2 PERCURSO DA PESQUISA: ESTABELECENDO O DIÁLOGO COM O SUJEITO. 29	
2.1 Temática da Pesquisa: trajetória percorrida.....	29
2.2 Natureza da pesquisa.....	30
2.3 Caracterização do universo pesquisado.....	36
2.4 Rádio Recreio: da Pastoral Escolar à Educomunicação.....	47
2.4.1 Educomunicação: ampliando a capacidade de expressão.....	48
2.4.2 Rádio Recreio: os estudantes salesianos soltam suas vozes.....	53
3 DIÁLOGO COM OS TEÓRICOS QUE EMBASAM A PESQUISA.....	75
3.1 Interacionismo Sociodiscursivo: os textos como produções discursivas sociais.....	75
3.1.1 Gêneros Textuais: dialogando com a teoria para compreender a prática..	77
3.1.2 Gêneros textuais orais: diálogo com os autores.....	84
3.1.3 Propaganda radiofônica do tipo <i>spot</i> : a persuasão nas ondas do rádio...	93
3.1.3.1 O papel da linguagem musical na propaganda <i>spot</i>	95
3.1.3.2 Aspectos estruturais da propaganda <i>spot</i>	97
3.2 Sequência didática: metodologia de trabalho e constituição de dados.....	99
4 ESTÁ NO AR... A SEQUÊNCIA DIDÁTICA EM DESENVOLVIMENTO.....	104
4.1 Modelização do gênero propaganda radiofônica do tipo <i>spot</i>	107
4.1.1 Análise de quatro composições pertencentes ao gênero textual <i>spot</i>	109
4.1.2 O modelo didático – pontos a serem explorados em uma sequência didática.....	117
4.1.3 Em ação, a concretização das aulas de locução.....	121
4.1.4 Apresentação da Situação – apropriação do gênero em foco.....	127
4.2 Produção Inicial – ensaio com o <i>spot</i>	136
4.3 Módulos – as etapas constituidoras da pesquisa.....	150
4.3.1 Módulo 1 – Pontuação: assinalando a entonação na leitura.....	151
4.3.2 Módulo 2 – Conhecendo o espaço radiofônico.....	165
4.3.3 Módulo 3 – Primeira reescrita da produção inicial.....	192
4.3.4 Módulo 4 – Empregando a letra inicial maiúscula.....	205
4.3.5 Módulo 5 – Conversando sobre o <i>spot</i>	210
4.3.6 Módulo 6 – Participantes da pesquisa ligados no <i>spot</i>	215
4.3.7 Módulo 7 – De autores a revisores.....	233

4.4 Produção Final – os mais novos <i>spots</i> da Rádio Recreio SA Hits.....	243
4.4.1 Resenhas musicais para as trilhas dos seis <i>spots</i> em foco.....	257
4.4.2 Teoria e prática no projeto da Rádio Recreio SA Hits.....	261
4.4.3 O passo a passo para a gravação.....	267
4.4.4 Os <i>spots</i> nas ondas da Rádio Recreio SA Hits.....	275
4.5 Avaliação: momento de comunicar as capacidades adquiridas.....	276
4.6 Revendo o caminho percorrido.....	295
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	301
REFERÊNCIAS.....	304
ANEXOS.....	312
Anexo 1 – Jornal dos alunos da Escola Estadual Santo Antônio (2ª edição)..	312
Anexo 2 – Resultados do IDEB de 2015 relacionados à Escola Santo Antônio..	313
Anexo 3 – Diário Oficial do Município de São Paulo em que consta a transformação do projeto Educom.rádio em lei.....	316
Anexo 4 – Diário Oficial do Estado de Mato Grosso em que fica disposto sobre a implantação do Programa Rádio Escola na rede estadual de ensino.....	315
Anexo 5 – Gêneros textuais por domínio discursivos e modalidades.....	316
Anexo 6 – Distribuição dos textos de uso falados e escritos no contínuo genérico....	318
Anexo 7 – Trava-línguas utilizados na aula de locução do dia 24/03/2016.....	319
Anexo 8 – Exercícios de pontuação.....	320
APÊNDICES.....	321
Apêndice 1 – Questionários.....	321
Apêndice 2 – Entrevistas.....	332
Apêndice 3 – Termos de autorização (para uso do nome, imagens e outras informações referente ao aluno colaborador da pesquisa).....	342



*Escute essa canção
Que é prá tocar no rádio
No rádio do seu coração
Você me sintoniza
E a gente então se liga
Nessa estação...
(Moraes Moreira, 1986)*

1 INTRODUÇÃO: ABRINDO A CONVERSA

Esta pesquisa vinculou-se ao Grupo de Pesquisa Alfabetização e Letramento Escolar (ALFALE), do Programa de Pós-Graduação em Educação, do Instituto de Ciências Humanas e Sociais, da Universidade Federal de Mato Grosso – Câmpus Universitário de Rondonópolis (PPGEdu/ICHS/UFMT/CUR), Brasil, na linha de pesquisa “Linguagens, cultura e construção de conhecimento: perspectivas histórica e contemporânea”.

O tema do presente estudo foi o desenvolvimento da oralidade por meio do trabalho com os gêneros textuais orais a partir de sequência didática (SD), no âmbito do projeto Rádio na Escola, projeto este que é uma das vertentes da Educomunicação, e que ficou popularmente conhecido no *locus* da pesquisa como Rádio Recreio. A pesquisa foi desenvolvida na Escola Estadual Santo Antônio, em Rondonópolis, Mato Grosso, que é um estabelecimento de ensino público de orientação salesiana, tendo como sujeitos especificamente envolvidos alguns alunos do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental da referida escola.

Embora o gênero textual oral seja utilizado diariamente nas salas de aula, percebe-se que há a priorização do escrito, conforme afirmam Joaquim Dolz e Bernard Schneuwly, em colaboração com Sylvie Haller (2004). Sabe-se que tanto o gênero escrito como o oral são de fundamental relevância para o indivíduo na interação com o seu contexto sócio-histórico-cultural. Contudo, cabe à escola, como espaço constituinte de relações de ensino e aprendizagem, mediar a interação dos alunos com os saberes formais, de maneira que sejam relevantes para o educando.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) de Língua Portuguesa (BRASIL, 1998) propõem a utilização dos gêneros textuais como objeto de ensino para a prática de leitura e produção escrita. Encontrei, neste mesmo documento, a argumentação de que tanto o texto oral quanto o escrito são concretizações de um gênero, e, por isso, defende o trabalho com gêneros como forte aliado no processo de ensino-aprendizagem da Língua Portuguesa.

Foi a partir dessa proposta que o contexto de uso e a esfera de circulação dos gêneros textuais foram considerados importantes no ensino da língua. Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro (2004) comentam que essa transformação na forma de trabalhar com o texto em seu funcionamento e em seu contexto de produção/leitura passou a ecoar com mais relevância nos PCN de Língua Portuguesa, pois, até então, prevalecia

o estudo da forma e do conteúdo descontextualizados, priorizando os estudos da Língua Portuguesa pela Gramática Normativa.

Diante do exposto, a questão que norteou a pesquisa foi: Quais são as implicações e a relevância do trabalho com gêneros textuais orais no processo de aprendizagem dos alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, na cidade de Rondonópolis-MT, a partir do uso de sequência didática como estratégia de ensino do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*? Importante mencionar que o gênero textual oral *spot* pertence à esfera publicitária, e que a nomenclatura *spot*, também apresentada com a grafia “espote” por Barbosa Filho (2009, p. 122), é um “anglicismo derivado do termo *spot advertising*, que significa ponto de propaganda”.

A pesquisa se tornou relevante devido à pouca ênfase dada ao ensino da oralidade na escola, ensino este importante para a aprendizagem dos gêneros textuais orais que contribuem para a plena participação do aluno-sujeito na sociedade. Vale salientar que para a base da discussão em torno do gênero textual pautei-me nos pressupostos do interacionismo sociodiscursivo, sendo o desenvolvimento do estudo caracterizado como uma pesquisa de abordagem qualitativa, tendo como procedimento metodológico a pesquisa-ação. E, por conta de todo esse movimento da própria pesquisa-ação, eu optei por uma escrita que evidencia o relato de experiência/vivência, e, com isso, o texto assumiu um caráter bem pessoal.

Os instrumentos de produção e coleta de dados foram: diário de campo, produções escritas dos alunos colaboradores, planejamento das Sequências Didáticas (SD), registros fotográficos e em áudio das produções orais dos participantes, assim como dos diálogos estabelecidos com eles, buscando evidenciar o vivido e o compreendido no grupo.

Também foram empregados questionários impressos (Apêndice 1, p. 321) e feitas entrevistas (Apêndice 2, p. 332) (gravadas em áudio e transcritas) com uma coordenadora pedagógica, uma professora, ex-coordenadores e ex-alunos da Rádio Recreio, no intuito de melhor conhecer a proposta de trabalho da instituição e a história dessa Rádio escolar que é voltada para a educomunicação.

O arranjo teórico contou principalmente com as obras de autores como Bakhtin (1992), Bogdan e Biklen (1994), Severino (2007), Marcuschi (2008), Thiollent (1987; 2011), Travaglia e coautores (2013), dentre outros. O estudo defendeu que sem um trabalho planejado que tivesse como centralidade o desenvolvimento da oralidade não

seria possível atingir os objetivos determinados pelos autores estudados. Assim, colaborar com a aprendizagem dos discentes no tocante à oralidade foi a intenção desta pesquisa, para que eles pudessem estar mais preparados para o mundo vivido dentro e fora da escola.

Considerando que uma instituição de ensino deva qualificar o educando para o mundo fora de seus muros, a abordagem dos gêneros textuais orais foi pertinente, pois prepara o sujeito para a vida, desenvolve a sua oralidade, tornando-o mais desenvolvido neste aspecto, podendo, assim, estar mais capacitado para os desafios com que irá se deparar em meio à sociedade.

No tocante à sequência didática, é importante salientar que nesse estudo foi adotada a sequência desenvolvida pelos pesquisadores da Universidade de Genebra (Suíça), Joaquim Dolz, Michèle Noverraz e Bernard Schneuwly (2004). Todo o processo da sequência didática deste estudo ocorreu nas atividades da Rádio Recreio da escola anteriormente citada, mais especificamente, nas aulas de locução, que aconteceram às quintas-feiras. Tal projeto (Rádio Recreio), desenvolvido nesse colégio há alguns anos, tem como propósito central promover uma interação sociodiscursiva entre os componentes da instituição de ensino em que estão inseridos.

A realização dos programas da Rádio se concretizava sob a minha responsabilidade, coordenadora do projeto (desde 2013) e professora da área de linguagem, juntamente com alunos incluídos nesse processo. Em relação à transmissão das edições, que acontecia às sextas-feiras, vale ressaltar que se restringia aos limites da escola. Dessa maneira, é importante esclarecer que, embora eu tenha desenvolvido este estudo a partir do mestrado, meu conhecimento da temática antecede ao período da pós-graduação. Não era somente uma pesquisadora sobre o tema, e sim alguém que já o conhecia com certa maturidade, com sua história imbricada à da Rádio Recreio. Portanto, consciente do que gostaria de desenvolver em meu estudo, o que só veio a contribuir na condução de minhas ações.

Diante do exposto, neste estudo busquei, com respaldo nas obras dos autores acima mencionados e em outras literaturas que permeiam este trabalho, percorrer um trajeto capaz de oferecer a oportunidade de reflexão e escrita, viabilizando a estruturação da pesquisa para melhor compreensão do tema em questão.

Assim sendo, esta pesquisa teve como objetivo geral investigar quais foram as implicações e a relevância do trabalho com gêneros textuais orais no processo de

aprendizagem de alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio em Rondonópolis-MT, a partir do uso de sequência didática como estratégia de ensino do gênero *spot*.

Este objetivo se desdobrou em outros específicos, a saber:

- Refletir sobre os conceitos de sequência didática e o modo como propõem os gêneros como objeto de ensino.
- Refletir sobre a didatização do gênero propaganda radiofônica *spot*.
- Promover experiências teórico-práticas significativas para os alunos, não somente no contexto escolar como também no profissional, norteadas pelo gênero *spot*.
- Analisar, no percurso da sequência didática, as produções escritas (*spot*) dos alunos, destacando as diferenças entre as produções iniciais e finais.
- Analisar, a partir de registro em áudio das produções orais dos participantes da Rádio Recreio, se a sequência didática desenvolvida possibilitou a aprendizagem do gênero estudado.
- Avaliar, em conjunto com os sujeitos participantes da pesquisa, a repercussão do desenvolvimento da sequência didática do gênero propaganda radiofônica na aprendizagem dos alunos.

Para o desenvolvimento desta dissertação, além desta introdução e das Considerações finais, o texto foi estruturado em quatro capítulos. No capítulo, nomeado “Percurso da pesquisa: estabelecendo o diálogo com o sujeito”, apresentei a trajetória percorrida para se chegar ao tema deste trabalho, bem como a natureza da pesquisa e as técnicas e instrumentos de coleta de dados. Ademais, foi evidenciado o *locus* da pesquisa e o histórico da Rádio Recreio, da sua origem na Pastoral Escolar à ligação com o projeto Educomunicação disponibilizado pela SEDUC-MT.

No capítulo intitulado “Fundamentação Teórica: embasamento da pesquisa”, abordei, de maneira breve, o conceito de interacionismo sociodiscursivo e, posteriormente, discorri sobre os gêneros textuais e os gêneros textuais orais, mais notadamente, o gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*. Logo após, descrevi a sequência didática, abordada sob diferentes perspectivas.

No capítulo “Está no ar... A Sequência Didática em desenvolvimento” (p. 104) ressaltei conceitos sobre a modelização do gênero propaganda radiofônica do tipo

spot, analisei quatro composições do gênero em foco, embasada no interacionismo sociodiscursivo para, depois, construir um modelo didático do mesmo gênero, com o intuito de utilizá-lo como orientativo na elaboração da sequência didática que desenvolvi. Procurei, ainda, analisar os dados, obtidos através da sequência, na qual foi trabalhado o gênero acima mencionado, sendo esta ação desenvolvida com os alunos da Rádio Recreio, colaboradores da pesquisa. Tais dados foram gravados e transcritos em diário de campo. Esta sequência seguiu a seguinte estrutura: apresentação da situação, produção inicial, módulos e produção final. Além disso, apresentei a avaliação que os estudantes fizeram do próprio desempenho ao longo do processo.

Para concluir, sintetizei os resultados obtidos através desta pesquisa, procurando enfatizar os benefícios alcançados pelos discentes no trabalho com o gênero oral *spot*, a partir do uso da sequência didática, no projeto da Rádio Recreio.



2 PERCURSO DA PESQUISA: ESTABELECENDO O DIÁLOGO COM O SUJEITO

No presente capítulo, discorro sobre a escolha da temática abordada e explico a opção pelo procedimento metodológico utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa. Além disso, esclareço quais foram as técnicas empregadas para a coleta de dados e realização do trabalho. Também caracterizo o universo pesquisado, a Escola Estadual Santo Antônio, instituição de ensino localizada no município de Rondonópolis-MT, delineando os dados atuais, descrevendo como se estrutura o espaço físico, para, logo após, expor informações relacionadas à Educomunicação, ou seja, a inter-relação entre Educação e Comunicação, que procura melhorar a qualidade comunicativa das ações humanas e, por fim, um histórico da Rádio Recreio. Para elucidar a metodologia escolhida, tomo como referência alguns autores, entre eles, Bogdan e Biklen (1994), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), Severino (2007), Thiollent (1987; 2011) e Esteban (2010).

2.1 Temática da pesquisa: trajetória percorrida

O meu envolvimento com a Rádio Recreio teve início no ano de 2013, quando, na condição de professora concursada na rede estadual, na área de Língua Portuguesa, lecionando em uma escola no município de Rondonópolis, recebi um convite para trabalhar na Escola Estadual Santo Antônio com o projeto Educomunicação, implantado pela SEDUC/MT, que editou norma determinando que só poderia assumi-lo um(a) professor(a) da área de Linguagem.

Tal convite foi efetuado pela diretora do referido colégio, Ir. Maria José de Oliveira, com o intuito de que eu coordenasse a ação mencionada, pois, naquele ano, nenhum professor da área acima citada, lotado na instituição, estava disponível para dar continuidade ao Projeto. Dessa forma, passei a integrá-lo, desenvolvendo, juntamente com a prática da Rádio Recreio, outras duas atividades, que foram as de organizar o jornal da escola (Anexo 1, p. 312) – desenvolvido com a participação de alunos, professores, gestão – e de tirar fotografias dos eventos realizados no colégio para, posteriormente, postá-las no Facebook^{MR1} da unidade escolar, socializando tais acontecimentos com a comunidade educativa.

¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/santoantonio.alunos>. Acesso em: 03/06/2017.

Com o objetivo de desempenhar um trabalho expressivo, procurei me inteirar sobre a Educomunicação e as atividades nela desenvolvidas, conforme está relatado mais detalhadamente no subcapítulo “Rádio Recreio: os estudantes salesianos soltam suas vozes”. Todo o empenho em me qualificar na área foi devido à importância que via nessa ação voltada para a comunicação, pois os educandos que dela participavam tinham a oportunidade de desenvolver suas aptidões na escrita, na interpretação de textos, na oralidade, podendo aperfeiçoar suas habilidades comunicativas nos diversos contextos em que estavam inseridos, proporcionando, dessa forma, autoconfiança e desenvoltura.

Diante disso, no período de 2014 a 2015, comecei a pensar se não seria interessante fazer um estudo mais aprofundado relacionado à Educomunicação, focando, sobretudo, na Rádio Recreio e nos gêneros textuais orais nela trabalhados, a fim de poder contribuir ainda mais no crescimento dos alunos do referido colégio, no que tange à comunicação. Tal anseio foi o que me levou a este estudo investigativo direcionado à aprendizagem dos gêneros acima mencionados, tendo como metodologia a sequência didática elaborada por Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004).

2.2 Natureza da pesquisa

Nesta composição procurei mostrar a forma como foi concretizado o trabalho realizado com os alunos participantes do projeto Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, tendo como foco o estudo dos gêneros textuais orais, por meio da sequência didática. Uma pesquisa materializada na fonte direta dos dados (ambiente natural), onde as ações puderam ser mais bem observadas dentro do seu contexto, de modo que fossem contempladas características relacionadas à investigação qualitativa, adotando, desse modo, uma metodologia de natureza qualitativa.

Maria Paz Sandín Esteban (2010) declara que algo essencial na investigação qualitativa é estar atento ao contexto, pois este é natural, não sendo construído nem modificado. Robert Bogdan e Sari Biklen (1994) afirmam que se o investigador qualitativo separar a ação do seu ambiente de pesquisa estará perdendo de vista o seu significado. Ainda acrescentam que a investigação qualitativa em educação “ênfatisa a descrição, a indução, a teoria fundamentada e o estudo das percepções pessoais” (BOGDAN e BIKLEN, 1994, p. 11).

Outrossim, estes autores informam que a investigação qualitativa dispõe de cinco características, a saber: a fonte de dados desta investigação é o ambiente natural; possui um aspecto descritivo; os investigadores se interessam mais pelo processo do que pelos resultados; os pesquisadores preferem realizar a análise de seus dados de maneira indutiva; o significado é fundamental. Dessa maneira, procurei, no desenrolar desta pesquisa, seguir as cinco características mencionadas nos momentos de coleta e análise deste estudo, com o propósito de produzir um trabalho coerente.

Com o estudo de abordagem qualitativa, o procedimento metodológico que adotei foi a pesquisa-ação (PA), que Michel Thiollent (2011, p. 20) define como sendo “um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estrita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo” em que “os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo”. Antônio Joaquim Severino (2007) também conceitua a pesquisa-ação nessa mesma linha de pensamento:

A pesquisa ação é aquela que, além de compreender, visa intervir na situação, com vistas a modificá-la. O conhecimento visado articula-se a uma finalidade intencional de alteração da situação pesquisada. Assim, ao mesmo tempo que realiza um diagnóstico e a análise de uma determinada situação, a pesquisa-ação propõe ao conjunto de sujeitos envolvidos mudanças que levem a um aprimoramento das práticas analisadas. (SEVERINO, 2007, p. 120).

A opção pela pesquisa-ação deu-se porque o estudo estava ligado ao projeto Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, em Rondonópolis, atividade que coordenei de 2013 a janeiro de 2017 (mês em que findou o ano letivo de 2016, em decorrência da greve dos professores). Em abril de 2017, uma professora da área de linguagem, que estava em sala de aula, se interessou em assumir o projeto, e, à vista disso, deixei o cargo, por estar em licença para qualificação, porém, continuei participando desta atividade, em parceria com a pessoa que se responsabilizou pela função.

Logo, como já mencionei, mesmo antes de começar esta pesquisa na pós-graduação, eu possuía um conhecimento da temática, uma vez que não só estive em contato com o Projeto da Rádio Recreio como fui também responsável pela sua execução durante quatro anos. Sendo assim, foi prazeroso desenvolver o estudo,

porque meu conhecimento me permitiu supor o que poderia ser trabalhado em campo e discutido nesta dissertação.

Neste caso, ao empregar esta pesquisa no desenvolvimento desta investigação, tive um papel ativo como pesquisadora e propositora das ações, juntamente com os alunos que delas participaram dinamicamente. Assim, justifica-se a escolha pela PA, pois, para Thiollent (1987, p. 83), “[...] além da participação dos investigadores, a PA supõe uma participação dos interessados na própria pesquisa organizada em torno de uma determinada ação”, indagando, ainda: “Que tipo de ação?”, respondendo, na sequência, que, “em geral, trata-se de uma ação planejada, de uma intervenção com mudanças dentro da situação investigada”.

Em relação a esta última afirmação do autor, friso que é dentro destes moldes que foi construída a ação da pesquisa em questão, como será observado no decorrer do texto, porque, como enfatiza Thiollent (2011, p. 21), “é preciso que a ação seja uma ação não trivial, uma ação problemática merecendo investigação para ser elaborada e conduzida”.

Um detalhe relevante esclarecido por este autor é que pesquisa-ação não é o mesmo (sinônimo) que pesquisa participante (PP). Como esclarece Thiollent (1987, p. 83), a “PA é uma forma de PP, mas nem todas as PP são PA”. Acrescenta que apesar de, na prática, a pesquisa-ação necessitar de um ato de observação participante, não significa que esta seja “apenas PP, é um tipo de pesquisa centrada na questão do agir”. Ainda relata que na pesquisa participante “a preocupação participativa está mais concentrada no pólo pesquisador do que no polo pesquisado. Além disso, não se trata de ‘ação’ na medida em que os grupos investigados não são mobilizados em torno de objetivos específicos”, na verdade “são deixados às suas atividades comuns”, enfatiza Thiollent (1987). No caso desta pesquisa, tanto o pesquisador como os pesquisados estão envolvidos em uma ação, com um determinado propósito, mais à frente explicitado, por isso a escolha pela pesquisa-ação.

Thiollent (2011) também relaciona alguns dos aspectos principais da pesquisa-ação, pontuada por ele como sendo um artifício metodológico da pesquisa social em que:

- há uma ampla e explícita interação entre pesquisadores e pessoas implicadas na situação investigada;

- desta interação resulta a ordem de prioridade dos problemas a serem pesquisados e das soluções a serem encaminhadas sob forma de ação concreta;
- [...]
- o objetivo da pesquisa-ação consiste em resolver ou, pelo menos, em esclarecer os problemas da situação observada;
- há, durante o processo, um acompanhamento das decisões, das ações e de toda a atividade intencional dos autores da situação;
- a pesquisa não se limita a uma forma de ação (risco de ativismo): pretende-se aumentar o conhecimento dos pesquisadores e o conhecimento ou o “nível de consciência” das pessoas e grupos considerados. (THIOLLENT, 2011, p. 22-23).

Estes aspectos estão entrelaçados no desenvolvimento desta pesquisa, que possui como peça central o gênero textual oral, e que, por esse motivo, utilizou uma metodologia envolvendo o uso de sequência didática como estratégia de ensino e fonte de dados. Neste sentido, para a realização do estudo, optei pela sequência didática proposta por Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004) como atividade pedagógica para o trabalho com o gênero textual propaganda radiofônica do tipo *spot*.

Ao optar por trabalhar com sequência didática, fiz com que a pesquisa fosse paulatinamente construída, no decorrer do processo. Sendo assim, desenvolvi os módulos a partir da participação oral e escrita dos alunos do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental, que possuíam entre 11 e 14 anos de idade. Portanto, não houve um *a priori*, as coisas não foram dadas de antemão, elas foram sendo produzidas com a participação dos alunos. O módulo que trabalhei na aula anterior deu suporte para o que desenvolvi no da semana seguinte, pois este, não estando pronto, dependeu do desenrolar do anterior. Então, a pesquisa foi um permanente processo de construção, visto que eu e os estudantes – aqui compreendidos como colaboradores – tivemos papéis ativos. Isso mostrou o quanto o caráter de atuação – minha e dos discentes – estava posto na pesquisa.

Nesse processo de diálogo e de trabalho com a Rádio Recreio, outros sujeitos foram se agregando à pesquisa, desempenhando um papel mais permanente ou mais pontual. Como exemplo, destaco a participação de radialistas e demais convidados externos para relatarem suas experiências e mediar atividades práticas voltadas para o radialismo. Neste sentido, desempenhei a função de mediar esse processo, de estimular e direcionar a ação, mas também os sujeitos participantes deram o tom do trabalho, lembrando que as produções deles, tanto as orais como as escritas, foram balizadoras dos módulos.

Em síntese, o desenvolvimento de sequência didática teve como base a proposta de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), sendo representada pelo esquema apresentado no subtópico “Sequência Didática – metodologia de trabalho e constituição de dados”.

Para a efetivação desta pesquisa, utilizei como instrumentos de produção e coleta de dados: 1) diário de campo da pesquisadora; 2) produções escritas dos alunos colaboradores; 3) planejamento das SD; 4) registros fotográficos e em áudio das produções orais dos participantes, assim como dos diálogos mantidos com eles; 5) questionários impressos respondidos; e 6) entrevistas semiestruturadas (gravadas em áudio e transcritas) com ex-coordenadores e ex-alunos da Rádio Recreio.

Após o consentimento da gestora da escola, dei início às coletas das informações necessárias para este trabalho, em 24/03/2016, com os alunos participantes da Rádio Recreio, às quintas-feiras, nas aulas de locução que ocorriam na sala de vídeo. Nestes momentos, desenvolvi uma metodologia de trabalho pautada na sequência didática (SD). Surge, a partir daí, uma ação, ponto-chave desta pesquisa-ação, que é aprender o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*. Para tanto, antes de ir a campo para a coleta de dados, planejei, regular e antecipadamente, as atividades que seriam aplicadas em cada módulo da sequência didática, para só depois “entrar em cena”, juntamente com os educandos, que também possuíam sua relevância.

No desenrolar das atividades, identifiquei o conhecimento prévio dos alunos e, nesse processo, fui trabalhando (então, uma ação), agindo sobre as lacunas dos conhecimentos que eles tinham sobre o gênero. Também procurei sanar deficiências em relação à parte gramatical (pontuação, emprego da letra maiúscula, pontuação), dentre outros aspectos. Por conseguinte, houve uma ação da minha parte como pesquisadora, mas também dos alunos, que tiveram a oportunidade de corrigir as suas produções textuais e, numa etapa mais avançada do estudo, já estavam pontuando o que tinha de ser melhorado nas composições dos colegas, característica esta da pesquisa-ação citada acima, que “consiste em resolver ou, pelo menos, em esclarecer os problemas da situação observada” (THIOLLENT, 2011, p. 23). Simultaneamente a estes ensinamentos, passei aos discentes algumas técnicas de locução, juntamente com a locutora Cleuma Pimenta dos Santos, que eram postas em prática às sextas-feiras, no horário do recreio, período em que as programações

radiofônicas iam ao ar, no estúdio da escola. Vale mencionar que todo o passo a passo destas atividades será melhor explanado na análise dos dados.

Ao desenvolver os exercícios de cada módulo, eu gravava as aulas para, posteriormente, transcrevê-las no meu diário de campo, pois era difícil ministrá-las e, concomitantemente, registrar os acontecimentos de forma minuciosa. Bogdan e Biklen (1994, p. 150) afirmam que nestas notas há aquilo “que o investigador ouve, vê, experiencia e pensa no decurso da recolha”. Sendo assim, comprova-se a necessidade do uso do aparelho eletrônico, no caso, um celular.

Outro recurso que utilizei para a coleta de dados foi a entrevista semiestruturada realizada com ex-coordenadoras e ex-alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, seguindo um roteiro que foi organizado com questões relacionadas à história desse meio de comunicação, no intuito de conhecer um pouco mais sobre ele, e, para isto, adotei a teoria de Menga Lüdke e Marli André (2015, p. 40) quando afirmam que este tipo de pesquisa “se desenrola a partir de um esquema básico, porém não aplicado rigidamente, permitindo que o entrevistador faça as necessárias adaptações”. Procurei ouvir atentamente os entrevistados, enquanto gravava a voz, estimulando-os a passar as informações de maneira natural. Para este fato, Lüdke e André (2015, p. 41) enfatizam que “essa estimulação não deve, entretanto, forçar o rumo das respostas para determinada direção. Deve apenas garantir um clima de confiança, para que o informante se sinta à vontade para se expressar livremente”.

Também recorri a um questionário, com o objetivo de obter informações junto a pessoas (coordenadoras e alunos) que passaram pela Rádio Recreio antes do período em que estive à frente deste projeto. Marina de Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos (2006, p. 98) afirmam que “o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. Para complementar, Osvaldo Dalberio e Maria Célia Borges Dalberio (2009, p. 218) argumentam que, no questionário, “as questões devem ser coerentemente articuladas e compor um todo lógico e ordenado, usando uma linguagem simples, palavras claras e orações exatas e compreensíveis”. Desse modo, evitam-se dúvidas ou incompreensões, logrando dados mais consistentes para o trabalho.

O registro fotográfico foi mais uma forma de obter dados para a concretude da pesquisa. Com as fotografias, marquei as etapas do estudo, evidenciando detalhes

que, às vezes, não poderiam ser traduzidos somente com a linguagem escrita. Conforme Milton Guran (2012, p. 81), “para que a utilização da fotografia seja eficaz na [...] pesquisa, é necessário que haja uma articulação entre as duas linguagens, a escrita e a visual, de modo que uma complemente e enriqueça a outra”. Também salienta que “é vantajoso que elas se intercalem ao texto, formando um todo com as informações escritas” para que, assim, a narrativa seja “enriquecida, par e passo, pela informação visual, que dialeticamente ganha força, por sua vez, pela leitura textual do que representa”. E foi dessa maneira que procurei proceder ao utilizar tanto as fotografias do meu acervo como as demais, encontradas no *locus* da investigação, ou até mesmo as cedidas por algum dos colaboradores da pesquisa.

Neste ponto, convém tratar do *locus* da investigação, com a finalidade de conhecer esse universo em que foi concretizado o estudo em questão, onde foram aplicadas as teorias metodológicas e coletados os dados que sustentam o exposto nesta dissertação.

2.3 Caracterização do universo pesquisado

O universo em que realizei a pesquisa foi a Escola Estadual Santo Antônio, localizado na Rua Francisco Félix, número 274, Vila Santo Antônio, Rondonópolis – MT. A Figura 1 (p. 37) traz o mapa político do Brasil, onde aparecem todos os Estados, entre eles, o Mato Grosso, onde foi sinalizada a localização do município de Rondonópolis.

Figura 1 – Mapa do Brasil com a localização de Mato Grosso e de Rondonópolis

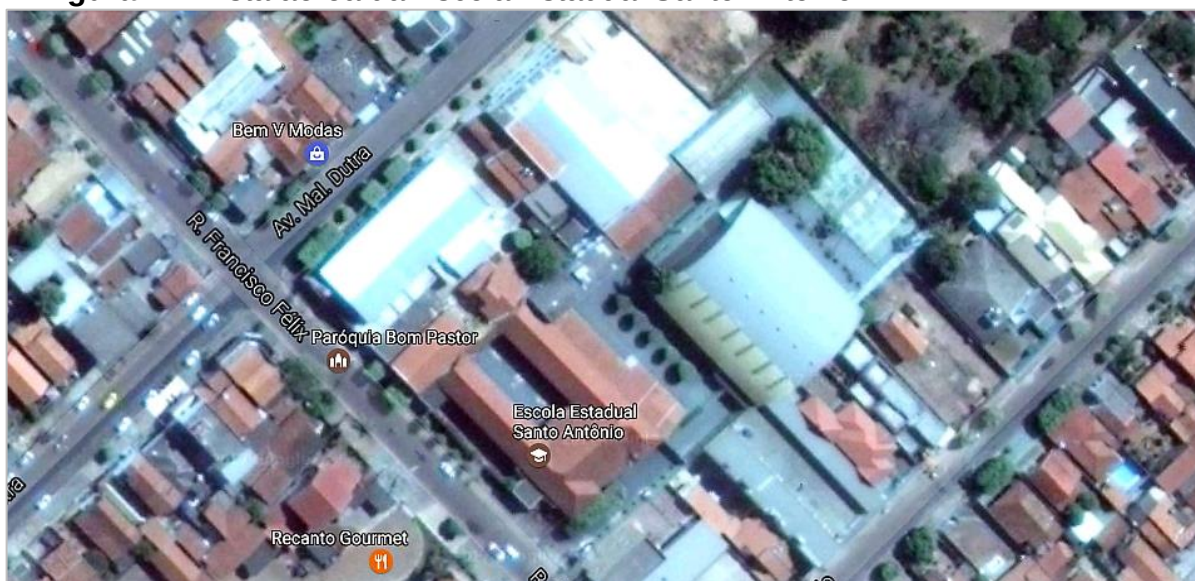


Fonte: Guia Geográfico – Viagem e turismo².

O prédio de tal instituição de ensino pertence às religiosas Filhas de Maria Auxiliadora (FMA) e são elas que ocupam os cargos de direção, apesar de o colégio pertencer à rede pública de ensino. De acordo com o histórico da escola, contido no Projeto Político Pedagógico 2016/2017 (PPP) e informações retiradas do Livro de Crônica, datado de janeiro de 1972 a janeiro de 1981, pertencente ao Educandário Santo Antônio (residência das Filhas de Maria Auxiliadora – FMA), ela foi fundada em 02 de agosto de 1966 pelo bispo Dom Wunibaldo Talleur. Na Figura 2 (p. 38), uma vista aérea da cidade, mostrando a área onde está instalada a escola:

² Disponível em: <http://www.guiageografico.com/mapas/mapa/mapa-politico-do-brasil.jpg>. Acesso em: 07/11/2017.

Figura 2 – Vista aérea da Escola Estadual Santo Antônio



Fonte: Google Maps³.

Este colégio (Figura 3), em 2017, completou cinquenta e um (51) anos de fundação e funciona em dois turnos, matutino e vespertino, com o nível de Ensino Fundamental, tendo uma organização estruturada em três ciclos, distribuídos em nove fases, ou seja, desenvolve um trabalho com estudantes do 1º ao 9º ano, numa faixa etária variável entre seis e 14 anos.

Figura 3 – Fachada da Escola Estadual Santo Antônio



Fonte: Acervo da Escola Estadual Santo Antônio (2016).

³ Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/@-16.4647144,-54.6232667,280a,35y,39.36t/data=!3m1!1e3?hl=pt-BR> . Acesso em: 24/03/2017.

Em 2017 contava com novecentos e noventa e oito educandos (998), distribuídos em trinta e duas (32) turmas, que ocupam as dezesseis (16) salas de aula lá existentes. Importante ressaltar que, além destas salas, existem outras designadas ao espaço administrativo. No quadro 1, a seguir, estão sistematizados os dados sobre o *locus* da pesquisa:

Quadro 1 – Dados sobre o *locus* da pesquisa EE Santo Antônio

Turno	Turmas	Alunos	Professores em sala de aula	Coordenadores pedagógicos	Professores articuladores	Professores readaptados
Matutino	16	506	18	03	01	02
Vespertino	16	492	16			

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir dos dados da pesquisa (2018).

A escola tem uma Associação de Pais e Mestres (APM), com a qual os pais podem colaborar, voluntariamente, com um donativo de valor aberto, a critério de cada um, sendo a verba utilizada para a manutenção do prédio, pois, como foi dito anteriormente, este local pertence às irmãs salesianas, Filhas de Maria Auxiliadora (FMA), e não ao Estado. O que existe entre ambos, Estado e FMA, é um contrato de locação do prédio. Sendo assim, não há investimento do Estado para a conservação deste ambiente.

A unidade de ensino conta com uma biblioteca climatizada que contém um acervo composto por obras literárias de referência, sendo estas disponíveis à comunidade educativa. Neste espaço os educandos podem fazer pesquisas, complementando os ensinamentos adquiridos em sala de aula. Vale ressaltar que nesse contexto é desenvolvido o projeto de leitura “Caminho das novas palavras e ideias”, que, em alguns momentos, se concretiza no pátio coberto do colégio, como pode ser observado na Figura 4 (p. 40). Este processo é coordenado pela funcionária Helena Pereira Branco, com o intuito de despertar, nos alunos, o gosto por essa ação, indo ao encontro da afirmação de Isabel Solé (1998, p. 90), de que “ler é sobretudo uma atividade voluntária e prazerosa”.

Com essa proposta, os estudantes possuem a oportunidade de entrar em contato com novos vocabulários, ampliar horizontes, refletir sobre as ideias que emergiram do ato de ler, fazer leitura críticas, o que “implica a percepção das relações entre o texto e o contexto” (FREIRE, 2011, p. 20).

Figura 4 – Biblioteca e pátio coberto da Escola Santo Antônio



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

A instituição disponibiliza um laboratório de informática (Figura 5) amplo, com 32 computadores – sendo 16 deles conectados à internet –, um armário, uma impressora, dois aparelhos de ar-condicionado e dois ventiladores. Este lugar é utilizado pelos professores e alunos para complemento das práticas de ensino.

Figura 5 – Laboratório de informática da Escola Estadual Santo Antônio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Este colégio conta também com sala de vídeo, aparelhada com Datashow, telão, notebook, caixas de som, além de aparelhos de ar-condicionado e ventiladores.

Há, ainda, a sala de balé, atividade coordenada pela Pastoral Escolar, que é responsável por contratar as profissionais desse estilo de dança e por fazer a matrícula dos interessados em participar das aulas, podendo se inscrever nesta ação tanto discentes da instituição como crianças da sociedade rondonopolitana. A figura 6 (p. 42) mostra esses ambientes.

Figura 6 – Salas de vídeo e de balé da Escola Estadual Santo Antônio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Paralelamente a esta ação, são oferecidas à comunidade educativa aulas de capoeira e teatro, pois, conforme as Filhas de Maria Auxiliadora – Brasil (2014, p. 65), “desde as origens do Instituto, houve uma grande preocupação com a formação educacional por meio da arte”, pois “a Família Salesiana é filha e herdeira de um educador e de uma educadora que souberam valorizar todas as manifestações artísticas como um instrumento de educação”, João Melchior Bosco, conhecido como Dom Bosco, e Maria D. Mazzarello, a Madre Mazzarello.

Além desses ambientes, a escola ainda dispõe de cantina, copa, cozinha, refeitório, despensa, arquivo, almoxarifado, dois banheiros para alunos e dois para funcionários, sala de depósito, sala dos professores e um pátio amplo, localizado no

centro da instituição. Parte deste pátio é coberto (citado anteriormente), multiuso e possui um palco. É neste pátio coberto que acontecem as acolhidas, apresentações preparadas pela comunidade escolar, momentos festivos, reuniões de pais, confraternizações, entre outras atividades. Tal espaço foi sendo redefinido com o passar do tempo – como mostra a Figura 7, composta por duas fotografias de diferentes épocas – para melhor atender às necessidades da instituição, ambiente preñado de momentos comunicativos.

Figura 7 – Pátio coberto da Escola Estadual Santo Antônio - 1984 e 2016

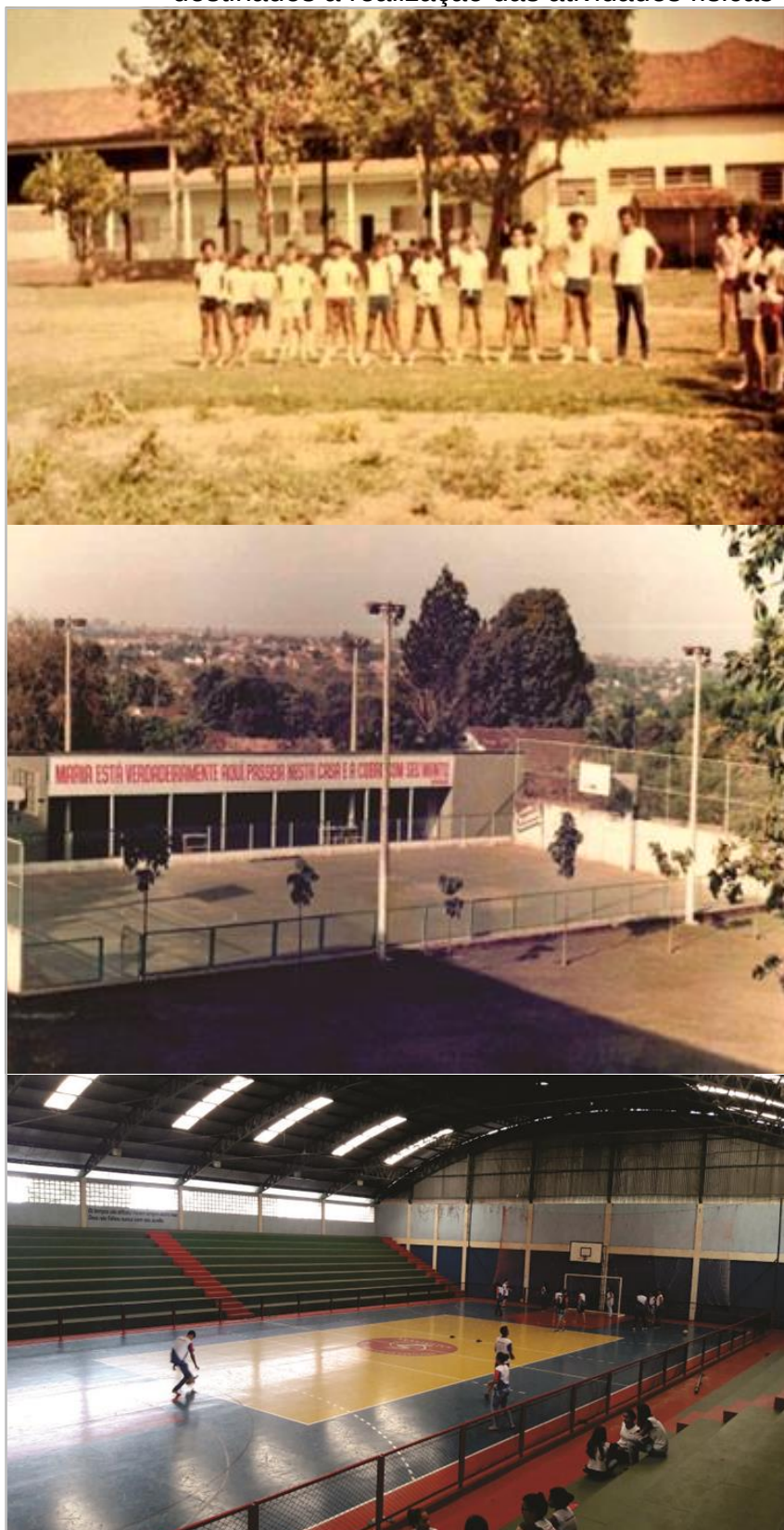


Fonte: A primeira foto faz parte do acervo da Escola Santo Antônio; a segunda, do acervo da pesquisa.

O colégio tem, ainda, um ginásio, denominado Ginásio de Esportes Irmã Orvalinda, cujo projeto foi elaborado no ano de 1999, levando cinco anos para sua conclusão, sendo inaugurado em 03 de julho de 2004. A obra foi materializada a partir de uma ação solidária empreendida pela comunidade escolar e com o apoio de algumas empresas. Este local é usado pelos alunos da escola, mas também é aberto à comunidade, com algumas atividades que implicam em pagamento para uso, cuja renda arrecadada é revertida para a manutenção do próprio espaço.

As melhorias feitas na estrutura física deste espaço no decorrer do tempo, podem ser comprovadas pelas fotos que compõem a Figura 8 (p. 45), tiradas nas décadas de 1970, 1990 e no ano de 2017, respectivamente.

Figura 8 – Espaços da Escola Estadual Santo Antônio destinados à realização das atividades físicas



Fonte: Acervo da Escola Estadual Santo Antônio (1970/1990); acervo da pesquisa (2017).

Ademais, esta instituição escolar possui uma sala onde funciona o estúdio da Rádio Recreio, uma das vertentes do Projeto Educomunicação. Trata-se de uma rádio escolar que, como afirma Marcos Baltar (2012, p. 17), é “um instrumento de interação sociodiscursiva na escola”. Este local é apresentado mais detidamente no subcapítulo “Rádio Recreio: os estudantes salesianos soltam suas vozes”.

Figura 9 – Estúdio da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Pelo exposto e por outras práticas de ensino desenvolvidas, buscando o melhor para a aprendizagem dos discentes que lá se encontram, que esta escola atingiu o primeiro lugar no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB)⁴ de 2015, em nível estadual, com notas 7,5 para o 5º ano e 6,0 para o 9º ano, superando as metas projetadas para 2021, respectivamente, 6,8 e 6,0, conforme consta no Anexo 2 (p. 313).

Nas informações cedidas em questionário pela coordenadora pedagógica do colégio, Siliana Castro Salviano de Almeida Paulino Martine, no ano de 2017, sobre o resultado em destaque, ela relata que:

A Proposta Educativa da Escola Estadual Santo Antônio engloba as diferentes realidades sociais, pedagógicas, afetivas e psicológicas,

⁴ O IDEB foi criado em 2007, pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), para medir a qualidade do aprendizado nacional e estabelecer metas para a melhoria do ensino. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/conheca-o-ideb>. Acesso em: 15/09/2017.

permitindo a integração da criança à multiplicidade do mundo em que vive. Fundamenta-se na visão sociointeracionista da educação, considerando os interesses, a faixa etária dos educandos, respeitando sua realidade social e cultural. Trabalha na modalidade de Ciclo de Formação Humana e está embasada nas Orientações Curriculares para a Educação Básica do Estado de Mato Grosso. (SILIANA MARTINE – Questionário, 26/07/2017).

Acrescenta ela:

Graças ao bom desempenho pedagógico da escola, podemos colher frutos positivos, tais como: a parceria que a escola tem com a família, que em conjunto atuam na busca de soluções para melhorar o processo de ensino-aprendizagem, e, assim, os pais e responsáveis se sentem envolvidos no processo educativo. A instituição possui o planejamento participativo, avaliação e autoavaliação do processo como termômetro [...], incentiva e realiza com os docentes uma formação contínua, o que contribui com bons resultados na aprendizagem dos alunos. Busca constantemente sanar pontos fracos no processo de ensino-aprendizagem e, um grande indicador positivo desse desempenho, é que nossa escola atingiu o IDEB mais alto do Estado de Mato Grosso em 2015. (SILIANA MARTINE – Questionário, 26/07/2017)

Em consequência deste quadro, Martine (Questionário, 26/07/2017) revela que este colégio recebeu, em 2017, a visita de uma representante da SEDUC-MT, que tinha como intuito, conhecer “o diferencial (trabalho) da Escola Estadual Santo Antônio perante as demais escolas em Rondonópolis”. Ela saiu satisfeita com o que ouviu e viu na Escola. Diante disso, percebe-se que esta instituição está no caminho correto, pois procura utilizar metodologias atualizadas, sempre pensando na aprendizagem dos alunos.

Depois desta breve apresentação da escola que abrigou a pesquisa ora apresentada, na sequência dedico-me a descrever sobre a Educomunicação e uma das suas ramificações, a Rádio Recreio, anteriormente assinalada, disponibilizando informações relevantes sobre essa mídia.

2.4 Rádio Recreio: da Pastoral Escolar à Educomunicação

Nesse subcapítulo, abordo primeiramente o conceito da Educomunicação, considerando que seria mais viável para o entendimento das próximas informações, que se debruçam sobre a história da Rádio Recreio, da sua gênese aos dias atuais.

2.4.1 Educomunicação: ampliando a capacidade de expressão

A Educomunicação, de acordo com Roberto Aparici (2014), é a inter-relação entre a educação e a comunicação, também conhecida como didática dos meios audiovisuais, pedagogia da comunicação, educação para comunicação e recepção crítica da mídia, dentre outras nomenclaturas. A respeito dessa inter-relação, as Filhas de Maria Auxiliadora – Brasil (2014, p. 28), afirmam ser um campo dialógico, “um espaço em que se pode viver e expressar a cidadania e a solidariedade”, sendo igualmente interdisciplinar e transdisciplinar, com um ponto de vista diferente de sujeito, de tempo e de espaço.

Antônia Alves Pereira (2016) complementa que a palavra Educomunicação é um neologismo que foi utilizado, primeiramente, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) a fim de mostrar as práticas de educação para comunicação através de um olhar crítico em relação aos meios de comunicação dos anos 1970. Esclarece a autora que no final da década de 1990 esse neologismo teve uma ressignificação, a partir das pesquisas desenvolvidas pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da Universidade de São Paulo (USP), núcleo este coordenado pelo professor Ismar de Oliveira Soares.

Soares (2011) ressalta que, no entendimento do NCE, a Educomunicação

[...] designa um campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação, apresenta-se, hoje, como um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os seguimentos humanos, especialmente da infância e da juventude. (SOARES, 2011, p. 15)

Essa inter-relação entre Comunicação e Educação é relevante para o diálogo entre as duas disciplinas, proporcionando, assim, a interatividade em um espaço em que se pode expressar a cidadania e deixar que os futuros adultos desenvolvam o seu protagonismo em nossa sociedade.

Uma das experiências na área da Educomunicação concretizada no Brasil, conforme destaca Soares (2011), ocorreu entre 2001 e 2004, um programa cultural confiado pela Secretaria de Educação da Prefeitura de São Paulo ao NCE da USP, com o intuito de diminuir a violência nas escolas públicas. Este programa é conhecido como “Educomunicação pelas Ondas do Rádio” (Educom.rádio).

Para o desenvolvimento do Educom.rádio, o NCE- USP “despendeu sete semestres, [...], atendendo ao todo, aproximadamente 11 mil agentes educacionais, incluindo professores, estudantes e membros das comunidades educativas”, sendo “todos vinculados a 455 escolas de Ensino Fundamental da rede pública municipal” (SOARES, 2011, 38). Em função deste curso, cada escola teve o direito de ganhar determinadas aparelhagens de som, e com elas a chance de montar um estúdio radiofônico, dando oportunidade aos educandos de desenvolverem habilidades de escrita e leitura, assim como de domínio da linguagem. E, como consequência desse fato, que ampliou o universo midiático dos alunos, incentivando-os a atuarem no espaço da comunicação, diversos pesquisadores da Educomunicação, de várias partes do mundo, como Inglaterra, Alemanha, Itália, Moçambique, Chile, dentre outros, se interessaram em conhecer este trabalho (SOARES, 2011).

No dia 28 de dezembro de 2004, o projeto Educom.rádio foi transformado em lei municipal, sob o número 13.941, pela então prefeita Marta Suplicy. Esta lei consta no Diário Oficial do Município de São Paulo, ano 49, nº 242, em 29 de dezembro de 2004 (Anexo 3, p. 314) e explicita no Art. 1º, parágrafo 2º que “visa o Programa instituído por esta lei ampliar as habilidades e competências no uso das tecnologias, de forma a favorecer a expressão, de todos os membros da comunidade escolar”, ficando incluídos “dirigentes, coordenadores, professores, alunos, ex-alunos e demais membros da comunidade do entorno” (DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, ano 49, nº 242, 2004, p. 01).

Segundo a Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação (ABPEducom), em virtude do sucesso do Educom.rádio nas instituições de ensino do município de São Paulo, ocorreu, em 2003, a implantação, na região Centro-Oeste, do Projeto Educomrádio.Centro-Oeste, promovida pelo governo federal, que disponibiliza uma prática de ensino, na qual consolida o trabalho já em desenvolvimento, conhecido como Rádio Escola.

Cláudia da Consolação Moreira e Manoel Francisco de Vasconcellos Motta (2007, p. 11-12) esclarecem que esse projeto atendeu, nesta região, “70 escolas estaduais do ensino médio [...], sendo 20 em Mato Grosso, 20 em Mato Grosso do Sul e 30 em Goiás, incluindo-se centros educacionais indígenas e quilombolas”, com “capacitação de 2.500 pessoas” ligadas a estas instituições de ensino (SOARES, 2011, p. 40).

Soares (2011, p. 40) ainda acrescenta que a formação dessas pessoas foi delegada ao NCE-USP, que “criou uma plataforma virtual para o tratamento dos conteúdos num projeto de educação a distância mediado por computadores”. Também “somavam-se às atividades *on-line* duas oficinas de produção radiofônica, ministradas em cada escola, por radialistas locais, assim como eventos destinados a socializar os resultados obtidos junto às escolas”.

No estado de Mato Grosso, lembra Soares (2011), foi aprovado pelo poder público um dispositivo legal com ênfase na Educomunicação por meio da utilização da linguagem radiofônica. Na Lei Estadual nº 8.889/08, de autoria do deputado estadual Alexandre Cesar, sancionada e publicada no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso, ANO CXVIII, de 10 de junho de 2008, Nº 24.850 (Anexo 4, p. 315), fica disposto sobre a implantação do Programa Rádio Escola na rede estadual de ensino.

O Programa Rádio Escola traz benefícios que estão explícitos no Art. 2º, como: “I - desenvolver a criatividade e a responsabilidade dos alunos [...], II - explorar potencialidades pedagógicas da rádio para difusão de conhecimentos de conteúdo” (MATO GROSSO, 2008, p. 01), dentre outros. Assim, cada escola teve a chance de inovar a sua prática de ensino, tendo em suas dependências uma miniestação de rádio.

Conforme a ABPEducom, em Mato Grosso houve uma experiência educ comunicativa que se destacou, experiência esta que aconteceu nas aldeias de Sangradouro, no período de formação oferecida à comunidade Xavante. De acordo com esta associação, aconteceu uma competição entre os jovens, moças e rapazes, na concretização de trabalhos ligados à radiofonia, atividade em que as meninas se beneficiaram, pois, segundo a cultura desse povo, as pessoas do sexo feminino não têm o direito de se posicionar em público perante uma audiência masculina. Destaca também outra vantagem advinda desta ação, como a mudança na direção da escola, que por mais de um século, foi criada e dirigida pelos Salesianos. Esta mudança permitiu que um pedagogo Xavante, que se qualificou em Cuiabá-MT, assumisse a função de diretor escolar.

Relevante destacar que os padres Salesianos, assim como as freiras Salesianas, também adotaram a prática educ comunicativa na América Latina, desde os anos de 2001. Novos desafios foram se aportando, e, diante do presente cenário sociocultural, a Família Salesiana começou a rever o seu sistema educativo a partir do atual contexto da comunicação, cada vez mais midiaticizado e tecnológico.

A partir dos anos de 1990, como ressalta Soares (2014), em função da decisão do XIX Capítulo Geral⁵, que foi concretizado em Roma (Itália), o Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora (FMA) assume a missão de partilhar informações no contexto da comunicação-educação. Este autor informa, ainda, que “um seminário realizado em Caracas, Venezuela, em 2000, permitiu a sistematização de uma proposta que foi levada aos coordenadores da rede de obras e escolas nas três Américas (Norte, Central e do Sul)” (SOARES, 2014, p. 159). Tal proposta de Educomunicação exposta em Caracas, segundo o Conselho de Centros Acadêmicos (CCA) - Departamento de Comunicações e Artes da USP, foi assessorada pelo próprio Ismar de Oliveira Soares, que, como já foi citado, desempenha a função de coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE – USP).

Esta atitude, enfatiza Soares (2014), apresentada em um encontro internacional em Cumbayá (1994), no Equador, foi aprovada e, de 2001 a 2008, nos cinco continentes, todos os colégios das FMA se inteiraram sobre a referida pauta e começaram a fazer diversas atividades ligadas a esse trabalho educ comunicativo. O CCA complementa que esta proposta, originada com as freiras, foi adotada pelos colégios dos Salesianos de Dom Bosco (SDB) no evento Cumbayá II (Equador) em 2001.

A referida comunicação é uma ação praticada na cultura educativa salesiana desde o surgimento da instituição e, como salienta Pereira (2012, p. 128), isso contribuiu para a valorização das “expressões criativas dos jovens, com propostas inovadoras para a época”. Esclarece que:

Essa perspectiva comunicativa abriu a organização para conviver com os desafios da sociedade contemporânea e assumir elementos que pudessem dar nova dinâmica a seus processos. Assim o grupo assumiu o conceito de Educomunicação como uma *revitalização do carisma* (Salesianas/FMA) e uma possibilidade de construir *ecossistemas comunicativos* em suas escolas (SDB e FMA) no continente americano. (PEREIRA, 2012, p. 128, grifos do original)

⁵ Reunião mundial que acontece a cada seis anos, em cada organização, para avaliar a caminhada e propor novas diretrizes para o próximo sexênio. A cada três anos acontecem assembleias de nível de conferência para avaliar a caminhada após esse CG e preparar o próximo e se chamam *Avaliação Trienal*. Nas províncias acontecem também assembleias chamadas de *Assembleias Inspetoriais* anualmente, época em que se avalia a caminhada anual e se prepara a do próximo ano. Do CG surge um documento que deve ser implementado nas realidades denominadas *Atos do Capítulo Geral*. (PEREIRA, 2012, p. 106, grifos do original).

Em relação a essa construção de um ecossistema comunicativo nas escolas salesianas, Márcia Koffermann (2016, p.133) argumenta que em tempos marcados pela cultura comunicacional, o público composto por crianças, adolescentes e jovens vive em uma sociedade informada, globalizada e, dessa maneira, torna-se “necessário repensar a forma como se dá a construção das relações interpessoais, as práticas metodológicas”, sobretudo, “trazer um questionamento sobre a forma como se desenvolve o ecossistema educacional nos ambientes educativos em que se está inserido”.

Quanto ao referido quesito (ecossistema educacional), o Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora – GONG⁶ 5 (2012) afirma que fazer desses ambientes educativos um ecossistema comunicativo que tenha um olhar voltado para as experiências culturais heterogêneas e também para o mundo tecnológico é uma tarefa desafiadora.

Na visão salesiana, entendemos que o ecossistema comunicativo é o ambiente educativo, o clima de família, o trabalho em equipe. Cada obra nossa pode considerar-se um ecossistema no qual a Comunidade educativa, todos os ambientes educativos são elementos constitutivos essenciais e alimentam o clima que facilita o processo educativo. (INSTITUTO DAS FILHAS DE MARIA AUXILIADORA – GONG 5, 2012, p. 40)

No contexto salesiano, portanto, o ecossistema comunicativo não está focado somente nos meios de comunicação, nas tecnologias, mas também no “conjunto de linguagem e narrativas que influenciam a vida cotidiana” (FILHAS DE MARIA AUXILIADORA, 2014, p. 50), afirmação essa que pode ser constatada no testemunho de uma FMA, da Inspeção Nossa Senhora da Paz (Cuiabá/MT/Brasil), retirado do livro *Escuela Salesiana América: Testimonios y tendencias* (2017), fruto de um projeto coordenado por Miguel Ángel García Morcuende:

A escola salesiana vem oferecendo um olhar atualizado sobre a educação, oferecendo flexibilidade em sua estrutura e permitindo a interatividade com práticas educacionais inovadoras e criativas. Vem pautando sua forma de educar em valores universais e cristãos, busca um novo modelo de educação como alternativa para a transformação, com proposta diferenciada de ensino, pedagogia democrática, interação professor-aluno, juntamente com as tecnologias digitais, que oferecem a oportunidade de construir e envolver as pessoas para um

⁶ Segundo a Rede Salesiana de Escolas, GONG é uma coleção de pequenos folhetos publicados pelo Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora para acompanhar o trabalho cotidiano das comunidades, usando um estilo de vida específico da era da comunicação. Disponível em: edbrasil.org.br/literatura-salesiana/files/0074_20120328112134.PDF Acesso em: 29/04/2018.

ambiente escolar mais interativo. (IR. DILZA MARIA MOREIRA DA SILVA, apud MORCUENDE, 2017, p. 61)

As palavras da aluna Débora Cunha Nogueira, de 14 anos, que estuda no Instituto Maria Auxiliadora de Natal (RN/Brasil), coincidem com este pensamento, quando profere que a escola salesiana é como “uma casa acolhedora que busca oferecer a quem chega autonomia em suas ações, liberdade de expressão ligada à razão. Incentiva o jovem para a construção de uma sociedade mais fraterna e justa. Encaminha o indivíduo para a vida” (apud MORCUENDE, 2017, p. 55).

Diante do que foi pronunciado, percebe-se que a escola salesiana oferta uma educação integral para os seus alunos, assim como a evangelização. O empenho da comunidade educativa de formar um ecossistema comunicativo é relevante para incentivá-los a serem protagonistas de sua própria história, não sendo apenas receptores passivos, como se percebe no subcapítulo a seguir.

2.4.2 Rádio Recreio: os estudantes salesianos soltam suas vozes

Antes de resgatar a história da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, importante salientar que recorro, nesta seção, a dados advindos de questionários impressos (Apêndice 1, p. 321) e entrevistas (Apêndice 2, p. 332), gravadas e transcritas, que envolveram ex-coordenadores e ex-alunos que estavam engajados em tal atividade midiática, assim como informações de ações desenvolvidas por mim, quando estive coordenando a Rádio.

Nessa instituição de ensino, que é dirigida pelas FMA, *locus* da pesquisa, está presente o carisma salesiano para com as crianças, adolescentes e jovens, associado a um ambiente educomunicativo. O colégio referenciado possui educadores preocupados em apropriar-se das novas linguagens, das tecnologias de informação e comunicação, no intuito de realizar um ensino significativo para seus discentes, pessoas emergidas nesse novo cenário comunicacional do século XXI.

Uma das ações educomunicativas, concretizada na instituição de ensino acima mencionada, é a Rádio Recreio, que procura educar seus discentes para serem cidadãos deste tempo. De acordo com Baltar (2012, p. 39-41), “as rádios escolares caracterizam-se por serem instrumentos de interação sociodiscursiva entre os membros da comunidade escolar”. Complementa que se olha para esse tipo de mídia

“[...] também como ferramenta de ensinagem de gêneros de textos orais e escritos, e como um instrumento ao mesmo tempo aglutinador e catalisador do trabalho didático-pedagógico na esfera escolar”, sendo esses alguns dos objetivos desenvolvidos na rádio da Escola Santo Antônio, como se pode perceber com o estudo dos gêneros orais desta pesquisa.

Cabe ressaltar que o meio midiático em foco foi consolidado ainda mais quando o colégio assumiu o projeto da Educomunicação ofertado pela SEDUC às escolas da rede estadual, pois a implantação do projeto da Rádio Recreio em tal estabelecimento das salesianas iniciou-se, conforme afirma a Ir. Rosângela Maria Clemente (conhecida como Ir. Rose), através de uma “[...] criatividade nossa. O projeto nasceu após o empírico [...] no período de 2000 a 2005” (Questionário, 11/05/2017). Não soube especificar a data por já terem se passado alguns anos, desde quando foi coordenadora da Pastoral da Juventude Estudantil (PJE) no *locus* da pesquisa. Ela destacou que a PJE desenvolvia ainda outros projetos como: “[...] dança, capoeira, teatro; mais tarde também grupos de modelo, língua italiana etc.” (Ir. ROSE – Questionário, 11/05/2017). Importante relatar que a maioria das informações que apareceram nesse tópico, foram adquiridas através de depoimento, questionários e entrevistas, tendo a pesquisadora autorização das pessoas mencionadas para o uso dos dados coletados, dos nomes e das imagens.

Quanto à estrutura e funcionamento da Rádio naquela época, ela respondeu que essa atividade era realizada em uma salinha perto do palco e que lá havia, no início, apenas um microfone e um aparelho de som. Sobre os participantes do projeto, comentou que “a princípio era um grupo pequeno [...], depois cresceu e fazíamos rodízio em equipes, de modo que possibilitasse a participação de todos. Cada membro tinha sua função na realização do programa”. Eles “eram preparados a partir de reuniões semanais”, no período da tarde. “Eu os acompanhava, mas cada grupo tinha um coordenador”. Frisou que as programações aconteciam na hora do intervalo e que os próprios estudantes elaboravam as edições e que abordavam “temas vigentes, datas comemorativas [...] etc.” (Ir. ROSE – Questionário, 11/05/2017). No tocante às escolhas das músicas, deixou claro que só tocavam aquelas de cunho educativo, divertidas e conforme a faixa etária.

Também falou que foram até uma rádio, complementando: “Participamos de um programa ao vivo, os alunos amaram, a primeira vez que entraram em uma rádio tão bem estruturada. [...] fizeram muitas perguntas à locutora. À medida que ela

soltava as músicas, ficava dialogando com eles”. E, “quando findava cada uma, que ela ia falar, eles ficavam bem ‘antenados’ para verem como a locutora procedia” (Ir. ROSE – Entrevista, 16/07/2017). Depois disso, ressaltou que conseguiram algumas vinhetas, gravadas justamente para a Rádio Recreio.

Logo após indaguei se havia aspectos positivos ou negativos em relação às programações serem realizadas dentro da sala mencionada. De imediato me disse que o aspecto positivo era que “as crianças ficavam mais à vontade [...] e tinha um negativo, o calor, bem quente lá dentro, muito abafado. Mas os alunos se empolgavam tanto que nem reclamavam” (Ir. ROSE – Entrevista, 16/07/2017).

Questionei se ela tinha observado melhora na oralidade dos participantes da Rádio e disse que sim, mencionando: “[...] (melhoraram) a ponto de assessoria [...]. Pude contar com o grupo da PJE, e eram pessoas que fizeram parte da Rádio, para assessorar a nível de diocese, encontro vocacional”. Ainda comentou que dizia a eles assim: “Esse documento aqui é para vocês estudarem e falarem a respeito, terão 1h30”. Depois acrescentou que “se preparavam e mandavam o recado direitinho. Mas tudo isso requer treino” (Ir. ROSE – Entrevista, 16/07/2017).

Posteriormente, quis saber se ela achava que a Rádio Recreio deveria existir em todas as escolas. Ela respondeu com muita firmeza: “Acho que é um meio necessário. [...]. No meu tempo a Educomunicação estava nascendo, e quem estudava a fundo era a Ir. Antônio Alves Pereira⁷ (Ir. ROSE – Entrevista, 16/07/2017).

Tendo colhido todas essas informações ao conversar com a Ir. Rose, verifiquei que, apesar de o trabalho com a Rádio, uma das ações da pastoral, naquela época, estar ainda no começo, rendeu bons frutos, possibilitando aos educandos que dela participaram, uma evolução relevante no que tange à oralidade, o que foi reforçado por Jeisianni Carvalho Pereira, uma das participantes do projeto do período explicitado: “Com certeza, essa participação na pastoral ajuda muito na parte da comunicação, desenvolvimento, formação da personalidade” (Entrevista, 18/07/2017). Ela também reiterou que a Pastoral da Juventude Estudantil trabalhava com várias atividades, e que chegou a participar, além da Rádio, dos grupos de dança de rua e do teatro.

Assim que a Ir. Rose deixou a coordenação da Pastoral da Escola Santo Antônio, para assumir ações também relacionadas à sua função de religiosa, outra

⁷ Posteriormente, ela desenvolveu pesquisas na área e produções suas compõem parte do referencial teórico que fundamenta esta dissertação (PEREIRA, 2012, 2016).

freira salesiana assumiu os projetos acima citados, ligados à PJE, porém não consegui informações por parte dessa pessoa sobre a Rádio no período de 2006 a 2007.

De 2008 a 2010, quem se dedicou ao trabalho com a Rádio foi a Ir. Tatiana Barbosa da Silva, como coordenadora da Pastoral Escolar. Tatiana deixou de ser freira, tendo se desligado da ordem religiosa, contudo, ainda atua com os jovens nesta mesma função, em uma escola salesiana em Cuiabá-MT. Logo, não utilizarei a palavra “irmã” quando me referir a ela. Quando estive à frente da Rádio na Escola Santo Antônio, Tatiana manteve o que já vinha sendo desenvolvido, e ainda criou o grupo do ballet. Já no início da entrevista, indaguei sobre a existência do projeto da Rádio Recreio e ela esclareceu que:

Cada grupo que a gente criava dentro da escola, existia um projeto. Elaborávamos o projeto com justificativa, objetivo, metodologia..., o que aquele grupo iria influenciar na vida pedagógica também. Esse projeto era apresentado tanto para a coordenação da escola, direção, quanto para os professores, com a finalidade de ver se eles aprovavam. Se aquele grupo iria ajudar de alguma forma [...]. No final do ano de 2010, eu e Regiane⁸, sentamos juntos com a diretora da instituição, montamos o projeto Educomunicação e enviamos para a SEDUC. Recebemos uma verba, para manter esses grupos. (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017)

Em seguida perguntei a ela se para o recebimento dessa verba o projeto teve que ser primeiramente analisado e aprovado. Tatiana assim explicou: “Exatamente. Nesse projeto nós unificamos todos os projetos dos grupos da escola, e depois o enviamos para ser aprovado e para que viesse a verba, assim, poderíamos comprar os materiais para o desenvolvimento das atividades”. (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017)

Voltamos a falar sobre a Rádio Recreio e seu funcionamento antes da elaboração do projeto enviado à SEDUC. Tatiana afirmou que dela participavam estudantes dos 3º aos 9º anos e que, geralmente, os discentes dos 7º aos 9º anos (mas principalmente os dos últimos anos), compunham uma equipe “muito forte de liderança na escola, [...] que eu acompanhava pessoalmente, eles tinham reunião comigo todos os sábados. [...] se preparavam para assumir os grupos durante a semana” (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017). Assim, auxiliados e orientados por ela, estes educandos coordenavam as diversas atividades que existiam.

Para compor cada grupo da Pastoral, realizavam-se inscrições com no máximo trinta (30) alunos por ação, como era o caso da Rádio. Naquele tempo, a sala da Rádio

⁸ Regiane Pradela da Silva Bastos, coordenadora pedagógica da Escola Estadual Santo Antônio naquela época.

era a mesma que a da Pastoral, um ambiente pequeno, ao lado do local onde aconteciam as programações anteriormente. Recorda que a Rádio “já tinha mesa, microfone, computador e o que precisasse para realizar a programação. Tinha o software de rádio [...], vinhetas” (TATIANA – Questionário, 09/05/2017).

Da mesma forma como perguntei para a Ir. Rose, também questionei Tatiana sobre a existência de aspectos negativos e positivos no fato de os trabalhos da Rádio serem realizados naquela sala. Para ela, “a dificuldade era justamente por ser uma sala única (Rádio e Pastoral) e [...] muito pequenina. Por isso muitas vezes, a gente fez as edições no palco. O pessoal da Rádio ia mais para o palco quando tinha eventos maiores (Dia do Estudante...) na escola” (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017). Comentou ainda que as programações ocorriam nos dois períodos, “no matutino, com os alunos da manhã, e no vespertino, com os alunos da tarde, e, às vezes, trocavam para que tivessem experiência”. (TATIANA – Questionário, 09/05/2017). Além disso, pontuou que as ações mencionadas ocorriam regularmente as quartas ou sextas-feiras e também em datas especiais.

Procurei saber dela quem preparava os estudantes para desempenharem o papel de locutor e de que forma isso acontecia. Afirmou que ela mesma o fazia, “com técnicas vocais, leituras [...] e outros meios de trabalhar a voz. E quatro vezes ao ano, eles tinham curso com uma locutora [...], que, sempre muito gentil, dava essas aulas e levava as crianças na rádio para fazerem programa lá”. (TATIANA – Questionário, 09/05/2017).

Questionei se, durante a visita, os alunos sentiram vergonha de falar ao microfone. Assegurou que: “Os nossos meninos, não. Como eles já foram criados com isso, amavam o microfone” (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017). Sobre a programação da Rádio Tatiana frisou que, “Eles corriam atrás de tudo [...]. O grupo se reunia uma vez por semana para isso”, sempre coordenados por ela. (TATIANA – Questionário, 09/05/2017).

Outro ponto relevante diz respeito à interação da comunidade escolar com a equipe da Rádio no momento das programações. Tatiana afirmou que era muito tranquila, que “a Rádio, assim como qualquer grupo da pastoral da escola, era muito bem aceita” (TATIANA – Questionário, 09/05/2017).

Quando perguntada se havia notado alguma melhora na oralidade dos estudantes que participavam desse projeto radiofônico, ponderou que isto era “inevitável com a formação que eles tinham”. Acrescentou: “Os alunos não

melhoraram só a oralidade, mas a leitura, escrita, postura, comportamento e responsabilidade” (TATIANA – Questionário, 09/05/2017).

A afirmativa de Tatiana foi reiterada pela ex-aluna Luana Vieira de Oliveira, que participou da Rádio sob aquela coordenação, quando fiz a ela a seguinte pergunta: “Além da melhora na forma de falar, a participação na Rádio Recreio contribuiu de alguma outra forma no seu crescimento pessoal?”. Ela respondeu: “Sim. O ingresso na Rádio Recreio desenvolveu a minha oratória, responsabilidade e criatividade”. (LUANA – Questionário, 20/07/2017).

No dia 28/07/2017, eu a entrevistei na Escola Santo Antônio, e, ao final, convidei-a para conhecer o estúdio atual da Rádio Recreio. Ela achou que a estrutura do local evoluiu bastante, estava diferente. Pedi que relembresse o tempo em que era locutora da Rádio, fazendo uma breve abertura (simulação) de uma programação radiofônica e Luana aceitou. Disse: “Bom dia, turminha da Escola Santo Antônio! Estamos começando mais uma... a minha, a sua, a nossa Rádio Recreio!” (Figura 10). Ela se expressou com clareza, com alegria, uma entonação relevante, parecia que era uma participante da Rádio Recreio ainda. Foi gratificante observar sua desenvoltura frente ao microfone.

Figura 10 – A ex-aluna Luana na locução



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

O ex-aluno Kemuel Azafe Nunes de Souza (Figura 11) também participou da Rádio Recreio de 2006 a 2010, época em que a Ir. Tatiana coordenava a Pastoral.

Figura 11 – Ex-aluno Kemuel



Fonte: Cedida por Kemuel A. N. de Souza (2013).

Entrevistei Kemuel no dia 09/06/2017, para conhecer um pouco mais sobre o funcionamento da Rádio e descobrir em que o projeto pôde acrescentar na vida pessoal e profissional deste jovem. Parte do diálogo é apresentada no excerto abaixo:

[...]

Cristiana: Eram os alunos que controlavam os aparelhos de som e faziam a locução, ou tinha uma pessoa específica para isso na hora das programações irem ao ar?

Kemuel: Os alunos. Eles mesmos que operavam, com a ajuda de uma pessoa, que no caso era uma irmã responsável pela Pastoral.

Cristiana: A Ir. Tatiana?

Kemuel: Sim.

[...]

Cristiana: Havia uma boa interação entre os participantes desse projeto, ou seja, sabiam conviver bem no coletivo?

Kemuel: Sim, bastante! Inclusive tenho várias amizades que perduram desde aquele período.

[...]

Cristiana: Poderia falar-me um pouco mais, como os integrantes da Rádio eram preparados pela responsável da Pastoral para realizarem as programações?

Kemuel: Era feita uma espécie de roteiro, que nós seguiríamos dentro daqueles [...] 15 minutos que dava do intervalo, [...]. Geralmente

intercalava no texto informações sobre os teatros que iriam acontecer [...], falava da temperatura, do horário também.

Cristiana: Ao responder uma das perguntas do questionário, você comentou que faziam leituras de textos, dramatizações e até mesmo aulas de canto.

Kemuel: Isso.

Cristiana: Com que objetivo ela fazia esse trabalho com vocês? Era para ajudar em quê?

Kemuel: Na dicção, para ajudar na hora de apresentar a locução. Geralmente o adolescente tem muita vergonha, então dava aquela “quebrada de gelo”. Tanto que a maior parte do pessoal fazia teatro, participava do coral [...].

Cristiana: No seu caso, além da Rádio, você participava de quê?

Kemuel: Do teatro e do coral.

Cristiana: Você escreveu nas questões 15 e 16 [questionário], que participar da Rádio Recreio permitiu que sua pessoa tivesse uma evolução na parte comunicativa, como perder o receio de falar em público, melhora na oratória. Antes de participar dessa ação, como você era em relação à comunicação?

Kemuel: Era bem receoso, bem alheio. Às vezes tinha que apresentar alguma coisa, ficava muito acanhado, tremia, sentia muito nervosismo, o que é normal, mas em excesso, na verdade, atrapalha.

(Entrevista com o ex-aluno Kemuel, 09/06/2017).

Tendo observado, nas respostas dadas ao questionário, a presença de vocabulário e clareza adequados, prossegui a entrevista voltando-me para este aspecto:

Cristiana: Observando as suas respostas no questionário que enviei a você, percebi que tem um vocabulário muito bom. Qual é a origem disso? Como o adquiriu?

Kemuel: Através da leitura, principalmente de textos como poemas... creio que através dela consegue-se ter um vocabulário mais vasto e que podemos usar no dia a dia.

Cristiana: Isso ajuda no lado profissional? Essa forma de falar te ajudou na hora de arrumar o teu emprego?

Kemuel: Sim, ajuda bastante, tanto na hora da entrevista, como na hora que estamos ali executando o trabalho. A maior parte do tempo comunica-se, não só no trabalho, como nos estudos, na faculdade, em apresentações de trabalho, seminário.

Cristiana: Então a base que você adquiriu em relação à oralidade participando da Rádio te ajudou, como já mencionou. E incentivou a leitura, ou esse gosto por ela já vinha anteriormente?

Kemuel: O gosto pela leitura já vinha anteriormente, só que ficou mais aguçado, por eu estar ali, participando da Rádio e vendo vários outros tipos de tema.

Cristiana: No dia da sua entrevista de trabalho, você conseguiu se expressar bem? Como foi?

Kemuel: Sim, sem nenhum problema, sem nenhum receio. Consegui responder todas as perguntas de maneira clara, objetiva, o que ajudou bastante.

(Entrevista com o ex-aluno Kemuel, 09/06/2017).

As palavras de Kemuel revelam que o projeto da Rádio teve forte influência em sua vida. Isso fica ainda mais evidente quando ele mesmo afirma, ao ser perguntado se ele recomendaria que se desenvolvesse essa ação (Rádio Recreio) em outras escolas: “Minha opinião é que se todas as escolas pudessem desenvolvê-la, seria um privilégio, tanto para os alunos, como para os educadores” (KEMUEL – Entrevista, 09/06/2017).

As ponderações de Kemuel corroboram as informações concedidas por Tatiana à pesquisa, quando esta teceu comentários sobre as ações da Rádio, pautadas na comunicação:

A Rádio Recreio faz com que o aluno acabe participando mais ativamente de tudo o que acontece na escola, ele aprende a levar a comunicação correta para aqueles que estão na escuta. [...] envolve o português correto, envolve uma boa comunicação [...], dá para trabalhar muita coisa. [...]. Sem falar da questão de valores que eles têm nas mãos para levar às pessoas que os ouvem. (TATIANA – Entrevista, 30/06/2017).

Os argumentos de Tatiana fortaleceram sobremaneira a opinião que tenho sobre a importância de se incentivar atividades que aperfeiçoam a oralidade dos educandos, para que sejam protagonistas da sua própria história.

Tendo obtido esses dados com ela, busquei maiores informações acerca do projeto Educomunicação, enviado à SEDUC, conforme mencionado anteriormente, sob o nome de “Educomunicação: Expressão e Artes”, com Regiane Pradela da Silva Bastos, que era, então, coordenadora pedagógica. Regiane relatou que:

A SEDUC publicou um edital no qual as escolas poderiam enviar até dois projetos a serem desenvolvidos com os alunos, e essas propostas estariam concorrendo a uma verba para o desenvolvimento dos mesmos. A assessora pedagógica nos falou sobre o edital e também nos incentivou a elaborar os projetos, pois, segundo ela, fazíamos um bom trabalho na instituição, já desenvolvíamos vários projetos e teríamos a chance de ganhar a verba. A partir disso, a equipe gestora se interessou e começamos a pensar que projeto poderíamos desenvolver. Decidimos elaborar um projeto interdisciplinar com ajuda dos professores e pensamos também em sistematizar o projeto da Pastoral que já existia, mas que tinha poucas verbas da escola destinadas a ele. (Regiane Bastos – Questionário – 25/07/2017)

Na sequência, perguntei sobre a elaboração do projeto que envolvia a Pastoral e Regiane ratificou que a concretização do mesmo teve o envolvimento dela, de

Tatiana e da diretora que administrava a escola naquele tempo. Dessa maneira, investindo na educação dos seus alunos, a equipe da Escola Estadual Santo Antônio proporcionou, mais uma vez, aos estudantes, a chance de participar de ações relevantes para o conhecimento deles. Vale citar que o outro projeto construído por essa mesma equipe, também aprovado, foi intitulado como “A cidade que temos, a cidade que queremos”.

De 2011 a 2012, a responsável (coordenadora) pelas atividades da Pastoral Escolar foi a Ir. Claudenete Santana Nunes. Durante os dois anos que desenvolveu tal função, ficou à frente do projeto da Rádio Recreio somente no primeiro, quando ele estava ligado unicamente às atividades da Pastoral.

Ir. Claudenete explicou que em 2011, quando da abertura do Edital da SEDUC para projetos direcionados à Educomunicação, como já foi assinalado, ela, ao ser informada sobre isso pela gestão, elaborou um projeto para que fosse analisado. A resposta veio no final de dezembro, antes do término do ano letivo. O documento relacionado a tal atividade havia sido aprovado. Desse modo, em 2012, esclareceu a religiosa que: “Houve a abertura da vaga para um profissional formado em Letras para assumir o projeto. A primeira pessoa a desenvolver a função foi a professora Daiane” (Ir. CLAUDENETE – Entrevista, 21/04/2017).

Em 2011, enquanto coordenava a Rádio Recreio, esta freira desenvolveu a atividade com os alunos de 4º a 9º anos, nos períodos matutino e vespertino, durante os 15 minutos de intervalo, nas sextas-feiras, sendo eles próprios os locutores. As programações e assuntos abordados “eram preparadas pelos alunos, com o auxílio da coordenadora da Pastoral” (Ir. CLAUDENETE – Questionário, 30/01/2017). Já os encontros preparatórios, lembra a irmã, “geralmente aconteciam na sala de informática, onde era feita uma roda de conversa e, durante esse momento, mostrava o que poderia ser trabalhado [...] e eles corriam atrás do que era preciso”, para dar “[...] dicas de beleza, aviso, informações [...] dicas de saúde” (Ir. CLAUDENETE – Entrevista, 21/04/2017). Essa atividade ocorria no pátio central da escola.

Conforme a freira, qualquer discente poderia participar. Para tanto, ela não apenas passava nas salas de aula convidando-os, também o fazia no horário da acolhida. Quanto aos estilos musicais mais pedidos pelos estudantes, esclareceu que eram o sertanejo, o religioso e a MPB. Convém salientar que durante os encontros para fazer a edição do que iria ao ar, ela analisava as letras das músicas para ver se eram apropriadas para o ambiente de ensino.

Acrescentou que os participantes da Rádio demonstravam interesse no que faziam, recebendo muito incentivo da diretora da escola daquela época, Ir. Rose.

Ao indagá-la sobre se observou evolução na oralidade dos alunos desse projeto, afirmou: “Percebi que os participantes melhoraram na oralidade, passaram a ser mais participativos, principalmente nos debates de sala de aula” (Ir. CLAUDENETE – Questionário, 30/01/2017). No decorrer do nosso diálogo, fez questão de declarar que o projeto da Rádio Recreio era uma atividade que incentivava também na questão da leitura e da escrita e que “[...] a partir do momento que se estende além do pátio, chega na sala de aula, é um trabalho diferenciado” (Ir. CLAUDENETE – Entrevista, 21/04/2017). Com esses resultados, avalia ela, os alunos são favorecidos na escola e fora dela, ou seja, em tudo o que envolve comunicação.

Ir. Claudenete, ao final do ano letivo de 2011, passou a coordenação da Rádio para a docente acima mencionada, Daiane Cristina da Silva, que assumiu a função de educadora do Projeto Educomunicação da SEDUC em 2012. Importante destacar que a pessoa que fosse desenvolver esse projeto teria que ser um professor efetivo e/ou estabilizado, licenciado em Letras, com regime de 30 (trinta) horas semanais, conforme consta na PORTARIA Nº 451/11/GS/SEDUC/MT.

Ao ser entrevistada, Daiane relatou que quando assumiu essa função, não tinha uma formação na área da radiofonia. Como alternativa, ouvia muito o rádio para poder aprender as técnicas de locução e, posteriormente, ensinar os participantes da Rádio Recreio. Além disso, recorda: “Fui em algumas escolas que havia o projeto, para ver como funcionava, mas estavam na mesma situação. Eu pedia ajuda das pessoas dessas escolas que desenvolviam tal atividade e elas também me procuravam com intenção semelhante” (Profa. Daiane – Entrevista, 11/05/2017).

À época, fazia pouco tempo que Daiane morava em Rondonópolis e não conhecia nenhum locutor. Dessa forma, ensinou aos estudantes o que estava ao seu alcance, trabalhando “a entonação, a interpretação. Mostrei como montava um *script* e eles traziam algumas ideias, porém nem todos os alunos [...]” (Profa. Daiane – Entrevista, 11/05/2017). Realizava encontros semanais, por equipe, para a preparação das edições e que, em cada momento de formação, participavam de três a cinco estudantes, num sistema de rodízio. Levavam músicas que poderiam ser tocadas e pensavam em uma dinâmica para cada rádio, e, assim, o intervalo tornava-se mais interativo. Além disso, pontuou: “No *script*, abordávamos data, horário, temperatura, cardápio do alimento que a escola servia no dia, dicas de saúde, piadas, momento

espiritual; íamos intercalando esses tópicos durante as rádios” (Profa. Daiane – Questionário, 05/04/2017).

Perguntei como eram selecionados os discentes que se interessavam pela atividade e ela esclareceu: “Na verdade, não fiz uma seleção, todos os alunos que tinham interesse poderiam participar, no início, eram muitos, depois, com a responsabilidade, alguns iam desistindo, ficavam somente os que gostavam mesmo” e “os que permaneciam, eram superinteressados e comprometidos com as programações”, explicando que as turmas que estavam engajadas no projeto “eram os 4º e 5º anos e uns dois alunos do 3º ano do período vespertino e, no matutino, do 6º aos 9º anos” (Profa. Daiane – Questionário, 05/04/2017).

No que se refere à locução, eram os próprios educandos que desempenhavam essa função, sob sua coordenação, para que tudo saísse organizado. A professora deixou claro que as programações aconteciam no palco, localizado no pátio central da escola, de duas a três vezes na semana. Na realização de cada rádio, eles utilizavam uma mesa de som que ficava dentro de uma pequena sala, próxima ao local da apresentação, um notebook, que pertencia à docente, e um microfone. Quando a mesa de som apresentava algum problema, para contornar a situação eles colocavam uma caixa de som no palco e nela ficavam diretamente conectados o notebook e o microfone.

Daiane pontuou que havia também a participação de artistas da própria instituição de ensino, que

[...] cantavam e tocavam violão, faziam a programação ali fora, juntos com os componentes do projeto. [...] nas sextas-feiras, nem todas elas, fazíamos atividade diferente com a participação dos 9º anos, que era o trote. Alunos e professores gostavam. [...]. Teve um dia que foi o trote de bebês. Eles tinham que estar vestidos de bebezinhos e as músicas tocadas eram infantis. (Profa. DAIANE – Entrevista, 11/05/2017).

Em resposta a este comentário, ponderei que as participações de alunos que não eram da Rádio representavam um ponto positivo, pois estava havendo um envolvimento da comunidade educativa com o projeto da Rádio, questão importante da Educomunicação. Outro exemplo de envolvimento foi quando a docente promoveu um concurso de paródia, com os 5º anos, tendo a ajuda das professoras das turmas. O evento aconteceu no palco da escola e teve até um júri, composto por profissionais da escola, conforme afirmou Daiane.

Relevante destacar que além da Rádio Recreio, a professora Daiane também trabalhou com o Edumural, jornal, Facebook, Blog, tudo em prol da interação escolar.

Em 2013, já trabalhando na Escola, como indiquei anteriormente, assumi a coordenação do Projeto, com a ajuda de uma irmã salesiana, Ir. Vânia Auxiliadora Siqueira Ojeda, que era responsável pela Pastoral Escolar do estabelecimento de ensino. Cabe ressaltar que, naquele ano, permaneceram em vigor as mesmas normas da Portaria 451/11 para ser um professor educomunicador, conforme consta no Artigo 34 da PORTARIA Nº 306/12/GS/SEDUC/MT.

Enfatizo que essa nova fase da minha vida profissional foi um desafio, pois havia tarefas a desempenhar sobre as quais eu não tinha qualquer conhecimento, como era o caso da Rádio Recreio. Naquela época, não possuía experiência na área do radialismo e nem tinha material pedagógico que fundamentasse as ações a serem efetuadas neste contexto, para, assim, formar os alunos que participavam desta vertente da Educomunicação. Para tanto, no anseio de fazer um trabalho significativo, procurei locutores da Centro América FM 101⁹, na companhia da freira já mencionada, para conhecer o meio radiofônico.

Na época, um desses profissionais se dispôs auxiliar no tocante às técnicas de locução e também se propôs ir à escola com a finalidade de conversar com os participantes do projeto sobre a história do rádio e seu funcionamento, assim como conhecer o espaço da Rádio Recreio, para poder orientar na estruturação do estúdio radiofônico. Também recebi informações sobre lauda, por parte da Priscila da Conceição Santos (conhecida como Priscila), do Departamento de Marketing da mesma empresa de comunicação. Falou o que era, para que servia, dentre outros aspectos.

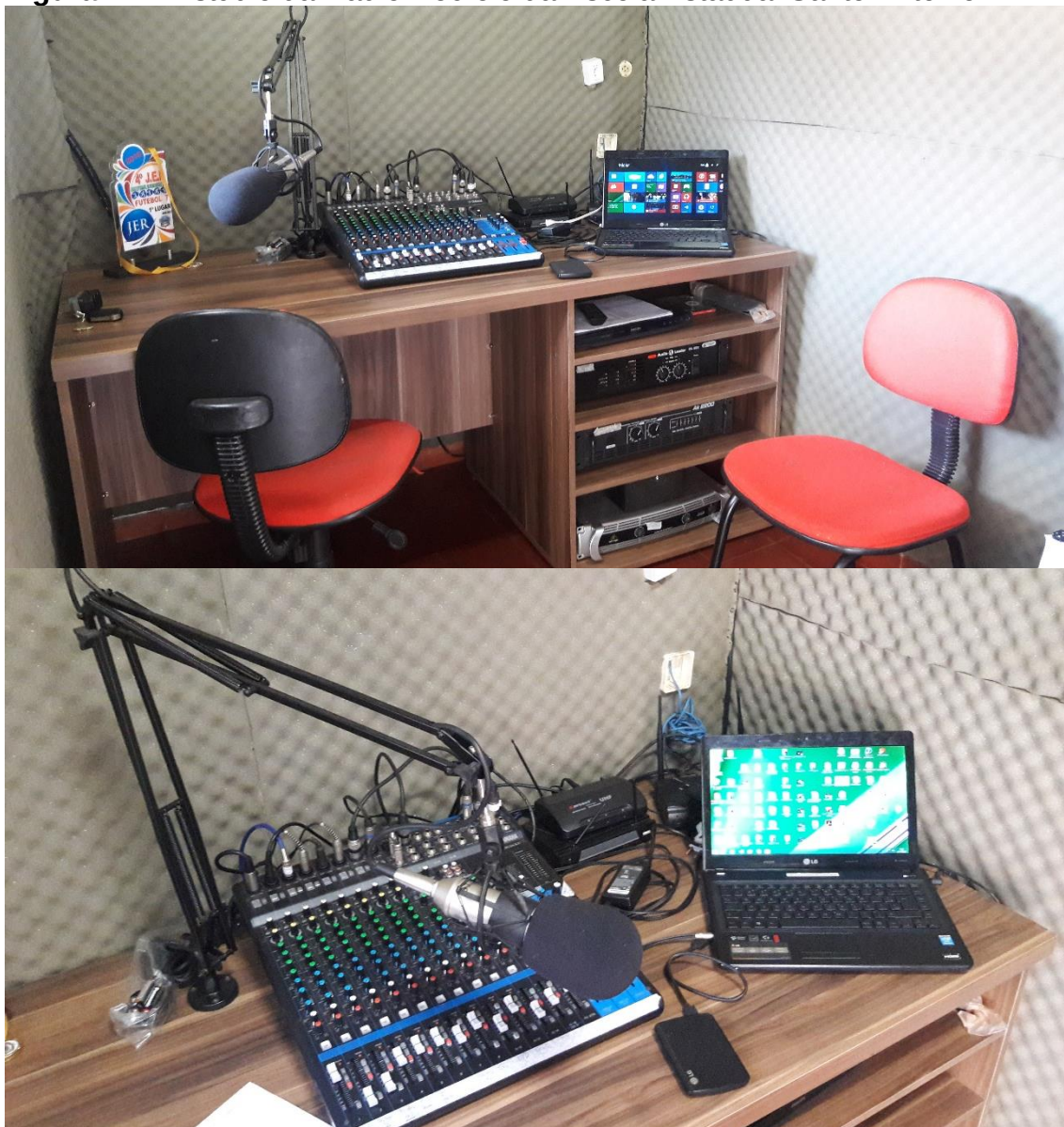
De posse destas informações, passei por uma fase de forte interação com o que era relativo à mídia mencionada, procurando estudar cada vez mais sobre como falar no rádio, adquirindo livros, DVDs e assistindo vídeos no YouTube^{MR} que abordavam a ação, com a finalidade de poder transmitir para os integrantes dessa rádio escolar o que havia aprendido de mais relevante. Os ensinamentos foram repassados nas aulas de locução e, ao mesmo tempo em que os alunos aprendiam também demonstravam o conhecimento já adquirido nas suas leituras de mundo.

⁹ Emissora de rádio localizada em Rondonópolis-MT.

Concomitantemente à vontade de manter-me atualizada para melhor orientar os alunos, ainda em 2013 procurei, juntamente com a Ir. Vânia, montar um estúdio para a Rádio Recreio, após ter recebido instruções de um profissional do radialismo, como já assinalei. Todavia, para concretizarmos esse sonho foi preciso realizar rifas, bingos, e ainda contar com doações de alguns comerciantes do município.

Depois de muito empenho, o estúdio ficou pronto (Figura 12, p. 67), e, o nome aprovado pela comunidade escolar para designar a Rádio, após uma votação, foi “Rádio SA Hits”. No mesmo dia, também houve a escolha do nome do jornal da escola, a saber, “SA News”. A sigla SA, presente tanto na identificação da rádio como na do jornal, advém do nome da escola, Santo Antônio.

Figura 12 – Estúdio da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Atualmente, a Rádio tem mesa de som, microfones, pedestal de microfone, caixa de retorno, amplificadores, aparelho de CD, notebook cedido pela Pastoral Escolar, em uma sala com persiana, aparelho de ar-condicionado, mesa de madeira que serve de suporte para esta aparelhagem, um armário, três cadeiras almofadadas e espumas nas paredes para vedação do som. Neste ambiente os alunos do Projeto têm a oportunidade de pôr em prática as orientações sobre locução trabalhadas com a coordenadora, desenvolver a questão da oralidade, da expressividade, da interpretação e produção de texto, contemplando aquilo que afirma José Manuel Moran (1993, p. 09), “educar é fundamentalmente um processo de comunicação”.

De 2014 a 2015 continuei a desenvolver o trabalho, sempre privilegiando a obtenção de conhecimentos, dentro do possível, sobre a Educomunicação. Vale lembrar que durante esses dois anos eu estava em desvio de função, porém, mesmo assim, fiquei incumbida de dar continuidade à atividade radiofônica, já que não havia um docente da área de linguagem disponível para desenvolvê-la. Nesse ínterim, para complementar o conhecimento dos alunos¹⁰ que participavam da Rádio, com ajuda da então coordenadora da Pastoral, Ir. Jaqueline Barbosa as Cruz, levei-os para conhecer a Centro América FM 101 (Figura 13) e observarem como se realizava a programação ao vivo em uma rádio profissional.

Figura 13 – Alunos da Rádio Recreio no estúdio da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisadora (2013).

Em 2014, participei, como ouvinte, do I Colóquio Mato-Grossense de Educomunicação, evento simultâneo ao Seminário de Educação (SemiEdu), na Universidade Federal de Mato Grosso, em Cuiabá, nos dias 24 e 25 de novembro, organizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação (ABPEducom), no Núcleo Regional da ABPEducom em Mato

¹⁰ Importante ressaltar que os pais/responsáveis por todos os alunos que aparecem nas Figuras 13, 14 e 15, mas que não foram colaboradores desta pesquisa, assinaram um termo de autorização (Apêndice 3, p. 342) permitindo o uso do nome, imagem e depoimento dos estudantes.

Grosso (ABPEducom – MT) da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) – Câmpus de Alto Araguaia e da Inspetoria Nossa Senhora da Paz, no qual estava presente o escritor engajado na Educomunicação, Ismar de Oliveira Soares, coordenador do NCE – USP.

No ano de 2015 o projeto da Rádio Recreio “SA Hits” ficou conhecido fora dos muros da escola, após a Ir. Maria de Nazaré Gonçalves de Lima, Coordenadora Inspetorial de Comunicação da Inspetoria Nossa Senhora da Paz (INSPAZ), enviá-lo à Revista Educomunic@ndo. A matéria foi publicada na edição de fevereiro de 2015, Ano 2, nº 3, produzida pela Equipe de Comunicação Social do Brasil das Filhas de Maria Auxiliadora (ECOSBRASIL).

Uma das fotos do Projeto estampou a capa da revista, como mostra a Figura 14:

Figura 14 – Capa da revista Educomunic@ndo



Fonte: Inspetoria Nossa Senhora Aparecida¹¹

¹¹ Disponível em: https://issuu.com/marciakoffermann/docs/ecosbrasil_educomunicando_n.3 . Acesso em: 20/03/2018.

O estudante que aparece na capa da revista é o ex-aluno João Pedro, uma pessoa muito dinâmica. Em 2016, pedi a ele que escrevesse um depoimento falando sobre sua experiência na Rádio Recreio, contando se ele percebeu melhora na sua oralidade após participar do projeto. Em um trecho de seu texto, João Pedro comenta:

[...] Passei três anos, até me formar no Ensino Fundamental, no grupo oficial da Rádio Recreio, tendo realmente uma paixão pela área do rádio, na verdade, minha paixão sempre se direcionou às artes e mídias, já que além de participar da Rádio também sempre fiz parte de grupos de teatro.

Agora, prestes a adentrar no segundo ano do Ensino Médio no Instituto Federal de Mato Grosso, entendo como a experiência com o projeto de Rádio me ajudou com a comunicação social e com a descoberta de mim mesmo, afinal, com ele me expressava e entendia como colocar as palavras para fora.

Uma pessoa muito melhor, um aluno muito melhor, ator premiado, Drag Queen em formação, amante de rádio e televisão, digo aqui que este projeto é não só um aprendizado escolar, mas também uma formação para a vida. (JOÃO PEDRO, 15 anos, 2016).

Ainda em 2015, os alunos da Rádio Recreio participaram da 1ª Feira Municipal de Ciência e Tecnologia e Inovação de Rondonópolis (FECITI), no dia 19 de outubro, com o projeto “A radiofonia no processo de ensino aprendizagem da linguagem”. Foram avaliados por uma comissão julgadora durante o evento e conseguiram o 1º lugar na categoria II, recebendo um prêmio de R\$ 1.500,00, que foi investido no estúdio da Rádio. Além da Figura 15 (p. 71), que retrata esta ocasião, a primeira fotografia exposta nesta dissertação (p. 4) tem ligação com tal atividade.

Figura 15 – Alunos e Coordenadora da Rádio Recreio SA Hits na 1ª FECITI e no pátio da Escola Santo Antônio com a placa de premiação



Fonte: Acervo da pesquisa (2015).

Essa vitória foi fruto das orientações que eles receberam nas aulas de locução, ministradas pela radialista Cleuma Pimenta dos Santos (conhecida como Pimenta ou Cléo), que trabalha em uma das emissoras de rádio FM do município, e por mim.

Importante relatar que esta comunicadora comparecia semanalmente a estas aulas, com o propósito de contribuir no aprendizado dos estudantes do projeto. Destarte, os alunos envolvidos no contexto da Rádio recebiam dicas relevantes para o desenvolvimento da oralidade e ainda faziam uso de texto efetivado em algum gênero textual radiofônico. Um exemplo bem típico é o gênero *script*, definido por Costa (2014, p. 211) como “etimologicamente, roteiro (v.) manuscrito de uma peça teatral, de um filme, de um programa radiofônico ou televisivo. Contêm indicações cênicas e outras instruções necessárias à execução dessas atividades artísticas”.

Tal gênero textual era muito produzido pelos alunos da Rádio Recreio, antes de o programa entrar no ar, pois o *script* é um guia seguro que possibilita ao radialista saber o que vai dizer. No livro do Serviço à Pastoral da Comunicação – SEPAC (2012), cujo título é “Rádio: a arte de falar e ouvir”, é relatado que o verdadeiro radialista precisa saber trabalhar com o *script*, como forma de garantir que possíveis falhas não venham a acontecer. É por essa razão que a equipe da Rádio “SA Hits” procurava utilizar esse modelo textual. Outros gêneros orais também eram trabalhados nas atividades da Rádio durante as aulas de locução, tais como os trava-línguas, a entrevista, a notícia etc.

Assim, no conjunto das ações desenvolvidas observa-se um contínuo entre a oralidade e a escrita, pois, como explicita Marcuschi (2010), as duas são práticas sociais, ocorrendo, então, uma relação entre ambas. Os alunos tiveram oportunidade de desenvolver um aprendizado entrelaçado nesses campos da comunicação, fala e escrita.

Em 2016 ainda permaneci na coordenação da Rádio, orientando os alunos durante as aulas de locução, ajudando a definir o que seria levado ao ar nas sextas-feiras, dia em que realizávamos as programações da Rádio Recreio. No mesmo ano, utilizei várias das aulas mencionadas para a coleta de dados da minha dissertação, desenvolvendo a sequência didática para trabalhar o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*. Os alunos foram muito participativos e fizemos um trabalho no coletivo. Comecei a sequência com 43 alunos e, na etapa final, só 22 (vinte e dois alunos) haviam permanecido, informação descrita com maiores detalhes no capítulo “Está no ar... A Sequência Didática em Desenvolvimento” (p. 104).

Os nomes dos alunos que colaboraram com a pesquisa, do começo ao fim do processo, estão relacionados abaixo, no Quadro 2 (p. 73):

Quadro 2 – Alunos colaboradores¹² da pesquisa

Nome do(a) aluno(a)	Turma
Amanda	6º ano B
Brunno F.	6º ano B
Evellyn	6º ano B
Gabriela B.	6º ano B
Jackelyne	6º ano B
Kawan	6º ano B
Maria Giovanna	6º ano B
Bruno C.	6º ano C
Lucas	6º ano C
Guilherme	6º ano D
Gabriela	6º ano E
Pablo	6º ano E
Cárita	7º ano B
Danilo	7º ano B
Isabel	7º ano C
Maria Fernanda	7º ano D
Arthur	9º ano A
Gustavo	9º ano A
João Vitor	9º ano A
Balbino	9º ano C
Gabriel	9º ano C
Wellington	9º ano C

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir dos dados da pesquisa (2018).

Nos anos seguintes, 2017 e 2018, quem assumiu o projeto foi a professora Daiane, que já ocupara a função anteriormente. Neste período, acompanhei o trabalho da docente, ajudando-a no que fosse necessário.

Depois de relatar a história da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, da qual faço parte, abordo, a seguir, as teorias utilizadas para fundamentar a minha pesquisa.

¹² Os pais e/ou responsáveis pelos alunos colaboradores da pesquisa assinaram um termo de autorização (Apêndice 3, p. 342) permitindo o uso, nesta dissertação, do nome, da imagem e dos materiais produzidos por eles no projeto da Rádio Recreio.



3 DIÁLOGO COM OS TEÓRICOS QUE EMBASAM A PESQUISA

Neste capítulo trago os referenciais nos quais me embasei para as discussões desta dissertação. Primeiramente, relato de forma breve sobre o interacionismo sociodiscursivo, para, em seguida, tratar dos gêneros textuais e quando eles começam a se destacar no Brasil. Abordo, ainda, os gêneros textuais orais, ponto-chave desta pesquisa, sendo destacado e conceituado o gênero oral propaganda radiofônica do tipo *spot*. Por fim, apresento conceitos sobre sequências didáticas em diferentes perspectivas.

3.1 Interacionismo sociodiscursivo: os textos como produções discursivas sociais

Jean-Paul Bronckart (2006) enfatiza que o interacionismo sociodiscursivo inscreve-se no interacionismo social de Vygotsky, do qual é uma variante e um prolongamento. O autor ainda acrescenta que:

No desenvolvimento da tese partilhada por Saussure e Vygotsky, segundo a qual os signos languageiros fundam a constituição do pensamento consciente humano, o ISD visa demonstrar que as práticas languageiras situadas (ou os textos-discursos) são os instrumentos principais do desenvolvimento humano, tanto em relação aos conhecimentos e aos saberes quanto em relação às capacidades do agir e da identidade das pessoas. (BRONCKART, 2006, p. 10).

Segundo Mariolinda Rosa Romera Ferraz e Aldair Vieira Gonçalves (2015), o Interacionismo Sociodiscursivo (ISD) é uma tendência teórica cujo enfoque recai nas práticas de linguagem que vêm a ser concretizadas em gêneros textuais.

Juliana Bacan Zani (2013, p. 18) ressalta que o ISD “desenvolve uma teoria sobre o funcionamento e desenvolvimento humano em que o agir e a linguagem a ele associada desempenham um papel fundamental”, complementando, ainda, que essa ciência contemporânea nos apresenta formas de analisar textos. Esta corrente foi desenvolvida

[...] inicialmente por Bronckart e outros pesquisadores do Departamento de Didática de Línguas da Universidade de Genebra, depois por Bronckart e o Grupo Langage, Action et Formation – LAF. O ISD conta atualmente com as contribuições de pesquisadores brasileiros dos grupos ALTER-LAEL e ALTER-19 CNPq, ALTER-AGE congregando estudiosos de várias universidades brasileiras, como PUC-SP, PUC-MG, PUC-RJ, UNISINOS, UFG, UEL, UniCEUB, USP, além de pesquisadores portugueses da Universidade de Lisboa (UNL) e argentinos da Universidade de Mendoza. (ZANI, 2013, p. 18-19)

Para o ISD, conforme Ferraz e Gonçalves (2015, p. 60), as práticas de linguagem se concretizam em episódios comunicativos estruturados de acordo com as esferas da comunicação. Além disso, enfatizam que “à medida que um leitor-produtor de texto toma consciência desse agir comunicativo e dele se apropria, torna-se sujeito de suas ações de linguagem”, e, segundo o ISD, realiza-se o desenvolvimento humano.

No que concerne ao texto, Bronckart (2009, p. 71- 73, grifos no original) informa que o mesmo “designa **toda unidade de produção de linguagem** que veicula uma mensagem linguisticamente organizada e que tende a produzir um efeito de coerência sobre o destinatário”. Destaca, ainda, que os textos são frutos da atividade humana, “estão articulados às necessidades, aos interesses e às condições de funcionamento das formações sociais no seio das quais são produzidos”. Ademais, ressalta que todo texto “pode ser considerado como pertencente a um determinado gênero”, que se organizam em gêneros textuais.

Este autor expõe que para elaborar um texto, “o agente deve então mobilizar algumas de suas representações sobre os mundos, efetuando-se essa mobilização em duas direções distintas” (2009, p. 92): de um lado, o contexto de produção e, de outro, o conteúdo temático ou referente.

Quanto ao contexto de produção, Bronckart (2009, p. 93-97, grifos no original) assegura que ele “pode ser definido como o conjunto dos parâmetros que podem exercer uma influência sobre a forma como um texto é organizado”. Informa que dá destaque aos fatores fundamentais que têm influência na produção do texto e que tais fatores são reagrupados em: mundo físico (lugar de produção, momento de produção, emissor, receptor) e mundo social e subjetivo (lugar social, posição social do emissor, posição social do receptor, objetivo). Tal escritor esclarece que “o **conteúdo temático** (ou **referente**) de um texto pode ser definido como um conjunto das informações que nele são explicitamente apresentadas” e que essas informações são representações elaboradas pelo agente-produtor (BRONCKART, 2009).

Para a análise do texto, Bronckart (2009) apresenta um protótipo de arquitetura interna do texto que apresenta três níveis superpostos, conhecida como folhado textual, a saber: a infraestrutura geral do texto, constituída pelo plano geral do texto, tipos de discurso, sequências; os mecanismos de textualização, compostos pela conexão, coesão nominal e coesão verbal; e os mecanismos enunciativos que são formados pelas vozes presentes no texto e pelas modalizações.

De acordo com Bronckart (2009, p. 338), essa conexão entre a “abordagem externa e interna permitiu mostrar que as operações de linguagem, mesmo sendo fortemente determinadas pelas representações sociais relativas à atividade humana e à atividade de linguagem em particular”, proporcionam aos autores uma certa parcela de tomada de decisão, com uma determinada liberdade. Da mesma forma, prossegue o autor, esse ponto de vista de uma “dialética permanente entre as restrições sócio-histórico-discursivas [...] e o espaço de decisão sincrônica de um agente”, vem caracterizar, de maneira mais precisa, o interacionismo sociodiscursivo.

3.1.1 Gêneros Textuais – dialogando com a teoria para compreender a prática

Partindo do pressuposto que trabalhar com os gêneros textuais é trabalhar com a língua, na escola, ao serem abordados pelo professor com o intuito de apresentá-los de maneira mais aprofundada aos alunos, estes têm a oportunidade de estar em contato com as diversas práticas de linguagem. Quanto a esse pensamento, Schneuwly e Dolz (2004) argumentam:

Os gêneros textuais, por seu caráter genérico, são um termo de referência intermediário para a aprendizagem. Do ponto de vista do uso e da aprendizagem, o gênero pode, assim, ser considerado um *megainstrumento* que fornece um suporte para a atividade, nas situações de comunicação, e uma referência para os aprendizes. (SCHNEUWLY; DOLZ, 2004, p. 64-65, grifo dos autores)

Antes de fazer uma abordagem sobre os gêneros textuais, é relevante, a priori, elencar alguns fatores acerca de como eram realizadas as abordagens textuais nas práticas de ensino relacionadas à leitura e à redação.

Segundo Rojo e Cordeiro (2004, p. 08), no Brasil, desde a década de 1980, o texto foi tido como “material ou objeto empírico que, em sala de aula, propiciava atos de leitura, de produção e de análise linguística”. Ainda acrescentam que “o texto era tomado como objeto de uso e não de ensino”, deixando assim de apresentar características específicas presentes nesse elemento (texto), que são importantes para a aprendizagem do aluno.

Conforme as autoras, bem depois o texto foi estabelecido como suporte para a concretização de estratégias e habilidades de leitura e de produção e “as teorias textuais ofereciam conceitos e instrumentos que generalizavam as propriedades de

grandes conjuntos de textos (tipos), abstraindo suas especificidades” (ROJO; CORDEIRO, 2004, p. 09). Porém, esclarecem elas, nem sempre determinados escritos – como artigos de opinião, crônicas, dentre outros –, apresentavam características presas a essas classificações tipológicas.

Essas autoras fazem críticas também à abordagem textual fundamentada em produções canônicas, gramaticais e normalizadoras, ressaltando que:

[...] nas práticas ligadas ao uso, à produção e à circulação dos textos, faz-se abstração das circunstâncias ou da situação de produção e de leitura desses textos, gerando uma leitura de extração de informações (explícitas ou implícitas) mais do que uma leitura interpretativa, reflexiva e crítica, e uma produção guiada pelas formas e pelos conteúdos mais que pelo contexto e pelas finalidades dos textos. (ROJO; CORDEIRO, 2004, p. 09)

Logo, observa-se uma prática de ensino com uma perspectiva utilitarista, sem pensar que o aluno necessita de uma formação que lhe dê a oportunidade de tornar-se um sujeito que saiba ler, interpretar e produzir textos de forma mais aprofundada, com uma visão mais crítica, que ultrapasse a mera obtenção de informação.

Essas questões, como refletem Rojo e Cordeiro (2004, p. 10), provocaram “uma virada discursiva ou enunciativa no que diz respeito ao enfoque dos textos e de seus usos em sala de aula”, e, de início, esse acontecimento se materializou através de pesquisas de estudiosos de vários países, pesquisas estas relacionadas à leitura e, sobretudo, à produção de texto. Neste caso, como relatam as autoras, esses pesquisadores focaram em um trabalho com o texto, em sala de aula, a partir da ação linguística em situação real e em seu contexto de leitura e composição.

Elas também evidenciam que essa virada ganhou “mais força nos programas e propostas curriculares oficiais brasileiros a partir de 1997/1998, com sua incorporação nos PCN de língua portuguesa” ganhando destaque “tanto as situações de produção e de circulação dos textos como a significação que nelas é forjada, e, naturalmente, convoca-se a noção de *gêneros (discursivos ou textuais)*” (ROJO; CORDEIRO, 2004, p. 10, grifo no original), pois, segundo elas, são os elementos (gêneros) mais indicados que o entendimento de tipo, para beneficiar o ensino de leitura e produção de textos orais e escritos.

Luzia Bueno e Terezinha da Conceição Costa-Hübes (2015) também confirmam essa transformação com os estudos sobre os gêneros textuais/discursivos que se destacaram no Brasil, com a divulgação dos PCN. Além disso, afirmam que:

Desde então, as discussões sobre o tema se alastraram e propagaram em eventos científicos na área de Letras, em pesquisas na graduação e pós-graduação, gerando publicações de toda ordem: livros, capítulos, artigos científicos, ensaios etc., na perspectiva de construir/aprofundar uma abordagem teórica propícia à aplicação em ambientes escolares, nos quais o ensino e a aprendizagem sejam o foco das atenções. (BUENO; COSTA-HÜBES, 2015, p. 07)

Com isso, os alunos tiveram a oportunidade de obter conhecimentos mais concretos com a linguagem trabalhada em seu funcionamento. Rojo e Cordeiro (2004, p. 11) salientam que, com esta virada, “duas novidades são bastante importantes [...]: o ensino de linguagem e de gêneros orais (formais públicos) e a valorização dos contextos de uso e circulação”.

Essas novidades estão explícitas em diversas partes do documento (PCN) acima mencionado. Tem-se,

[...] nas inúmeras situações sociais e de exercício da cidadania que se colocam fora dos muros da escola – a busca de serviços, as tarefas profissionais, os encontros institucionalizados, a defesa de seus direitos e opiniões – os alunos serão avaliados (em outros termos, aceitos ou discriminados) à medida que forem capazes de responder a diferentes exigências de fala e de adequação às características próprias de diferentes gêneros do oral [...]. (BRASIL, 1998, p. 25)

Assim como:

Os textos organizam-se dentro de certas restrições de natureza temática, composicional e estilística, que os caracterizam como pertencentes a este ou aquele gênero. Desse modo, a noção de gênero, constitutiva no texto, precisa ser tomada como objeto de ensino. (BRASIL, 1998, p. 23)

Vale lembrar que a primeira parte desta última citação, retirada dos PCN, baseia-se na obra de Mikhail Bakhtin – Estética da criação verbal – à qual se referem diversos autores contemporâneos. Bakhtin (2011, p. 262) argumenta que “o conteúdo temático, o estilo e a construção composicional – estão indissoluvelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação”. Dito de outro modo, a escolha de um gênero se dá no interior de uma esfera social.

Esse autor ainda acrescenta que “evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso” (BAKHTIN,

2011, p. 262). Tal enunciado é a concretização do discurso, produz sentido e faz parte da atividade humana, tendo caráter social. Conforme Bakhtin (2011, p. 261), “o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana”. Sendo assim, observa-se que o enunciado é uma “real unidade de comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2011, p. 274). Sem enunciado, não há gênero.

Importante ressaltar, também, tomando como base Luiz Antônio Marcuschi (2008), que o trabalho com os gêneros textuais não surgiu nas últimas décadas e no Ocidente; ele já possui pelo menos vinte e cinco séculos, se levarmos em conta que esse estudo começou em Platão. Marcuschi explica que a palavra “gênero”, na cultura ocidental, teve especial ligação aos gêneros literários, “cuja análise se inicia com Platão para se firmar com Aristóteles, passando por Horácio e Quintiliano, pela Idade Média, o Renascimento e a Modernidade, até os primórdios do século XX” (2008, p. 147). Irene Machado (2012, p. 152) contribui com essa afirmação acrescentando que “ainda que o estudo dos gêneros tenha se constituído no campo da Poética e da Retórica, tal como foram formuladas por Aristóteles, foi na literatura que o rigor da classificação aristotélica se consagrou”.

Machado (2012) também assevera que foi a partir dos estudos de Bakhtin que houve modificação na forma de se estudar os gêneros:

[...] a emergência da prosa passou a reivindicar outros parâmetros de análise das formas interativas que se realizam pelo discurso. Os estudos que Mikhail Bakhtin desenvolveu sobre os gêneros discursivos considerando não as classificações das espécies, mas o dialogismo do processo comunicativo, estão inseridos no campo dessa emergência. Aqui as relações interativas são processos produtivos de linguagem. Consequentemente, gêneros e discurso passam a ser focalizados como esferas de uso da linguagem verbal ou da comunicação fundada na palavra. [...] além das formações poéticas, Bakhtin afirma a necessidade de um exame circunstanciado não apenas da retórica, mas, sobretudo, das práticas prosaicas que diferentes usos da linguagem fazem do discurso, oferecendo-o como manifestação da pluralidade. [...] Graças a essa abertura conceitual é possível considerar as formações discursivas do amplo campo da comunicação de massa ou das modernas mídias digitais, sobre o qual, evidentemente, Bakhtin nada disse, mas para o qual suas formulações convergem”. (MACHADO, 2012, p. 152)

Alinhando-se a esta posição, enfatiza-se que nos dias de hoje, a ideia de gênero já não possui uma conexão somente com a literatura (MARCUSCHI, 2008).

Swales (1990, p. 33 apud MARCUSCHI, 2008, p.147), em consonância com este pensamento, afirma que “hoje, gênero é facilmente usado para referir uma categoria distintiva de discurso de qualquer tipo, falado ou escrito, com ou sem aspirações literárias”. Dessa forma é que se tem a noção de gênero textual em várias áreas do conhecimento, incluindo na linguística (MARCUSCHI, 2008).

Mas o que vem a ser o gênero textual? Antes de dar continuidade ao estudo em questão, é fundamental uma breve conceituação deste para maior entendimento do que vem sendo abordado. Para Marcuschi (2008):

Gênero textual refere os textos materializados em situações comunicativas recorrentes. Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. Em contraposição aos tipos, os gêneros são entidades empíricas em situações comunicativas e se expressam em designações diversas, constituindo em princípio listagens abertas. (MARCUSCHI, 2008, p. 155, grifos no original).

Dessa maneira, como fica claro nesta citação, a todo o momento o gênero está presente nos enunciados das pessoas, desde a mais tenra idade. Bakhtin (2011) afirma que:

A língua materna – sua composição vocabular e sua estrutura gramatical – não chega ao nosso conhecimento a partir de dicionários e gramáticas, mas de enunciações concretas que nós mesmos ouvimos e nós mesmos reproduzimos na comunicação discursiva viva com as pessoas que nos rodeiam. Nós assimilamos as formas da língua somente nas formas das enunciações e justamente com essas formas. As formas da língua e as formas típicas dos enunciados, isto é, os gêneros do discurso, chegam à nossa experiência e à nossa consciência em conjunto e estreitamente vinculadas. (BAKHTIN, 2011, p. 282–283)

O autor ainda expõe que falamos por intermédio de gêneros do discurso, sendo estes de uma ampla diversidade, assim, se não houvesse os gêneros e se não os dominássemos, a comunicação seria difícil. Também instrui que haja a apropriação dos gêneros discursivos e maior conhecimento da estrutura dos mesmos por parte do locutor, pois desta maneira ele terá mais facilidade de empregá-los, “[...] em suma, realizamos de modo mais acabado o nosso livre projeto de discurso” (BAKHTIN, 2011, p. 285).

Dessa forma, para que haja a apropriação desse conhecimento por parte do locutor, que, no estudo em questão, é o aluno, é atribuído à escola, pelos PCN de Língua Portuguesa (BRASIL, 1998), o papel de proporcionar a oportunidade desse aprendizado mais aprofundado dos gêneros textuais, ensinando os textos que correspondem a situações privadas de interlocução, priorizando os que caracterizam os usos públicos de linguagem. E, neste documento, a forma de seleção dos textos a serem aprendidos pelo educando fica clara:

Os textos a serem selecionados são aqueles que, por suas características e usos, podem favorecer a reflexão crítica, o exercício de formas de pensamento mais elaboradas e abstratas, bem como a fruição estética dos usos artísticos de linguagem, ou seja, os mais vitais para a plena participação numa sociedade letrada. (BRASIL, 1998, p. 24)

A seleção dos escritos é relevante porque oferece ao discente, em meio a infinidade de gêneros mutáveis e flexíveis (BAKHTIN, 2011), o direito de ter um ensino significativo para o seu desenvolvimento profissional e pessoal.

Em relação a essa mutabilidade e flexibilidade dos gêneros, Marcuschi (2011, p. 22) destaca que, em geral, eles “desenvolvem-se de maneira dinâmica, e novos gêneros surgem como desmembramento de outros, de acordo com as necessidades ou as novas tecnologias como o telefone, o rádio, a televisão e a internet”. Acabam mudando em função da cultura, das finalidades sociais e da época, pois “os enunciados e seus tipos, isto é, os gêneros discursivos, são correias de transmissão entre a história da sociedade e a história da linguagem” (BAKHTIN, 2011, p. 268).

Seguindo essa linha de pensamento, Joaquim Dolz e Roxane Gagnon (2015, p. 38) sinalizam que um gênero vem a ser “um pré-construído histórico resultante de uma prática e de uma formação social”.

Observa-se essa diversidade de gêneros em um quadro geral (Anexo 5, p. 316) elaborado por Marcuschi (2008), que, de antemão, procura esclarecer que sua intenção, ao construir essa distribuição sistemática dos gêneros, não era fazer classificações. Ele distribuiu os gêneros da oralidade e escrita em um enquadre dos respectivos domínios discursivos, definidos pelo autor como “uma esfera da vida social ou institucional (religiosa, jurídica, [...], lúdica etc.) na qual se dão práticas que organizam formas de comunicação e respectivas estratégias de compreensão” (MARCUSCHI, 2008, p. 194).

O quadro elaborado por Marcuschi (2008), embora não tenha pretensão de ser definitivo e único, retrata a diversidade e abundância de gêneros textuais orais e escritos existentes, porém, como o próprio autor relata, parece que essa diversidade está voltada mais para a escrita do que para a fala.

Quanto a essa diversidade de gêneros, é relevante, afirma Bakhtin (2011), ficar atento à diferença entre os gêneros discursivos primários (simples) e os secundários (complexos) – destacando que essa diferença não é funcional.

Os gêneros discursivos secundários (complexos – romances, dramas, pesquisas científicas de toda espécie, os grandes gêneros publicitários, etc.) surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado (predominantemente o escrito) – artístico, científico, sociopolítico, etc. No processo de sua formação eles incorporam e reelaboram diversos gêneros primários (simples), que se formaram nas condições da comunicação discursiva imediata. Esses gêneros primários, que integram os complexos, aí se transformam e adquirem um caráter especial: perdem o vínculo imediato com a realidade concreta e os enunciados reais alheios [...]. (BAKHTIN, 2011, p. 263).

Tal processo, diante de sua importância, é favorável ser apresentado nas instituições de ensino, com o intuito do alunado ter a chance de observar o funcionamento dessas mutações e, ao mesmo tempo, concretizar o domínio do discurso secundário, que exige uma formação mais formal e sistemática, porém, como afirma Schneuwly (2004, p. 31), “a aparição dos gêneros secundários na criança, não é o ponto de chegada, mas o ponto de partida de um longo processo de reestruturação que, a seu fim, vai produzir uma revolução nas operações de linguagem”.

Para mostrar a inter-relação existente entre os gêneros primários e secundários, Dolz e Gagnon (2015) dão como exemplo a receita de cozinha:

A receita ensinada por uma mulher à sua filha, na cozinha, não é a mesma feita por uma animadora de um programa de culinária na televisão. Mesmo que nos dois casos, haja uma relação imediata com o real existente, o nível de espontaneidade e de cotidianidade das trocas entre a mãe e a filha aproxima-se mais do que Bakhtin chama de gêneros primários. Em grande parte, o “programa de cozinha” é, por razões históricas, comerciais e artísticas, previsto e pensado e, portanto, mediatizado. Mesmo que este tipo de emissão se inspire nas práticas do cotidiano, seu enunciador se dirige a um público anônimo. (DOLZ; GAGNON, 2015, p. 33)

Diante deste exemplo, apresentado de maneira didática e esclarecedora, torna-se fácil o entendimento da diferença entre os gêneros primários e os gêneros secundários. Nessa perspectiva, cabe às escolas, contemplarem, nas atividades com a linguagem, a riqueza de gêneros que são organizados de formas diversas, conforme a demanda social de cada momento, pois, segundo Dolz e Schneuwly (2004, p. 44), os gêneros discursivos “constituem o instrumento de mediação de toda estratégia de ensino e o material de trabalho, necessário e inesgotável, para o ensino da textualidade”.

Dolz e Gagnon (2015, p. 35-36) ainda elucidam que “mediadores essenciais da atividade humana, associados às esferas das atividades específicas, os gêneros são vistos como ferramentas”, isso, “devido ao fato de que, atuando em situações languageiras, cujas possibilidades de desenvolvimento se atualizam, sendo apropriadas no uso”. Também pontuam que o gênero, à medida que é tido como ferramenta de aquisição de conhecimento, faz com que o discente compreenda parte da sua dinâmica e, “se ele a interioriza, desenvolve suas capacidades languageiras”. Assim, com essa compreensão, o estudante será capaz de aprimorar o aprendido e, em outros momentos, utilizar o que foi ensinado de forma mais autônoma.

Perante a importância dos gêneros textuais no processo de ensino, o enfoque neles terá continuidade no próximo tópico, voltado, porém, aos gêneros textuais orais, uma vez que estes são núcleo da pesquisa ora apresentada.

3.1.2 Gêneros textuais orais: diálogo com os autores

Marcuschi (2010) ressalta que, nas últimas décadas, aumentaram as pesquisas que marcam a relação entre a língua falada e a língua escrita, e que, no mundo atual, oralidade e escrita são fundamentais, alertando para não desvirtuar os contextos de uso e funções de ambas. A propósito, lembra Walter J. Ong (1998, p. 16) que “a escrita nunca pode prescindir da oralidade”. E, para maiores esclarecimentos relacionados à história do discurso oral, afirma ele que:

A sociedade humana primeiramente se formou com a ajuda do discurso oral, tornando-se letrada muito mais tarde em sua história, e inicialmente apenas em certos grupos. O *Homo sapiens* existe há cerca de 30.000-50.000 anos. O mais antigo registro escrito data de apenas 6.000 anos atrás. (ONG, 1998, p. 10, grifo no original).

Dessa maneira, fica claro o comentário de Marcuschi (2010) quando afirma que os povos em geral possuem ou possuíram uma tradição oral e que, no entanto, no tocante à tradição escrita, poucos a tiveram ou a têm. Todavia, ele enfatiza que nem por isso a oralidade tem uma supremacia em relação à escrita. Acrescenta que “ambas permitem a construção de textos coesos e coerentes, ambas permitem a elaboração de raciocínios abstratos e exposições formais e informais, variações estilísticas, sociais, dialetais [...]” (MARCUSCHI, 2010, p. 17). Ainda informa que por estarmos em contato com práticas de escrita e oralidade, é essencial levar em conta que a língua se origina em usos e não de forma contrária. Assim, “defende-se a tese de que falar ou escrever bem não é ser capaz de adequar-se às regras da língua, mas é usar adequadamente a língua para produzir um efeito de sentido pretendido numa dada situação” (MARCUSCHI, 2010, p. 09). A partir dessas informações, pode-se perceber que tanto a oralidade como a escrita, têm seu valor na comunicação. Para o autor, a escrita não deve servir como representante da fala, pois aquela “não consegue reproduzir muitos dos fenômenos da oralidade, tais como a prosódia, a gestualidade os movimentos do corpo e dos olhos, dentre outros” (MARCUSCHI, 2010, p. 17).

Os fenômenos acima referenciados, e mais alguns meios não-linguísticos, são elencados no quadro de Dolz e Schneuwly em colaboração com Sylvie Haller (2004), que apresenta cinco colunas – meios para-linguísticos, meios cinésicos, posição dos locutores, aspecto exterior e disposição dos lugares. A este quadro, atendendo ao contexto da pesquisa, acrescentei uma sexta coluna, compreendendo os meios sonoros (Quadro 3), pois eles fazem parte da elaboração e constituição do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*:

Quadro 3 – Meios não-linguísticos da comunicação oral

MEIOS PARA-LINGUÍSTICOS	MEIOS CINÉSICOS	POSIÇÃO DOS LOCUTORES	ASPECTO EXTERIOR	DISPOSIÇÃO DOS LUGARES	MEIOS SONOROS
▪ Qualidade da voz; ▪ Melodia; ▪ Elocução e pausas; ▪ Respiração; ▪ Risos; ▪ Suspiros.	▪ Atitudes corporais; ▪ Movimentos; ▪ Gestos; ▪ Troca de olhares; ▪ Mímicas faciais.	▪ Ocupação de lugares; ▪ Espaço pessoal; ▪ Distâncias; ▪ Contato físico.	▪ Roupas; ▪ Disfarces; ▪ Penteado; ▪ Óculos; ▪ Limpeza.	▪ Lugares; ▪ Disposição; ▪ Iluminação; ▪ Disposição das cadeiras; ▪ Ordem; ▪ Ventilação; ▪ Decoração.	▪ Trilha musical; ▪ efeitos; ▪ Sonoplastia; ▪ Silêncio; ▪ Ilha de edição; ▪ Recursos tecnológicos.

Fonte: Adaptado de Dolz; Schneuwly; Haller (2004, 134), com o acréscimo da coluna “meios sonoros”.

Os autores acima ressaltam que os meios não-linguísticos poderão prejudicar o locutor, “quando este deixa escapar índices involuntários de uma emoção, seja ela perceptível ou não, linguística e prosodicamente”. Sabemos bem o quanto pode ser constrangedor um ator que desempenha “mal” seu papel, dissociando os parâmetros, em princípio congruentes, da melodia, da acentuação e da gestualidade (LEON, 1993, p. 121 apud DOLZ; SCHNEUWLY; HALLER, 2004, p. 134). Desse modo, é importante que as pessoas se atenham a tais detalhes nas comunicações orais voltadas tanto para as práticas profissionais quanto pessoais, no intuito de serem bem-sucedidas ao se comunicarem. Seria também relevante trabalhar esses meios não-linguísticos nas escolas através de atividades que se utilizam da oralidade, para que os alunos pudessem empregá-los sempre que fossem requisitados a se expressarem na instituição de ensino ou fora dela.

Marcuschi (2010, p. 17) ainda deixa explícito que “em contrapartida, a escrita apresenta elementos significativos próprios, ausentes na fala, tais como o tamanho e tipo de letras, cores e formatos, elementos pictóricos, que operam como gestos, mímica e prosódia graficamente representados”. Nesse sentido, além de não haver uma superioridade entre elas, o autor salienta que cada uma, como prática e uso da língua, possui suas especificidades, não significando, isso, dois sistemas linguísticos – dicotomia.

Feitos estes apontamentos, parece ser necessária a apresentação teórica de alguns vocábulos em estudo – oralidade, fala, escrita e gênero textual oral – que são imprescindíveis para essa investigação.

De acordo com Marcuschi (2010, p. 25), a **oralidade** “seria uma prática social interativa para fins comunicativos que se apresenta sob variadas formas ou gêneros textuais fundados na realidade sonora”. Ong (1998, p. 19), inclusive, escreve que uma sociedade pode ser totalmente oral, possuindo uma oralidade primária, “em que é desprovida de qualquer conhecimento da escrita ou da impressão”; ou de oralidade secundária, tida como “da atual cultura de alta tecnologia, na qual uma nova oralidade é alimentada pelo telefone, pelo rádio, pela televisão ou por outro dispositivo eletrônico” em que sua “existência e funcionamento depende da escrita e da impressão”. A exemplo destas informações, Marcuschi (2010) sinaliza que os brasileiros têm uma oralidade secundária, pois utilizam a escrita.

Quanto à **fala**, Marcuschi (2010, p. 25) destaca que ela “seria uma forma de produção textual-discursiva para fins comunicativos na modalidade oral (situa-se no

plano da oralidade, portanto), sem a necessidade de uma tecnologia além do aparato disponível pelo próprio ser humano”. Ademais, afirma que se qualifica (fala) pela utilização da “língua na sua forma de sons” estruturada de maneira articulada e significativa.

Ingedore Vilhaça Koch e Vanda Maria Elias (2015) afirmam que a **fala**, por ser interacional, é parcialmente não-planejável com antecedência, é processo, sendo, portanto, dinâmica.

A **escrita**, para Marcuschi (2010, p. 26), “seria um modo de produção textual-discursiva para fins comunicativos com certas especificidades materiais e se caracterizaria por sua constituição gráfica, embora envolva também recurso de ordem pictórica e outros”. Em relação à questão da **escrita**, Koch e Elias (2015) pontuam que esta trata de uma atividade que está presente no nosso dia a dia, seja por estarmos sujeitos à produção de algum tipo de gênero textual, seja por realizarmos leitura de textos escritos em diferentes ocasiões.

Essas mesmas autoras também salientam que, ao contrário da fala, a **escrita** é estática, por ser fruto de um processo, ação na qual “o sujeito tem algo a dizer e o faz sempre em relação a um outro [...] com um certo propósito. Em razão do objetivo pretendido (para que escrever?), do interlocutor/leitor (para quem escrever?), do quadro espaço-temporal (onde? quando?)”, e, ainda, “do suporte de veiculação, o produtor elabora um projeto de dizer esse projeto, recorrendo a estratégias linguísticas, textuais, pragmáticas, cognitivas, discursivas e interacionais, vendo e revendo, no próprio percurso da atividade, a sua produção” (KOCH; ELIAS, 2015, p. 36). Sendo assim, na **escrita** tudo é mais planejado, há uma preparação mais cuidadosa na construção do texto.

Também é importante conhecer, de maneira sistemática, um pouco mais sobre o que vem a ser **gênero textual oral**, pois ele tem grande enfoque nesta pesquisa. Travaglia e coautores (2013), todos componentes do PETEDI¹³, afirmam que:

[...] gênero oral é aquele que tem como suporte a voz humana (visto como a característica particular que tem o som produzido pelo aparelho fonador) e que foi produzido para ser realizado oralmente, utilizando-se a voz humana, independentemente de ter ou não uma versão escrita. Assim, por exemplo, a conferência ou a comunicação científica em eventos acadêmicos-científicos podem ter uma versão

¹³ Grupo de Pesquisa sobre Texto e Discurso, sediado na Instituição de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia e ligado ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos. Criado em maio de 2000, o PETEDI se dedica ao estudo dos textos e discursos a partir de perspectivas teóricas diversas.

escrita, mas foram produzidas para serem realizadas oralmente. (TRAVAGLIA et al., 2013, p. 4)

Quanto ao gênero textual apontado por Travaglia et al. (2013), a conferência, vale lembrar que na medida em que o redator produz um texto para essa finalidade sem, no entanto, pensar neste escrito enquanto oralização, concebendo-o como um texto acadêmico, não se torna agradável de ouvir, porque a leitura se dá como se o locutor estivesse lendo um livro. Todavia, no momento em que o conferencista elabora seu texto pensando no público e na oralização daquele, a leitura flui de forma mais receptiva, chamando a atenção do interlocutor. Isso acontece devido ao gênero conferência já ter, em sua gênese, o pressuposto de que será oralizado.

Ramos (1997, p. 31-32) utiliza como exemplo de gênero textual oral uma peça de teatro, que, “embora seja produzido para ser falado (dialogado, quase sempre), é em essência um texto escrito, por ser codificado em períodos e parágrafos, usar sinais de pontuação e ser vazado em ortografia usual”. Ainda relata que “dada tal especificidade, esse texto servirá para ser lido tanto oralmente como silenciosamente”.

Ao se pensar sobre o ensino dos gêneros textuais orais em ambiente escolar, há importantes discussões a respeito da pouca relevância – e mesmo, resistência – em relação ao trabalho com a oralidade. Um exemplo disso está no documento PCN (BRASIL, 1998), que destaca o quanto prevalece o pensamento de que a escola é o local onde se deve privilegiar a escrita.

Em um de seus estudos sobre a oralidade no espaço escolar, Marcuschi (1999, p. 124) explica que os PCN propõem “que se veja o texto oral sob o aspecto de objetivos a atingir e práticas a realizar, tanto para o caso da compreensão como da produção”, acrescentando que, “quanto aos objetivos, o tratamento da oralidade, segundo os PCN, deveria conduzir o aluno a um domínio de expressão oral no uso público”.

Dolz e Schneuwly, em colaboração com Haller (2004, p. 147), também sublinham a importância do ensino de gêneros textuais orais de uso público em instituição de ensino, quando relatam que “o papel da escola é levar o aluno a ultrapassar as formas de produção oral cotidianas para os confrontar com outras formas mais institucionais, mediadas, parcialmente reguladas por restrições exteriores”. Citam que os gêneros formais públicos “constituem as formas de

linguagem que apresentam restrições impostas do exterior e implicam, paradoxalmente um controle mais consciente e voluntário do próprio comportamento para dominá-lo”. Assim, na concepção destes autores, tais gêneros orais requerem uma antecipação, uma preparação.

Os autores acima mencionados, tomando como referência a Europa, argumentam que “embora a linguagem oral esteja bastante presente nas salas de aula [...] afirma-se frequentemente que ela não é ensinada, a não ser incidentalmente, durante atividades diversas e pouco controladas” (DOLZ; SCHNEUWLY; HALLER, 2004, p. 125). Dentro desse propósito, Joaquim Dolz e Luzia Bueno (2015, p.117) esclarecem que o oral está “nas classes, mas não como objeto de ensino”, servem como uma forma para que “os professores deem as suas aulas”, ficando, assim, como artifício para o aprendizado de outras ordens.

Dolz, Schneuwly e Haller (2004) salientam que as crianças, quando entram na escola, na maioria das vezes, já têm interiorizado um domínio relevante do oral, algo que é adquirido por uma aprendizagem incidental. Eles também procuram esclarecer que “o oral tem um lugar importante nas duas pontas do sistema escolar. Na pré-escola e nos primeiros anos do ensino fundamental”, isso porque “os professores consolidam os usos informais [...] e instalam novos usos relacionados a esse lugar de comunicação particular que é a sala de aula” (DOLZ; SCHNEUWLY; HALLER, 2004, p. 126). Afirmam, ainda, que na faculdade, o uso de diversos recursos relacionados à prática da oralidade, ou seja, à tomada da palavra em público, é essencial, pois auxilia no desempenho de profissionais que necessitam de uma boa oratória, como professores, jornalistas, advogados, dentre outros. E lançam a seguinte pergunta: “Não haverá lugar para instalar o oral como objeto de aprendizagem específica também entre essas duas pontas?”. Na sequência, argumentam que, com isso,

[...] ao longo do ensino fundamental, o aprendiz poderia fazer novas descobertas a respeito desse objeto que manipula constantemente e utilizá-lo em contextos que não lhe são ainda familiares. Para fazê-lo, numa perspectiva didática de um procedimento sistemático de intervenções ao longo do ensino fundamental, é necessário *definir claramente as características do oral a ser ensinado*. É somente com essa condição que se pode promovê-lo de simples objeto de aprendizagem ao estatuto de objeto de ensino reconhecido pela instituição escolar, como o são a produção escrita, a gramática ou a literatura. (DOLZ; SCHNEUWLY; HALLER (col.), 2004, p. 126, grifos no original)

Com base no exposto, observa-se que a tal prática de ensino seria fortalecida ao se colocar em uso a metodologia proposta, prática esta que os autores citados evidenciam como relevante, e que, segundo eles, acabaria por dar ao oral autenticidade em relação aos conhecimentos de referência, às perspectivas sociais e à competência do discente.

No entanto, a linguagem oral, muitas vezes, não passa de trajetória para o aprendizado da escrita, sendo esta privilegiada em relação à expressão oral. Conforme Dolz, Schneuwly e Haller (2004), frequentemente a linguagem falada é vista como mal estruturada, pobre, popular, o que é um equívoco, pois tanto no oral quanto na escrita, a forma padrão e não padrão se manifestam.

Outro mal-entendido é tratar a fala e a escrita de forma estanque e dicotômica, procedimento não aprovado pelo escritor Marcuschi (2010, p. 09), quando pondera que, “uma vez concebidas dentro de um quadro de inter-relações, sobreposições, gradações e mesclas, a relação entre fala e escrita recebe um tratamento mais adequado [...]”, pois, segundo este autor, acaba “[...] permitindo ao usuário da língua maior conforto em suas atividades discursivas”.

Marcuschi (2010) complementa que existem práticas sociais que possuem mediação preferencialmente pela escrita e outras pela oralidade. Para ser mais preciso, o autor cita o caso típico da área jurídica:

Ali é intenso e rígido o uso da escrita, já que a Lei deve ser tomada ao pé da letra. Contudo, precisamente a área jurídica faz uso intenso e extenso das práticas orais nos tribunais, o que comprova que numa mesma área discursiva e numa mesma comunidade de práticas convivem duas tradições diversas, ambas fortemente marcadas. Isso sugere ser inadequado distinguir entre sociedades letradas e iletradas de forma dicotômica. *Oralidade e escrita são duas práticas sociais e não duas propriedades de sociedades diversas.* (MARCUSCHI, 2010, p. 37, grifos no original).

A partir desse exemplo, comprova-se que tanto a oralidade como a escrita possuem funcionalidade na sociedade. Sendo assim, Dolz e Bueno (2015, p. 122) alertam que ao se trabalhar o oral é necessário considerar “aquelas características das duas modalidades de comunicação oral e escrita que nos permitem distanciá-las, já que há várias outras que as aproximaria, devida às duas estarem em um *continuum*”, e com isso, “formando assim duas partes de um mesmo sistema de comunicação, que pode se realizar por meio de diferentes gêneros textuais que, ora

se valem só do oral, ora só da escrita e ora dos dois”. Sendo assim, esses autores apresentam um Quadro (Quadro 4) com algumas das características do oral e da escrita:

Quadro 4 – Algumas características do oral e da escrita

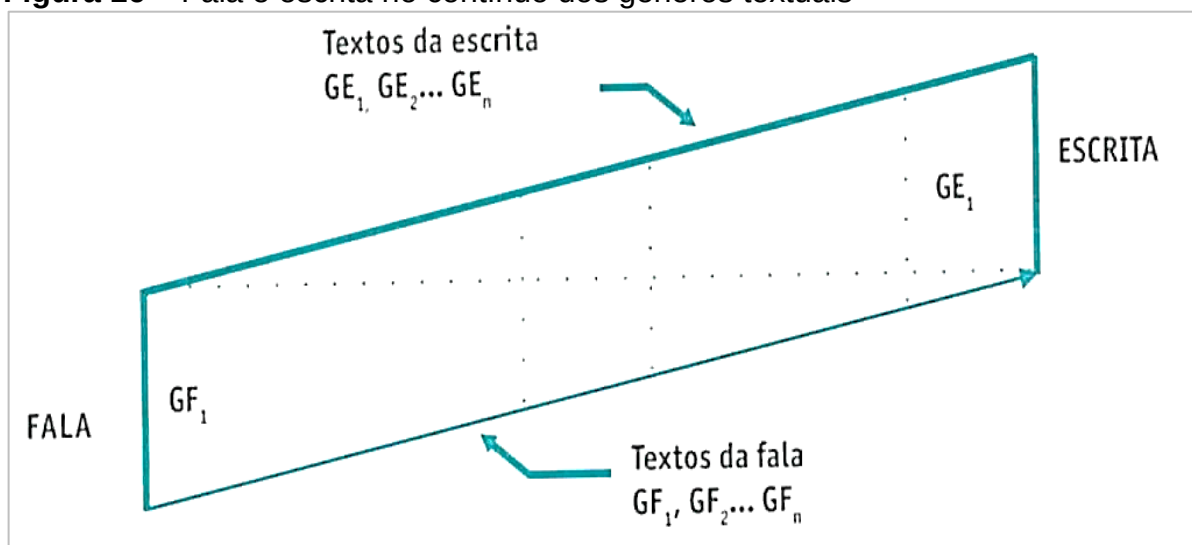
ORAL	ESCRITA
▪ Inscreve-se em uma temporalidade (o tempo de uma conversa, ou conferência ou um telejornal etc.; ▪ Depende fortemente do ouvido; ▪ As informações não verbais e os elementos referenciais podem ser depreendidos na situação de comunicação; ▪ Correções feitas por meio de retomadas, hesitações ou rupturas; ▪ Comentários metalinguísticos <i>passepapouts</i>; ▪ Coesão marcada pela repetição; ▪ Gestão poligerada pelos participantes de comunicação.	▪ Inscreve-se em um espaço (de um livro, de uma camiseta, de um corpo etc.); ▪ Depende fortemente do olho; ▪ O texto pode estar distante de sua situação de produção (lemos hoje romances do século passado); ▪ Esperamos que no texto haja todas as informações necessárias para a sua compreensão; ▪ O enunciador pode retornar sobre o seu texto para fazer correções ou completar as informações; ▪ As regras de escrita, válidas para muitos gêneros, prescrevem que não deve haver repetições de palavras ou ideias.

Fonte: Adaptado de DOLZ; BUENO, 2015, p. 123.

Diante disso, percebe-se o quanto é importante estar a par dessas características porque, como expõem Dolz e Bueno (2015, p. 124), estamos, em quase todos os momentos, em contato com diversos “gêneros que passam pelo oral, na interface com a escrita ou não”.

Marcuschi (2010) ressalta que o diferencial entre fala (situa-se no plano da oralidade) e a escrita vai acontecer dentro do contínuo dos gêneros textuais. Assim, consequentemente, há correlações em diversos planos, aparecendo, segundo este autor, “um conjunto de variações e não uma simples variação linear” (MARCUSCHI, 2010, p. 37), podendo ser verificada essa postura através de um exemplo esquemático (Figura 16, p. 92).

Figura 16 – Fala e escrita no contínuo dos gêneros textuais



Fonte: Marcuschi, 2008, p. 193.

Na Figura 16, criada por Marcuschi (2010, p. 38, grifo no original), encontram-se dois domínios linguísticos, o da fala e o da escrita, onde estão presentes os gêneros textuais. Além disso, é possível observar que tanto a fala quanto a escrita “se dão em *dois contínuos*: na linha dos gêneros textuais (GF₁, GF₂... GF_n e GE₁, GE₂... GE_n); na linha das características específicas de cada modalidade”.

Assim sendo, este autor exemplifica que um gênero da fala (GF), como uma conversa espontânea (GF₁), representa um modelo desta modalidade, e ainda afirma que não é prudente a comparação dele com um gênero escrito (GE), citando, como exemplo, uma conferência acadêmica num congresso (GE₁), que representa o protótipo da escrita. Também declara que “os textos se entrecruzam sob muitos aspectos e por vezes constituem domínios mistos. Observe-se o caso dos textos de um noticiário televisivo. Trata-se de textos originalmente escritos que o leitor só recebe oralmente” (MARCUSCHI, 2010, p.38). Em seguida, lança a pergunta: “o noticiário de televisão é um evento de oralidade ou letramento?”. E logo depois comenta que “Um dos aspectos centrais desta questão é a impossibilidade de situar a oralidade e a escrita em sistemas linguísticos diversos, de modo que ambas fazem parte do mesmo sistema da língua” (MARCUSCHI, 2010, p. 38).

Isto é constatado no quadro “Distribuição dos textos de uso falados e escritos no contínuo genérico” (Anexo 6, p. 318), pois determinado processo é a representação do contínuo dos gêneros textuais na fala e na escrita e, na parte central, no balão pontilhado), localizam-se os gêneros considerados mistos, bem caracterizados na

ilustração. Neste quadro, Marcuschi (2010) apresenta uma possível representação da relação fala e escrita, levando em conta uma visão não dicotômica através de uma lente sociointeracionista e, para reiterar a ideia do contínuo, enfatiza:

O contínuo dos gêneros textuais distingue e correlaciona os textos de cada modalidade (fala e escrita) quanto às estratégias de formulação que determinam o contínuo das características que produzem as variações da estrutura textuais-discursivas, seleções lexicais, estilo, grau de formalidade etc., que se dão num contínuo de variações, surgindo daí semelhanças e diferenças ao longo de contínuos sobrepostos. (MARCUSCHI, 2010, p. 42, grifos no original).

Diante disso, Marcuschi (2010) evidencia que tal assunto não é retratado pelos manuais de Língua Portuguesa. Dessa maneira, seria viável que a escola tomasse outra postura quanto ao ensino da oralidade e da escrita, especificamente em relação à oralidade, pois, de acordo com Schneuwly e Bain (1993) e Reuter (1996) para esta seria importante “instaurar, em sala de aula, um procedimento de ensino do texto oral comparável ao do texto escrito, com sua tradição secular e suas renovações importantes nos últimos anos” (apud DOLZ, SCHENEUWLY e HALLER (col.), 2004, p. 127), visto que ambas são necessárias para o desempenho do aluno no que se refere à compreensão dos gêneros e produção dos mesmos.

Desse jeito, o educando teria a capacidade de valer-se da língua de maneira diversificada para adequar suas composições a diferentes situações de interlocução (oral e escrita), pois “toda educação comprometida com o exercício da cidadania precisa criar condições para que o aluno possa desenvolver sua competência discursiva” (BRASIL, 1998, p. 23).

Após essa explanação, ênfase, no tópico seguinte, a propaganda radiofônica do tipo *spot*, gênero de destaque na pesquisa.

3.1.3 Propaganda radiofônica do tipo *spot*: a persuasão nas ondas do rádio

Neste tópico, antes de adentrar no gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*, discorro brevemente sobre propaganda (também conhecida como publicidade). O conceito de propaganda possui divergência a depender do ponto de vista de alguns teóricos. Armando Sant’Anna (2002, p. 75) explica que, apesar de propaganda e publicidade serem tidas como sinônimas, não possuem significado idêntico. Este autor

informa que publicidade se origina do latim *publicus*, que “[...] significa, genericamente, divulgar, tornar público”, e propaganda é conceituada como sendo “a propagação de princípios e teorias. Foi traduzida pelo Papa Clemente VII, em 1597, quando fundou a Congregação da Propaganda, com o fito de propagar a fé católica pelo mundo”. Esclarece ainda que, apesar dessas diferenças apresentadas, atualmente, as referidas nomenclaturas são empregadas sem distinção.

José Benedito Pinho (1990, p. 19-20) sinaliza que “a palavra propaganda é o gerúndio latino do verbo *propagare*, que quer dizer propagar, multiplicar (por produção ou por geração), estender, difundir”. Também segue a mesma linha de Sant’Anna (2002), ao dizer que “fazer propaganda é propagar ideias, crenças, princípios e doutrinas” (PINHO, 1990, p. 19-20).

Mário L. Erbolato (1985), em sua obra “Dicionário de Propaganda e Jornalismo”, apresenta duas definições em relação a este gênero textual:

Propaganda. – 1. (Publ.) – Conjunto de atividades que visam influenciar o homem, com o objetivo religioso, político ou cívico, mas sem finalidade comercial. 2. (Leg.) Decr. 57.690, de 01-02-66: Art. 2º. Considera-se propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produto ou serviços, por parte de um anunciante identificado. (ERBOLATO, 1985, p. 254, grifo no original)

Também fazem esclarecimentos sobre o referido gênero, os professores do Departamento de Mercadologia da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP-FGV) e convidados, sob a coordenação de Sérgio Roberto Dias (2004, p. 284), ao pontuarem o gênero em questão como sendo a “comunicação impessoal de uma mensagem dirigida ao público-alvo do produto, paga por um patrocinador identificado, veiculada em meios de comunicação de massa ou dirigidos, como a televisão e a Internet”, visando “criar imagem e estimular a aquisição do produto”.

Conforme Sérgio Roberto Costa (2014, p. 196, grifos no original), **“PROPAGANDA (v. ANÚNCIO, CLASSIFICADO, COMERCIAL, RECLAME, RECLAMO):** o discurso publicitário usa outdoors (v.), televisão, rádio, jornal, revista, internet para vender seus produtos através de mensagens (v. mensagem)” e estas “procuram convencer para conseguir consumidores”.

Diante dos conceitos apresentados, vale lembrar que, nesta pesquisa, ao referir-me à propaganda, adotei a interpretação elaborada por Costa (2014).

Quanto aos gêneros radiofônicos, o que interessa para este trabalho é um dos componentes da esfera publicitária, identificado como *spot*, que, segundo André Barbosa Filho (2009, p. 122), “[...] tem como função precípua o uso do espaço radiofônico para divulgação e venda de produtos e serviços”. Esse gênero publicitário (*spot*), conforme este mesmo autor, teve origem nos Estados Unidos, na década de 1930, por meio das radialistas Ida Bailey Allen, Betty Crocker e Aunt Sammy (BARBOSA FILHO, 2009).

A respeito das características da peça radiofônica *spot*, Clovis Reis (2008, p. 43) aponta que a mesma “é um formato de anúncio gravado, inserido durante o intervalo comercial dos programas. Em geral o *spot* emprega fundos musicais e efeitos sonoros, mas há casos de *spots* sem acompanhamento sonoro agregado à palavra”. Também ressalta que a peça possui uma duração de 15 a 90 segundos, sendo a de 30 a mais utilizada.

3.1.3.1 O papel da linguagem musical na propaganda *spot*

Conforme Graziela Valadares Gomes de Mello Vianna (2014, p. 231), entende-se “como elementos constituintes da peça radiofônica o texto e sua relação com a performance da voz, a trilha musical, os efeitos sonoros, o silêncio e, por fim, o tratamento técnico dos elementos sonoros”. Para a autora, o texto da peça radiofônica tem a finalidade de persuadir o “ouvinte-modelo” a ser adepto a uma determinada causa ou até mesmo a uma certa marca, através de “argumentos associados aos demais elementos” dessa peça. Comenta, ainda, que o texto adquire sentido ao ser interpretado pelo locutor ou ator.

Para Emma Rodero Antón “é a voz do locutor que humaniza e personifica as palavras”, pois “sugere, evoca, acompanha e estabelece os laços emotivos com o ouvinte” (ANTÓN, 2005, p. 59 apud MELLO VIANNA, 2014, p. 231), e, consequentemente, poderá fazer emergir vários sentimentos no interlocutor, ao envolver-se com o que está sendo transmitido.

No que concerne à trilha musical, Mello Vianna (2014, p. 233) considera que a música pode “ser utilizada com a intenção de imprimir emoções, intensificar a dramaticidade da voz ou criar paisagens sonoras – por meio da associação com imagens que fazem parte da memória do ouvinte” – de maneira “que a peça radiofônica sugira determinados sentidos” à pessoa que está na escuta.

De acordo com Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva (1999):

No *spot* publicitário, a música, dentre outros objetivos, é empregada para estabelecer uma identificação entre o produto e seu público-alvo, ou seja, o mesmo produto pode ser produzido com trilhas (ritmo, melodia, tons, altura e intensidade) diferentes em função do perfil do seu receptor/consumidor, assim como neste mesmo intuito, há a utilização de trilhas em função do fato. Convém lembrar que a melodia e o ritmo das trilhas têm como meta a memorização, principalmente quando elaboradas para um determinado *spot*. (SILVA, 1999, p. 59)

Percebe-se, com isso, a existência de uma estratégia de comunicação de quem anuncia no momento de elaborar o *spot*, “com base em um sentido cultural partilhado, em gêneros musicais que fazem parte do repertório do ouvinte, buscando, assim, que ele reconheça tais sentidos e, conseqüentemente, se identifique com o produto” (MELLO VIANNA, 2014, p. 233).

Quanto ao efeito sonoro, este também possui sua função na linguagem radiofônica. Segundo Silva (1999, p. 56), ele “fornece informações, pistas, atua como índice do objeto representado a fim de que o ouvinte reconheça e estabeleça associações, que, pelo caráter referencial assumido pelo ruído, dá-se por contigüidade”. Exemplo disso são o cantar de pássaros e outros ruídos campestres utilizados em um anúncio radiofônico que faz com que o ouvinte consiga imaginar, ao ouvir a propaganda, o ambiente contemplado.

Em relação ao silêncio, essa autora afirma que “atualmente (no rádio), a qualquer hora em diferentes ritmos e entonações, a voz e a sonoplastia coordenam um programa que procura estabelecer um processo de identificação com seu público-alvo de forma contínua”. Porém, “o silêncio também pode surgir como matéria significante/sígnica na elaboração e produção do *spot*, espaço em que esta possibilidade ecoa com mais força” por causa do “espaço que a publicidade abre para a experimentação de diferentes elementos da linguagem radiofônica” (SILVA, 1999, p. 54). No entanto, tal silêncio deve ser utilizado de forma contextualizada, com critério, para não ser confundido com uma falha (SILVA, 1999). Assim, é necessário estar atento ao seu papel em relação ao conteúdo empregado.

No tocante ao tratamento técnico, Mello Vianna (2014, p. 236) o define como “o conjunto de recursos técnicos utilizados na captação, edição e mixagem do som que permitem interferências capazes de alterar o sentido a ser sugerido para ouvinte”. Dessa forma, enfatiza a autora que “seja relevante considerá-lo como um dos elementos sonoros que compõem a linguagem radiofônica”, porque “os recursos técnicos disponíveis atualmente nos estúdios de gravação e mixagem podem interferir

de forma significativa no resultado final da produção da mensagem”, como pôde ser observado nos *spots* elaborados pelos participantes da pesquisa, após passarem (*spots*) por esses artifícios tecnológicos.

Depois de ressaltar os elementos constituintes da peça radiofônica, é relevante discorrer sobre as três qualidades do som (altura, intensidade, timbre), o ritmo e o compasso, aspectos também presentes nos elementos mencionados, inerentes à linguagem do rádio. De acordo com Nicole Jeandot (1993, p. 23, grifo no original), “a **altura** é determinada pela frequência dos sons, isto é, pelo número de vibrações que cada onda sonora emite num determinado intervalo de tempo”. Destaca que “um som é tanto mais *grave*, quanto menor é o número de vibrações, ou seja, quanto menor é a frequência da onda sonora. Quanto maior for essa frequência, mais *agudo* ele será”.

Em referência à **intensidade**, Jeandot (1993, p. 23) declara que ela (intensidade) “depende principalmente da energia emitida pela fonte sonora. Quanto mais força for imprimida pelo agente sonoro, mais alto será o som”. Com relação ao timbre, a autora define que ele “é a qualidade do som que nos permite distinguir a voz das pessoas e o som dos instrumentos, mesmo que eles estejam produzindo a mesma nota com a mesma altura e a mesma intensidade”. Ratifica que “o **timbre** depende da forma como a energia se distribui entre as várias frequências que determinam a vibração do som” (JEANDOT, 1993, p. 23, grifo meu).

No que se refere ao ritmo, a escritora acima mencionada frisa que “ele é o elemento mais essencial da música; determina seu movimento e sua palpitação, e representa, em última análise, o contraste entre o som e o silêncio” ((JEANDOT, 1993, p. 26).

Por fim, o compasso. Segundo Bohumil Med (1996, p. 114), ele (compasso) “é a divisão de um trecho musical em séries regulares de tempos, é o agente métrico do ritmo”. Na partitura, o compasso indica a velocidade, a divisão e agrupamento das notas.

Com esses conceitos, pode-se observar, como aponta Mello Vianna (2014), o potencial expressivo, persuasivo, dos elementos sonoros das propagandas radiofônicas, sugerindo sentidos às mesmas.

3.1.3.2 Aspectos estruturais da propaganda *spot*

Sobre a produção do spot, Barbosa Filho (2009, p. 123) afirma que o conteúdo do tipo de propaganda é elaborado de acordo com as ideias recebidas do anunciante, através de uma “agência de propaganda e contidas no resumo (*briefing*), o qual possui

informações como as características do produto, o público alvo, os apelos de venda e a análise da concorrência”. Após a referida etapa, expressa o autor, o produtor fará o *spot* por meio da elaboração de um roteiro.

Silva (1999) destaca que:

O texto verbal-oral elaborado para rádio adquire uma sintaxe diferenciada em razão do próprio meio e dos elementos que compõem a sua linguagem, ou seja, os períodos curtos [...], a pontuação, as repetições originando a redundância, o uso de contrações típicas da fala oral e de interjeições, os verbos flexionados na terceira pessoa do singular e geralmente no presente do indicativo para estabelecer maior proximidade entre o emissor e o ouvinte, compõem um texto que, no caso do *spot* publicitário, pretende ser persuasivo, dinâmico e de fácil entendimento. (SILVA, 1999, p. 63)

Além dessas características, temos propagandas que apresentam também verbos no modo imperativo com o objetivo de persuadir o ouvinte, como retrata Ricardo Francisco Franco (2016). Outras informações sobre a estrutura do anúncio publicitário (título, corpo do texto e *slogan*) também são pontuadas. Relevante ressaltar que no percurso investigativo da pesquisa bibliográfica relacionada ao gênero em estudo, tive dificuldade de localizar autores que abordassem a estrutura mencionada. Dessa forma, embasei-me em teorias da propaganda impressa, fazendo adaptações para a propaganda radiofônica.

Uma dessas teorias foi a de Sant’Anna (2002, p. 160), quando informa que o título, na estrutura do anúncio publicitário, tem a função de “fixar a atenção, despertar o interesse e induzir à leitura do texto”. Porém, como o estudo é voltado para o rádio, não há leitor e sim ouvinte. Mas, nem por isso, esse aspecto (título) deixa de existir. Em diálogo que tive com a funcionária do Departamento de Marketing da Centro América 101 FM, Priscila da Conceição Santos, no dia 31/08/2016, ela explicou que “o título também é utilizado no *spot*, com o intuito de identificá-lo, não se lê o mesmo na hora da gravação”. Priscila também frisou que, “caso o cliente que anuncia o produto ou serviço lançar outras campanhas, vai-se acrescentando as propagandas na pasta dele com os títulos condizentes ao tema”.

No que concerne ao corpo do texto, Sant’Anna (2002, p. 163) enfatiza para que “vá direto ao ponto. [...] Seja específico e conciso. [...] Diga a verdade, mas torne-a fascinante”, utilizando linguagem simples, porém, evitando subestimar o nível cultural das pessoas.

Em relação ao *slogan*, Dias (2004, p. 288) afirma que ele é composto de frase curta, “sintetizando o conceito da campanha”.

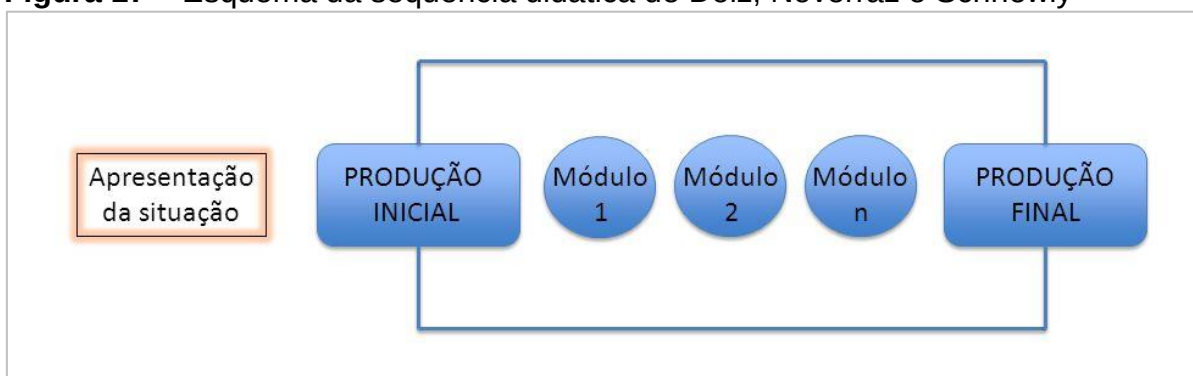
Diante do exposto, cumpre ressaltar que o gênero em estudo sofrerá uma transposição de contexto e finalidade, pois será apresentado em um ambiente escolar. Conforme Schneuwly e Dolz (2004, p. 69) “o gênero trabalhado na escola é sempre uma variação do gênero de referência, construída numa dinâmica de ensino-aprendizagem, para funcionar numa instituição cujo objetivo é precisamente este”. Além disso, complementam que, no caso, é um “gênero a aprender, embora permaneça gênero para comunicar”. Assim, como a abordagem deste gênero oral se deu por meio da sequência didática na pesquisa em questão, a SD será o próximo ponto a ser explicado.

3.2 Sequência Didática: metodologia de trabalho e constituição de dados

Abordo, nessa seção, o que os propositores da Sequência Didática (SD), Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004) ressaltam sobre essa metodologia, que já vem sendo desenvolvida em instituições de ensino há algumas décadas.

Tais autores conceituam a SD como “um conjunto de atividades escolares organizadas, de uma maneira sistemática, em torno de um gênero textual oral ou escrito” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 82). Eles relatam que a metodologia tem como objetivo auxiliar o educando a dominar, de maneira satisfatória, um gênero textual, dando-lhe a oportunidade de escrever ou falar em conformidade com o contexto de comunicação. E, além disso, afirmam que esse trabalho escolar deverá ser concretizado com gêneros que o educando não consegue estruturar ou, quando o faz, ainda deixa falhas nas produções em foco.

Como direcionamento dessa sequência didática, Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004) utilizam a estrutura de base representada pelo seguinte esquema (Figura 17, p. 100):

Figura 17 – Esquema da sequência didática de Dolz, Noverraz e Schneuwly

Fonte: Esquema da sequência didática retirado do Google Imagens™, baseado em Dolz, Noverraz, Schneuwly, 2004, p. 83¹⁴.

Conforme Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), a apresentação da situação propõe aos educandos, de forma sistemática, a atividade de expressão escrita ou oral que eles terão que concretizar para a realização de uma produção inicial. A partir dessa composição, o professor poderá avaliar o conhecimento já adquirido pelos discentes, assim como as dificuldades da turma, permitindo, assim, que o docente organize uma sequência de tarefas, que serão distribuídas em módulos, possibilitando, aos educandos, um estudo mais aprofundado em relação ao gênero em questão. Cabe ressaltar que não há um número limitado de módulos, o docente decide a quantidade necessária para a aprendizagem do gênero desenvolvido. Chegado o momento da produção final, os alunos podem aplicar os conhecimentos que adquiriram e, juntamente com o professor, verificar os avanços obtidos. A produção final também serve “para uma avaliação do tipo somativa, que incidirá sobre os aspectos trabalhados durante uma sequência” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 84).

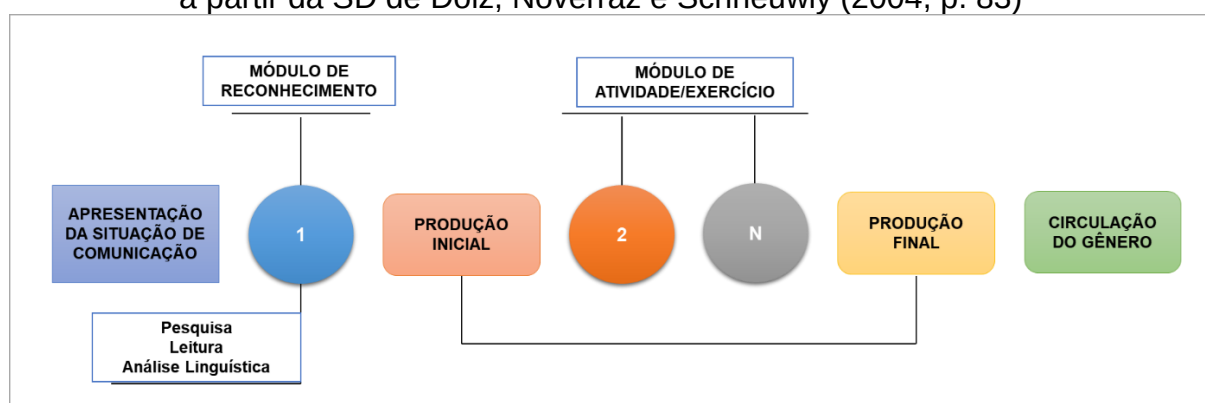
No desenrolar da aprendizagem dos gêneros textuais através da utilização da sequência didática, Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 103-107) alertam para o fato de que é necessária “a alternância entre atividades escritas e orais e, em particular, nas sequências orais, que são mais difíceis de conduzir, considerando-se o cansaço dos alunos e do professor”. Desse modo, os alunos poderão ter um desenvolvimento satisfatório tanto da expressão oral como da escrita, objetivo dessa prática de ensino.

¹⁴ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=imagem+do+esquema+da+sequ%C3%Aancia+did%C3%A1tica+de+dolz,+noverraz+e+schneuwly&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj1i9-XkuvaAhUFk5AKHUZVCZ4QsAQIJw&biw=1366&bih=637#imgsrc=XS2BpHVqWVHxuM>: Acesso em 24/04/2017.

Os autores também pontuam que as sequências não devem ser entendidas como se fossem “um manual a ser seguido passo a passo” (DOLZ, NOVERRAZ E SCHNEUWLY, 2004, p. 107). Sendo assim, é aconselhável que o docente desenvolva esse método de ensino com propostas condizentes ao nível de conhecimento de um ciclo/série para que, conseqüentemente, a aprendizagem seja mais significativa.

Conforme esclarecem Tânia Guedes Magalhães e Vera Lúcia Lopes Cristovão (2018, p. 36), a partir do primeiro esquema de sequência didática (modelo original proposto por Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), algumas versões foram surgindo, trazendo “novos sentidos e possibilidades de compreensão” do modelo referenciado. Como exemplo citamos Swiderski e Costa-Hübes (2009):

Figura 18 – Esquema de sequência didática adaptada por Swiderski e Costa-Hübes a partir da SD de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 83)



Fonte: Magalhães; Cristovão, 2018, p. 38.

Observa-se que nessa versão da SD, houve o acréscimo do “módulo de reconhecimento”, em que é proposto a pesquisa do gênero em destaque, assim como a leitura, vinda antes da produção inicial, e a análise linguística do mesmo, pois “se faz necessária certa reflexão com os alunos sobre os elementos linguísticos que sustentam as operações da ação de linguagem materializada no texto focado” (MAGALHÃES; CRISTOVÃO, 2018, p. 38). Além disso, as autoras adicionam, ainda, neste esquema, a “circulação do gênero”, justificando que isso é relevante porque o trabalho com o gênero na linha do Interacionismo Sociodiscursivo (ISD) “objetiva desenvolver capacidades de linguagem para que estudantes produzam discursos na sociedade” (MAGALHÃES; CRISTOVÃO, 2018, p. 38).

Vale frisar que, conforme esclareci anteriormente, nesta dissertação a opção foi pelo modelo estabelecido pelos genebrinos, sem desconsiderar a riqueza e a diversidade de outras propostas.

No próximo capítulo, evidencio o desenrolar da sequência didática desenvolvida nesta pesquisa, sob a perspectiva de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), uma metodologia que procura impulsionar e consolidar o conhecimento de um gênero textual.



ON AIR

*O rádio toca uma canção
Que me faz lembrar você
Eu, eu fico louco de emoção
E já não sei o que vou fazer
Estou a dois passos do paraíso
Não sei se vou voltar
Talvez eu fique, eu fique por lá
[...]*

*A Rádio Atividade leva até vocês
Mais um programa da série série
"Dedique uma canção a quem você ama".
Eu tenho aqui em minhas mãos uma carta,
Uma carta de uma ouvinte que nos escreve
E assina com o singelo pseudônimo de
"Mariposa Apaixonada de Guadalupe!"
Ela nos conta que no dia que seria
O dia mais feliz de sua vida
Arlando Orlando, seu noivo,
[...]*

*Fugiu, desapareceu, escafedeu-se.
Oh, Arlando Orlando,
Volte, onde quer que você se encontre.
(Mesquita; Barreto, 1983)*

4 ESTÁ NO AR... A SEQUÊNCIA DIDÁTICA EM DESENVOLVIMENTO

Neste capítulo apresento os dados coletados na pesquisa, durante as aulas de locução, através da sequência didática desenvolvida com os participantes do Projeto Rádio Recreio, com foco no gênero oral propaganda radiofônica do tipo *spot*. O processo realizado procura responder os objetivos da pesquisa, a saber: refletir sobre a didatização do gênero propaganda radiofônica *spot*; promover experiências teórico-práticas significativas para os alunos, não somente no contexto escolar, como também no profissional, norteadas pelo gênero *spot*; analisar, no percurso da sequência didática, as produções escritas (*spot*) dos alunos, destacando-se as diferenças entre as produções iniciais e finais; analisar, a partir de registro em áudio das produções orais dos participantes da Rádio Recreio, se a SD desenvolvida possibilitou a aprendizagem do gênero estudado; avaliar, em conjunto com os sujeitos participantes da pesquisa, o desenvolvimento da sequência didática do gênero propaganda radiofônica na aprendizagem dos alunos.

Os alunos que participaram da Rádio Recreio em 2016, discentes do 6º ao 9º ano, foram convidados por mim, coordenadora do Projeto nesse período, logo no início do ano letivo, quando passei de sala em sala, falando sobre esta atividade midiática, expondo os benefícios adquiridos no envolvimento com essa ação, como melhoria no desempenho da escrita e da oralidade, expressividade, dentre outras. Alguns se prontificaram a participar, sem ressalvas, e outros comentaram que tinham vergonha, que não seriam capazes de falar diante de outras pessoas ou que tinham uma voz “feia”. Perante tais afirmações, procurei esclarecer que seria uma oportunidade de aperfeiçoar essa questão tão importante que é a comunicação (escrita e oral).

Após este momento inicial, expliquei que teríamos aulas de locução, para aprenderem a estruturar e utilizar adequadamente os gêneros textuais radiofônicos, assim como iriam conhecer as técnicas usadas pelos profissionais do radialismo.

No primeiro encontro compareceram 43 (quarenta e três) discentes e, a partir desse dia, 24/03/2016, dei início ao estudo proposto, ao qual o grupo se dedicou com muito afinco. Todos eles chegaram a concretizar a produção inicial, porém, no decorrer da realização da sequência didática, houve redução do número de participantes, por motivos diversos, dentre eles, o fato de as aulas de locução ocorrerem no período oposto às aulas regulares; aulas de reforço coincidindo com o

horário das aulas de locução; dificuldade de comparecer à escola, pois os pais não puderam mais levá-los por motivo de trabalho. Dessa maneira, ao chegar à fase final da pesquisa, havia 22 (vinte e dois) estudantes. Dos 22, duas meninas trabalharam em dupla do começo ao término desse processo de aprendizagem, com isso, resultaram 21 (vinte e um) *spots*, ou seja, 21 produções finais.

Embora compreenda que todas as produções sejam relevantes e expressem, em diferentes medidas, o crescimento e desenvolvimento dos participantes, com a finalidade de tornar o texto da dissertação mais conciso, optei por selecionar as produções de seis estudantes colaboradores (Figura 19, p. 106) para fazer a análise. A escolha foi baseada na evolução da aprendizagem no decorrer da sequência didática, considerando aspectos como: organização estrutural do texto, organização das frases, separação das palavras no final de cada linha, pontuação, tempos verbais, emprego da letra maiúscula, dentre outros, que influenciam no desenvolvimento da escrita do estudante. Apoio-me aqui no que preconizam Joaquim Dolz, Roxane Gagnon e Fabrício Decândio (2010, p. 31), que “desenvolver o saber-escrever implica uma transformação dos conhecimentos e das capacidades de linguagem do aprendiz”, sendo tal transformação um dos objetivos a ser atingido com a sequência desenvolvida.

Figura 19 – Estudantes colaboradores desta pesquisa autores das propagandas radiofônicas do tipo *spot* selecionadas para análise

Gabriela B. – 6º ano B



Guilherme – 6º ano D



Isabel – 7º ano C



Maria Fernanda – 7º ano E



Gustavo – 9º ano A



Gabriel – 9º ano C



Fonte: Acervo da pesquisa (2016)

Relevante comentar que antes de desenvolver a SD com os alunos da Rádio Recreio, criei um Modelo Didático de Gênero (MDG) da propaganda radiofônica do tipo *spot*, para que fosse possível ter uma visão mais detalhada do gênero em estudo, no momento da produção e aplicação da sequência didática desenvolvida. Tal modelo foi esclarecido, após a explicação do que vem a ser o MDG e a análise de quatro *spots*.

4.1 Modelização do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*

O modelo didático de gênero (MDG) é uma proposta apresentada por Bronckart em 1997 (pautada no interacionismo sociodiscursivo), em Paris, França, em obra traduzida para o português brasileiro em 1999, com o título de “Atividade de Linguagem, Textos e Discursos: por um interacionismo sociodiscursivo”.

Nessa perspectiva, Schneuwly e Dolz propõem o trabalho com Sequência Didática (SD), e, para tanto, elabora o esquema já discutido no item Sequência Didática: metodologia de trabalho e constituição de dados (p. 100).

Quanto ao MDG, os dois últimos autores, pautando-se em Bronckart (1999), ressaltam que para criar o modelo didático é preciso considerar três princípios que interagem entre si: “o princípio de *legitimidade* (referências aos saberes teóricos ou elaborados por especialistas); o princípio de *pertinência* (referência às capacidades dos alunos, às finalidades e aos objetivos da escola aos processos de ensino-aprendizagem)”, assim como “o princípio de *solidarização* (tornar coerente os saberes em função dos objetivos visados)” (SCHNEUWLY; DOLZ, 2004, p. 70, grifos dos autores). Isto posto, procurei elaborar o modelo didático (Figura 20, p. 109), conforme tais princípios. Para Schneuwly e Dolz (2004) um modelo didático tem duas importantes características:

1. ele constitui uma síntese com objetivo prático, destinada a orientar as intervenções dos professores;
2. ele evidencia as dimensões ensináveis, com base nas quais diversas sequências didáticas podem ser concebidas. (SCHNEUWLY; DOLZ, 2004, p. 70).

A partir dessas características do MDG, observa-se que o trabalho com o gênero é melhor sistematizado. Dolz e Messias (2015, p. 185) acrescentam que os modelos didáticos dos gêneros possuem um papel fundamental, pois “eles são a base para a construção das sequências didáticas que devem ser constituídas por um conjunto de atividades que possibilitem o desenvolvimento das capacidades de

linguagem dos alunos”. Tais modelos perpassam pelas características do gênero, assim como pelos aspectos contextuais, linguísticos e discursivos.

Selecionado o gênero para estudo, a etapa seguinte é a estruturação do modelo didático e, posteriormente, a sequência. Parte de tal processo pode ser notado quando Dolz e Messias (2015) abordam o projeto de Rádio Escolar (RE):

[...] independentemente do modelo a ser seguido, partimos do pressuposto de que o trabalho com a produção midiática deva começar pela escolha dos gêneros e, em seguida, modelizá-los didaticamente, levando sempre em consideração, em primeiro lugar, a situação de comunicação em que se encontram os produtores e os destinatários/ouvintes. A escolha dos gêneros a serem trabalhados deve estar ligada às capacidades languageiras a serem desenvolvidas pelos aprendizes e, no caso da RE, ligada também ao formato de programas a serem elaborados pelos alunos e pela comunidade escolar. (DOLZ; MESSIAS, 2015, p. 181).

Nesta pesquisa, escolhi trabalhar o gênero oral propaganda radiofônica do tipo *spot*, gênero que pertence à esfera publicitária, pois os participantes deste trabalho, alunos do 6º ao 9º ano, faziam parte do projeto Rádio Recreio, ou seja, uma Rádio Escolar. Além disso, trata-se de um gênero presente nas práticas sociais dos estudantes e que apresenta aspectos linguístico-textuais, discursivos e semânticos a serem aprendidos. Importante citar que o *spot* é um dos gêneros sugeridos por esses autores, que pode ser desenvolvido na RE:

Propomos uma organização dos gêneros a serem trabalhados nos formatos/programas de rádios escolares, seguindo a atividade de referência (o radialismo) em acordo com as necessidades escolares, tendo sempre em vista o objetivo didático e pedagógico. [...] temos, como exemplo, os gêneros do radiojornalismo (nota, notícias, entrevistas, reportagens, debates, comentários, resenhas etc.), publicitários (propagandas, **spots**, vinhetas, radionovela etc.), [...]. (DOLZ; MESSIAS, 2015, p. 182, grifo meu).

Tendo definido o gênero, fundei a pesquisa em teóricos que abordam os gêneros textuais de maneira geral e também os que focam nos gêneros radiofônicos, mais especificamente, o *spot*. Ancorada nestes estudos, dediquei-me, então, a pensar num modelo didático capaz de atender os objetivos inicialmente estabelecidos.

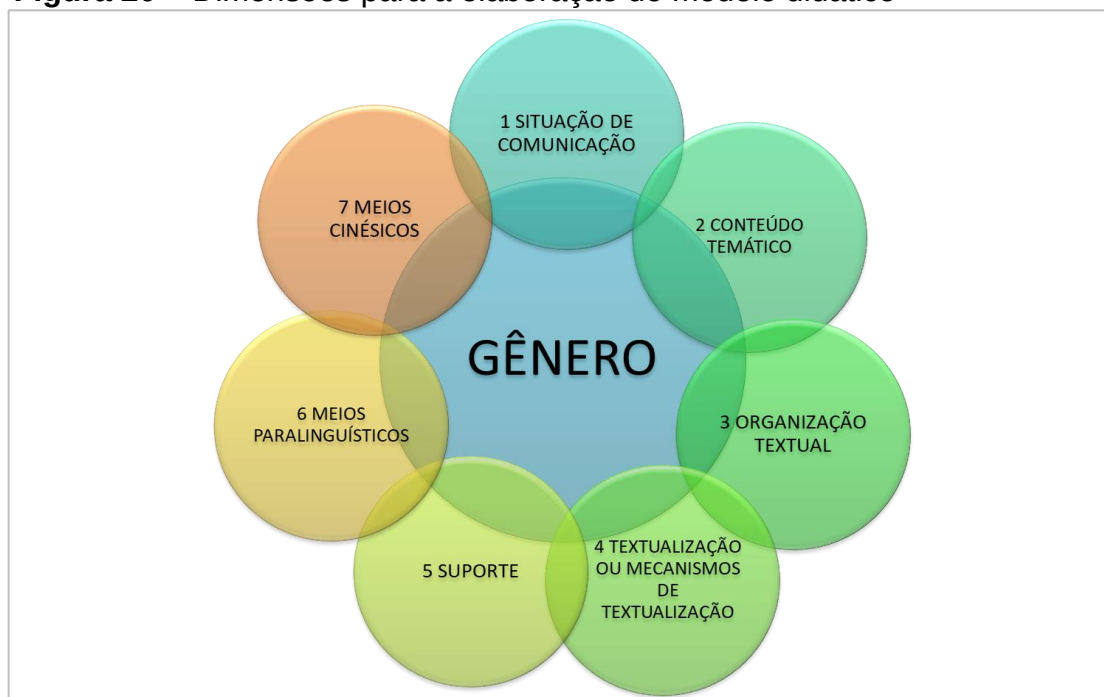
Dolz e Messias (2015) elucidam que o que direcionará o modelo didático são as particularidades apresentadas pelo gênero. Tal modelo deve ser elaborado após a análise de composições que são determinadas como sendo de um mesmo gênero.

Os autores informam que as dimensões gerais para a elaboração do modelo didático foram por eles reconhecidas em suas pesquisas no Grupo de Pesquisa sobre

o Francês Ensinado (GRAFE) e no grupo de pesquisa Análise de Linguagem, Trabalho Educacional e suas Relações (ALTER)/Pontifícia Universidade Católica (PUC) – Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos de Linguagem (LAEL).

São sete dimensões: 1) Situação de comunicação; 2) Conteúdo temático; 3) Organização textual; 4) Textualização ou mecanismos de textualização; 5) Suportes; 6) Meios paralinguísticos; e 7) Meios cinésicos, como ilustra a figura 20:

Figura 20 – Dimensões para a elaboração do modelo didático



Fonte: Adaptado de Dolz; Messias, 2015, p. 183.

Assim, antes de partir para a elaboração do MDG, baseando-me nas dimensões citadas, concretizo a análise de quatro *spots*, no tópico seguinte, conforme orientam Dolz e Messias (2015) no parágrafo precedente.

4.1.1 Análise de quatro composições pertencentes ao gênero textual *spot*

A fim de criar um modelo didático do gênero em foco capaz de contribuir quanto à produção e condução de uma sequência didática para trabalhar com o *spot* no contexto escolar, aplicado aos colaboradores desta pesquisa, apresento a análise de quatro¹⁵ *spots*, tomando como parâmetro as dimensões expostas na figura 20.

¹⁵ Vale lembrar que analisei dez *spots*, porém, a fim de tornar o texto da dissertação mais conciso, optei por apresentar nesta pesquisa apenas quatro. Ao procurar por essas peças radiofônicas no YouTube™, a escolha dos mesmos foi realizada de forma aleatória, sem preferência por data.

Gravados em vídeo, os anúncios em questão foram localizados no YouTube™, e, a fim de melhor observar as particularidades de cada um deles, fiz a transcrição do áudio. Os quatro anúncios possuem 30 segundos de duração, o que condiz com o que foi apontado por Reis (2008), ao definir o gênero textual *spot*. No quadro 5 estão elencados os anúncios e seus dados:

Quadro 5 – Spots analisados para elaboração do modelo didático

Texto	Spots	Elaboração	Data de publicação	Link e Transcrição
A	Mostra Casa – Novo Guia Online	Cleberson Lima e Fernanda Vegini	18/04/12	https://www.youtube.com/watch?v=KJRKvIK5_w Já imaginou um guia online para você que quer construir, comprar e decorar o seu imóvel? Para facilitar a sua vida esse guia já existe. Mostra Casa.com. Aqui você encontra as melhores empresas e os melhores profissionais do ramo! www.mostracasa.com.br. Mostra Casa, online é um clique de você!
B	Sorvete DuCreme	Almeida Marketing	11/04/12	https://www.youtube.com/watch?v=VbZQqHbAgmY O Sorvete DuCreme completa 15 anos e, em todo esse tempo, se pautou na qualidade e na insistência em satisfazer os desejos do seu consumidor. O Sorvete DuCreme já faz parte da nossa vida e, sem dúvida alguma, compartilha conosco dos momentos mais alegres do dia. O sorvete DuCreme é sabor, sofisticação e alta qualidade. O sorvete diferente e o melhor, acessível a todos. Sorvete DuCreme, o sorvete com o verdadeiro sabor do creme!
C	Colégio Opção	Gallaxia Comunicação	23/02/12	https://www.youtube.com/watch?v=je4ydBSyaKw Na vida o sucesso depende das nossas escolhas ou escolas, por isso é sempre importante optar pelo ideal, Colégio Opção! O Colégio Opção conta com professores com 15 anos de experiência e atuantes no mercado. Do Ensino Fundamental ao Ensino Médio Profissionalizante. Unidades em Niterói e Itaboraí. Matricule-se, 2625-5839, 2625-5839. Colégio Opção, a escolha decisiva para o seu futuro!
D	Cuidare Clínica de Estética	Nativa FM	18/02/13	https://www.youtube.com/watch?v=3a1buiD9HBF Locutor 1: Nossa! Que corpão, hein amiga! Locutora 2: Tá vendo? E nem precisei de esforço. É segredo, mas eu vou contar só para você. Dez sessões de carboxiterapia por três vezes de R\$117,00. Dez sessões de lipo, sem corte, por três vezes de R\$233,00. Locutor 3: Cuidare! Ligue 3021-7343 e comece a guerra contra a gordura. Cuidare, seu espaço de beleza, saúde e bem-estar! 30217343. Cuidare! Locutor 1: Vou ligar agora!

Fonte: criado pela pesquisadora (2016).

No que diz respeito à **situação de comunicação** ou contexto de produção, Dolz e Messias (2015, p. 184) afirmam que tal contexto “é a dimensão que se refere à situação em que se encontram as pessoas envolvidas na produção do texto”. Afirmam que ela se relaciona “ao enunciador/produtor/locutor do texto e o papel social que ocupa na produção, ao destinatário/ouvinte, o lugar de produção e o seu papel social (uma rádio, que tipo de rádio, qual programa, etc.)”.

Quanto à situação de comunicação condizente aos *spots* apontados no Quadro 5 (p. 110), observei que nem sempre havia informações suficientes a respeito. No caso do Texto A, havia o nome dos produtores – Cleberson Lima e Fernanda Vigni –, porém não ficou claro o local em que foi produzido; em relação aos Textos B e C, ficou explícito que foram criados nas agências de publicidade Almeida Marketing e Galaxxia Comunicação, respectivamente; no que se refere ao Texto D, foi citado o nome de uma rádio, Nativa FM, dando a entender que essa produção textual deve ter sido realizada no setor de marketing desta empresa.

Como ressaltei, há o enunciador, tendo o papel social de redator comercial ou roteirista e, a pessoa responsável pela gravação, o papel de locutor. Os receptores são os ouvintes das rádios que veiculam os *spots* nos intervalos comerciais das programações. Realizados por empresas da área, todos eles têm como objetivo persuadir o ouvinte/público-alvo (consumidor – cidadão comum) a adquirir o produto – Textos A e B – ou a utilizar os serviços prestados pela empresa anunciante – Textos C e D.

No tocante ao **conteúdo temático** (ou referente) de certo texto, Bronckart (2009, p. 97) declara que o mesmo “pode ser definido como o conjunto das informações que nele são explicitamente apresentadas”. Em relação a tal dimensão (tema), pude constatar, nos anúncios em tela, que cada qual possui o seu diferencial ligado ao interesse comercial. O Texto A possui como tema “Guia online”; o Texto B discorre sobre a qualidade do “Sorvete DuCreme”; já o Texto C destaca a importância de se estudar em uma escola ideal como o “Colégio Opção”; por fim, no Texto D o foco é a beleza conquistada na “Cuidare – Clínica de Estética”.

Quanto à **organização** desses textos, vale ressaltar que seus planos são realizados em sequências. Segundo Bronckart, os tipos de sequências são os “modos de planificação” do conteúdo temático ou ainda uma forma de organização sequencial desse conteúdo (BRONCKART, 2008b, p. 89 apud ZANI, 2013, p. 36). Dessa maneira, são o “produto de uma reestruturação de um conteúdo temático já organizado na

memória do agente-produtor na forma de macroestruturas” (BRONCKART, 2009, p. 233-234). Esse autor, baseado em Adam (1992), divide as sequências em: narrativa, descritiva, argumentativa, explicativa, injuntiva e dialogal (BRONCKART, 1999 apud ZANI, 2013, p. 36).

A sequência argumentativa é uma das que identifiquei no gênero em estudo, por isso a opção por maior detalhamento da mesma. Segundo Bronckart (2009), ainda fundamentado em Adam (1992), esta sequência apresenta quatro fases: as fases de premissa (ou dados), de apresentação de argumentos, de apresentação de contra-argumentos e de conclusão. Expõe que esse processo pode ser concretizado “de modo simplificado (por exemplo, passar diretamente da premissa à conclusão, ou dos argumentos à conclusão, deixando implícitas as outras fases do protótipo)”, assim como “pode também ser realizado de modo mais complexo: explicitação da tese anterior, entrelaçamento dos argumentos e dos contra-argumentos, desenvolvimentos múltiplos do suporte de uns e/ou de outros, etc.” (BRONCKART, 2009, p. 227).

Para esclarecer o que significa “[...] passar diretamente [...] dos argumentos à conclusão”, Bronckart (2009, p. 227) apresenta o seguinte exemplo, retirado de um texto publicitário:

Conforto e segurança máxima, motores potentes, design de ponta. São máquinas excepcionais que a Honda propõe a você. Com elas, você obterá uma qualidade de corte e de limpeza perfeita. Comprar um cortador de grama portátil Honda é para você a garantia de um jardim sempre perfeitamente cuidado, com toda tranquilidade e durante muitos anos. (J. Vaudaux actualités, janeiro 1997)

As estruturas dos *spots* aqui postos em análise seguem esse mesmo sistema, verificado no exemplo dado por Bronckart, utilizando a sequência argumentativa. Para exemplificar, destaco um deles, “Mostra Casa – Novo Guia Online”, composição que acompanha a linha de construção da propaganda antecedente – indo direto da argumentação para a conclusão:

Já imaginou um guia online para você que quer construir, comprar e decorar o seu imóvel? Para facilitar a sua vida esse guia já existe. Mostra Casa.com. Aqui você encontra as melhores empresas e os melhores profissionais do ramo! www.mostracasa.com.br. Mostra Casa, online é um clique de você!¹⁶

¹⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=KJRKvIK5_w Acesso em: 10/03/2016.

Dois deles têm, também, a presença da sequência injuntiva que, conforme afirma Bronckart (2009, p. 237, grifos do original) “visa a **fazer agir** o destinatário de um certo modo ou de uma determinada direção”, sendo constatada pela “presença de formas verbais no imperativo ou no infinitivo; ausência de estruturação espacial ou hierárquica, etc.”. Cito como exemplo trechos de dois dos *spots* analisados, a saber: “**Matricule-se**, 2625-5839...” (Texto C); “**Ligue** 3021-7343 e **comece** a guerra contra a gordura” (Texto D).

No Texto D ainda constatee outra sequência, a dialogal, sendo ela a que “apresenta a particularidade de concentrar-se nos segmentos de discursos interativos dialogados [...]; esses segmentos são estruturados em turnos de fala”, que, em certos casos, são “assumidos pelos agentes-produtores envolvidos em uma interação verbal”, em outros momentos “são atribuídos a personagens postos em cena no interior de um discurso” (BRONCKART, 2009, p. 231). A sequência dialogal é realizada em três fases: a de abertura, a transicional e a de encerramento. No caso do Texto D, o diálogo começa pela fase transicional:

- Locutora 1: Nossa! Que corpão, hein, amiga!

- Locutora 2: Tá vendo! E nem precisei de esforço. É segredo, mas eu vou contar só para você. Dez sessões de carboxiterapia por três vezes de R\$117,00. Dez sessões de lipo, sem corte, por três vezes de R\$233,00. [...].

A fase de encerramento aparece no fechamento do diálogo:

- Locutora 1: Vou ligar agora!

Depois de analisar essa parte das sequências nos textos em foco, notei a presença de mais de uma delas em um mesmo texto e, a respeito disso, Bronckart (2009, p. 219) esclarece que “essas diferentes sequências podem ser combinadas em um texto, em várias modalidades (encaixamento hierárquico, mesclas, etc.)”.

Ainda remetendo à organização textual, constatee que os *spots* apresentam um discurso interativo, que, conforme Bronckart (2009, p. 168-170, grifos no original), pode ser em forma de diálogo ou monólogo, escrito ou oral. Possui a “presença de numerosas frases não declarativas” (frases interrogativas, imperativas e exclamativas), assim como verbos no presente do indicativo, pretérito perfeito do indicativo e futuro perifrástico; “presença de anáforas pronominais, por oposição às anáforas nominais”; “presença de auxiliares de modo; ‘poder’, assim como de outros auxiliares com valor pragmático do tipo de ‘querer’, ‘dever’, ‘ser preciso’”.

A partir destas características, relativas ao discurso interativo, identifiquei, entre as propagandas, três textos monologados (Textos A, B e C) e um dialogado (Texto D), sendo eles classificados como um gênero oral, apesar de terem sido escritos, como já afirmado previamente. Foram localizadas frases não declarativas: a) frase interrogativa – “Já imaginou um guia online para você que quer construir, comprar ou decorar o seu imóvel?” (Texto A); b) frases imperativas – “Matricule-se, 2625-5839...” (Texto C); “Ligue 3021-7343 e comece a guerra contra a gordura.” (Texto D); c) frases exclamativas – “Para facilitar a sua vida esse guia já existe!” (Texto A), “Sorvete DuCreme, o verdadeiro sabor do creme!” (Texto B), “Colégio Opção, a escolha decisiva para o seu futuro!” (Texto C), “Nossa! Que corpão, hein amiga!” (Texto D). Do mesmo modo, encontrei verbos no presente do indicativo: “Aqui você **encontra** [...]” (Texto A); “[...] sem dúvida alguma, **compartilha** conosco [...]” (Texto B), “O Colégio Opção **conta** com professores [...]” (Texto C). E verbos no pretérito perfeito do indicativo: “[...] todo esse tempo se **pautou** na qualidade [...]” (Texto B), “Eu nem **precisei** de esforço” (Texto D).

Em relação à **textualização** ou **mecanismos de textualização**, Bronckart (2009, p. 122) afirma que eles “consistem em criar séries isotópicas¹⁷ que contribuem para o estabelecimento da coerência temática”. Ressalta que há “três mecanismos de textualização: conexão, coesão nominal e coesão verbal”. Os mecanismos de conexão “contribuem para marcar as grandes articulações da progressão temática e são realizados por um subconjunto de unidades a que chamamos de organizadores textuais” (BRONCKART, 2009, p. 263), sendo eles “conjunções, advérbios ou locuções adverbiais, grupos preposicionais, grupos nominais e segmentos de frase”.

Nos textos observados identifiquei alguns organizadores textuais: “**Aqui** você encontra as melhores empresas **e** os melhores profissionais do ramo. [...]” e “Mostra Casa, **porque** online é um clique de você” (Texto A); “[...] **e** em todo esse tempo se pautou na qualidade **e** na insistência [...]” (Texto B); “Na vida, o sucesso depende das nossas escolhas **ou** escolas, **por isso** [...]” e “[...] com 15 anos de experiência **e** atuantes no mercado” (Texto C); “[...] **mas** eu vou contar só para você [...]”, “Ligue 30217343 **e** comece [...]” e “Vou ligar **agora!**” (Texto D).

Ficou evidente, nesse gênero, a repetição do conector “e” (conjunção aditiva) fazendo a ligação das frases, assim como o emprego de outras conjunções. Também

¹⁷ Segundo Bronckart (2009, p.259), séries isotópicas têm o mesmo significado de “cadeias de unidades linguísticas”.

pude observar a presença de advérbios de tempo e lugar, que retomavam a expressão “guia online”.

Quanto aos mecanismos de coesão nominal, Bronckart (2009, p. 124) esclarece que estes “têm, de um lado, a função de introduzir os temas e/ou personagens novos e, de outro, a de assegurar sua retomada ou sua substituição no desenvolvimento do texto”. Complementa que “as unidades que realizam esses mecanismos são chamados de anáforas e podem ser pronomes pessoais, relativos, demonstrativos e possessivos, e sintagmas nominais (a partir de agora, SN)”.

No tocante à coesão nominal, foram detectadas, nos *spots*, anáforas (nominais) por repetição, usadas com a função de dar ênfase à marca do produto ou nome da empresa, fazendo com que o ouvinte memorize o que está sendo divulgado. Trata-se de uma técnica da linguagem radiofônica: “Já imaginou um **guia** online [...]”, “[...] esse **guia** já existe [...]”, “**Mostra Casa.com** [...]”, “**Mostra Casa**, porque online [...]” (Texto A); “O **Sorvete DuCreme** completa 15 anos [...]”, “O **Sorvete DuCreme** já faz parte da nossa vida [...]” (Texto B); “[...] é sempre importante optar pelo ideal, **Colégio Opção!** [...]”, “**Colégio Opção**, a escolha decisiva para o seu futuro” (Texto C); “**Cuidare!** Ligue 3021-7343 [...]”, “**Cuidare**, seu espaço de beleza [...]” (Texto D).

Sobre esse processo, Irandé Antunes (2005, p. 71) enfatiza que “a repetição constituiu um recurso reiterativo” [...] e que “uma das diferenças entre um texto e um amontoado de frases soltas está exatamente no fato de o texto apresentar esse caráter reiterativo ou essas voltas a segmentos que já apareceram”.

No que se refere aos mecanismos de coesão verbal, de acordo com Bronckart (2009, p. 126-127), eles “asseguram a organização temporal e/ou hierárquica dos processos (estados, acontecimentos ou ações) verbalizados no texto e são essencialmente realizados pelos tempos verbais”. De acordo com Bulea (2010 apud ZANI, 2013, p. 38), atualmente os mecanismos de coesão verbal são tratados juntamente aos referidos tipos de discurso.

Ainda em relação à textualidade, Marcuschi (2008), como já foi citado anteriormente, expõe que o protótipo das sequências didáticas obedece às regras da linguística textual, assim podendo ser enfatizadas as dificuldades da textualidade, juntamente com as do gênero textual. Algumas dessas regras referem-se às questões gramaticais e ortográficas.

Os mecanismos enunciativos, como aponta Bronckart (2009, p. 130), “contribuem para o esclarecimento dos posicionamentos enunciativos (quais são as

instâncias que assumem o que é enunciado no texto? Quais são as vozes que aí se expressam)” e ainda “traduzem as diversas avaliações (julgamentos, opiniões, sentimentos) sobre alguns aspectos do conteúdo temático. Visando mais diretamente a orientar a interpretação do texto por seus destinatários”.

Para este autor, as vozes que podem se manifestar em um texto são: a voz do autor empírico, as vozes sociais e as vozes dos personagens. No caso dos *spots* avaliados, a voz que aparece em cada um dos anúncios é a do autor empírico. Além das vozes, nos mecanismos enunciativos também estão presentes as modalizações, distribuídas em quatro subconjuntos: as modalizações lógicas, as modalizações deônticas, as modalizações apreciativas e as modalizações pragmáticas.

Nos *spots* que analisei, as modalizações que marcam esse gênero são as apreciativas. Conforme Bronckart (2009, p. 132), elas “traduzem um julgamento mais subjetivo, apresentando os fatos como bons, maus, estranhos, na visão da instância que avalia”. Considerando que o gênero em estudo tem como objetivo convencer o consumidor a adquirir o produto ou fazer uso do serviço prestado por uma empresa, como já mencionado, esse tipo de julgamento é imprescindível, apresentando as qualidades do produto ou do serviço sob o olhar do enunciador. De acordo com Sant’Anna (2002, p. 161), “anunciar consiste em tornar interessante, apetecível um produto: criar, na maioria dos casos, um valor subjetivo, um valor psicológico que lhe exceda o valor intrínseco ou real”.

Em relação ao **suporte**, vale ressaltar que os *spots* analisados foram veiculados através do rádio, suporte este citado por Marcuschi (2008, p. 180) como sendo um aparelho que “foi desenhado para esse fim”. Porém, alerta ele, “o rádio é um caso problemático porque pode ser considerado um suporte num sentido restrito como um lugar de fixação, mas é um serviço ou meio quando tomado como uma emissora”.

Ainda quanto ao suporte, Dominique Maingueneau (2013, p. 81, grifos no original) relata que ele “não é acessório”, que é preciso “reservar um lugar importante ao modo de *manifestação material* dos discursos, ao seu *suporte*, bem como ao seu *modo de difusão*: enunciados orais, no papel, radiofônicos, na tela do computador etc.” Discorre que o mídiun, como o nomeia, é relevante, no entanto, não recebia o seu devido valor, pois costumávamos “considerar o texto como uma sequência de frases dotadas de sentido”.

Esse autor também enfatiza que “o mídiuim não é um simples ‘meio’, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante de mídiuim modifica o *conjunto de um gênero de discurso* (MAINGUENEAU, 2013, p. 81-82, grifos no original). Quanto a isso, ainda insiste que:

Muitas mutações sociais se manifestam através de um simples deslocamento ‘midiológico’ (= relativo ao mídiuim): quando casais em dificuldade discutem em um ‘*talk-show*’ na televisão, ao invés de se expressarem no consultório de um psicólogo, não se trata apenas de uma simples troca de lugares e de canal; toda uma transformação da sociedade aí se encontra” (MAINGUENEAU, 2013, p. 82, grifos no original)

Dessa maneira, fica claro que ao ocorrer essa diversificação de mídiuim, as trocas das condições materiais dessa conversa modificaram o conteúdo, a forma de se comunicar, a própria característica do enunciado.

É importante atentar às particularidades da linguagem radiofônica, como a articulação das palavras, a voz, as pausas, as entonações e a respiração, que se constituem nos **meios paralinguísticos**, meios estes empregados em todos os *spots* analisados no momento em que foram gravados. Relevante também ressaltar que, ao irem para a edição (*spots*), foram utilizados, neles, os **meios sonoros** (que acrescentei no Quadro 3, p. 85), elementos constituintes da tal peça radiofônica: a trilha musical, os efeitos sonoros, o silêncio, tratamento técnico dos elementos sonoros. Outros meios não-linguísticos da comunicação oral são os **meios cinésicos**, ou seja, as atitudes corporais, os movimentos, os gestos do momento de produção, olhares, mímicas, posição do locutor etc. No caso do *spot*, observa-se o uso destes últimos aspectos quando o locutor entra na cabine de locução para realizar a gravação do anúncio publicitário.

Concluída essa análise, dei início à elaboração do modelo didático do gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*, como pode ser observado na próxima seção.

4.1.2 O modelo didático – pontos a serem explorados em uma sequência didática

Com base nas dimensões abordadas na Figura 20 (p. 109), nas teorias citadas sobre a sequência didática, sobre o gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*, assim como na análise realizada com os quatro *spots* selecionados para este fim, e tendo como norte o modelo didático elaborado por Messias (2014), introduzi o processo de

criação de um modelo didático, com o intuito de que as particularidades relacionadas ao gênero em estudo, pudessem ser ensinadas aos alunos colaboradores da pesquisa, discentes participantes da Rádio Recreio, através da sequência didática. A intenção era que eles tomassem conhecimento da estrutura de um *spot*, ou seja, que se tornassem capazes de reconhecer os elementos constitutivos para a produção desse gênero, que tem como suporte o rádio. Para tanto, dei início a esse modelo ressaltando a situação de comunicação, uma das dimensões do MDG.

Na situação de comunicação ou contexto de produção do gênero oral em estudo, como já foi dito, o enunciador é um profissional, reconhecido no meio social como redator comercial ou roteirista e o que realiza a gravação tem o papel de locutor. Nesse discurso, eles buscam anunciar algo sobre algum produto ou serviço prestado por uma empresa, com o objetivo de persuadir o público-alvo (o cidadão consumidor), ouvinte de determinada rádio, a adquirir a mercadoria ou mão de obra, visando, dessa forma, o lado comercial. Em se tratando do projeto Rádio Recreio, os colaboradores deste trabalho devem ter contato com os *spots* de referência, conhecer a função social dos produtores de determinados textos, assim como de quem os grava e, posteriormente, o papel social que possuem dentro desse projeto, assim como o da Rádio Recreio.

Nesse sentido, portanto, além de tais alunos precisarem saber sobre o papel do enunciador do gênero de referência e a função social de quem grava, é necessário que compreendam quem são os destinatários das propagandas: os ouvintes – consumidores –, da rádio (profissional), e, como enunciadores dos *spots*, fiquem cientes quem faz parte de seu público-alvo (os alunos, a comunidade escolar, os pais etc.). Cabe ressaltar, ainda, a importância de ficarem atentos aos conteúdos temáticos dos anúncios apresentados, e pensarem naqueles que irão desenvolver.

Finalizada essa etapa, a atenção se volta para a organização textual desse gênero oral, pertencente ao meio radiofônico, concentrando-se em alguns aspectos relevantes, tais como: locução com interpretação, articulação das palavras, entonação, respiração, dentre outros. Como visto anteriormente, o *spot* pode ser produzido com diversas sequências. Dessa forma, é importante mostrar aos estudantes as sequências que podem aparecer no gênero em estudo – argumentativa, injuntiva e dialogal. Além disso, ressaltar as especificidades do discurso interativo presente no *spot*, como os tempos verbais (presente do indicativo, pretérito perfeito do indicativo), a presença, em grande número, de frases não declarativas

(imperativas, interrogativas, exclamativas), as pessoas verbais, anáforas pronominais. Frisar também, aos discentes, os pontos utilizados na rádio para se realizar uma boa locução (ser convincente, evitar uma leitura linear etc.), aspectos esses evidenciados em algumas das literaturas abordadas neste estudo.

Igualmente fundamental é deixar claro o título do texto, bem como não esquecer de incluir as qualidades do produto ou empresa, falar do seu diferencial, formas de pagamento, o *slogan*, tendo sempre em mente o tempo de duração (cerca de 30 segundos), como foi informado anteriormente. Todavia, como o gênero é desenvolvido em uma rádio escolar, visando o ensino-aprendizagem, conforme expõem Schneuwly e Dolz (2004), não havendo, por conseguinte, preocupação com o poder econômico, os alunos poderão criar o seu *spot*, anunciando um produto ou serviço fictício, compatível com a faixa etária dos ouvintes – discentes do Ensino Fundamental II, do 6º ao 9º anos.

Retomando o que afirma Bronckart (2009), são três os mecanismos de textualização: conexão, coesão nominal e verbal. Os mecanismos de conexão contam com organizadores textuais como conjunções (porque, por isso, mas), advérbios (agora, aqui), entre outros. Os mecanismos de coesão nominal realizam-se pela constante presença da anáfora de repetição, um aspecto da linguagem radiofônica. Nos mecanismos de coesão verbal, há a incidência de verbos no modo indicativo: presente e pretérito perfeito; modo imperativo, no infinitivo. Ademais, é relevante enfatizar a parte gramatical e ortográfica destacada por Marcuschi (2008). Determinados detalhes precisam ser mostrados para os alunos, para que se apropriem desses aspectos em suas produções textuais.

Quanto aos mecanismos de enunciação, é preciso enfatizar sobre as vozes e as modalizações para que os educandos compreendam a voz ou as vozes presentes nesse gênero de referência, tornando-se capazes de reconhecê-las quando aparecem nos anúncios realizados por eles em um ambiente escolar. Em relação à modalização, o gênero em questão pontua a modalização apreciativa, então, é necessário o ensino desta, mostrando o lado do julgamento subjetivo do enunciador, argumentando conforme o ponto de vista dele.

Para melhor compreensão do que foi exposto, apresentei, logo abaixo, o Quadro 6 (p. 120) que diagramatiza esse modelo didático.

Quadro 6 – Modelo didático para o gênero propaganda radiofônica *spot* (didatização)

Projeto Rádio Recreio Escola Estadual Santo Antônio		
Docente:	Disciplina:	Ano:
Turmas:	Período:	Início: Término:
Grande área: Educomunicação		
Atividade de referência: radialismo; modelização didática para o gênero oral propaganda radiofônica do tipo <i>spot</i> .		
Princípios: legitimidade; pertinência; solidarização.		
Transposição didática		
Objetos de saber: interacionismo sociodiscursivo, enunciativa, gêneros textuais... ▪ Propaganda radiofônica, <i>spot</i> (produção profissional). ▪ Referências: Rádio Centro América 101 FM, YouTube™.	Objetos a ensinar: conceitos sobre o interacionismo sociodiscursivo, radialismo, <i>spot</i> , estruturação da Rádio Recreio (contexto escolar). ▪ Produção de propagandas/<i>spot</i> para a Rádio Recreio. ▪ Visita à Rádio Centro América FM 101.	
Objetivo geral: refletir sobre os elementos estruturais (dimensões) concernentes à didatização do gênero oral radiofônico propaganda do tipo <i>spot</i>).		
Situação de comunicação: enunciação – redatores, roteiristas, sonoplastas, músicos, operadores de som, empresas anunciantes etc.; recepção – público alvo, consumidores etc.		
Conteúdo temático: características do produto anunciado, interesse comercial, inserção social etc.		
Organização textual: oral – locução, interpretação, articulação verbal, entonação, respiração etc.; escrita – análise de sequências tipológicas, relações da oralidade com a escrita.		
Textualização: aspectos relativos à conexão, coesão nominal e verbal – conectivos, grupos nominais, verbais etc.		
Suporte: características da rádio, conceito de mídiun.		
Meios paralinguísticos: entonação, ritmo, pausas, respiração, textura e altura da(s) voz(es), linguagem musical, sonoplastia etc.		
Meios cinésicos: as atitudes corporais, os movimentos, os gestos do momento de produção, olhares, mímicas, posição do locutor etc.		

Fonte: elaborado pela autora a partir de sugestões do Prof. Dr. Marlon Dantas Trevisan (banca examinadora interna).

Encerrando, então, o modelo didático elaborado, vale reiterar que esse processo possibilita o entendimento do gênero textual, além de servir de base para a

preparação da sequência didática. Sendo assim, a partir desse modelo que construí, busquei produzir uma SD que contribuísse significativamente para a aprendizagem desse gênero, procurando sempre observar, no momento da sua aplicação, todas aquelas dificuldades demonstradas pelos alunos, para, se necessário, realizar adaptações à metodologia, levando em consideração o nível escolar abrangido e, ao mesmo tempo, utilizando uma linguagem (nomenclatura) compatível à realidade dos discentes. Tais considerações contemplaram o objetivo específico: “refletir sobre a didatização do gênero propaganda radiofônica *spot*”.

Finda essa etapa, comecei a desenvolver a sequência didática com os alunos da Rádio Recreio, colaboradores da pesquisa, sendo tal fase reportada nos próximos itens.

4.1.3 Em ação, a concretização das aulas de locução

Tendo em vista que a opção metodológica foi pela pesquisa-ação e a sequência didática (SD), com base no interacionismo sociodiscursivo, adoto, como estrutura deste tópico, o esquema da SD de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004), desenvolvida no momento das aulas de locução, como já foi proferido. Essa prática, de acordo com Marcuschi (2008, p. 214), tem como objetivo “proporcionar ao aluno um procedimento de realizar todas as tarefas e etapas para a produção de um gênero”, resultando, assim, num ensino mais aprofundado.

As citadas aulas de locução aconteceram no período de 24/03/2016 a 15/12/2016, totalizando 31 horas. Durante esse processo, além dos alunos colaboradores, participaram as seguintes pessoas:

- Cleuma Pimenta dos Santos, locutora de uma das emissoras de rádio FM de Rondonópolis - MT;
- a mestrande Poliana Rodrigues Florentino, como colaboradora;
- Cairo, aluno do 8º ano D - colaborador;
- Priscila da Conceição Santos, assistente de marketing da emissora de rádio Centro América Hits FM 101;

- Sílvia Letícia Dias Silva e Leonardo Brandão Rocha, locutores da última empresa de comunicação citada¹⁸.

Precedendo o desenvolvimento da sequência, houve um preparatório com a finalidade de envolver os alunos e motivá-los para trabalhar com o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*, objetivando, com isso, criar uma ambiência de locução, oportunizando que compreendessem o processo. Para tanto, eu e a locutora Cleuma Pimenta dos Santos (conhecida como Pimenta e Cléo), colaboradora voluntária, nos dias 24 e 31/03/2016, desenvolvemos algumas ações, como: apresentação dos alunos e das mediadoras das atividades, leitura de trava-línguas, visualização de um vídeo sobre como melhorar a dicção e o momento de soltar a voz cantando. Esse preparatório totalizou três horas de duração.

Organizei os participantes sentados, em semicírculo, permitindo a todos uma visão geral dos demais. Primeiramente, houve a apresentação de todos os presentes. A locutora abriu a conversa (Figura 21) dizendo seu nome e o seu ofício. Também eu me apresentei e, na sequência, os discentes falaram sobre si.

Figura 21 – Pimenta falando com os alunos da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

¹⁸ A utilização dos nomes aqui citados foi autorizada pelos participantes e/ou representantes, por meio da assinatura de um termo de autorização.

No decorrer das apresentações, alguns se mostravam tímidos, outros, expansivos, e, dentre eles, três alunos que já participavam da Rádio Recreio foram à frente, fazendo uso do microfone, para socializar alguns benefícios que este projeto tinha proporcionado na vida deles:

Meu nome é Isabel, comecei a fazer rádio porque me chamaram. Eu morria de vergonha [...], mas estou aprendendo devagar [...]. Tinha medo de falar no microfone, tinha medo de palco, tinha medo de falar para muitas pessoas. [...] não passo mais vergonha, pra mim é um trabalho, eu amo fazer isso. (ISABEL – 7º ano C, Apresentação, 24/03/2016).

Bom, a Rádio me ajudou muito em vários aspectos, inclusive para me socializar com as pessoas [...]. Subir ao palco era uma coisa impossível, mas hoje em dia eu consigo fazer isso na maior moleza, por causa da Rádio. Assim, se você quer participar, se você dedica, você consegue. (TARCÍSIO – 9º ano, Apresentação, 24/03/2016).

Um fato importante em relação ao Tarcísio (figura 22, p. 124) é que, conforme pode ser observado em seu relato, houve a superação da timidez e melhoria na capacidade de se expressar oralmente. Quando ele começou a participar da Rádio Recreio, em 2015, em uma de suas primeiras aulas de locução, no momento em que precisou fazer a leitura de um texto ao microfone, dando as entonações necessárias, ele declarou que só o faria se todos (eu, a Pimenta e os alunos participantes do projeto) se retirassem da sala, e assim foi feito. Porém, a locutora deixou a porta entreaberta, para que pudesse escutá-lo. Concluída a leitura, retornamos. Pimenta comentou que a leitura dele havia sido boa e que ele iria se aperfeiçoando, depois de várias repetições da ação. Com o decorrer do tempo, Tarcísio perdeu a timidez e, utilizar o microfone perante as pessoas, assim como subir no palco para fazer alguma apresentação, já não é mais um problema.

Figura 22 – Depoimento de Tarcísio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Um ex-aluno, que já havia participado da Rádio Recreio, estudando na E.E. Santo Antônio até o 9º ano, fez o seguinte relato:

Meu nome é João Vitor e comecei na Rádio o ano passado, hoje não estudo mais aqui. Antes eu tinha muita vergonha [...], só que fazendo a Rádio, me ajudou a perder a vergonha, a conversar mais com as pessoas e, hoje, isso me ajuda apresentar trabalhos na escola [...], até mesmo fazer novas amizades, entre outras coisas. (JOÃO VITOR, Apresentação, 24/03/2016).

A partir destas falas, ficou nítido o receio que os estudantes possuíam ao serem convidados a participar do projeto, diante da ideia de falar ao microfone, interagir com o público da escola, dentro do estúdio e fora dele, ou seja, no palco, que fica no pátio coberto da instituição, porque as programações da Rádio Recreio aconteciam nestes dois ambientes.

Dessa forma, o que Isabel, Tarcísio e João Vitor disseram aos alunos calouros da ação em foco, tornou-se compreensível, uma partilha dos mesmos medos inicialmente enfrentados. Ouvir tais experiências contribuiu para diminuir a insegurança destes colegas que, ao ingressar no Projeto, carregavam consigo bastante apreensão.

Assim, não só os relatos, mas toda a dinâmica característica do projeto Rádio Recreio, impulsionaram a participação dos referidos alunos no Projeto e, por consequência, na realização da sequência didática. Cabe ressaltar que, uma vez superados os medos, alguns discentes até cogitaram a possibilidade de serem radialistas no futuro.

Depois das apresentações, eu e Pimenta realizamos com os estudantes a leitura de trava-línguas¹⁹ (Anexo 7, p. 319), que, segundo Cyro César (2009, p. 94), ajudam no “desenvolvimento de articulação, pronúncia e dicção”. Com essa finalidade, foi distribuída uma fotocópia com vários textos deste gênero, para que cada educando pudesse concretizar o exercício. Também foi apresentado um vídeo com recurso de projetor multimídia. Retirado do YouTube™ e intitulado “Como melhorar a dicção”²⁰, trazia Luana Nasck²¹ ensinando alguns exercícios, como girar a língua por toda a boca e movê-la para um lado e para o outro; vibrar os lábios; falar com uma caneta nos lábios, na posição horizontal, para ajudar a se expressar de forma mais clara.

A composição a seguir (figura 23, p. 126) ilustra o momento em que os alunos estavam realizando tais exercícios.

¹⁹ Os trava-línguas utilizados nesta atividade foram cedidos pela professora de Arte da Escola Estadual Santo Antônio, Valéria Maria de Sant’Anna Samorano Medina, que também trabalha aulas de teatro e flauta doce com os discentes da instituição mencionada.

²⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=y_cvrMiOngU. Acesso em 20/03/2016.

²¹ Atriz e modelo responsável pelo canal e pelo blog que levam seu nome, destinado a quem quer seguir a carreira de ator, dando dicas, entre outras coisas, sobre dicção e atuação.

Figura 23 – Alunos da Rádio Recreio exercitando a dicção



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

No final da aula, como forma de melhorar ainda mais a articulação dos alunos, ficou como tarefa para casa a leitura em voz alta dos seguintes trava-línguas: “Sou um original que não desoriginalizará, nem mesmo quando todos os originais estiverem desoriginalizados”; “Um prato de trigo para um tigre/Dois pratos de trigo para dois tigres/Três pratos de trigo para três tigres/Quatro pratos de trigo para quatro tigres”.

No dia 31/03/2016, iniciamos a aula de locução com o desenvolvimento da atividade acima mencionada. Desta vez, eles teriam que ler em voz alta os trava-línguas selecionados utilizando o microfone, posicionado no centro da sala. Cada um deles deveria dirigir-se ao microfone, sem ser apontado, isso para que fossem adquirindo confiança em si mesmos e autonomia. Poderiam repetir a leitura várias vezes, até conseguirem um desempenho satisfatório, sendo acompanhados por mim e Pimenta.

A locutora, no desenrolar da atividade, foi cobrando postura e controle da respiração, assim como a pronúncia correta das palavras. Para finalizar a aula,

ouvimos e cantamos a música de Vavá Rodrigues, “A alegria está no coração”, na voz de Thalles Roberto, com direito a coreografia. Com essa performance, os discentes puderam exercitar alguns meios linguísticos (palavras) e não-linguísticos (atitudes corporais, movimento, gestos, troca de olhares, dentre outros) da comunicação oral, sendo estes mencionados no Quadro 3 (p. 86). Convém destacar que, nessa aula, os adolescentes já estavam mais desinibidos e entrosados, o que facilitou o desenvolvimento das atividades das aulas posteriores.

Importante também ressaltar que, embora não fossem centrais na maior parte das ações que constituíram a SD, a prática de exercícios como os trava-línguas e a leitura para treinar técnicas de locução, representaram uma constante nos encontros, pois os alunos gostavam de participar desses momentos de descontração.

Concluída esta fase, passo à apresentação da situação, primeira etapa da SD, seguida, posteriormente, pelas demais partes dessa prática metodológica – módulos e produção final.

4.1.4 Apresentação da Situação – apropriação do gênero em foco

Conforme foi visto no capítulo teórico, no trabalho com a SD e reiterado por Marcos Baltar (2012, p. 90), a apresentação da situação é a etapa em que o docente mediador põe em pauta o gênero a ser estudado, estimulando “o conhecimento prévio dos estudantes” e observando o grau inicial de conhecimento do gênero.

Nesse sentido, para trabalhar com o gênero propaganda radiofônica do tipo *spot*, no dia 07/04/2016, eu e Pimenta realizamos algumas atividades inerentes a tal gênero, com 43 estudantes, tendo como finalidade por em prática o que foi preconizado por Baltar (2012). Vale ressaltar que o gênero em foco pertence à esfera publicitária e, quanto a isto, Bakhtin (2011, p. 297, grifo no original) frisa que “o enunciado ocupa uma posição *definida*, em uma dada esfera da comunicação, em uma dada questão, em um dado assunto, etc”, como é o caso do *spot*.

Com isso em mente, antes de começar a desenvolver as ações, foi realizada a leitura coletiva, em voz alta, de um trava-língua, repetida oito vezes: “O rato, a ratazana e o ratinho roeram as rútilas roupas e rasgaram as ricas rendas da rainha [...]” (CÉSAR, 2009, p. 95). Tal atividade foi concretizada com objetivo de alcançar os benefícios anteriormente citados por este autor (melhora da articulação, da pronúncia e da dicção), benefícios necessários que ajudariam na pronúncia das palavras de um

próximo exercício (leitura da propaganda). A turma adorou a dinâmica. Houve uma aluna que disse: “Vai mais devagar na leitura, não estou conseguindo ler direito dessa forma²²”, ao que outro respondeu: “Devagar não é divertido” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Ao terminarem o exercício perguntei o que tinham observado ao lerem esse texto. Dois participantes da pesquisa responderam: “Percebi que, se não prestar bem atenção nas palavras, a gente não consegue ler direito e perde o ritmo” e “A concentração ajuda muito nesse momento”. Concordei com eles.

Posteriormente, socializei com a turma que a partir daquela aula iríamos estudar o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*, por meio de uma prática de estudo denominada Sequência Didática, cuja estrutura compreende a apresentação da situação, produção inicial, alguns módulos, que teriam como função sanar as dificuldades apresentadas na produção inicial em relação à composição do gênero em foco e, para concluir, a produção final. Comentei, ainda, que veríamos tudo aquilo passo a passo, que não se preocupassem.

Depois disso, perguntei a eles se costumavam ouvir o rádio e com que frequência. As respostas foram variadas. Duas alunas e depois um aluno afirmaram que: “Só quando estou andando de carro”; “Não costumo escutar o rádio”; “Escuto o rádio pelo meu celular, coloco o fone de ouvido e fico curtindo” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Em seguida, indaguei se lembravam de ter ouvido a propaganda de algum comércio da cidade. Eles responderam afirmativamente, mencionando algumas propagandas recorrentes.

Após esse diálogo, mostrei um exemplo do gênero em estudo, uma propaganda da empresa Claro^{MR}, publicada na revista VEJA (12/11/2014, n.º 2399) (Figura 24, p. 129).

²² Esta fala foi extraída de uma gravação em áudio originada do diálogo com o grupo de participantes da pesquisa. Assim, nem sempre é possível determinar quem é o sujeito que se expressa. Portanto, sempre que não foi possível identificar o autor (aluno) do enunciado, registarei da seguinte forma: **participante – situação, data.**

Figura 24 – Propaganda da Claro^{MR}



NÃO DEIXE A VIDA PRA DEPOIS.

A vida não espera nem volta atrás. Por isso, não perca mais tempo, não. Viva o hoje. Mande uma mensagem para quem você ama, divirta-se com sua família, reúna os amigos, dê a sua opinião para todo mundo ouvir. Faça o que der vontade. Aproveite a internet 4G mais rápida, o telefone que conecta você ao mundo e a TV que tem tudo.

Faça valer a pena.

claro É você quem faz o agora.

CHARLIE CHAPLIN™ © Bubbles Incorporated S.A.
4G mais rápido do mundo. Fonte: relatório "State of LTE" organizado pela OpenSignal e divulgado em 20/02/2014 no site Exame.com

Fonte: Revista Veja (12/11/2014, nº 2399)

Durante a observação da gravura, procurei esclarecer aos colaboradores que, apesar de o texto estar impresso na revista, ele poderia igualmente ser veiculado no rádio, só que, no caso, como neste meio de comunicação não se utiliza a imagem para divulgar algo, somente a oralidade, focaríamos apenas no texto, indo ao encontro do apontado por César (2009, p. 129), isto é, que “o rádio faz uso de uma única linguagem, a sonora, daí o fato de trabalhar considerando-se um único sentido do ouvinte: a audição”.

Nesse caso, houve uma mudança de suporte do gênero (da revista para o rádio), suporte este que Marcuschi (2008, p. 174) define como “um *locus* físico ou

virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”. Assim, expliquei aos educandos que o portador do texto apresentado era a revista, para em seguida perguntar: “E agora, qual é o suporte dessa composição, após a troca do modo de transporte?”. Os estudantes responderam em coro: “O rádio” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016).

Ainda acrescentei que o referido gênero, quando produzido de forma escrita por profissionais do meio radiofônico, carrega a intenção de ser apresentado oralmente. Tal afirmativa foi embasada no que Travaglia et. al. (2013, p. 04) já haviam enfatizado anteriormente, quando esclarecem que o “gênero oral [...] foi produzido para ser realizado oralmente [...] independentemente de ter ou não uma versão escrita”.

A estratégia de utilizar textos que circulam em uma mídia para veiculá-los em outra, é possível, como argumenta Marciel Consani (2015):

[...] incluir *spots* radiofônicos em campanhas maiores que partem da televisão e invadem mídias impressas em periódicos e *outdoors*. Funciona assim: o comercial de TV abre a campanha com um áudio marcante, quase sempre musicado. Transporta-se então para o rádio a parte essencial dos diálogos, a trilha sonora, sonoplastia e a locução do anúncio, destacando o nome do produto. Mesmo sem as imagens, o ouvinte de rádio é induzido a se lembrar do comercial que viu na TV (às vezes só de passagem), e a presença do áudio reconstitui em sua mente a mensagem visual anterior, reforçando-a. (CONSANI, 2015, p. 99, grifos no original).

No caso deste trabalho, incluímos a sonoridade ao fazer o transporte do texto da revista para o rádio, pois, como é sabido, aquele suporte fundamenta-se somente na palavra impressa.

Para tanto, foi adotada a seguinte estratégia: a locutora fez a primeira leitura da propaganda, mostrando aos discentes as entonações necessárias, dando destaque em certas expressões, como o nome da empresa, assim como os benefícios que esta oferece ao ouvinte (corpo do texto) e o *slogan*. Desse modo, simulou a interpretação do *spot*, como se estivesse sendo transmitido pelo rádio.

Com isso, procuramos, ela e eu, facilitar a aprendizagem dos educandos no que se diz respeito a esse gênero, pois eles já poderiam fazer algumas inferências acerca das características do texto apresentado. E, como essa propaganda foi apenas uma apresentação do gênero em questão, nada impediria que no percurso da SD, houvesse um aprofundamento nos aspectos composicionais da propaganda

radiofônica do tipo *spot*, devido à criatividade que move as pessoas que a redigem, sem, contudo, esquecer as particularidades da mesma.

Cada um dos colaboradores recebeu uma cópia da propaganda, para ser colada no caderno e, posteriormente, lida.

A locutora leu o texto de duas formas, portanto. A primeira, de modo linear, e a segunda, da maneira explicitada anteriormente. No instante em que ela leu pela segunda vez, alguns alunos quiseram saber: “Por que você lê desse jeito?” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Pimenta então explicou uma das características da linguagem radiofônica, a impoção de voz, o uso desta em vários tons, tendo em vista que, como afirma Maria Elisa Porchat (1993, p. 88), “a dinâmica da leitura se faz pela alternância de frases rápidas e lentas, tom fraco e forte”.

Sendo assim, antes de os alunos começarem a ler, Pimenta cobrou deles a entonação, controle da respiração, leitura correta das palavras, atenção à pontuação, ênfase no nome da empresa e nos benefícios por ela oferecidos, sem esquecer de demonstrar entusiasmo, pois o que estariam lendo, precisava expressar alegria.

Nesse sentido, Porchat (1993, p. 98) expõe que “a comunicação no rádio conta apenas com a audição, é preciso transmitir uma linguagem, tanto quanto possível, agradável aos ouvidos”, e também, complementa ela, “contar apenas com a audição significa que o som deverá suprir a fala da imagem. Isto demanda uma linguagem mais do que clara, uma linguagem nítida, para que o ouvinte ‘veja’ através das palavras” (PORCHAT, 1993, p. 97, grifo no original).

Todos estes aspectos citados, imprescindíveis para o bom desempenho da locução e que os alunos precisam ter sempre em mente, foram mencionados anteriormente no MDG elaborado por mim, a partir de Dolz e Messias (2015, p. 184), quando salientam que há “outras dimensões, que dizem respeito à não apenas ao aspecto verbal da produção”, sendo, uma delas, “[...]. 2. Os meios paralinguísticos, ou seja, a entonação, a melodia, as pausas, respiração; [...]”.

Depois das intervenções feitas pela locutora, os estudantes deram início à ação de forma individual, utilizando a mesma propaganda da Claro^{MR} (Figuras 25, p. 132 e Figura 26, p. 134).

Logo no começo deste momento, um aluno se manifesta: “Será que eu vou conseguir fazer a leitura dessa forma? Não é fácil!” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Procurei incentivá-lo, respondendo: “Não é tão difícil quanto parece. É só questão de treino”. À medida que cada um ia lendo, utilizando o

microfone, fixado no pedestal, acoplado à caixa de som e localizado em lugar estratégico onde todos pudessem observar o colega que estava à frente, falávamos, Pimenta e eu, o que deveria ser melhorado no tocante aos aspectos acima elencados pela locutora. Neste ponto, lembro que a locutora ainda orientou que eles colocassem a folha em que estava impressa a propaganda, na altura dos olhos, porque, assim, não ficariam curvados, evitando que a voz saísse abafada, o que impediria a realização de uma leitura expressiva.

Figura 25 – Leitura da propaganda “Não deixe a vida pra depois” da empresa Claro^{MR}



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

No decorrer dessa atividade, após fazer a primeira leitura, uma discente questionou: “Posso ler novamente? Não consegui dar a entonação, estou nervosa”. Disse a ela que sim, aconselhando que lesse mais devagar, observando as pontuações. Ao fim desta segunda leitura, a adolescente quis saber do seu desempenho: “E agora, como fui?”. “Foi melhor que a primeira vez, pronunciou bem as palavras” – respondi. Atenta às leituras, Pimenta orientava os participantes, no intuito de que houvesse um melhor resultado. Houve alunos que leram bem, souberam interpretar o texto na primeira leitura e outros apresentaram dificuldades, mas demonstravam vontade em aprender. Dentre estes, um garoto fez um comentário relevante: “Nossa! Eu estava precisando de uma aula dessa! Acho que treinando mais vou conseguir ler melhor na sala de aula e em outros lugares” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016).

Conforme era desenvolvida essa ação, observei que a maioria dos alunos estava tensa, pois havia “tropeços”, como a leitura de alguma palavra de forma errada, a falta de entonação (leitura linear) e a não observação das pontuações. Isso já era esperado, pois eles estavam usando o microfone, instrumento muitas vezes inibidor, e, além disso, tinham que concretizar uma leitura mais técnica, voltada para o meio radiofônico.

Tentamos acalmá-los, dizendo que todos eram capazes e sempre pedindo para repetir a leitura quando necessário, até atingirem ou se aproximarem de uma leitura realizada por radialistas – com expressão, com a finalidade de chamar a atenção do ouvinte (consumidor), lembrando que, dessa maneira, os discentes teriam a oportunidade de vivenciar um momento de composição do gênero textual em questão em um ambiente escolar.

O fato de alguns alunos solicitarem a repetição do exercício revelou o interesse em melhorar cada vez mais o próprio desempenho em relação ao que estava sendo desenvolvido. Neste instante, de forma espontânea, fizeram uma fila e, um a um, foram lendo. Percebi, então, que estavam mais seguros, o que ficou claro quando um aluno comentou: “Dessa vez eu fui bem melhor” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Posso concluir que a melhoria resultou do fato de já terem feito uma primeira leitura, tendo a oportunidade de corrigir seus erros referentes às técnicas de locução, assim como observar os dos colegas. Demonstraram, assim, um crescimento na aprendizagem, a maioria cometendo menos erros, e alguns, nem isto.

Importante ressaltar que o uso do microfone e da caixa de som, ampliando o volume do que era expresso, possibilitou aos participantes ouvirem a própria voz, avaliarem a qualidade da leitura que realizaram, e retomarem-na, procurando melhorar a entonação e a dicção.

Figura 26 – Leitura da propaganda “Não deixe a vida pra depois” da empresa Claro^{MR} (Segunda oportunidade)



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Depois de todos terem lido, perguntei aos estudantes o que eles tinham achado do exercício realizado. Uma aluna disse: “De início, não fácil, mas como você e a Cléo disseram, é questão de treino”; “Gostei dessa atividade, acho até que vou querer ser locutor”, declarou outro. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Ressaltei para este estudante que, participando do projeto da Rádio Recreio, ele já estava iniciando a carreira nessa área, porém, num ambiente escolar que visa o ensino, diferente da rádio comercial, mas que se ele tinha gostado, poderia estudar para isso. Outros

comentaram que essa ação ajudaria no aperfeiçoamento da leitura. Alguns ficaram apenas observando os colegas falarem, não se manifestaram, talvez por vergonha.

Cabe esclarecer que eu e Pimenta desenvolvemos essa ação justamente porque esta faz parte do mundo da radiofonia, que exige uma boa interpretação daquele que se expressa por esse meio. Diante da proposta de SD os alunos precisavam adquirir este conhecimento em particular, o que se deu no desenrolar desta atividade, que lhes despertou o interesse em conhecerem mais sobre o gênero trabalhado. Paralelamente a essa etapa, também dei ênfase na composição desse texto, que é o nosso foco principal. Disse que, como eles podiam ver, o tema do *spot* era o consumo dos serviços da empresa Claro^{MR}, para viver melhor a vida.

Posteriormente, perguntei aos discentes que, se no instante em que estavam lendo o texto, observaram a sua extensão. Uma aluna falou: Eu verifiquei que ele é pequeno”. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Com essa resposta, expus que ser curto era uma das características do gênero em estudo. Segundo César (2009, p. 274), essa forma de “anúncio em geral dura de quinze segundos a um minuto”. Ainda complementei que veriam esse assunto com mais detalhes em aulas posteriores.

Logo após, questionei: “Vocês perceberam alguns detalhes que marcam esse texto, por ser uma propaganda?”. Houve um breve silêncio e logo após um aluno disse: “Quer vender os serviços da empresa”. “Isso” – respondi, e logo os interpelei: “E para convencer o consumidor a adquirir tais serviços, o que foi apresentado no *spot*?”. Muitos discentes falaram: “As vantagens dos serviços” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016).

Na continuidade do diálogo, indaguei: “Além disso, existe um outro argumento que serve para persuadir o consumidor, alguém percebeu?”. Consultaram o texto novamente e, depois, um educando disse que responderia, mas que não sabia se estava certa a resposta: “Fala para aproveitar a vida enquanto há tempo, ter contato com a família, com os amigos e que, para facilitar essa comunicação, a Claro tinha vários serviços”. Em seguida leu um trecho do *spot*: “Aproveite a internet 4G mais rápida, o telefone que conecta você ao mundo e a TV que tem tudo” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 07/04/2016). Em resposta a sua argumentação, afirmei que ele estava correto.

Posteriormente, questionei a quem estava sendo direcionada a propaganda. Alguns responderam: “Para pessoas que têm interesse em adquirir uma internet rápida...”. E outros acrescentaram: “Também para aqueles que se interessam por um telefone e uma TV que

tivesse as vantagens oferecidas no texto”. Naquele instante, não aprofundei aspectos da caracterização do gênero em estudo, pois a minha intenção era saber – por meio da escrita do primeiro texto – que conhecimentos eles traziam sobre essa situação de comunicação.

Em seguida, propus aos alunos, que redigissem, em casa, uma propaganda radiofônica do tipo *spot* (produção inicial), um anúncio com informações fictícias, utilizando apenas o conhecimento prévio existente. A tarefa deveria ser apresentada na próxima aula de locução. Frisei que não delimitaria o produto ou o serviço que iriam divulgar, contudo, procurei esclarecer que teriam como receptores a comunidade escolar, e como consumidores, adolescentes e adultos. Expliquei, ainda, que as eventuais deficiências das composições seriam corrigidas ao longo das etapas dos módulos, na medida em que fossem reescrevendo-as, até chegar às produções finais. Sugerir essa reescrita tem apoio na afirmação de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 87), de que tal atitude “trata-se de trabalhar os problemas que apareceram na primeira produção e de dar aos alunos os instrumentos necessários para superá-los”.

Alguns alunos reclamaram: “Temos que reescrever o texto?” (Participantes da pesquisa – Diário de Campo, 07/04/2016). Diante desta manifestação de insatisfação, expliquei que o procedimento seria necessário para que eles conhecessem e dominassem a escrita correta do gênero em questão.

Acrescentei que ao serem concretizadas, todas as produções finais seriam por eles gravadas em áudio e, por fim, apresentadas na programação da Rádio Recreio, ou seja, o lugar social onde o texto circularia. Dito isso, foi concluída a aula.

Diante do exposto, pude verificar que a propositura do gênero destacado, que circula no meio radiofônico, tornou-se uma atividade diferenciada, suscitando interesse nos alunos em aprendê-lo, apesar de terem ficado ansiosos nos primeiros momentos em que tiveram que lê-lo. Também constatei a importância desse primeiro passo no desenvolvimento da sequência didática, pois faz com que o professor, partindo do conhecimento prévio dos estudantes, estimule-os a querer saber mais.

Finalizada essa etapa, o enfoque da aula seguinte recaiu na produção inicial, como pode ser constatado logo abaixo.

4.2 Produção Inicial – ensaio com o *spot*

Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 86) discutem que a produção inicial tem um papel regulador da SD. Ademais informam que “no momento da produção inicial,

os alunos tentam elaborar um primeiro texto oral ou escrito e, assim, revelam para si mesmos e para o professor as representações que têm dessa atividade”, como já foi indicado anteriormente. Até parece estranho pedir para que a pessoa escreva antes de estudar o gênero, contudo, isso tem uma finalidade, como é expresso pelos autores na citação acima, auxiliando o docente mediador a ter noção do que ele terá que ensinar.

Com base no exposto, em 14/04/2016, trabalhei com os alunos as produções iniciais que eles tinham escrito em casa, conforme eu havia pedido. Dei início à aula sem a presença da Pimenta, que chegaria depois, em virtude de um imprevisto. Antes de começar essa ação, julguei relevante abrir o momento de forma musicalizada e, para isso, convidei duas pessoas envolvidas com o mundo da melodia a dele participarem: Poliana Rodrigues Florentino, colega do mestrado, e Cairo, aluno do 8º ano D da Escola palco da pesquisa.

Apresentaram a canção, interpretada por Jorge e Matheus, “Sosseguei²³”, instante capturado em fotografia (Figura 27, p. 138).

²³ Composta por Thallys Pacheco, um jovem que em 2016 tinha 25 anos, esta canção foi um hit muito pedido nas rádios no ano anteriormente citado. Tais informações estão disponíveis em: <http://diariogaucha.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2016/09/musica-sosseguei-famosa-pela-dupla-jorge-mateus-ja-rendeu-quase-r-1-milhao-para-compositor-7592938.html>. Acesso em: 07/03/2018. Importante também esclarecer que a canção mencionada está no álbum “Como sempre feito nunca” da dupla. Disponível em: <http://hdsertanejo.com.br/novidades/jorge-mateus-cd-como-sempre-feito-nunca-perfeicao-define/>. Acesso em: 07/03/2018.

Figura 27 – Poliana e Cairo abrem a aula de locução cantando “Sosseguei”



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Como já era esperado, a turma cantou junto. Optei por organizar essa abertura musical, pois estávamos em um ambiente que retomava a radiofonia e, no rádio, a música tem várias finalidades, sendo uma delas, o entretenimento. A outra se evidencia quando se vai produzir um *spot*. Neste caso, Silva (1999) relata que:

No *spot* publicitário, a música, dentre outros objetivos, é empregada para estabelecer uma identificação entre o produto e seu público-alvo, ou seja, o mesmo produto pode ser produzido com trilhas (ritmo, melodia, tons, altura e intensidade) diferentes em função do perfil do seu receptor/consumidor, assim como neste mesmo intuito, há a utilização de trilhas em função do fato. Convém lembrar que a melodia e o ritmo das trilhas têm como meta a memorização, principalmente quando elaboradas para um determinado *spot*. (SILVA, 1999, p. 59).

Essa musicalidade foi empregada nas propagandas realizadas pelos alunos da pesquisa, depois de concluída a produção final, como será mostrado posteriormente. Finalizada a ação, Caio teve que se ausentar e a Poliana continuou presente nas atividades que foram desenvolvidas.

Na sequência, foi feito um exercício para melhorar a articulação do “R”, fazendo movimentos bilabiais, retirados do livro de César (2009), pois foi constatado que

alguns alunos apresentavam problemas na pronúncia dessa letra, durante a leitura em voz alta efetuada na aula anterior:

- 6.1 baR – baR - baR / deR – deR – deR / feR – feR – feR / quiR – quiR – quiR.
[...]
6.5 Terê... Terê... Terê... Trê... Trê... Trê / Fara... Fara... Fara... Fra... Fra... Fra.
6.6 Viri... Viri... Viri... Vri...Vri... Vri / Coró... Coró... Coró... Cró... Cró... Cró.
6.7 Duru... Duru... Duru... Dru... Dru... Dru. (CÉSAR, 2009, p. 82-83)

Nesta atividade, eu pronunciava cada um dos segmentos expostos acima e os alunos iam repetindo, coletivamente. Repeti o exercício várias vezes.

Concluído o exercício, perguntei pelas propagandas radiofônicas do tipo *spot* que eles haviam produzido e, imediatamente, mostraram-nas para mim. Posteriormente, pedi para cada aluno realizar a leitura em voz alta do seu próprio texto. Apliquei essa dinâmica com o intuito de que não só eu tomasse conhecimento das produções dos participantes da pesquisa, mas que todos que ali estavam pudessem ter a oportunidade de conhecer os trabalhos elaborados pelos colegas. Diante disso, fiquei atenta ao que seria divulgado (conteúdo) e à forma como se expressariam durante o ato de ler.

De imediato perguntei quem seria o primeiro a ler e a aluna Maria Fernanda se prontificou, dirigindo-se ao microfone (Figura 28, p. 140). Repetiu a leitura duas vezes, procurando se expressar como se estivesse gravando um anúncio radiofônico, seguindo as orientações repassadas pela locutora (pronúncia correta das palavras, controle da respiração, entonação, postura, dentre outras) em momentos anteriores. Percebi, pela atitude dela, que estava satisfeita com o que produziu. Ao ouvir o *spot* divulgando um chocolate, certo aluno da turma comentou: “Hum! Deu até vontade de comer esse chocolate!” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 14/04/2016).

Figura 28 – Maria Fernanda faz a leitura de sua produção inicial



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

César (2009, p. 85) frisa que “é na leitura que está toda forma de expressão e interpretação do locutor. Se ficar a desejar, seu resultado no ar será entrecortado e indefinido. Além disso, o ouvinte não terá a compreensão exata das ideias expostas ao microfone”. Com relação à respiração, Porchat (1993, p. 89) recomenda: “Controle a tomada de fôlego, nos momentos adequados. O ar deve ser expulso de maneira lenta e regular, para que a respiração seja suave e silenciosa”. Diante das duas últimas citações, fica claro que para o bom desempenho no espaço radiofônico é necessário tomar conhecimento das técnicas de locução.

Depois de Maria Fernanda, os outros jovens também foram apresentando os seus *spots*, como mostram os registros organizados na Figura 29 (p. 141).

Figura 29 – Alguns dos alunos participantes da pesquisa fazendo a leitura da propaganda (produção inicial) que produziram



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Na medida em que os educandos iam lendo e repetindo o exercício quando necessário, procurei orientá-los, fazendo-as lembrar do que já haviam aprendido

para obterem uma prática mais apropriada na ação desenvolvida. Os colaboradores da pesquisa foram bastante criativos na escolha dos temas, bem diversificados, como, por exemplo, a propaganda “Padaria do Céu”. Muitos alunos pareciam ter gostado de criar o *spot* e também de ouvir os dos colegas. Alguns diziam: “Deixa eu ler logo a minha propaganda!”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 14/04/2016). Por outro lado, também havia os que se mostravam tímidos e não queriam apresentar seus trabalhos, como é o caso da aluna Evellyn (6º ano B), que declarou: “Eu não vou ler a minha propaganda, estou com vergonha, alguém pode ler para mim?”. Insisti para que mesma a lesse, mas ela se recusou. Depois falou: “Eu vou ler só para a senhora, quando acabar a aula” (EVELLYN – Diário de campo, 14/04/2016). Então, concordei com ela e, no final, cumpriu com o que prometeu.

Quando a turma aprovava o anúncio, aplaudia animadamente. Houve educandos que chegaram a produzir e apresentar mais de um *spot* e, no momento da reescrita, optaram por aquele que os colegas mais gostaram, como é o caso de Gabriela Bernardo e Kawan, ambos do 6º ano B. Alguns alunos fizeram o *spot* em duplas e até mesmo em grupo de quatro.

Depois de todos terem apresentado seus trabalhos, eu perguntei se tinham gostado de criar esse gênero textual. Grande parte dos educandos afirmou que sim, sem muitas delongas. Um discente ressaltou: “Foi bacana, teve gente que criou ideias legais”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 14/04/2016).

Importante destacar que, nessa etapa, percebi que em alguns momentos da leitura, determinados estudantes não estavam conseguindo dar a entonação necessária, isso devido à deficiência do emprego da pontuação.

Marchuschi (2008, p. 218, grifo no original) realça que o modelo das sequências didáticas trabalhado por Dolz, Noverraz e Schneuwly “segue os princípios gerais da linguística textual. E nesse nível podem ser tratados os problemas de textualidade interligadamente com os dos gêneros textuais”. Ainda informa que alguns desses pontos são questões de gramática e ortografia, deixando claro que “embora a sintaxe não se ligue ao gênero, ela contribui para a construção do gênero e pode ser tratada com uma abordagem ‘epilinguística’”. Explicita que ao desenvolvermos a atividade ortográfica, devemos ter cuidado para não sobrepô-la ao trabalho da produção de texto, pois, caso contrário, desvirtualizar-se-ia “todo o trabalho com a sequência didática”.

Sendo assim, foquei essas questões da textualidade no decorrer dos módulos, tal como orientam essas teorias. Convém esclarecer que fui adaptando os módulos conforme as dificuldades apresentadas pelos estudantes, como é o caso da deficiência em empregar a pontuação, um dos obstáculos (além do uso de letra não muito legível, dentre outros) que estava interferindo na leitura dos participantes da pesquisa. Frente a isso, optei por trabalhar este tópico já no primeiro módulo, sem nenhuma intenção de torná-lo o centro dos problemas.

Além de me atentar à forma como os alunos liam, também observei que a turma prestava atenção nesse ato realizado por cada colega e, de vez em quando, interferiam, fazendo perguntas, como, por exemplo: “E o contato da empresa?”. Procurei esclarecer que, como aquela era a primeira produção inicial, poderia apresentar problemas, mas que, com os ensinamentos posteriores, isso seria paulatinamente sanado. Sobre a produção inicial, Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 86) esclarecem que esta composição permite aos alunos “descobrir o que já sabem fazer e conscientizar-se dos problemas que eles mesmos, ou outros alunos, encontram”, por isso a realização da leitura no coletivo. Estes autores ainda apontam que:

Para o professor, essas primeiras produções – que não receberão, evidentemente uma nota – constituem momentos privilegiados de observação, que permitem refinar a sequência, modulá-la e adaptá-la de maneira mais precisa, às capacidades reais dos alunos de uma dada turma. Em outros termos, de pôr em prática um processo de avaliação formativa. A análise das produções orais ou escritas dos alunos, guiadas por critérios bem definidos, permite avaliar de maneira bastante precisa em que ponto está a classe e quais são as dificuldades encontradas pelos alunos. (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 87)

Esse momento privilegiado de observação das primeiras produções, ao qual a citação se refere, teve início, nesta pesquisa, já por ocasião dessas leituras feitas pelos estudantes, aprofundando-se após a recolha da produção escrita, quando pude verificar o que seria relevante trabalhar com eles no decorrer da sequência didática.

Ainda no que tange à prática de ler, quando alguém lia muito baixo, talvez por vergonha, a turma pedia para a pessoa ler novamente e mais alto. Quanto a isso, César (2009, p. 85) pondera que “muitas pessoas mal começam a ler e baixam a voz, ficando monótonas. Na maioria das vezes é de esperar que isso ocorra com pessoas iniciantes na prática de falar ao microfone”.

Depois das leituras realizadas e das dicas concretizadas sobre locução, comecei a perceber que aquelas aulas estavam começando a surtir efeito. Um dos participantes da pesquisa, Bruno C., considerado muito tímido, não se privou de participar da atividade citada, apresentando aos demais o *spot* por ele produzido. Ao fazê-lo, demonstrou estar satisfeito consigo mesmo. No final da aula, ele se prontificou a tocar violão (apesar de não ter muita experiência com o instrumento) e, para acompanhá-lo, a turma cantou a música “Sosseguei” novamente, pois todos sabiam a letra e a melodia:

Figura 30 – Bruno C. tocando acompanhado por parte dos estudantes da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Além disso, este discente quis tocar no dia seguinte, no horário da programação da Rádio Recreio, no palco do pátio da escola (Figura 31, p. 145). E assim foi feito. Tocou e cantou, porém, não conseguia cantar alto. Vendo isso, o aluno Cairo, mencionado anteriormente, aproximou-se e o ajudou, cantando também. No final receberam muitos aplausos de todos que se encontravam naquele local. As pessoas que o conheciam e sabiam da sua timidez ficaram admiradas, pois ele já demonstrava maior desenvoltura diante do público.

Figura 31 – Bruno C. fazendo uma apresentação no horário da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

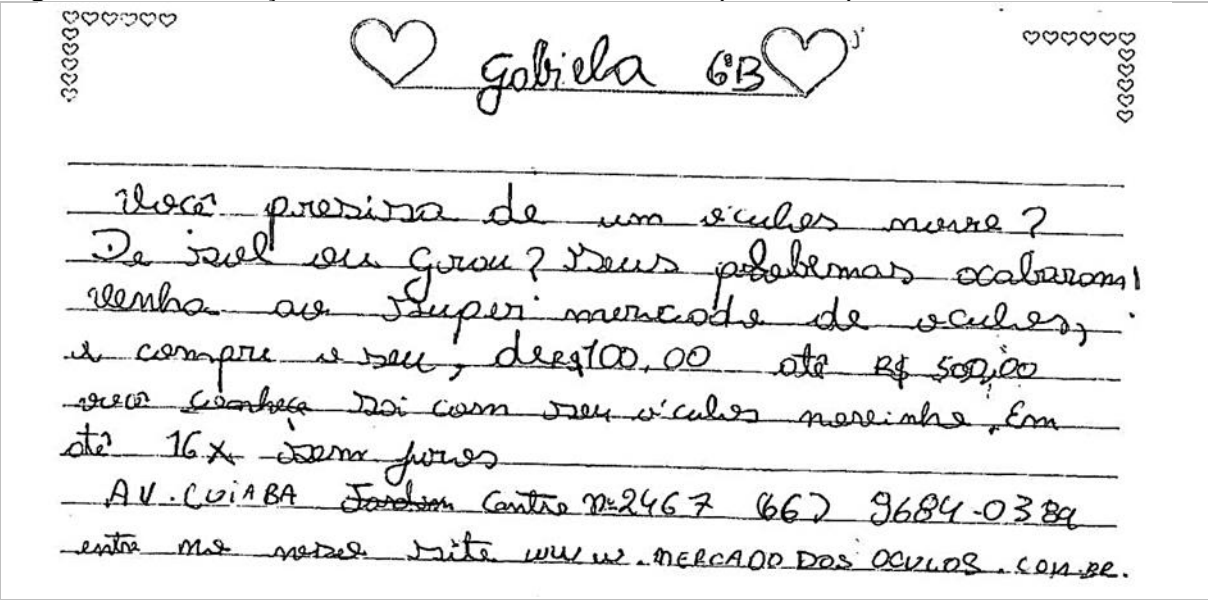
Alguns minutos antes de terminar a aula, a locutora chegou e, como não tínhamos mais tanto tempo, perguntou para o grupo quem poderia reler a propaganda que tinha feito. Vários se prontificaram. À medida que realizavam esta ação, ela corrigia os deslizos de locução que ainda persistiam. Antes de concluirmos a aula, pedi para os educandos que devolvessem as produções para mim, pois, eu iria verificar, a partir daquele primeiro texto, o que eles já conheciam sobre a estrutura do gênero *spot* e, posteriormente, ajudá-los no que fosse necessário para corrigir o que estivesse incorreto. Assim, encerrei o encontro.

Tendo em mãos as produções iniciais destes alunos, parti para uma análise mais cuidadosa. Embora tenha constatado vários erros, compartilho do pensamento de Joaquim Dolz, Roxane Gagnon e Fabrício Decândio (2010, p. 35), quando afirmam que “os erros dos alunos não devem ser repreendidos, pois fazem parte dos processos de aprendizagem e nos informam sobre o estado de seus conhecimentos”. É importante que o docente veja de maneira diferenciada essas dificuldades, pois, ao serem reveladas, ajudam o professor a delinear o planejamento de suas aulas de forma mais significativa para a aprendizagem de seu interlocutor.

Para exemplificar tais dificuldades, selecionei apenas seis dos *spots* elaborados pelos estudantes, ação esta que já foi mencionada e justificada anteriormente. Neste ponto, apresento-as (Figuras 32 a 37, p. 146-151), cada uma

delas seguida de sua transcrição literal e dos apontamentos que expõem os problemas a serem sanados no decorrer a sequência didática:

Figura 32 – Produção inicial da aluna Gabriela B. (6º ano B)



The image shows a handwritten advertisement on lined paper. At the top, the name 'gabiela 6ºB' is written in cursive, flanked by two heart symbols. The text of the advertisement is written in cursive and includes details about a store selling glasses, prices, and contact information. The text is as follows:

Você precisa de um óculos novo?
 De sol ou grau? Seus problemas acabaram!
 Venha ao Super mercado de oculos,
 e compre o seu, de R\$100,00 até R\$500,00
 você conhece sai com seu óculos novinho. Em
 até 16x sem juros
 AV. CUIABA Jardim Centro nº2467 (66) 9684-0384
 entre no nosso site WWW.MERCADODOSOCULOS.CON.BR

Gabriela 6ºB

Você precisa de um óculos novo?
 De sol ou grau? Seus problemas acabaram! venha ao super mercado de oculos, e
 compre o seu, de R\$100,00 até R\$500,00
 você conhece sai com seu óculos novinho. Em até 16x sem juros
 AV. CUIABA Jardim Centro nº2467 (66) 9684-0384
 entre no nosso site WWW.MERCADODOSOCULOS.CON.BR

Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Na produção inicial de Gabriela, do 6º ano B, verifiquei que, além de alguns problemas em relação à questão da estrutura do gênero, ela ainda apresentou algumas dificuldades ligadas ao domínio das regras ortográficas, ao emprego das pontuações, ao uso da letra maiúscula e à acentuação.

Figura 33 – Produção inicial do aluno Guilherme (6º ano D)

The image shows a handwritten advertisement on lined paper. The text is written in cursive and includes a problem statement, a product recommendation, and a signature. Below the text is a simple line drawing of a shoe.

não está confortado com o seu sapato, com
calos nos pés Compre tenis vellute o melhor para
o seus pés, com conforto para voçe Compre
ja antes que acabe

vellute o melhor e o
unico

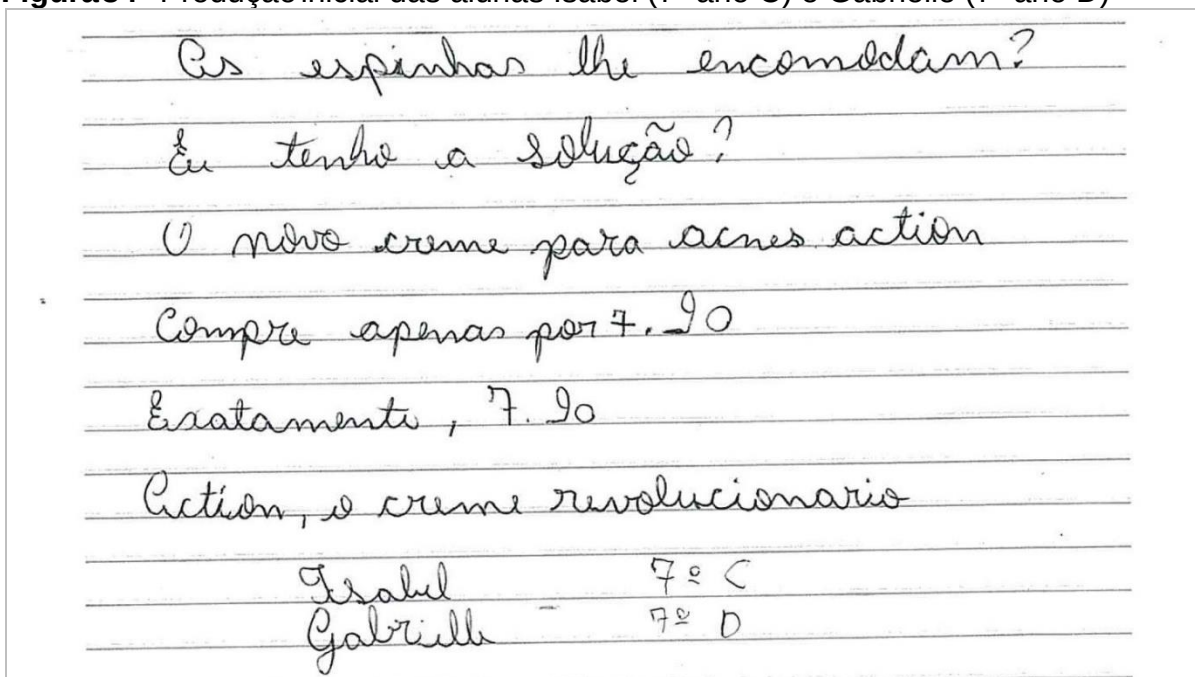
guilherme

não está confortado com o seu sapato, com
calos nos pés Compre tenis vellute o melhor para
o seus pés, com conforto para voçe Compre
ja antes que acabe

vellute o melhor e o
unico
Guilherme 6º D

Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Guilherme, do 6º ano D, deixou explícito, neste primeiro texto problemas na estrutura do gênero em estudo, nos empregos da pontuação e da letra maiúscula, no quesito ortografia e na utilização da acentuação. Também poderia ter explorado mais a questão da argumentação. Além disso, houve a inserção de um desenho, recurso utilizado em propaganda impressa ou virtual, e não em um anúncio radiofônico (*spot*), por tratar-se de uma situação de comunicação que faz uso da audição (PORCHAT, 1993). Talvez tenha cometido esse erro por estar mais familiarizado com as primeiras propagandas citadas, impressas e virtuais.

Figura 34–Produção inicial das alunas Isabel (7º ano C) e Gabrielle (7º ano D)²⁴


As espinhas lhe encomodam?
 Eu tenho a solução?
 O novo creme para acnes action
 Compre apenas por 7,90
 Exatamente, 7,90
 Action, o creme revolucionario
 Isabel - 7º C
 Gabrielle - 7º D

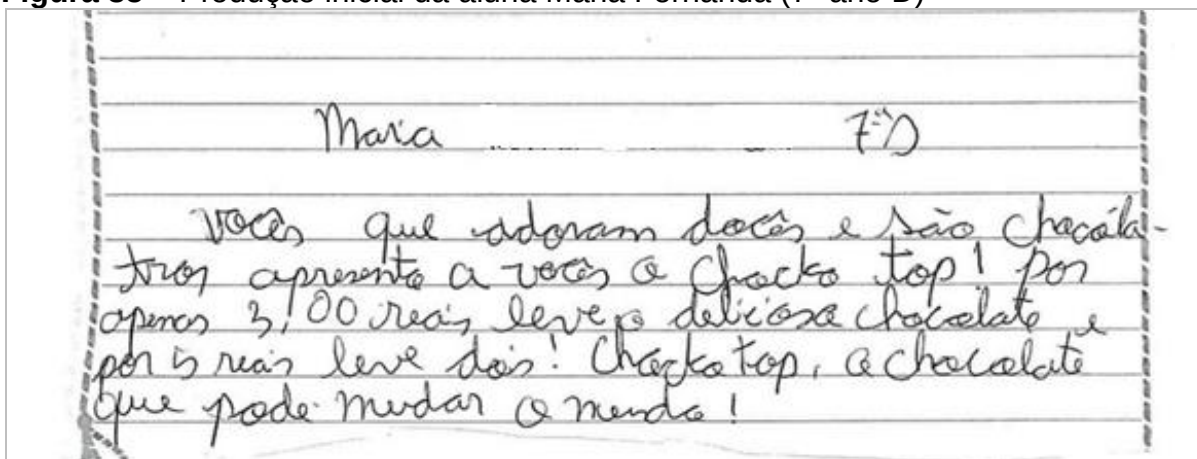
As espinhas lhe encomodam?
 Eu tenho a solução?
 O novo creme para acnes action
 Compre apenas por 7,90
 Exatamente, 7,90
 Action, o creme revolucionario

Isabel - 7º C
 Gabrielle - 7º D

Fonte: Acervo da pesquisadora (2016)

Ao ler a produção inicial das alunas Isabel (7º ano C) e Gabrielle (7º ano D), verifiquei que o texto apresentou problemas nas características estruturais do gênero e pouca exploração do quesito argumento. As alunas também não empregaram a letra maiúscula em um substantivo próprio, mostrando dificuldade no uso de certas pontuações; deixaram de acentuar uma palavra e, ainda, construíram a quarta frase de forma inadequada tendo em vista o sentido esperado.

²⁴ Posteriormente, no processo de reescrita da produção em foco, este texto terá a autoria somente de Isabel, pois Gabrielle desvinculou-se do Projeto, por motivos pessoais.

Figura 35 – Produção inicial da aluna Maria Fernanda (7º ano D)


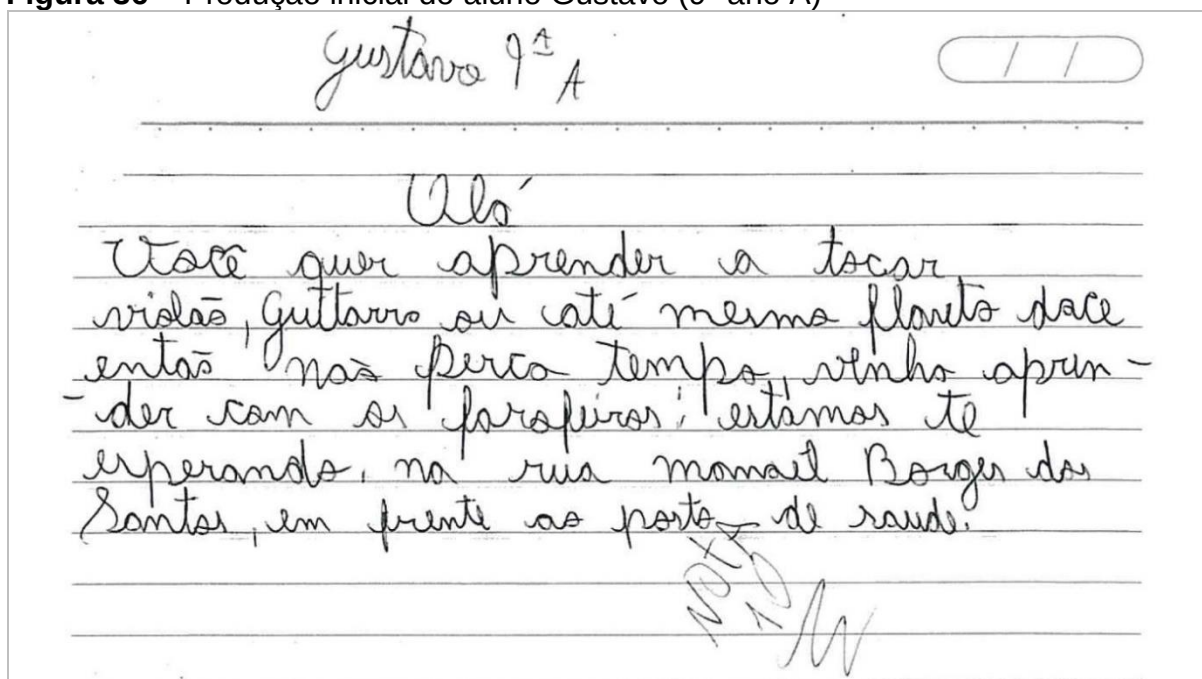
Handwritten text by Maria Fernanda, 7th grade D, on lined paper. The text is written in cursive and reads: "Vocês que adoram docês e são chocólatras apresento a vocês o Chocko top! por apenas 3,00 reais leve o delicioso chocolate e por 5 reais leve dois! Chocko top, o chocolate que pode mudar o mundo!"

Maria Fernanda 7º D

vocês que adoram docês e são chocólatras apresento a vocês o Chocko top! Por apenas 3,00 reais leve o delicioso chocolate e por 5 reais leve dois! Chocko top, o chocolate que pode mudar o mundo!

Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Observando essa produção inicial, pertencente à Maria Fernanda, do 7º ano D, os primeiros problemas que identifiquei foram a ausência de um aspecto relacionado à estrutura do gênero e de um trabalho mais acentuado da argumentação. Quanto ao emprego da pontuação, a educanda cometeu alguns erros no emprego da vírgula e, no que se refere à acentuação, utilizou-a de maneira incorreta em uma palavra.

Figura 36 – Produção inicial do aluno Gustavo (9º ano A)


Gustavo 9º A

Olá!

Você quer aprender a tocar violão, guitarra ou até mesmo flauta doce então não perca tempo, venha aprender com os farofeiros, estamos te esperando, na rua Manoel Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde.

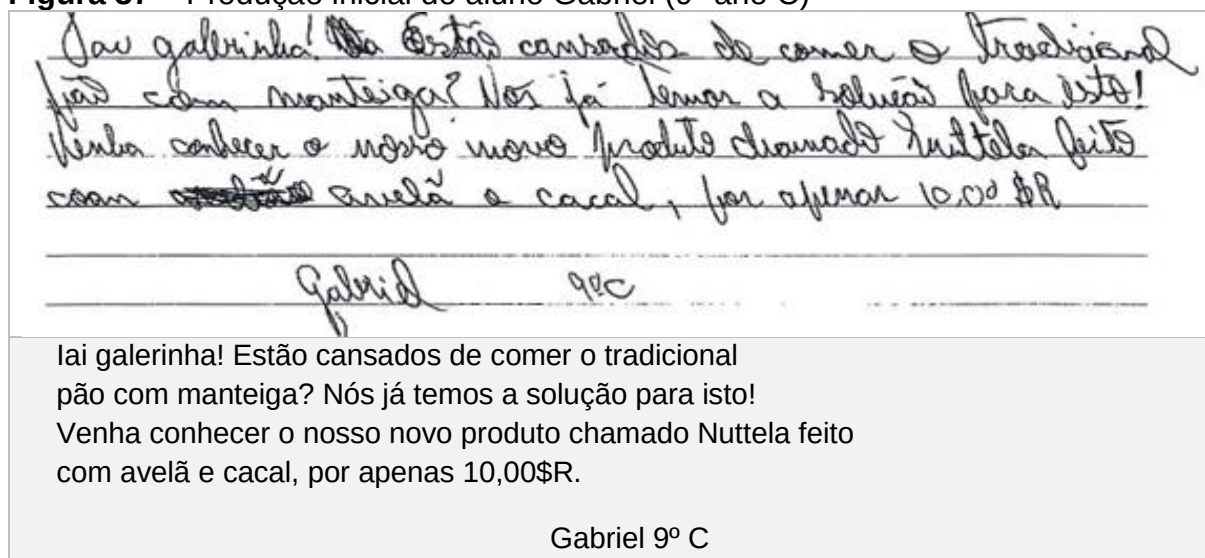
Gustavo – 9º A

Olá

Você quer aprender a tocar violão, guitarra ou até mesmo flauta doce então não perca tempo, venha aprender com os farofeiros, estamos te esperando, na rua Manoel Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde.

Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

A análise da produção inicial de Gustavo, do 9º ano A, evidenciou que ele deixou de apresentar alguns detalhes que caracterizam a estrutura do gênero em foco, não explorou a questão da argumentação, não soube, em certos momentos, utilizar a letra maiúscula. Também detectei erros de acentuação e pontuação.

Figura 37 – Produção inicial do aluno Gabriel (9º ano C)

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Esta primeira produção elaborada por Gabriel, do 9º ano C, apresentou alguns problemas na estruturação do gênero, no uso da pontuação e na questão ortográfica. Percebi que ele também não soube escrever o símbolo do Real (moeda brasileira), fez isso de maneira inversa, colocando o cifrão antes da letra “R”. Considerei, ainda, que o autor do texto poderia ter enriquecido mais as argumentações utilizadas para mostrar as vantagens do produto oferecido.

Essa aula foi importante para que todos os discentes se inteirassem dos escritos de cada componente do grupo e para que eu, como pesquisadora, tomasse conhecimento do que precisaria ser trabalhado com eles para que fizessem uma produção final com suas especificidades. Após a verificação das deficiências apresentadas nos textos, as próximas etapas (módulos) foram desenvolvidas para ajudá-los a eliminar os problemas identificados.

4.3 Módulos – as etapas constituidoras da pesquisa

Diante do que foi verificado e identificado nas produções iniciais, foram organizados sete módulos de trabalho, detalhados a seguir, neste capítulo.

4.3.1 Módulo 1 – Pontuação: assinalando a entonação na leitura

Dediquei o módulo I, realizado em 05/05/2016, ao ensino da pontuação, como citei anteriormente. Para tanto, comecei por distribuir aos alunos as produções iniciais.

Todavia, saliento que os textos não foram devolvidos para os próprios autores da escrita. Cada discente recebeu a produção de um colega e teve a missão de, após tê-lo lido, circular o que não estava entendendo e o que achava que estava errado.

Na perspectiva de Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 100), “dar seu texto para outros lerem é uma prática usual, mesmo entre os profissionais da escrita. Com efeito, os erros dos outros são mais facilmente percebidos do que os próprios”. Tais autores ainda reforçam que a referida ação tem o intuito de aperfeiçoamento das capacidades ortográficas de quem escreve, no caso, os alunos participantes da pesquisa. Envolvidos nesse processo, os educandos tiveram como se conscientizar do que poderiam melhorar nas suas próximas escritas.

Antes de entregarem as produções para mim, assinaladas conforme fora pedido, instruí que escrevessem o nome no verso do texto que haviam analisado, para que eu pudesse chamá-los para fazer a leitura. Recolhidas as produções, fui proferindo o nome de cada estudante para que lesse o texto e fizesse algum comentário quando achasse necessário. Neste momento da atividade, Pimenta e eu observávamos e fazíamos algumas considerações sobre as entonações corretas. Um dos alunos, ao realizar a leitura de um *spot* que falava de uma loja virtual, mostrava dificuldade no ato. Então, perguntei: “Por que está tendo dificuldade? É devido à caligrafia não estar boa?”. Respondeu que sim. Na sequência o autor do texto se aproximou e o ajudou a realizar a ação. Uma estudante também não fez a leitura de maneira satisfatória, justificando: “Estou com dificuldade em ler por causa da pontuação”. Observei o texto e percebi que tinha razão, então, ajudei-a. E assim seguiu essa tarefa até a leitura do último discente.

Depois que todos concretizaram o exercício, devolvi as redações aos seus devidos donos, pedindo para se atentarem ao que foi assinalado pelo colega, tanto no texto escrito como na leitura em voz alta. A seguir, antecipei que assistiríamos ao vídeo sobre pontuação intitulado “Aula Língua Portuguesa – Pontuação – Parte I²⁵”, e, depois, estudaríamos algumas de suas regras. Ressaltei que prestassem atenção no que seria falado, argumentando que essas atividades iriam ajudá-los na reescrita das produções, nas atividades de sala de aula, assim como em outros momentos de composição fora dos muros da escola.

²⁵ Apresentado pelo professor Daniel Vícola do curso GETUSSP, encontrado no YouTube^{MR}. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=z312uIY_QqI . Acesso em 02/05/2016.

Não passei o vídeo na íntegra, porque não tínhamos tempo suficiente para isso. Os alunos assistiram a parte em que Vícola fala da importância do uso correto da pontuação, como é possível verificar na transcrição do referido trecho:

Cada vez mais as pessoas escrevem com menos qualidade e, por tabela, acabam empregando a pontuação de forma incorreta. [...] pontuar um texto significa ajudar a organizar as ideias que compõem esse texto. [...]. Repare que na fala a entonação já me dá o tom. [...] pela forma como pronuncio, que você identifica, por exemplo, uma declaração, uma interrogação, uma exclamação. [...]. No texto escrito, a pontuação desempenha o papel de informar, de indicar para você, que leitura você deve fazer daquilo que você vê escrito [...].

Após essa fala, comentei com os alunos que o que o professor Vícola explicara era relevante, e, na esteira desse argumento, pedi que dessem mais atenção, em suas produções, a esse aspecto gramatical. Em seguida, adiantei um pouco o vídeo e fomos para o desafio de pontuar uma frase para que ela ficasse coerente, para que percebessem o quão fundamental é a pontuação. No vídeo, Vícola explicou que dizer que uma frase está coerente “[...] significa que ela vai fazer sentido, [...] ela vai poder ser interpretada adequadamente”. Sobre a coerência, podemos nos ancorar no que postula Irandé Antunes (2005, p. 176, grifos no original), definindo-a como “uma propriedade que tem a ver com as possibilidades de um texto funcionar como uma *peça comunicativa*, como um meio de interação verbal”, meio que se pretendeu alcançar no exercício de pontuar a frase proposta pelo vídeo, pois sem a pontuação, sua leitura causava estranhamento.

Assim sendo, Vícola alertou que não deveriam ser feitas mudanças na ordem das palavras ou subtrações de vocábulos, queria, simplesmente, que a frase fizesse sentido ao se concluir a atividade. Eis a frase:

- *Quando Maria toma banho quente sua Mãe diz ela quero tomar banho frio.*

Esperei um tempo, enquanto eles pensavam, e, posteriormente, chamei-os à frente da sala, próximo ao Data Show (Figura 38, p. 154). Arriscaram respostas. Disse a eles que quem acertasse, levaria como prêmio uma caixinha de chocolate. A pontuação correta, que informei ao final de suas tentativas, é:

- *Quando Maria toma banho quente, sua. “Mãe”, diz ela, “quero tomar banho frio!”.*

Figura 38 – Os alunos da Rádio Recreio tentando pontuar a frase mencionada no vídeo do Prof. Vícola



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Comentei que se pontuassem corretamente a frase, dariam sentido a ela. Infelizmente, ninguém conseguiu fazer a atividade por completo. Uma das alunas, Gabriela, do 6º Ano B, conseguiu pontuar a frase de forma parcialmente correta. Em voz alta, ela disse: “Quando Maria toma banho quente, sua. [...]”. E parou por aí. Considerando que acertou até esta parte, e também o nível de dificuldade do exercício, achei por merecido a participante levar o prêmio, após tanto esforço:

Figura 39 – Gabriela B. (6º Ano B) e seu prêmio pelo exercício de pontuação



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Posteriormente, todos voltaram aos seus lugares e comecei a distribuir uma folha com as regras da pontuação para ser colada no caderno. No entanto, logo a nossa aula acabou e tive que interromper o que estava fazendo, dando continuidade no encontro seguinte. Antes que fossem embora, pedi para trazerem os *spots* na aula seguinte. Como fiquei com receio que a perdessem, recolhi a folha de quem ainda não a colara no caderno.

No dia 19/05/2016, nos reunimos para dar continuidade ao processo da sequência didática, trabalhando as regras de pontuação. Conforme Giacomozzi, Valério e Fenga (1999, p. 392), “os sinais de pontuação são empregados para orientar o leitor, substituindo, na escrita, a melodia e a entonação que damos às frases quando

falamos”, detalhes estes que os discentes procuraram desempenhar ao realizarem as leituras.

Esta aula foi ministrada por mim e Pimenta. Levei um rádio e liguei-o um pouco antes de os alunos chegarem, com o intuito tanto de acolhê-los com música como também para que eles fossem se familiarizando com o contexto radiofônico, pois alguns alunos não tinham costume de ouvi-lo. Sintonizei esse aparelho na emissora de rádio em que Pimenta trabalhava como locutora. Deixei-o ligado por alguns minutos, até se acomodarem em suas cadeiras e conversarem um pouco com os colegas. Desse modo, foram “curtindo” a programação que “rolava”. Os alunos aprovaram a recepção.

Feito isso, desliguei o rádio e terminei de distribuir a folha com as regras de pontuação, ação que tinha iniciado na aula anterior. Expliquei aos estudantes que iríamos estudar algumas regras básicas sobre esse conteúdo, porque eu tinha observado problemas dessa espécie nas propagandas de determinados alunos. Naquele instante uma aluna perguntou: “Teremos aula de Língua Portuguesa?”. (Participante da pesquisa – Diário de campo – 19/05/2016). Então, disse a ela e a todos: “O estudo de pontuação será necessário para o bom desempenho da leitura e da escrita”. Cabe ressaltar que essas regras foram retiradas do livro “Descobrimos a gramática” dos autores Giacomozzo, Valério e Fenga (1992, p. 171-182).

Sugeri ao grupo que fizéssemos uma leitura coletiva das regras, com bastante atenção, para aprender e pôr em prática o conhecimento adquirido, na hora da escrita. Começamos o estudo pelo emprego da vírgula, com as regras do Quadro 7 abaixo:

Quadro 7 – Regras do emprego da vírgula

Vírgula	Usada para separar:	Exemplos:
‘	- o lugar nas datas;	São Luís, 30 de abril de 1972.
	- o adjunto adverbial antes do verbo;	Pela manhã, saímos para passear.
	- o aposto;	José, aluno da 6ª A, saiu mais cedo.
	- o vocativo;	Maria, venha cá.
	- as palavras nas enumerações;	Ela comprou sapatos, blusa, meias.
	- as orações.	Cheguei, olhei tudo, retirei-me.

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, p. 171.

Lemos a primeira regra e o exemplo. Já tinham conhecimento dela, não tiveram dúvida. Antes de ler a segunda, perguntei a eles se sabiam o que era adjunto adverbial. Os alunos do 7º ao 9º ano disseram que não se lembravam e os do 6º ano que não sabiam. Depois perguntei o que era advérbio e não conseguiram responder. Sendo assim, expliquei que o advérbio indicava circunstâncias de tempo, modo, lugar, negação, afirmação, dentre outras. Esta explicação baseou-se, em parte, no gramático Ernani Terra (1996, p. 187) quando expressa que “advérbio é a palavra invariável que modifica o verbo, o adjetivo ou ainda outro advérbio, exprimindo determinada circunstância”. Citei um exemplo: “João chegou tarde.”, esclarecendo que a palavra “tarde” era o advérbio, demonstrando tempo.

Aproveitei para dizer que o vocábulo “tarde” seria classificado como advérbio, em uma análise das classes de palavras (morfológica), e adjunto adverbial, em uma análise sintática, conteúdo que provavelmente alguns já tinham estudado ou que ainda iriam estudar. Em seguida, lemos o exemplo acima mencionado no Quadro 7 (p. 156): “Pela manhã, saímos para passear” e identificamos o adjunto adverbial. Depois perguntei qual era o verbo desta frase próximo do adjunto e eles responderam: “O verbo saímos”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016). De acordo com Terra (1996, p. 233), o adjunto adverbial “é o termo da oração que se liga a um verbo, com ou sem preposição, a fim de indicar uma circunstância qualquer”, acrescentando que “o adjunto adverbial pode também estar ligado a adjetivos ou a advérbios, para intensificar o sentido destes”. Enfatiza que esta classe de palavra é retratada pelo advérbio ou por uma locução adverbial. Reiterei que, quando o adjunto adverbial viesse antes do verbo em uma determinada frase, seria separado por vírgula. Após terem entendido, passamos para a regra seguinte.

Pontuei que o aposto também era separado por vírgula e, como não sabiam a sua função, fui logo dizendo que “ele explicava um termo da oração”. Dei um exemplo: “Maria, irmã de José, ganhou na loteria.”. Logo esclareci que o que vinha entre vírgulas e explicava o termo anterior, era o aposto. Sarmiento (2005, p. 371) aponta que o aposto “é o termo da oração que explica, esclarece resume ou identifica o nome ao qual ele se refere, substantivos, pronomes ou equivalente desses. Li com eles o exemplo da apostila, exposto no Quadro 7 (p. 156): “José, aluno da 6ª A, saiu mais cedo.”. Indaguei qual era o aposto e eles de imediato falaram: “Aluno da 6ª A”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016).

Depois foi a vez da regra que menciona que a vírgula também é usada para separar o vocativo, ou seja, um chamamento, e li o exemplo já citado no mesmo quadro: “Maria, venha cá.”. Dei ênfase no vocábulo “Maria”, para facilitar o entendimento dos alunos. Para Giacomozzo, Valério e Fenga (1999, p. 333), “vocativo é a palavra ou expressão que serve para chamar, invocar uma pessoa, animal ou coisa personificada”. No que se refere à penúltima regra, os alunos comentaram que já a conheciam e, no coletivo criaram a seguinte frase: “Maria foi à feira e comprou bolo, espetinho, pão de queijo, algodão-doce e alface.”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016).

No tocante à última norma, antes de explicá-la, questionei os alunos quando tínhamos uma oração. Alguns logo se manifestaram, dizendo: “Quando tem verbo” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016). Li com eles o exemplo dado: “Cheguei, olhei tudo, retirei-me”. Comentei que apareceram três verbos, então, havia três orações e que estavam separados por vírgula. Conforme Sarmento (2005, p. 327), “oração é o enunciado que contém um verbo ou uma locução verbal”. Antes de concluir essa parte, fiz uma recapitulação e todos demonstraram ter entendido o que havia sido explicado.

Na sequência, iniciei a explicação sobre a forma de empregar o ponto final (Quadro 8).

Quadro 8 – Como empregar o ponto final

	Empregado:	Exemplos
Ponto ▪	No final de frases declarativas ou imperativas.	O inverno está começando. Filho, vá até o correio buscar a correspondência.

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, p. 171.

Li, juntamente com os alunos, a regra e os exemplos dados acima. Expliquei quando as frases são declarativas e imperativas, em consonância com o que relatam Maria Aparecida Paschoalin e Neusa Terezinha Spadoto (2008, p. 231), ao afirmarem que frases declarativas são aquelas que “expressam declaração ou informação”, e que frases imperativas são as que “expressam ordem, pedido”, como as que puderam ser observadas no Quadro 8. Não surgiram dúvidas, então, prossegui com a explicação.

Depois, abordei como empregar o ponto de interrogação e o de exclamação (Quadro 9).

Quadro 9 – Emprego dos pontos de interrogação e de exclamação

Ponto de:	Usado:	Exemplos
Interrogação ?	Nas frases interrogativas diretas.	Por que os cães estão latindo tanto?
Exclamação !	Nas frases exclamativas e imperativas.	Como isto é horrível! Vá logo, por favor!

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, p. 171.

À medida que era realizada a leitura do quadro, eu ia explicando e eles acompanhavam atentos. Perguntei se havia dúvida e disseram que não. Para frisar um pouco mais a frase imperativa, escolhi o nome de um dos participantes da pesquisa e criei uma frase expressando ordem, já que a do quadro indica um pedido: “Tarcísio, sente-se!”. Quanto às frases exclamativas, Paschoalin e Spadoto (2008, p. 231) ressaltam que elas expressam admiração, indignação”, sendo esta última explicitada no exemplo “Como isto é horrível!”.

Posteriormente, ensinei o uso do ponto-e-vírgula, conforme a regras expostas no Quadro 10 abaixo.

Quadro 10 – Emprego do ponto-e-vírgula

	Usa-se para:	Exemplo:
Ponto-e-vírgula ;	- separar os diferentes itens de uma lei ou de uma enumeração.	Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direitos e tem como fundamentos: I – a soberania; II – a cidadania; III – a dignidade da pessoa humana; IV – os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa; V – o pluralismo político.

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, 182.

Foi feita a leitura no coletivo e, conforme líamos, pedi que observassem como a informação fora estruturada. Também frisei que no final do enunciado usaria o ponto final. Como não apresentaram dúvidas, passei para as próximas regras, sendo elas as do uso das reticências e das aspas (Quadro 11):

Quadro 11 – Uso das reticências e das aspas

	Usa-se para:	Exemplos:
Reticências ...	- indicar a interrupção de um pensamento, porque esquecemos o assunto, hesitamos ou não queremos revelar o que pensamos.	Onde você mora? - Moro na rua...
Aspas “”	- destacar palavras estrangeiras, gírias, palavrões; - Indicar a fala de uma personagem; - indicar que aquilo que está escrito não é de nossa autoria.	Você quer um “hot dog”? “Neste caso, a situação complica-se” – disse-me José. “Eduquem-se os meninos e não será preciso castigar os homens.” (Pitágoras)

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, p. 182.

Novamente, lemos as regras e exemplos de ambas as pontuações em conjunto. No caso das reticências, para frisar o conhecimento adquirido, criei outro exemplo com a ajuda dos discentes, sendo ele: “Maria chegou em casa e...”. Comentei que o uso da reticência nesta frase podia indicar interrupção de pensamento e, logo em seguida, a aluna Maria Fernanda se manifestou, dizendo: “Ou porque é segredo.”. (Maria Fernanda – Diário de campo, 19/05/2016). Ou seja, não se queria ou não se poderia revelar algo. A turma concordou com ela. Também comentei que o exemplo do quadro podia estar indicando interrupção de pensamento, esquecimento.

Logo após, adentrei nas informações explicitadas no Quadro 11, relacionadas às aspas. Conforme íamos lendo, eu perguntava se estavam entendendo. Perguntei se tinha uma outra forma de indicar a fala de um personagem sem ser com o uso das aspas. Alguns disseram: “Sim, através do travessão.”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016). Parabenizei-os. A seguir, passamos para a última regra desse tipo de pontuação. Leram, compreenderam e, no momento, frisei que não deveriam esquecer esta norma quando fossem fazer algum trabalho da escola e quisessem usar a fala de algum autor, que usassem as aspas para deixar claro de quem era a frase.

Depois, foi estudado o emprego dos dois-pontos e do travessão.

Quadro 12 – Regras de como usar os dois-pontos e o travessão

	Usa-se para:	Exemplos:
Dois-pontos :	- indicar uma enumeração; - introduzir a fala de alguém nos diálogos.	Comprou muitas coisas: uma blusa, um tênis e um par de sapatos. Ela me perguntou: - Como vai? Respondi-lhe: - Vou bem.
Travessão —	- indicar, no diálogo, aquilo que alguém diz ou fala.	Ela me perguntou: - Como vai? Respondi-lhe: - Vou bem.

Fonte: baseado em Giacomozzo; Valério; Fenga, 1992, p. 182.

Antes de começar a leitura das normas destas pontuações, “,” e “—”, perguntei aos alunos se eles já tinham usado essas pontuações quando foram escrever uma história, em que apareciam as falas das personagens. A resposta foi afirmativa. Feito isso, começamos a ler o que estava no Quadro 12 sobre os dois-pontos e, depois, sobre o travessão. Ainda pedi para prestarem bem atenção na forma como os sinais gráficos estavam sendo utilizados nos exemplos. Terminada essa ação, indaguei se havia dúvidas e disseram que não, assim, finalizei essa parte teórica e distribuí uma folha, contendo exercícios relacionados ao conteúdo.

Para as atividades, selecionei os seguintes gêneros textuais: propaganda (impressa) e piadas. Também incluí algumas frases (Anexo 8, p. 320). Esses textos e frases estavam todos sem pontuação e a missão dos discentes era pontuá-los, conforme as regras estudadas. Fomos lendo juntos e observando onde estavam faltando os sinais gráficos, como mostra a Figura 40 (p. 162):

Figura 40 – Participantes da pesquisa com a folha de exercícios de pontuação



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Após um tempo disponibilizado para que eles pudessem pensar, resolvíamos, juntos, a questão. Às vezes, surgiam algumas divergências, um falava que era uma determinada pontuação, outros não concordavam. Para resolver o impasse, eu explicava e, assim, chegávamos a um consenso. Aconteceu de eu ter que ler a mesma frase duas ou três vezes, dando entonação correta para não correrem o risco de errar.

Ao chegar à atividade 2, mostrei que, dependendo de como a vírgula fosse utilizada, em uma mesma frase, poderia haver mudança no sentido da informação, citando, como exemplos: “Vencerás, não morrerás.” - “Vencerás não, morrerás.”. Os alunos, no decorrer do processo, demonstraram muito interesse em aprender ou relembrar o que já sabiam, foi um momento proveitoso. Disse a eles que quando fossem reescrever os *spots*, que se lembrassem dessas regras e, se fosse necessário, corrigissem os erros. A pontuação correta do texto, de acordo com o “Manual de Radiojornalismo” da Secretaria Especial de Comunicação Social - RJ (2003, p.19), “é imprescindível em rádio. Estamos escrevendo para alguém que vai ler e interpretar a mensagem. Os sinais gráficos de pontuação são fundamentais para a compreensão do texto por parte do ouvinte”.

Tal compreensão é um dos motivos de estarmos trabalhando a pontuação, mesmo que, nesta pesquisa, o texto construído seja de um redator (o aluno) de uma Rádio Escolar, ou seja, de um outro lugar social diferente daquele onde o *spot* foi originado, e que o gênero em estudo sofra transformação do gênero de referência, tendo como objetivo principal o ensino-aprendizagem, de acordo com Schneuwly e

Dolz (2004). Dessa maneira, o estudante deverá estar atento a esse processo da pontuação, porque seu uso (ou a falta dele) impacta no texto produzido.

Finalizados os exercícios, usei o Data Show para mostrar algumas dicas de locução do DVD “Curso de locução em DVD – Quer ser locutor publicitário? Volume 1”, com o locutor Nando Pinheiro, estilo de atividade requisitada pelos colaboradores da pesquisa (Figura 41). Pinheiro dá muitas dicas e uma delas é de como fazer a leitura de uma propaganda no rádio.

Figura 41 – Os participantes da pesquisa assistindo um DVD sobre locução



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Nesse instante, reiterarei que este gênero textual era oral, o nosso foco de estudo. Lembrei, ainda, que não há uso de imagem e, sendo assim, temos que trabalhar bem a voz. Pedi para prestarem muita atenção, pois este comunicador passaria um pouco da sua experiência, no trecho transcrito a seguir:

Quanto mais você fazer os textos, quanto mais você exercitar o seu vocal, melhor ficará a sua locução [...]. O importante é que você treine a pontuação, respeitando sempre as pontuações [...] o texto tem de ser estudado. Antes de você fazer uma locução, você tem que analisar sempre, passar várias e várias vezes o texto em *off*, para que você realmente possa iniciar a sua gravação de uma forma correta e consistente. Porque, a partir do momento que você conhece o texto, vai ficar mais fácil para você fazer a locução.

Essa recomendação de que se tem que preparar antes de ir ao ar, lendo e relendo o texto que será interpretado, é relatado César (2009, p. 225) ao dizer que “a melhor maneira de se sentir seguro no ar é planejar tudo que vai fazer e falar”. E ainda

argumenta: “[...] não confie no improviso [...]. Pode acontecer o tradicional branco, tornando-o refém do momento”. A partir da fala de Pinheiro, a locutora afirmou aos alunos que isso se aplicaria também para a sala de aula, quando fossem apresentar um trabalho. Pimenta fez uma observação em relação ao improviso, dizendo que nem toda pessoa tem a capacidade de errar sem que os ouvintes percebam.

Nesse momento, uma aluna comentou: “Em uma apresentação de formatura na escola, faltou uma componente e me convidaram para representá-la, por ser uma menina travessa. Quando comecei a falar, errei, [...] o que era para ser uma coisa séria, virou uma comédia.” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016). Pimenta então orientou: “para que o momento não se torne trágico, faça dele uma ação cômica, deixando os ouvintes à vontade”. Tratando sobre o improviso, César (2009, p. 233) orienta que, “ao falar sem preparação, você deve necessariamente conhecer o assunto. Existem momentos em que o improviso é fundamental para o bom desempenho do locutor”.

Em seguida, outra aluna falou de uma experiência em que improvisou a fala: “no 5º ano, numa apresentação de teatro de Ensino Religioso, tive de substituir uma pessoa e consegui, mesmo não sabendo as falas, foi no improviso,” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 19/05/2016). Dito isso, Pimenta aconselhou que, “se algum dia fossem apresentar um seminário em sala, que preparassem a fala por escrito, lessem bem o texto antes, observando as pontuações. Dessa forma o desempenho seria significativo”.

A seguir, os alunos ouviram um texto, conhecido como chamada, na voz de Nando Pinheiro: **“Você está cansado de ouvir sempre a mesma coisa? Vem aí a RÁDIO QUE VAI MUDAR A SUA CABEÇA... As melhores músicas... INTERATIVA FM... os melhores comunicadores... A MAIOR INTERATIVIDADE DO RÁDIO. INTERATIVA 101 FM”**. O locutor explicou como se lia a primeira frase, com entonação de pergunta, a frase de abertura.

Esclareceu que as palavras de um texto, quando estão em destaque, devem ser lidas com mais ênfase, pois são consideradas palavras-chave. Depois leu algumas vezes o texto para mostrar as entonações em determinados pontos. Frisou que “aquele locutor que faz sempre a locução linear [...], ele não vai fazer com que o seu ouvinte, ou com que aquele comercial que está sendo veiculado na TV no rádio, seja um comercial atraente e que dê retorno para o cliente” (PINHEIRO). Os discentes só conseguiram praticar a leitura da primeira frase, pois o nosso tempo tinha se esgotado. Ouvindo e fazendo esse treinamento, os educandos puderam perceber a importância da pontuação em um texto.

4.3.2 Módulo 2 – Conhecendo o espaço radiofônico

O próximo passo da sequência didática foi visitar a Centro América FM 101, no dia 02/06/2016, emissora de rádio em Rondonópolis (Figura 42). Os objetivos da visita foram: fazer com que os participantes da pesquisa se inteirassem do processo de elaboração e execução de propagandas radiofônicas do tipo *spot* e conhecessem uma instituição onde eram transmitidas. Dessa forma, também teriam oportunidade de observar o funcionamento desse local. Tal rádio, uma das componentes da Rede Centro América de Rádio, está localizada no mesmo prédio da TV Centro América, Rede Mato-Grossense de Televisão (RMT), que tem como proprietário o Grupo Zahran.

Figura 42 – Os alunos participantes da pesquisa em frente ao estúdio “glass” da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

De acordo com o site da TV Centro América²⁶, tal Rede começou em 1965 com a criação da TV Morena em Mato Grosso do Sul. Somente em 1967 foi inaugurada a segunda emissora desta empresa de comunicação, a TV Centro América, em Mato Grosso. Em 1976, a RMT associou-se à Rede Globo de Televisão, veiculando a

²⁶ Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/tvcentroamerica/noticia/tv-centro-america-uma-historia-que-comecou-ha-45-anos-conheca.shtml> . Acesso em 02/11/2017.

programação desta e criando conteúdos próprios. Na década de 80, mais especificamente, em 1989, A RMT inaugurou em Mato Grosso a TVCA de Rondonópolis.

Já nos anos de 2010, surgiu a Rede Centro América de Rádio, hoje composta por cinco emissoras instaladas em Cuiabá, Rondonópolis, Aragarças, Cáceres, e Sorriso, tendo um alcance de 335 km. A de Rondonópolis foi criada em junho de 2011.

Importante ressaltar que no dia em que realizei essa atividade com os discentes, as escolas da rede estadual estavam em greve, porém, como já estava marcada a nossa presença naquele local, pedi para os alunos comparecerem, que seria uma etapa importante para a aprendizagem do gênero que estavam estudando. Na hora estipulada, às 13h15, os alunos já estavam em frente à Centro América FM 101, como combinado. Entramos todos juntos e ficamos na recepção à espera da funcionária do departamento de marketing, Priscila, citada anteriormente, que iria nos acompanhar naquela atividade a partir das 13h30.

Ao chegar e constatar o número de estudantes, Priscila achou melhor dividir a turma em dois grupos, já que éramos em 29 componentes, sendo 26 alunos e 03 pessoas responsáveis por eles – eu, Pimenta e Poliana. Justificou que devíamos fazer isso, porque o estúdio não comportava a todos de uma só vez. Assim foi feito. Para fins de identificação, passo a usar as denominações Grupo 1 e Grupo 2.

Na primeira etapa, Priscila conduziu o Grupo 1, composto por 15 pessoas – 13 estudantes, eu e a Pimenta – ao estúdio onde era realizada a programação diária da rádio, com isso, os participantes da pesquisa tiveram a oportunidade de conhecer o funcionamento desse meio midiático e ver uma profissional da área desempenhando o seu papel, ou seja, a sua função social de locutora.

A comunicadora que estava lá no momento e que nos recebeu foi Sílvia Letícia Dias Silva, conhecida como Sílvia Letícia. Ela foi dividindo o seu tempo entre o programa e o atendimento aos alunos (Figura 43, p. 167). Nos instantes em que a locutora não estava no ar, conversava com os discentes sobre o funcionamento das aparelhagens. Mostrou um local daquela sala, dizendo: “Nesta parte realizam-se o jornal Primeira Página, entrevista”. Em seguida, voltou a apresentar os equipamentos da Rádio utilizados por ela.

Figura 43 – Os alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) recebendo informações da locutora Sílvia Letícia no estúdio “glass” da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Indicando o computador de apoio, Sílvia Letícia disse: “Aqui é onde a gente vê os recados do WhatsApp, acompanha as coisas no Facebook, internet, faz pesquisa”. Uma aluna perguntou: “E quando alguém pede uma música, como faz?” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). A locutora mostrou o local onde estava o banco de músicas, comentou que via na programação se aquela canção já tinha tocado ou não, e acrescentou que não se repetia o sucesso no intervalo de duas horas. De repente, a locutora entra no ar e faz uma inflexão na emissão da sua voz: “Centro América Hits, 01h09. Boa tarde a você!”.

Ao término da fala da profissional, Pimenta disse aos alunos que “o que ela acabou de fazer agora é o que tento ensinar para vocês, tudo bem? Que é a entonação de voz [...]? É a profissão dela. Ela conversa com vocês com um tom, mas ela se expressa de outra forma quando vai ao ar. Por quê? Porque ela trabalha o diafragma, tudo aquilo que nós fizemos de exercício de voz [...]”. Nesse momento, os alunos puderam lembrar o que foi ensinado pela Pimenta, quando ela lia propaganda nas aulas de locução para ensiná-los a dar o tom e eles queriam saber o porquê de ela ler daquele jeito.

Relacionado a isso, César (2009, p. 71) comenta que “a boa coordenação pneumofônica faz com que o locutor pause nos momentos corretos e obedeça a pontuação sem diminuir a intensidade da voz no decorrer da leitura”, atitude cobrada pela Pimenta ao orientar os estudantes participantes desta pesquisa, quando pediu o controle da respiração. Este autor ainda afirma que “a entonação implica variações de som na laringe (da frequência das vibrações das pregas vocais). A forma de falar uma palavra durante a locução é muito significativa”. A ideia citada sempre foi realçada nas aulas em que estava sendo desenvolvida a sequência didática.

No decorrer da locução da Sílvia Letícia, os alunos procuraram prestar atenção ao modo como ela se expressava, demonstraram interesse em apropriar-se do assunto em questão, como pode ser observado na figura 44 (p. 169):

Figura 44 – Os alunos e a locutora Pimenta (Grupo 1) observando a locução de Sílvia Letícia no estúdio “glass” da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Posteriormente, a radialista abordou que ela, ao ligar o microfone, assim como outros locutores, procurava passar alegria para os seus ouvintes, se expressando como se estivesse sorrindo, postura que vai ao encontro do que aconselha César (2009, p. 235): “Encare sua plateia com um sorriso. O sorriso estabelece uma relação direta com o público, despertando-lhe interesse e fazendo com que fique atento ao que você vai falar”. Vale reiterar que o aspecto evidenciado também foi ensinado nas aulas de locução, anteriormente ministradas.

Após essa fala, uma aluna questionou a locutora: “Você não tem dificuldade de mexer nos comandos aí, não? (Participante da pesquisa – Diário de Campo – 02/06/2016). De imediato a comunicadora disse: “Não, nos primeiros dias até que sim [...], depois, a gente consegue até fazer meio que de olho fechado”. Ao ouvir esse diálogo, Pimenta justifica a pergunta da aluna dizendo: “Essa pergunta é porque eles também fazem a rádio na EE Santo Antônio. A mesa de som de lá tem bem menos comandos, e eles ainda encontram dificuldade”.

A seguir, a locutora mostrou mais um comando, onde tinham acesso à programação satélite de Cuiabá e, logo após, apontou o botão em que se ouve a programação interna. Também falou dos programas existentes na rádio (Conectados; Ligue, peça e ouça, dentre outros). Com isso, um aluno quis saber: “E de madrugada, vocês fazem como? Fica alguma pessoa?”. Sílvia responde: “Não, de madrugada fica no automático, fica remoto. A gente tem a programação pronta, [...] vem aqui [mostrou o comando], coloca no automático, dá play, apaga todas as luzes e...”. Novamente o mesmo aluno indaga: “Tem quantas programações para a madrugada?”. (Participante da pesquisa – Diário de campo - 02/06/2016). A radialista comenta: “Madrugada Centro América, é uma só, toca vários tipos de música”.

Naquela aula, fora dos muros da escola, o fato de encontrar-se em um ambiente radiofônico, com tantos comandos à frente deles, causou impacto aos estudantes, pois eles puderam visualizar uma quantidade de tecnologia ainda não conhecida e fazer perguntas relevantes para o trabalho que estavam desenvolvendo em seu próprio universo de atuação: a Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio.

Em seguida a esses questionamentos, Sílvia Letícia explicou onde ficavam as vinhetas, que algumas delas falavam o nome da rádio, o nome dos programas, indicavam a hora certa, entre outras, também esclareceu que um locutor deve ficar atento ao tempo, para saber quando termina a música, ou uma propaganda, e ter ideia de quando o locutor tem que falar.

Tal procedimento é desenvolvido nas edições concretizadas pelos participantes da Rádio Recreio no estúdio da escola, com o auxílio do programa ZaraRadio²⁷. Assim, aquelas instruções foram de grande valia, aumentando o conhecimento dos educandos. Ressalto, aqui, que foram feitas outras perguntas, porém, como no local tocava músicas nesses momentos, e eu estava envolvida com a gravação para registro da pesquisa, não consegui acompanhar tudo o que foi indagado, tampouco fui capaz de entender todas elas na hora da transcrição. Além disso, alguns deles falaram baixo.

²⁷ Programa para criação e gerenciamento de rádios, que permite usar os próprios *slogans* (ou *jingles*), selecionar músicas e aplicar efeitos de transição entre elas, utilizando arquivos de áudio armazenados no computador. Disponível em: <http://www.superdownloads.com.br/download/24/zararadio/> Acesso em: 29/04/2018.

A radialista voltou a “locutar²⁸”, falou das músicas que tinham sido tocadas, passou informações para os proprietários de veículo com placa final zero e que precisam pagar o Imposto sobre Propriedade de Veículo Automotor (IPVA) [...], comentou que tinha uma dica cultural e em seguida “soltou” uma propaganda, ou seja, um *spot*. Diante disso, os estudantes tiveram a chance de verificar que a rádio possui uma programação bem diversificada, onde tudo acontece muito rápido com a presença de meios linguísticos e não-linguísticos da comunicação oral. Entre os meios não-linguísticos podemos destacar os seguintes: para-linguísticos (qualidade de voz, melodia, elocução e pausas, respiração, risos, suspiros) e meios cinésicos (atitudes corporais, movimentos, gestos), que já foram mencionados no tópico Gêneros textuais orais, pelos autores Dolz, Schneuwly e Haller (2004).

Após essas observações, um aluno perguntou: “Por que põe o fone de ouvido?” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). Sílvia respondeu: “Porque com fone de ouvido eu posso ouvir minha voz, se acontecer alguma coisa, não vai atrapalhar na minha locução. [...] o retorno que eu tenho é o que está saindo no ar”. A iniciativa do aluno ao perguntar do uso do fone de ouvido, mostrou que ele estava atento aos detalhes do ambiente e, como não sabia a função daquele objeto, não hesitou e procurou esclarecer sua dúvida, enriquecendo, com isso, não só o seu entendimento sobre o funcionamento da rádio, mas os de seus colegas que compartilhavam daquele momento.

Depois de terem presenciado a programação radiofônica e aprendido vários detalhes sobre como funcionava o estúdio de uma rádio, Priscila os convidou para irem ao estúdio ao lado, dizendo que um locutor falaria com eles sobre propagandas. Antes de deixarem o local em que estavam, registraram a visita do grupo em uma fotografia (Figura 45, p. 172).

²⁸ Gíria usada para caracterizar a ação de trabalhar em uma rádio. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/locutar/> Acesso em: 29/04/2016.

Figura 45 – Alunos e professora da Rádio Recreio (Grupo 1) no estúdio “glass” da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Tão logo o Grupo 1 foi para o outro espaço da rádio, Priscila convidou os alunos que aguardavam na recepção (a segunda turma), para adentrarem ao estúdio onde estava a locutora Sílvia Letícia. Não pude ficar com eles, porque o assunto que seria tratado no outro local, com os estudantes que eu já acompanhava, era sobre os *spots*. Assim, Pimenta e Poliana os acompanharam, totalizando 14 pessoas. Do mesmo modo como ocorreu com os estudantes que lá estiveram previamente, os do Grupo 2 também puderam dialogar com a locutora (Figura 46, p. 173), recebendo informações sobre a rotina de trabalho do locutor.

Figura 46 – Alunos da Rádio Recreio (Grupo 2) com Sílvia Letícia e Poliana, no estúdio “glass” da Centro América FM 101



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Enquanto o Grupo 1 estava no estúdio “glass” com a Sílvia Letícia, o Grupo 2 foi recebido na outra sala pelo locutor Leonardo Brandão Rocha, conhecido como Léo.

Eu disse a ele que a turma da Rádio Recreio estava estudando gênero textual oral, mais especificamente, a propaganda radiofônica do tipo *spot*, e que gostaria que ele explicasse para os discentes como era realizada a elaboração do gênero mencionado e, se possível, mostrasse exemplos a eles, a fim de que pudessem observar a estrutura desse texto.

Léo atendeu o meu pedido e começou explicando como a empresa procedia, desde o início, para realizar a produção de um *spot*:

Tem dois vendedores da Rádio, eles saem na rua para vender as propagandas, vender o produto que é a programação da Rádio, o espaço na Rádio. O que custa numa rádio e numa TV hoje? É o espaço. Para se falar que tem uma empresa na cidade, igual a empresa... [falou o nome da empresa], paga um valor X para anunciar com a gente. Exemplo: o dono de uma empresa diz: 'Ah, eu quero um espaço de 30 segundos, dez vezes ao dia na rádio Centro América'. Então, os vendedores fazem um contrato de um, dois, três meses, um ano, com o comerciante. Enfim, eles buscam a propaganda, trazem para gente aqui, aí a gente pega os dizeres do cliente, os dados – endereço, o que ele quer que fale na propaganda – e coloca num texto, numa lauda, que é esta daqui. A gente tem um padrão de lauda, essa é uma lauda de 30 segundos, é um comercial de 30 segundos. (LEONARDO B. ROCHA, Entrevista, 02/06/2016).

A seguir, relata que as pessoas do marketing fazem o texto, levam para o local em que estávamos, para que o mesmo seja gravado, e que lá eles começavam a pensar na propaganda, que efeitos usar, sempre de acordo com o que seria divulgado. Importante mencionar que a preocupação com aquilo que o cliente deseja que apareça no texto da propaganda, a preparação da peça radiofônica em si, já foi evidenciada por Barbosa Filho (2009) no tópico 3.1.3 deste trabalho, “Propaganda radiofônica do tipo *spot*: a persuasão nas ondas do rádio” (p. 93-99). No decorrer dessas explicações, observei que os discentes estavam concentrados e bastante interessados, enquanto o locutor, por sua vez, demonstrava ter experiência na área, pois falava conosco com segurança e explicitava detalhadamente os procedimentos da criação de um *spot* (Figura 47, p. 175).

Figura 47 – Alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) ouvindo as explicações do locutor Léo na ilha de edição



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Léo separou dois *spots* para os alunos observarem a construção do texto. Voltou a falar da produção da propaganda: “Nós temos um período de 48h, a partir do momento em que os vendedores da rádio comercializam o anúncio, fecham o contrato”. Em seguida, acrescentou: “Depois, é o prazo de chegar na rádio, fazer uma PI (Propostas de inserções, ou seja, mapa de mídia, contrato de veiculação), uma autorização, mandar para Cuiabá para os diretores da rede olharem, fazerem o cadastro do cliente, que passa pela aprovação, só então mandar de volta”.

Complementa que: “Chegando aqui, a gente coloca o texto, nele põe os dizeres, o que o cliente quer (como exemplo, mostrou um *spot*), às vezes, o próprio cliente monta o texto dele, às vezes, quem monta é quem vendeu”. Falou que esta pessoa monta o escrito e mostra para o proprietário da empresa, para obter aprovação. Comentou que a composição também poderia vir de uma agência publicitária e que, nesse caso, já estaria pronta. Perguntei se essas produções tinham *slogan*, um dos elementos do *spot*, e ele respondeu que sim. Depois, continuou sua

fala dizendo que “num texto de trinta segundos, tem que focar mais o nome da empresa, destacar o nome”.

Nesse momento, recomendei aos alunos: “Observem esse detalhe, pessoal! Porque vocês terão que refazer os *spots* que já começaram”. Léo aconselhou que se os educandos pudessem pôr o nome da empresa no começo, meio e fim do *spot*, seria o ideal para fixar o nome da marca. Esclarece o locutor: “[...] um espaço de 30 segundos é rápido, mas é o suficiente para a pessoa que está ouvindo pegar a informação”. Falou que naquela rádio eles vendiam vários *spots*, que há *spots* de 15 segundos, chamados teaser, de 30, de 45 e de 60 segundos. Ressaltou que quanto mais tempo de duração tem a propaganda, maior o seu custo.

Com tais observações, Léo explanou aos educandos características importantes do gênero estudado, questões de repetição do nome da empresa e os variados tempos de um *spot*, que ajudariam na produção de seus próprios textos. No tocante à repetição, Porchat (1993, p. 101) frisa que ela não deve ser temida, pois ela “reforça a comunicação oral”, que, no caso, seria a fixação do nome do comércio.

Já em relação ao tempo da propaganda, Barbosa Filho (2009, p. 124) afirma que “o tempo de duração de cada espote é de trinta segundos, embora existam peças com quinze, quarenta e cinco segundos, e chegando, em casos raros, a um minuto”. Em relação aos *spots* dos estudantes, eles tiveram conhecimento da duração dos mesmos, através da lauda que preencheram, página na qual vem marcando o tempo. Essa ação aconteceu depois da produção final, antes da gravação, a fim de contemplar tal regra, ação que será relatada mais à frente, neste trabalho.

Depois, o locutor Salvador Dias dos Santos, o André Batata, chegou para acompanhar a aula. Léo comentou que uma vez concluída a propaganda, era selecionado um locutor para fazer a gravação, sendo tal ação desenvolvida na cabine que ficava dentro do estúdio onde estávamos. Levou os alunos para conhecerem o espaço, que era planejado para isolar o som externo e não atrapalhar o desempenho das atividades que lá ocorriam. Um aluno comentou: “Gostei desse lugar”. (Participante da pesquisa, 02/06/2016). Explicou como funcionava a gravação. Falou que um locutor ficava na cabine lendo o texto e o operador (editor), no cômodo ao lado – ilha de edição –, ficava gravando e dizendo, através de um microfone, em que parte teria que melhorar na leitura do texto.

Figura 48 – Os alunos da Rádio Recreio (Grupo 1) recebendo informações do locutor na cabine de locução



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Os alunos observaram como era a estrutura da sala, puderam perceber que havia um vidro para dar visão para a outra, que o sistema de vedação não era o mesmo do estúdio da nossa escola, considerando que o daquela empresa tinha uma estrutura mais moderna de isolamento acústico. Estavam todos surpresos com tanta novidade. Ao se aproximarem do microfone, alguns falaram ao mesmo, como se estivessem fazendo um teste: “Dá para escutar aí?”; “Oi!”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo - 02/06/2016).

Avalio que foi um momento importante para eles, pois conheceram as especificidades daqueles ambientes de uma estação de rádio. Em relação a esses lugares – ilha de edição e cabine de locução –, existe a seguinte explanação no site do Ministério da Educação (MEC), “Programa Mídias na Educação” (BRASIL, 2018):

Um estúdio de rádio é composto, basicamente, por cabine de locução e ilha de edição. Na primeira, o locutor fica totalmente isolado acusticamente e é separado da ilha de edição por um vidro espesso, que permita a comunicação gestual com o editor de áudio. Este, por sua vez, comanda uma série de equipamentos, cabos e conexões, além do computador. Atualmente, a grande maioria dos programas de rádio é gravada e editada em programas de edição não-linear computadorizada, como o Sound Forge, Amplitude, Digital Audi Editor, Audio Edit ou Cool Edit Pro, entre outros. (BRASIL, 2018, p. 11).

Todos os detalhes descritos na citação acima, relacionados à parte física, os alunos puderam conhecer naqueles espaços e, quando aconteceu a etapa da gravação dos *spots* por eles criados, após a produção final da sequência didática, acompanharam o processo do funcionamento do local, ao vivo, pois o estúdio mencionado foi cedido para realizarmos esta gravação. Posteriormente, o locutor disse para os discentes que existiam várias formas de se expressar na leitura de propagandas. Por exemplo, com mais explosão, quando é um anúncio do tipo varejo, como o de uma loja da cidade, argumentando, ainda, que se fosse um *spot* de hotel, precisaria de outro tipo de locução, ou seja, cada um desses textos possuiria uma forma de interpretação, uma entonação diferente.

Nessa direção, apoio-me no que explica César (2009, p. 218), que “um locutor ao realizar um comercial no rádio, utiliza-se de técnicas bem diferentes das usadas para apresentar seu programa”. Ainda instrui que “a locução exigirá uma alteração em sua modulação de voz, a mudança de ritmo durante a verbalização e naturalidade na

interpretação do texto”. Dessa forma, fica confirmado o que foi explanado por Léo e pelo outro locutor, durante seu diálogo com os jovens locutores da Rádio Recreio.

Depois de falar sobre a entonação, o locutor perguntou que aluno gostaria de gravar uma propaganda (citou o nome da empresa e do cliente). O estudante João Vitor (Diário de Campo, 02/06/2016) se manifestou: “Eu quero!”. Começou a leitura do *spot*, estava indo bem quando, de repente, começou a ficar com vergonha da turma, perdeu a concentração, começou a ter alguns “tropeços” e não quis mais realizar a atividade. Então, olhando para o Gustavo, disse: “Ah, não. Vai você!”. De imediato, Gustavo pegou a lauda e deu início ao exercício, tendo dificuldade de pronunciar o nome da rua em que se localizava a empresa, detalhe que apareceu quase no final do texto.

A oportunidade de concretizar essa atividade foi importante para esses educandos, pois os colocou em contato com o *spot* em uma outra situação, a de comunicar, sabendo como foi produzido e conhecendo o lugar social onde foi originado, diferentemente de quando está em uma instituição de ensino, em que esse texto é um gênero a aprender, sem deixar de ter a função comunicativa (SCHNEUWLY; DOLZ, 2004).

A figura 49 (p. 180) traz duas fotografias, de João Vitor e Gustavo, durante a leitura do anúncio.

Figura 49 – Os alunos João Vitor e Gustavo lendo a propaganda, respectivamente



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Terminada a gravação, o locutor comentou que Gustavo deveria ter dado mais ênfase na palavra “imperdível”, pois é um vocábulo relevante para chamar a atenção do ouvinte/consumidor. Nesta perspectiva, no site do MEC - “Programa Mídias na Educação” (BRASIL, 2018, p. 11) é abordado que para “uma boa gravação, é

necessário um clima que possibilite a concentração dos envolvidos”, que “se o locutor pronuncia uma palavra de forma incorreta ou incompreensível, cabe ao editor de áudio avisá-lo e pedir para que refaça a parte da gravação que ficou abaixo do padrão de qualidade esperado”. Com mais essas informações, os estudantes aumentaram seus conhecimentos sobre a forma de interpretar o *spot*, o que contribuiu para o momento em que foram gravar os deles próprios.

Logo após, Léo colocou a gravação do *spot* nas vozes de João Vítor e Gustavo, para que todos ouvissem, ainda sem a edição. Eles ouviram a primeira gravação, que não foi finalizada, e a segunda, completa. Como os estudantes tiveram alguns deslizes no momento desta ação, o locutor reiterou o que foi mencionado acima, que na hora de gravar é permitido errar, porém, é necessário repetir várias vezes até a leitura ficar boa, para depois a gravação passar pela edição, antes de ir ao ar.

Nesse instante, após terem ouvido a propaganda nas vozes dos dois colegas, pedi para o locutor que estava lá observando a aula, que lesse o mesmo texto, assim eles perceberiam a diferença nas entonações. Foi uma experiência importante, porque puderam observar a interpretação, as pausas dadas para a respiração, enfim, as entonações necessárias em determinados termos realizadas pelo profissional da área. Isso também possibilitou que eles se inteirassem dos detalhes que a estrutura de um *spot* poderia conter.

Na sequência, Léo mostrou para os discentes o programa que ele utilizava, de gravação e edição de áudio, chamado *Sound Forge*, já assinalado na citação retirada do site “Programa Mídias na Educação”. Comentou que existe programa de gravação com vários *plugins* de efeito, a exemplo do Pitch, que pode deixar a voz parecendo a do Pato Donald, e que cada efeito tem uma função. Deu um exemplo da TV, de reportagens em que se altera a voz para não reconhecer a pessoa. Naquele momento, uma aluna questionou: “Ah, igual em fatos policiais?”. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). Léo assentiu.

No que se refere ao efeito, recurso da linguagem no rádio, César (2009, p. 130) afirma que “efeitos sonoros podem ser utilizados em qualquer comunicação radiofônica, independentemente de sua duração, seu formato, tipo de texto ou conteúdo”. Este autor expõe que a seleção desses elementos, em uma comunicação radiofônica, é realizada de acordo com aquilo que se pretende alcançar.

O locutor ainda falou de outro aspecto que se usa na edição, a música, que chamou de Background (BG) ou trilha. Segundo o Serviço à Pastoral da Comunicação

- SEPAC (2012, p. 73), o Background abrange “músicas, vozes ou ruído em fundo que servem de suporte para a fala. O mesmo que BG (begê)”. O SEPAC também argumenta que “o BG precisa ser característico, para não ser confundido com falha técnica, e não pode, de maneira alguma, prejudicar o som da fala”.

Em relação ao BG, o locutor acrescentou que este “é do cliente. Uma trilha, música instrumental, para a propaganda não ficar ‘seca’, destacar [...]; às vezes a música destaca mais que a propaganda, para a pessoa prestar mais atenção”. Continuando, explicou: “[...] vou usar outro programa aqui que se chama *Reaper*, programa para montagem de *spot* [...] é um programa multipistas. Por que multipistas? Você coloca várias coisas aqui.”. Naquele momento, pôs uma trilha para os alunos ouvirem. Em seguida, informou: “a gente vai utilizar essa trilha para montar aquela propaganda” (a que tinha sido gravada anteriormente pelo outro locutor que estava conosco).

Posteriormente, perguntei se teria como usar aqueles programas de edição em computador como o meu. Léo disse que sim, e complementou que o programa usado por eles fora adquirido pela empresa, mas que existe, no mercado, o programa “pirata”, o qual ele não recomendava. Naquele momento uma aluna comentou: “Pode dar problema.”. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). O locutor concordou, dizendo que poderia travar o computador. Logo após falei para ele, lembrando que eu estava trabalhando com os alunos a propaganda radiofônica do tipo *spot*, como já havia mencionado previamente, através de uma sequência didática, para aprenderem sua estrutura, e reiterei que estava ali com eles para que pudessem ver como se concretizava este gênero em um espaço profissional do rádio e mostrar o que teriam que mudar no que eles já haviam feito. Esclareci, ainda, que a culminância da SD seria a gravação de cada um dos *spots* produzidos, pelo seu próprio autor. Voltei a perguntar sobre o *slogan*, com a intenção de que este locutor falasse um pouco mais sobre o assunto para os alunos. Ele comentou: “Geralmente a gente fecha com o *slogan*, [...] depois do endereço”.

Em seguida, voltou a tocar na importância da repetição do nome do comércio ou do produto no *spot*. Exemplificou com o *spot* de uma loja, cliente da Centro América, evidenciando que o texto do comercial tinha que começar com o nome da empresa. Continuou, porém, relatando sobre outra propaganda, a que tinha sido lida e gravada pelos alunos e pelo locutor que também esteve no local onde nos encontrávamos. Leu o nome da loja e frisou que nem todos os *spots* que chegavam

lá para serem gravados iniciavam pelo nome da empresa, pois eram várias pessoas que montavam o texto. Sobre essa diversificação na escrita do anúncio, Sant'Anna (2002, p. 161) ressalta que “é difícil estabelecer regras sobre a maneira de redigir textos publicitários”.

Para dar continuidade à explanação, o locutor leu o texto (*spot*), citado anteriormente. Seguiu a leitura, mostrando o momento em que apareceu a denominação do comércio (duas vezes), o endereço, o telefone e depois o *slogan*. Relatou que: “Se você puder falar no finalzinho [...]”, e citou o nome da empresa –, “[...] aí o *slogan*”. Depois disso, Léo trouxe à tona um outro ponto muito importante: a parte da pontuação. Comentei que tínhamos estudado normas de pontuação. Em seguida, Léo esclareceu que era fundamental usar esses sinais gráficos para ajudar a pessoa que fosse gravar a dar as entonações corretas.

Léo aconselhou aos discentes que, antes de gravarem os seus textos, os lessem algumas vezes, que procurassem ter uma boa dicção. Para isso, salientou que seria bom fazer a leitura com uma caneta na boca. De imediato alguns alunos falaram: “Nós já fazemos isso”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). Uma estudante comentou: “Uso a rolha entre os dentes para ler quando estou em casa” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). O locutor declarou que tais exercícios eram uma maravilha.

Dito isso, o locutor finalizou suas orientações ao Grupo 1, pois os alunos do Grupo 2 já aguardavam para conhecerem a ilha de gravação. Eu e os discentes agradecemos ao Léo pelas informações e, antes de sairmos, capturamos em fotografia o encontro dos educandos com o locutor e Priscila:

Figura 50 – Os participantes da pesquisa (Grupo 1), Léo e Priscila na ilha de edição



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Depois que a primeira turma deixou a ilha de edição, o Grupo 2 adentrou ao recinto para que, assim como os demais discentes, os deste grupo também tomassem conhecimento de como era concretizada a propaganda radiofônica do tipo *spot*, naquele local, e suas peculiaridades.

Assim como ocorreu com o Grupo 1, Léo explanou sobre a forma como a empresa procede, desde o início, para produzir o *spot*: o contato com o cliente, a produção do texto, a utilização da lauda, a gravação, a edição (Figura 51, p. 185). Ainda explicou que no local onde estávamos, ficava o operador de edição e que na cabine (apontou para a mesma), ficava o locutor, que gravava a propaganda.

Figura 51 – Os participantes da pesquisa ouvindo as explicações do locutor Léo na ilha de edição



Fonte: Acervo da pesquisa (2016)

Finalizadas essas explicações, convidou os alunos para conhecerem a cabine de locução. Ao entrarem no local, as estudantes Gabriela B. (6º ano B), Gabriela (6º ano E) e Evellyn (6º ano B) foram diretamente para o microfone, mostrando admiração pelo aparelho. Gabriela B. simulou que estava gravando a propaganda (produção inicial) redigida por um dos participantes da pesquisa, Artur (9º ano), enunciando um trecho do texto: “Se você quer saber se no céu tem pão, venha para a Padaria Céu e tire suas dúvidas.”. (Gabriela B. – Diário de campo, 02/06/2016). Em seguida, foi a vez da Gabriela falar sobre sua suposta loja: “Bom dia! Eu queria fazer a propaganda da minha loja de brigadeiro, Brigadeiro dos Minions, a melhor loja do Bairro do Limoeiro”. (Gabriela – Diário de campo, 02/06/2016) (Figura 52, p. 186). Analiso essa postura como um fato positivo, pois traziam para aquele ambiente profissional de gravação as produções iniciais desenvolvidas na sequência didática.

Figura 52 – Gabriela falando ao microfone da cabine de locução



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

A seguir, Léo perguntou quem gostaria de gravar uma propaganda, ressaltando que: “Cada comercial tem uma maneira de gravar, que a gente chama de entonação, interpretação”, observação também repassada para os outros participantes da pesquisa que compunham o Grupo 1. Chegou a citar os exemplos mencionados anteriormente, para exemplificar que, dependendo do tipo de comércio, se exigia uma gravação diferenciada, que o *spot* que iriam gravar era de uma loja de utilidades, que exigia uma leitura mais explosiva. Ademais esclareceu que era um anúncio de rádio, usava só a voz, diferente da TV, que se vale também da imagem. Complementou que aquela propaganda já começava chamando a atenção do ouvinte: “Precisando de utilidades domésticas?”. Frisou que assim a pessoa interessada ficaria mais atenta. Avisou que pediria para um dos componentes do grupo gravar o anúncio, porém, dois acabaram gravando, pois a competição para fazê-lo foi acirrada.

Nessa hora, começaram a falar ao mesmo tempo: “Eu!”, “Eu peguei primeiro!”. (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016), ou seja, tinham pego primeiro a lauda onde estava escrito o texto do *spot*. Pedi que se organizassem para acabar com a indecisão de quem iria gravar e Gabriela B. propôs: “Vamos decidir no par ou ímpar!”. (Gabriela B. – Diário de campo, 02/06/2016). Fizeram isso e os dois

últimos discentes que restaram na brincadeira leram o texto - uma aluna²⁹ do 6º ano A (participante da pesquisa) e o Kawan (6º ano B).

Antes de começarem a leitura do *spot*, o locutor aconselhou que lessem o texto algumas vezes e recomendou o uso da caneta na boca para realizar o ato de ler, a fim de melhorar a dicção e que prestassem atenção na pontuação, para poder “interpretar legal”. A estudante foi a primeira a realizar a ação e, ao finalizar, Gabriela B. disse para a colega que leu: “Você ‘comeu’ vírgula”. Ou seja, ela não fez a pausa onde era necessário. O locutor também se posicionou sobre a leitura: “A maneira como você leu não está errada, mas pode melhorar na questão da interpretação. A gente costuma dizer que fez uma locução reta. A pessoa começa de um jeito e termina da mesma forma. Na verdade, a propaganda tem começo, meio e fim”. Então, começou a fazer a leitura do *spot* e foi mostrando para os alunos quando era necessário dar as pausas, mudar a entonação.

Quando chegou a vez do Kawan gravar, o locutor leu mais uma vez a propaganda, pediu para dar ênfase no nome da empresa, para que o ouvinte o fixasse, procurando conquistá-lo para o diferencial do referido comércio. Acrescentou: “Falar com aquela certeza para convencer a pessoa que ouve o rádio. Não é só ler o texto, tem que ler e afirmar [...] que aquilo ali é o melhor”. Observei que os alunos estavam atentos às informações, momento esse importante, pois, com várias leituras de um mesmo *spot* e as dicas que o locutor compartilhou com eles de forma minuciosa, foi possível conhecer as especificidades do gênero em questão, detalhes que ajudariam na reescrita dos *spots* redigidos por eles.

Kawan, então, leu a primeira frase do *spot* e Léo sugeriu que lesse mais devagar (Figura 53, p. 188). O aluno recomeçou a leitura, dando continuidade até chegar à palavra “imperdível”, quando o locutor fez uma observação: “Você tem que colocar aquela certeza em “imperdível”. Sabe quando você é insistente? Convincente?”. Dessa forma, pediu para o aluno ler mais uma vez o *spot*. Este repetiu a ação e teve dificuldade de pronunciar, no final do anúncio, o endereço da empresa. Sendo assim, foi convidado pelo profissional a ler de novo aquela parte.

²⁹ Não informo o nome e/ou a foto dessa participante, porque ela foi transferida de escola e não consegui falar com os responsáveis dela, no intuito de pedir autorização para uso de imagem e nome da mesma.

Figura 53 – O aluno Kawan lendo um *spot* na cabine de locução



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Depois que o Kawan terminou, o locutor ressaltou: “Ainda tem muita coisa para adaptar, melhorar, mas isso é com o tempo. Isso aqui é aquela coisa da repetição. Vão fazendo, fazendo, até melhorar”. Reforçou que era sempre bom ouvir alguns *spots* no YouTube™, no rádio, para aperfeiçoar a interpretação. Concordei com ele e disse que em uma das etapas da sequência didática, eu apresentaria aos participantes da pesquisa as características deste anúncio, observando outros textos do gênero, com o objetivo de ajudá-los a estruturar de forma significativa as produções nas quais estavam trabalhando, assim como conseguir lê-las com expressão. Léo aproveitou, ainda, para salientar a importância de observar o tempo de duração do *spot*, como já havia dito aos outros alunos.

Finalizada a fase da gravação, o locutor informou que poria o áudio do texto lido. Kawan exclamou: “Ai, gente! Vou ouvir a minha voz!”. Antes disso, o locutor apresentou a eles o programa *Sound Forge*, usado para editar as propagandas. Foi mostrando a gravação e editando ao mesmo tempo, para que os discentes pudessem entender como aquele processo funcionava. Todos acharam interessante o

procedimento, porque cortava os erros, suprimia o som da respiração. Também falou que outra função daquele programa era colocar efeito na voz. Repetiu toda a abordagem sobre este assunto, tal como havia explanado ao grupo anterior. Uma discente pediu: “Faz a voz ficar fina”. Logo outra falou: “Eu quero a voz grossa” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). Com isso ele foi pondo diversos efeitos na voz do Kawan, para deleite dos alunos, que gostaram da demonstração e sorriram muito. Em seguida, Gabriela comentou: “Ah! Vai ver que usaram isso para fazer o filme Alvin e os esquilos...” (Gabriela B. – Diário de campo, 02/06/2016) – utilizando a voz fina. O locutor ainda deu outro exemplo que é a voz do personagem Xaropinho, do programa do Ratinho.

Figura 54 – Os participantes da pesquisa (Grupo 2) recebendo informações do locutor Léo



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Do mesmo modo, Léo discorreu sobre o programa multipista *Reaper* (para montagem de *spot*, vinhetas) para esse grupo, com todos os detalhes antes mencionados ao Grupo 1. O aluno Wellington indagou: “Esse programa veio no

equipamento ou dá para baixar?” (Wellington – Diário de campo, 02/06/2016). O locutor respondeu: “Você pode até encontrar na internet, mas corre o risco de travar. A empresa comprou este daqui.”. Logo depois, os educandos ouviram o mesmo *spot* que tinham lido, desta vez, gravado por um locutor. No desenrolar dessa conversa, Léo pontuou alguns aspectos daquela locução, para reforçar o que havia ensinado.

Ao término desta explicação, o locutor indagou se os estudantes tinham alguma dúvida. Então, eu questionei os alunos: “Lembram que estavam com dúvida na forma de dizer ‘Ei! Você aí!’? Vocês disseram que essa expressão ficava feia na propaganda”. Perguntem a ele o que gostariam de saber sobre o que já fizeram ou pretendem fazer nos *spots* que começaram a produzir. O que podem melhorar.”. Ao comentar sobre o uso da expressão citada, o locutor respondeu: “Cada texto tem um jeito diferente”. Olhou para uma aluna e questionou: “Você está fazendo um texto sobre o quê?”. “Sobre o refresco”, respondeu a menina. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 02/06/2016). Nessa hora, eu perguntei: “Mas não colocou o nome da empresa que vende o refresco?”. A discente respondeu que não. Léo falou: “Nesse caso, se for só o refresco, pode fazer uma propaganda só do produto, pode dizer onde encontrá-lo aqui na cidade”, lembrando, como exemplo, o *spot* que a emissora havia feito para um suco, explicando como o texto do *spot* foi elaborado.

No caso de fornecer ao ouvinte a informação de onde se encontra o produto, o locutor ressaltou: “Se você for fazer a propaganda dizendo que ele está à venda no mercado x, você vai falar que o suco y é o melhor suco de fruta, o mais saboroso da cidade, vem direto do pomar”. E complementa: “Você só encontra essa bebida no mercado x, no centro da cidade, número tal”. Ouvindo isso, indaguei: “Então eles podem fazer como você falou, só do produto?” Léo respondeu que sim, exemplificando com o anúncio de outro produto, o café, que dizia que o produto poderia ser encontrado “nos melhores supermercados da cidade”.

Frisei, então, para a turma: “Olha só, pessoal! Em relação ao suco ou outra mercadoria, pode dizer como o Léo falou: ‘Vocês encontram esse produto nos melhores supermercados da cidade’”. Prontamente, a discente Evellyn comentou sobre a propaganda que ela estava fazendo: “A minha fala dos produtos que têm para comercializar e do lugar onde vende” (Diário de campo, 02/06/2016). Naquele instante, o locutor explica: “Você pode citar o nome do lugar onde irá encontrar, se você estiver fazendo propaganda daquele lugar também. São duas propagandas em uma”. Evellyn voltou a falar: “A minha fala dos produtos que têm [...] e onde encontrar”.

Depois, Léo questiona: “E qual é o lugar?”. Ela responde: “Na Conveniência Ressaka, na Rua João Ramos Pinto” (Evellyn – Diário de campo – 02/06/2016). “Ah! Bacana, você está fazendo propaganda dos produtos e da conveniência. Vocês também podem falar de um remédio que tem nas melhores farmácias da cidade” – relatou o locutor.

Gabriela B. se manifestou, dizendo: “E também tem aquelas propagandas de remédio falando que ele só é encontrado em uma certa farmácia, quer fazer propaganda para aquela farmácia”. Disse Léo: “Isso!”. Trouxe, como exemplo, outro anúncio, de uma determinada farmácia onde era vendido um emagrecedor, com exclusividade, informando o nome do estabelecimento e os endereços, pois havia mais de uma loja no município.

Foi a vez de Gabriela B. falar: “Eu fiz sobre a ‘Melissinha’ [sapatilha], eu fiz sobre um refresco também, eu fiz sobre o que mais, Cris? Eu fiz vários textos” (Gabriela B. – Diário de campo, 02/06/2016). Esclareci que ela escolheria um deles para fazer a sequência didática e Léo deu uma ideia breve de como Gabriela B. poderia desenvolver o texto sobre a ‘Melissinha’: “Se você for fazer a propaganda sobre ela, vincula a uma loja, pode escrever: sapatilha ‘Melissinha’, a mais top da atualidade, tem várias cores, preço excelente. Você só vai encontrá-la na loja x”. Diante do enfoque dado ao nome da loja, pedi ao locutor que falasse também para aquele grupo sobre a repetição do nome da empresa no corpo do texto do *spot* e explicar o porquê de isso ser frequente nos anúncios. Com essa explicação, finalizou aquele momento. Eu e os estudantes agradecemos a atenção do locutor e, para concluir, foi tirada uma fotografia (Figura 55, p. 192):

Figura 55 – Os participantes da pesquisa (Grupo 2), eu e Léo na ilha de edição



Fonte: Acervo da pesquisadora (2016).

Concluída a visita e registradas as explicações, pude constatar que os alunos estavam satisfeitos, porque, além de aprenderem ainda mais sobre o gênero *spot*, tiveram a chance de conhecer os espaços onde ficavam as aparelhagens que ajudam a levar ao ar o canal da TV Centro América e o estúdio onde faziam o Jornal MT TV.

Alguns dias depois, a mãe de um dos colaboradores da pesquisa, Guilherme, revelou-me que ele, ao contar para ela sobre a visita àquela empresa (rádio e TV), teve a impressão de estar no Japão, com tanta tecnologia ao seu redor. Esse singelo depoimento, feito de forma espontânea, confirmou a compreensão que tive, enquanto pesquisadora, do quão positiva foi essa experiência para os jovens participantes da Rádio Recreio.

Depois dessa aula de locução, realizada fora dos muros da escola, no encontro subsequente, os alunos fizeram a revisão da produção inicial, como pode ser observado no subcapítulo apresentado a seguir.

4.3.3 Módulo 3 – Primeira reescrita da produção inicial

Após dois meses de greve na rede estadual, como foi já citado, retomei, em 18/08/2016, o trabalho com os participantes da pesquisa, dando continuidade à

sequência didática. Desta feita, sem a participação da locutora Pimenta, que se afastou das aulas de locução, por motivos de trabalho.

Iniciei o encontro, dizendo que era muito bom estar com eles novamente e poder contar com a colaboração de todos nesta pesquisa. Comecei a aula com uma das atividades mais apreciadas por eles, a leitura de trava-línguas, que ajuda na melhora da dicção. Propus aos colaboradores um desafio chamado “Nó na língua”, valendo bombom como recompensa, e os estudantes aprovaram a ideia, aplaudindo. Expliquei que poderiam ler até três vezes o texto, no intuito de desempenhar bem a ação e, com isso, ganhar o prêmio.

Perguntei quem começaria o exercício e uma aluna indicou o Tarcísio, por ser o mais experiente, outros discentes citaram o nome do Artur e, este, de forma brincalhona, disse que estava com medo. Por fim, quem fez a abertura do exercício foi a Maria Fernanda (Figura 56, p. 194). O trava-línguas que eles leram foi “Eu tagarelarei / Tu tagarelarás / Ele tagarelará / Nós tagarelaremos / Vós tagarelareis / Eles tagarelarão”.

À medida que realizavam a atividade, procuravam melhorar a pronúncia das palavras. Vários alunos reclamaram, dizendo que era difícil. Então, comentei: “É para dar nó na língua mesmo”. Todos leram, procurando realizá-lo de forma satisfatória.

Figura 56 – Os participantes da pesquisa lendo trava-línguas



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Posteriormente, em decorrência da passagem de tempo, fiz uma retrospectiva do já havíamos desenvolvido no Projeto, ressaltando que, naquela aula, daríamos

continuidade à sequência didática, rememorando desde a apresentação da situação, com o *spot* da empresa Claro^{MR} e a leitura e interpretação do anúncio, utilizando as entonações necessárias e, sobretudo, a observação das peculiaridades da estrutura do gênero em estudo. Em seguida, falei das suas produções iniciais, textos que evidenciaram seus conhecimentos prévios em relação ao *spot*, bem como sinalizaram os aspectos que eu teria que trabalhar para sanar os problemas inerentes à composição em foco, entre eles, o emprego da pontuação.

Também recordamos, eu e os colaboradores, da visita à Centro América FM 101, na última aula, momento de grande aprendizagem, que oportunizou o contato com diferentes aspectos do gênero oral *spot* elaborado por profissionais da área do radialismo. Reiterei que os anúncios radiofônicos por eles produzidos estavam sendo realizados em um ambiente escolar, visando o público da comunidade educativa.

Quando perguntados sobre o que deveria ser melhorado na produção inicial, Maria Fernanda respondeu que era a ortografia. Logo, outra aluna complementou: “Caligrafia, pontuação” (Participantes da pesquisa – Diário de campo, 18/08/2016). A seguir, esclareci: “Depois de vermos os probleminhas que têm na produção inicial, chegou a hora de reescrever o texto de vocês, corrigindo o que for necessário. Verifiquem o que foi circulado pelo colega que olhou o seu texto, o que tem de ilegível, de errado”. Dito isso, distribuí as produções aos autores, alertando que prestassem atenção também no emprego da letra maiúscula. Acrescentei que na próxima reescrita dos *spots* já estariam a par da estrutura desse gênero oral.

Comentei, ainda, que eu estava digitalizando os textos elaborados por eles, e que faria isso até a escrita da produção final e que havia criado uma pasta para cada aluno no meu computador, a fim de guardar tais produções, porque, após concluir a SD, eu mostraria a evolução que tiveram no decorrer do processo. Ao ouvir o que destaquei, um aluno pontuou: “Ah! Gostei disso, assim a gente vai poder ver o que errou!” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 18/08/2016).

Com os textos em mãos, os discentes deram início à reescrita das produções. Já no início desta atividade um discente perguntou: “Posso fazer pesquisa no celular para tirar uma dúvida de ortografia?” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 18/08/2016). Respondi que sim. Observei que enquanto escreviam, sentados próximos uns dos outros, trocavam ideias com os colegas que estavam ao lado.

Figura 57 – Os participantes da pesquisa reescrevendo a produção inicial



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

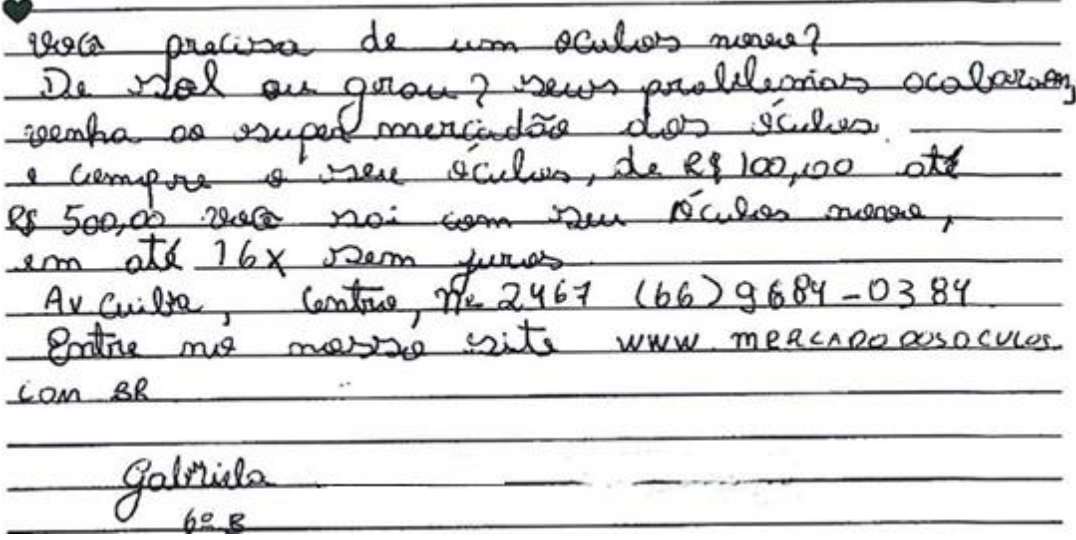
Após finalizarem a ação, entregaram-me os escritos. Como tínhamos poucos minutos de aula, fizemos a leitura de mais um trava-língua: O que é que Cacá quer? / Cacá quer caqui. / Qual caqui que Cacá quer? / Cacá quer qualquer caqui.

A seguir, analisei e comparei os dois *spots* produzidos – o inicial e o reescrito no retorno das atividades. Nessa primeira revisão, observei o uso da pontuação, estudado com os discentes, assim como as questões de ortografia, acentuação, emprego da letra maiúscula, aspectos gramaticais diariamente utilizados no contexto escolar. Quanto a estrutura do gênero oral *spot*, esta foi trabalhada em aulas posteriores.

Para melhor compreensão desta etapa, apresento a primeira revisão da produção inicial (Figuras 58 a 63, p. 197-204), seguida de sua transcrição literal, cujas

linhas foram numeradas, de modo a facilitar a localização de termos citados na análise.

Figura 58 – Primeira revisão do spot da aluna Gabriela B. (6º ano B)



1 você precisa de um óculos novo?
 2 De sol ou grau? seus problemas acabaram,
 3 venha ao super mercadão dos óculos.
 4 e compre o seu óculos, de R\$100,00 até
 5 R\$500,00 você sai com seu óculos novo,
 6 em até 16X sem juros.
 7 Av. Cuiba, Centro, nº 2467 (66)9684-0384.
 8 Entre no nosso site www.meRCADODOSOCULOS.COM.BR
 9
 10 Gabriela B.
 6º B

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Observando a primeira reescrita da produção inicial realizada pela Gabriela (Figura 32, p. 146), notei que a aluna retirou o ponto de exclamação (presente no texto anterior) após a palavra “acabaram” (linha 2), o que deveria ter permanecido, pois dava ênfase à solução do problema esperada pelo consumidor, porém, pôs uma vírgula. Depois, a estudante eliminou a vírgula que ficava depois do vocábulo “óculos”, linha 3, deixando a frase mais fluente, nesse caso, mostrou evolução na aprendizagem. Já em outro ponto isso não aconteceu, deveria ter tirado a vírgula que estava antes da palavra “de” (linha 4) e usado um ponto final ou o ponto de exclamação, como se quisesse dizer para o cliente garantir os óculos dele. Dessa

forma, a letra “d” da palavra “de” seria maiúscula, abrindo um novo período. Ao fazer isso, teria que colocar uma vírgula após o numeral 500 (quinhentos), na linha 5, por ser um termo deslocado.

Acertou no uso do ponto final, após o substantivo “juros”, fechando a frase, norma relatada por Giacomozzo; Valério; Fenga (1992) no módulo 1, que, na produção inicial, havia sido esquecido. Na linha 7, ela continuou evoluindo no aprendizado. Fez uso da vírgula para separar o nome da avenida do número do estabelecimento comercial mencionado. Somente esqueceu-se de pôr o ponto final entre a numeração do imóvel e o número do contato.

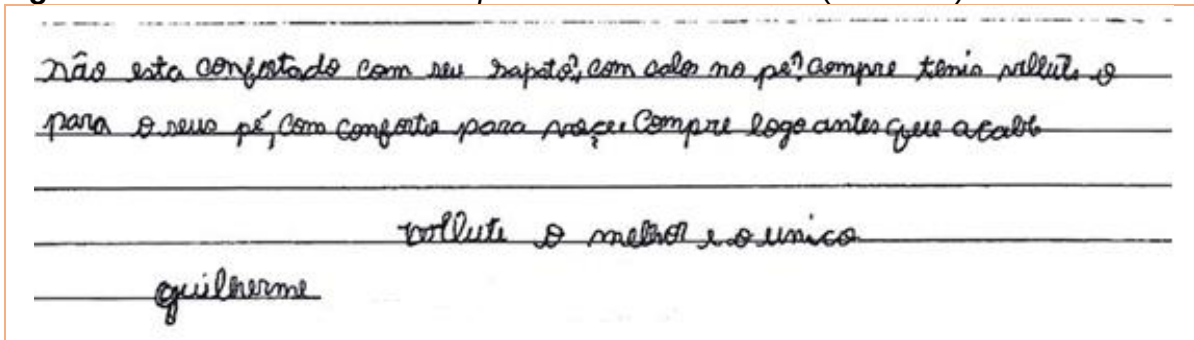
No que se refere ao emprego da letra maiúscula, pude observar, já no início do *spot*, que a estudante não a utilizou ao escrever a palavra “você” (linha 1), tanto no primeiro texto, quanto no segundo. Segundo Cegalla (1998, p. 62), escreve-se “com letra inicial maiúscula [...] a primeira palavra de período ou citação”. O mesmo ela fez com o nome da empresa, substantivo próprio. Este autor declara que se deve grafar com letra inicial maiúscula tal tipo de substantivo. Além disso, escreveu o nome do comércio separadamente, quando deveria grafar “Supermercado” (linha 3). Já a palavra “grau” (linha 2) escreveu com letra minúscula nesse segundo escrito, de maneira certa, pois não é substantivo próprio, corrigindo um erro da produção anterior. Ademais sanou outro problema ao escrever com letra maiúscula a palavra “entre” (linha 8), por estar no início do parágrafo.

Em relação à ortografia, constatei que a discente corrigiu a grafia das palavras “precisa” (linha 1) e “problemas” (linha 2). Mudou de “presisa” para “precisa”, e de “plobemas” para “problemas”. Quanto à acentuação, deixou de pôr o acento agudo no primeiro “o” da palavra proparoxítona “óculos”, que está na linha 1. Conforme Ernani Terra (1996, p. 37), “todas as proparoxítonas devem receber acento gráfico”. No entanto, escreveu-a de forma correta quando a utilizou no restante do texto (linhas 3, 4 e 5), com isso, cheguei à conclusão de que ela errou por distração.

Gabriela ainda usou o substantivo óculos na 4ª linha, gerando repetição desnecessária, o que não havia feito no primeiro texto. O vocábulo “Cuiabá” (linha 7), uma palavra oxítona, deixou de ser acentuado, tanto na produção inicial como nesse segundo texto: “Av. Cuiba...”. De acordo com Terra (1996, p. 38), “são acentuadas as palavras oxítonas terminadas em -a(s), -e(s), -o(s), -em, -ens”. Também suprimiu a letra “a” ao escrever esse substantivo, talvez por falta de atenção.

Pude perceber, portanto, que Gabriela, apesar de cometer alguns erros, também evoluiu em determinados pontos, ao elaborar essa produção, a partir da revisão do que escrevera inicialmente.

Figura 59 – Primeira revisão do *spot* do aluno Guilherme (6º ano D)



não esta confortado com seu sapato? com calos no pé? compre tênis vellute o
 para o seus pé, com conforto para voce. Compre logo antes que acabe
 vellute o melhor e o unico
 guilherme

- 1 nao esta confortado com seu sapato? com calos no pé? compre tênis vellute o
- 2 para o seus pé, com conforto para voce. Compre logo que acabe.
- 3
- 4 vellute o melhor e o unico
- 5 Guilherme 6º D

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Ao reescrever o *spot*, Guilherme, no que concerne à pontuação, acrescentou pontos de interrogação no seguinte fragmento: “não esta confortado com seu sapato? com calos no pé? [...]” (linha 1), deixando claro que, naquela parte, havia frases interrogativas, e, com isso, melhorou a compreensão do *spot* comparado à produção inicial. Em relação à vírgula, não a utilizou antes do artigo “o” (linha 1), o que seria necessário para a separação do apostro (problema que também constou na sua primeira produção – Figura 33, p. 147), norma gramatical enfatizada por Sarmento (2005), no módulo 1. Além disso, esqueceu de escrever a palavra “melhor” depois do artigo citado (linhas 1-2): “[...] o para o seus pé [...]”, vocábulo presente na produção inicial. Poderia ter posto um ponto final ou um ponto de exclamação após o verbo “acabe” (linha 2). Nesse mesmo ponto, houve problema de concordância, como será citado logo abaixo.

Também faltou vírgula no *slogan* (linha 4), depois do substantivo “Velute”, por ser um vocativo, regra explicitada por Giacomozzo, Valério e Fenga (1999), no módulo 1. Para melhor entendimento do que venha a ser o *slogan*, Sant’Anna (2002, p. 171) define que é aquele que “deve conter uma ideia sobre o produto, o serviço ou a firma – uma ideia com força de vendas”. No *slogan* criado pelo Guilherme, não há pontuação

no final da frase e, quanto a isso, é relevante ressaltar que para a linguagem publicitária isso é possível, pois, ao realizar uma pesquisa na internet, em livros e em revistas, constatee que o uso da pontuação, nos anúncios, é variado. Aparecem, no final deles, ponto de exclamação, ponto final e ausência de pontuação. Exemplos:

- Ponto de exclamação: Vem pra Caixa você também!³⁰
- Ponto final: Nescau – Energia que dá gosto³¹.
- Ausência de pontuação: BOM ENGOV BOM PRA VOCÊ³²

Quanto ao emprego da letra maiúscula, o aluno deixou de usá-la em alguns momentos: no início do parágrafo (linha 1) - “não esta confortado com seu sapato?”; no começo das frases e no substantivo próprio “Velute” – “com calos no pé? compre tenis **v**elute [...]” e “**v**elute o melhor e o unico” (linha 1).

Observei que Guilherme escreveu de forma correta a palavra “conforto” (linha 2) e não “comferto”, como fez na produção inicial. Apresentou um erro na palavra “você”, pois escreveu com “ç” e não com “c” (linha 2): “[...] com conforto para voçê”. No que se refere à acentuação, o participante da pesquisa também apresentou alguns problemas. Não acentuou as palavras oxítonas “está” e “você”, conforme a regra já citada: “não esta confortado [...]”, “[...] com conforto para voçe” (linhas 1 e 2). O vocábulo “tênis” (paroxítona) também foi escrito sem sinal gráfico: “compre tenis velute [...]” (linha 1). De acordo com Terra (1996, p. 37), acentua-se as palavras paroxítonas terminadas em -is [...]. Ademais, o adjetivo “único” não foi acentuado: “velute o melhor e **u**nico” (linha 3). Deveria ter sido, por ser uma palavra proparoxítona.

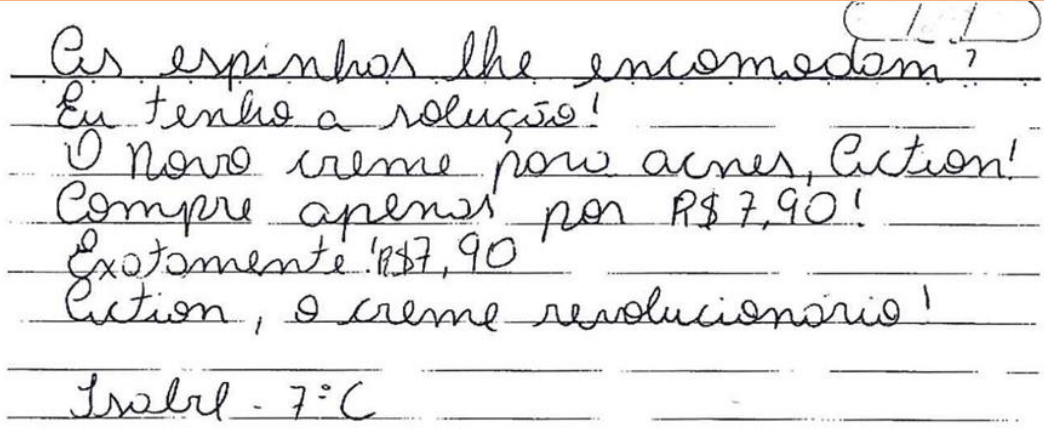
Outro aspecto observado foi a falta de concordância no seguinte fragmento: “[...] para o seus pé [...]” (linha 2). No caso, deveria ser “[...] para os seus pés [...]”, artigo, pronome e substantivo no plural. Na produção inicial, o discente escreveu “[...] o seus pés [...]”. A melhora, de um texto para o outro, foi que ele acentuou corretamente o substantivo “pé”. Com essas observações, detectei que esse aluno também teve evolução na escrita, apesar de alguns problemas apresentados.

³⁰ Fonte: GoogleMR. Disponível em: <http://blog.wedologos.com.br/slogan/slogan-criativo-brasileiros/> . Acesso em 08/10/2017.

³¹ DIAS, 2004, p. 288.

³² Revista IstoÉ, jul/2015 – Ano 38 – Nº 2379, p. 45.

Figura 60 – Primeira revisão do spot da aluna Isabel (7º ano C)



Handwritten text of a commercial script for 'Action' acne cream, with lines numbered 1 to 8. The text is written on lined paper and includes a signature 'Isabel - 7º C' at the bottom.

- 1 As espinhas lhe incomodam?
- 2 Eu tenho a solução!
- 3 O novo creme para acnes, Action!
- 4 Compre apenas por R\$ 7,90!
- 5 Exatamente! R\$ 7,90
- 6 Action, o creme revolucionário!
- 8 Isabel 7º C

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Isabel, na reescrita da produção inicial (Figura 34, p. 148), conseguiu melhorar seu texto, quando usou o ponto de exclamação após a palavra “solução” (linha 2), ao invés do ponto de interrogação, utilizado ao escrever a primeira produção. Com essa substituição, levou o seu consumidor a compreender que o produto anunciado resolvia o problema da acne, informação não contemplada anteriormente.

Outro crescimento na aprendizagem foi quando usou o ponto de exclamação após a palavra “Action” e o numeral 7,90, dando ênfase na marca e no preço do produto. Já na linha 5, depois do valor da mercadoria, poderia ter empregado a pontuação citada anteriormente, destacando ainda mais a promoção. No *slogan*, acrescentou o ponto de exclamação após o vocábulo “revolucionário”, ausente no término da produção inicial.

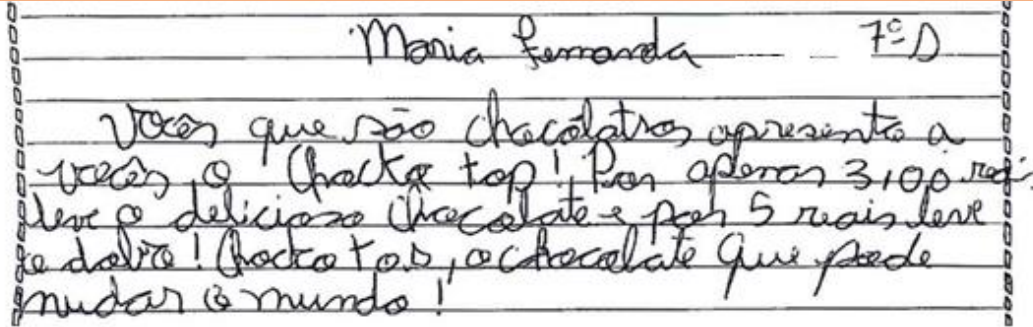
No tocante ao emprego da letra maiúscula, não houve problemas, diferentemente do que aconteceu no primeiro texto, porque empregou a letra minúscula ao mencionar o nome do produto na linha 3. Quanto à ortografia, ocorreu um erro ao escrever a palavra “incomodar”: “As espinhas lhe encomodam”, com a troca do “i” pelo “e”.

Na linha 4, ao escrever “Compre **apenas por** R\$ 7,90”, a elaboração da frase ficou inadequada para o sentido esperado. Esta ordem leva o consumidor a

compreender que só poderia adquirir a mercadoria se fosse por R\$ 7,90, enquanto que a intenção da enunciativa era de enfatizar a promoção, sendo assim, teria que escrever da seguinte maneira: “Compre **por apenas** R\$ 7,90!”. A situação apresentada também constou na produção inicial.

Diante do que pude verificar, Isabel conseguiu evolução na aprendizagem, mesmo apresentando alguns problemas na reelaboração do *spot*.

Figura 61 – Primeira revisão do *spot* da aluna Maria Fernanda (7º ano D)



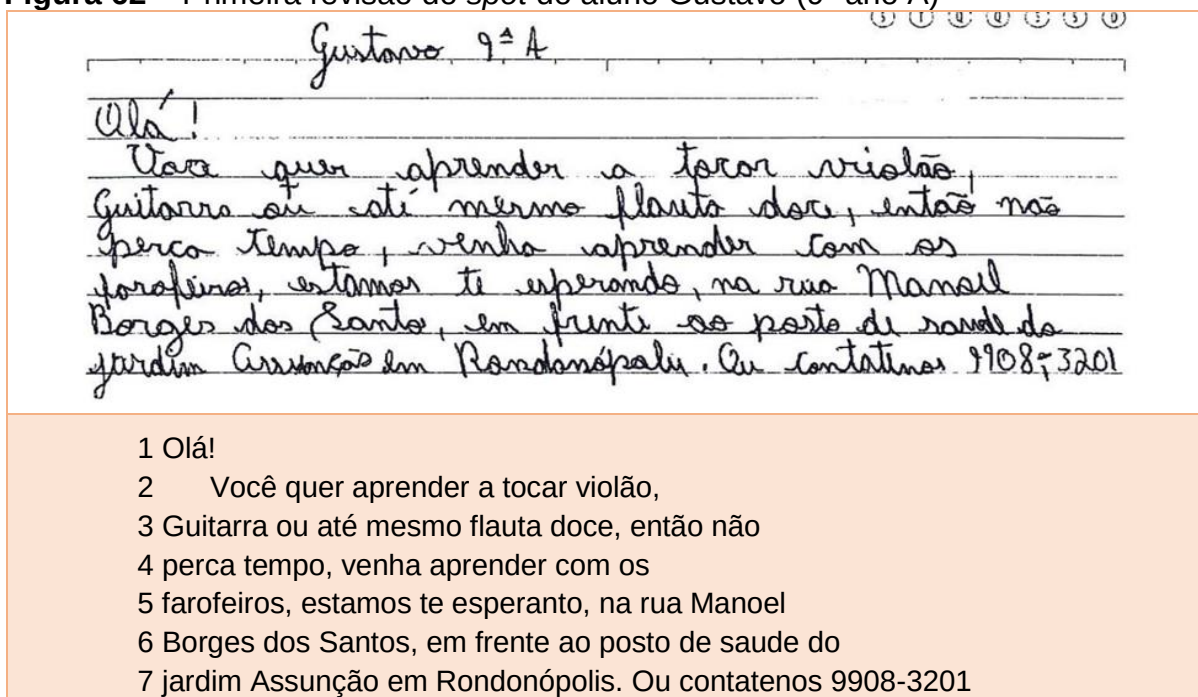
1	Maria Fernanda 7º D
2	
3	Vocês que são chocólatras apresento a
4	vocês o Chocko top! Por apenas 3,00 reais
5	leve o delicioso chocolate e por 5 reais leve
6	o dobro! Chocko top, o chocolate que pode
7	mudar o mundo!

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Maria Fernanda, ao reescrever o *spot* (Figura 35, p. 149), apresentou problema de pontuação no seguinte fragmento: “Vocês que são chocólatras apresento a vocês o Chocko top!” (linhas 3-4). Deveria ter usado uma vírgula entre o adjetivo “chocólatras” e o verbo “apresento”, com o objetivo de separar as duas orações. Ainda repetiu o pronome “vocês” sem necessidade. O sentido dessa informação ficaria melhor se acrescentasse a palavra “Para” no começo do anúncio.

Não apresentou problema ortográfico, apesar de parecer que o vocábulo “mudar” esteja escrito com “n”, mas, ao observar melhor, percebi que parte dessa letra está sobre o desenho da margem esquerda. Além disso, não houve erros de emprego da letra maiúscula e nem de acentuação. Diante disso, compreendo que a estudante teve um desempenho considerável, apresentando poucos problemas na escrita.

Figura 62 – Primeira revisão do spot do aluno Gustavo (9º ano A)



(5) (1) (0) (0) (5) (5) (0)

Gustavo 9º A

Olá!

Você quer aprender a tocar violão,
Guitarra ou até mesmo flauta doce, então não
perca tempo, venha aprender com os
farofeiros, estamos te esperando, na rua Manoel
Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde do
jardim Assunção em Rondonópolis. Ou contatamos 9908-3201

- 1 Olá!
- 2 Você quer aprender a tocar violão,
- 3 Guitarra ou até mesmo flauta doce, então não
- 4 perca tempo, venha aprender com os
- 5 farofeiros, estamos te esperando, na rua Manoel
- 6 Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde do
- 7 jardim Assunção em Rondonópolis. Ou contatamos 9908-3201

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Ao reescrever a produção inicial (Figura 36, p. 150), Gustavo apresentou alguns problemas de pontuação. Após o vocábulo “doce” (linha 3), deveria ter usado o ponto de interrogação, já que fez uma pergunta. Consequentemente, o “e” da palavra “então” seria maiúsculo. Poderia ter empregado um ponto final ou o ponto de exclamação, como fez na produção anterior, antes do verbo “estamos” - “[...] com os farofeiros, estamos te esperando [...]” – com isso, evitaria um período muito longo e a leitura ficaria mais fluente. Ainda deveria ter utilizado a vírgula depois de “Jardim Assunção” (linha 7), para separar os advérbios de lugar.

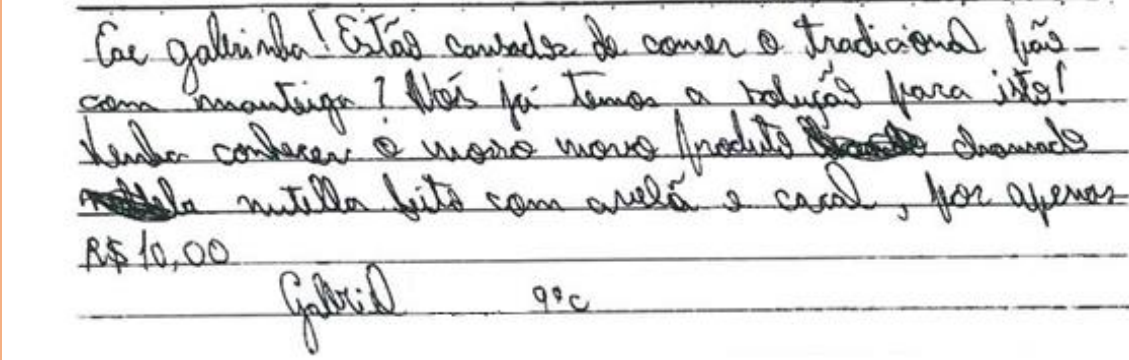
No que se refere ao uso da letra maiúscula, o estudante deixou de empregá-la em nomes de lugares que estão com as letras iniciais em negrito: “[...] venha aprender com **os** **f**arofeiros [...]” (linha 5), “[...] em frente ao **p**osto de **s**aúde do **j**ardim Assunção [...]” (linhas 6-7). Ao escrever o substantivo “guitarra” (“Você quer aprender a tocar violão, **G**uitarra [...]”), na linha 3, deveria ter usado a letra minúscula, por não ser substantivo próprio e nem estar em início de frase. Também não usou a inicial maiúscula na palavra “Rua” (linha 5), lembrando que, nesse caso, refere-se ao nome da via pública e, de acordo com Cegalla (1998, p. 62), “Escrevem-se com letra inicial maiúscula nomes de ruas”: “[...] na **r**ua Manoel Borges do Santo [...]”. Na primeira produção textual, também apareceram alguns desses erros.

Importante ressaltar que o discente grafou corretamente o substantivo próprio “Manuel” nesse segundo texto, o que não aconteceu no primeiro. Na última linha do *spot*, há um fragmento confuso: “Ou contatenos [...]”. Percebi que o discente tinha como objetivo passar o contato do local citado, mas não soube elaborar a informação, pois deveria ter escrito “Contato: 9908-3201”.

Houve problema na escrita do vocábulo “saúde” (linha 6), quando o estudante deixou de acentuá-lo: “[...] em frente ao posto de saude [...]”. Segundo Sarmento (2005, p. 70), “acentuam-se as vogais -i e -u tônicas dos hiatos quando ficam sozinhas”.

Com essa análise, observei que o aluno apresentou uma pequena evolução do primeiro para o segundo texto. Por ter identificado vários erros na produção dele, procurei orientá-lo através de atividades desenvolvidas no decorrer da sequência didática, com a finalidade de eliminá-los.

Figura 63 – Primeira revisão do *spot* do aluno Gabriel (9º ano C)



The image shows a handwritten advertisement on lined paper. The text is written in cursive and includes several corrections. Below the handwriting, there is a list of corrections numbered 1 to 7.

1 Eae galerinha! Estão cansados de comer o tradicional pão
 2 com manteiga? Nós já temos a solução para isto!
 3 Venha conhecer o nosso novo produto chamado
 4 Nuttela feito com avelã e cacal, por apenas
 5 R\$10,00.
 6
 7 Gabriel 9º C

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

No início da reescrita desse *spot*, assim como na produção inicial (Figura 37, p. 151), Gabriel apresentou um marcador conversacional. No primeiro texto, escreveu “lai galerinha! [...]” e no segundo, grafou “Eae galerinha! [...]” (linha 1). De acordo com Marcuschi (2003, p. 282) “os marcadores conversacionais têm um caráter multifuncional, pois operam como organizadores da interação, articuladores dos textos

e indicadores de força ilocutória” (apud ZANI, 2013, p. 42). Nesse caso, o marcador tem uma função de organizador de interação.

Em relação à pontuação, o estudante deixou de empregar a vírgula antes do vocábulo “galerinha” (linha 1), que serviria para separar o vocativo (galerinha) do restante da frase. Também não fez uso da mesma pontuação entre o substantivo “Nutella” e o verbo “feito” (linha 4), o que seria necessário para separar o aposto: “[...] Nutella feito com avelã e cacal, [...]”. Nesse mesmo fragmento, a palavra “cacau” está escrita de forma incorreta, no lugar do “u” usou “l”, um problema de ortografia. No final do anúncio, não consta nenhuma pontuação, o aluno poderia ter usado um ponto de exclamação para evidenciar o preço baixo do produto (linha 5). Todos esses problemas foram igualmente constatados na produção inicial de Gabriel. Com isso, da mesma forma que trabalhei com Gustavo, atitude mencionada anteriormente, trabalhei com Gabriel, para que tivesse crescimento na aprendizagem do gênero em foco.

Tendo analisado os seis *spots*, percebi que os alunos obtiveram um crescimento na aprendizagem ao terem que reescrever a produção inicial. Todavia, ainda apresentaram uma certa dificuldade na pontuação, alguns problemas na escrita de determinadas palavras, erros de acentuação e, às vezes, o não emprego da letra maiúsculas de maneira correta. Diante disso, no desenrolar da SD, enfatizei tais problemas em muitos momentos das aulas subsequentes, no intuito de fazer com que os participantes da pesquisa não os repetissem.

No módulo 4, que descrevo na próxima seção, trabalhei com os participantes da pesquisa o emprego da letra maiúscula, um dos problemas que ainda perpassa pelas produções textuais apresentadas.

4.3.4 Módulo 4 – Empregando a letra inicial maiúscula

No dia 01/09/2016 desenvolvi o módulo 04 da sequência didática com os alunos colaboradores deste trabalho, dedicado ao correto emprego da letra maiúscula. As outras falhas captadas foram sendo retomadas no decorrer das aulas. Segundo Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004):

Um levantamento dos erros mais frequentes pode servir como base para a escolha das noções a serem estudadas ou revistas nos momentos consagrados unicamente à ortografia. Evidentemente, não

se trata de retomar tudo de uma só vez, mas de determinar as intervenções prioritárias. (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 98).

Reitero que não tive a intenção de atribuir maior destaque ao aspecto ortográfico, e, depois, analisar somente as partes incorretas relacionadas aos problemas citados, pois, como esses mesmos autores afirmam, “a questão da correção ortográfica não deve obscurecer as outras dimensões que entram em jogo na produção textual” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 99), dimensões essas que foram abordadas nos módulos posteriores. Fiz a escolha de abordar a parte gramatical primeiramente, ao perceber que os erros de pontuação interferiam significativamente na leitura do *spot* exibido na fase da apresentação da situação, como já foi mencionado.

Para desenvolver o trabalho relacionado ao emprego da letra inicial maiúscula, apresentei aos estudantes as regras abaixo, retiradas da Novíssima Gramática da Língua Portuguesa, do autor Domingos Paschoal Cegalla (1998).

Comecei a aula de locução cumprimentando-os e informando: “Pessoal, hoje estudaremos como usar a letra inicial maiúscula, penso que para alguns será uma recordação, pois é um conhecimento adquirido em sala de aula”. Ainda acrescentei: “Como observei dificuldades referentes a esse tópico nos textos que vocês fizeram, resolvi falar sobre isso. Teve aluno que não empregou a letra inicial maiúscula ao escrever o nome dele”. Logo após um estudante falou: “Não soube escrever o próprio nome!” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 01/09/2016).

Em seguida, pedi que eles abrissem o caderno para eu colar uma cópia das normas que iríamos estudar. Ao dizer isso, percebi que tinham entendido que a minha atitude era para beneficiá-los, porque não reclamaram como faziam quando não aprovavam algo.

Enquanto eu colocava as cópias nos cadernos, o estudante Lucas (6º ano C) foi até o pedestal onde estava o microfone e ficou simulando a abertura de uma programação radiofônica: “Olá! Você que está ouvindo a rádio do seu coração, vem aí... Michel Teló!” (Lucas – Diário de campo, 01/09/2016). Gostei de ver a atitude dele, mostrou que estava aprendendo a atividade que treinamos na aula do dia 25/08/2016, momento em que praticamos técnicas de locução. Cabe ressaltar que quando nos reuníamos para nos dedicarmos apenas ao estudo prático dessas técnicas, e que não

acontecendo diretamente o desenvolvimento da sequência didática, registrei tais aulas no Quadro 14 (p. 262), para informar o que trabalhamos em cada data citada.

Depois das cópias já coladas, disse para prestarem atenção no que estava escrito na folha, frisando que, para ser um bom locutor, seria necessário falar e escrever bem, motivo pelo qual estava abordando aquele aspecto da gramática. Dito isso, comecei a leitura das normas:

▪ **Emprego das iniciais maiúsculas**

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

1) A primeira palavra do período ou citação:

Diz um provérbio árabe: “A agulha veste os outros e vive nua.” (CEGALLA, 1998, p. 62).

Em seguida, fiz um questionamento, a fim de fixar ainda mais as informações relatadas: “A primeira letra iniciando o período é maiúscula ou minúscula?”. Eles responderam em coro: “Maiúscula”. Prossegui, afirmando que o mesmo acontecia no começo da outra oração, que era uma citação. Destaquei que alguns alunos, ao construir os *spots*, tinham deixado de pôr a letra maiúscula nos casos citados. Pedi que ficassem atentos para não errarem mais. Importante enfatizar que como apresentei as regras separadamente, a cada norma citada foi preciso repetir a expressão “Escrevem-se com letra inicial maiúscula”, para não ficarem sem coerência as informações que a seguiam. A próxima regra foi lida por todos.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

2) Substantivos próprios (antropônimos, alcunhas, topônimos, nomes sagrados, mitológicos, astronômicos):

José, Tiradentes, Brasil, Amazônia, Campinas, Deus, Jesus Cristo, Maria Santíssima, Tupã, Minerva, Via-Láctea, Marte, Cruzeiro do Sul etc. (CEGALLA, 1998, p. 62).

À medida que íamos lendo e apareciam palavras não conhecidas por eles, questionavam o que significavam e eu ia explicando. Ressaltei que da próxima vez que fossem reescrever o *spot*, não se esquecessem de empregar a letra inicial maiúscula nos substantivos próprios. Ao passarmos para a norma de número 3, a Cárita (7º ano B) pediu para ler:

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

3) Nomes de épocas históricas, datas e fatos importantes, festas religiosas:

Idade Média, Renascença, Centenário da Independência do Brasil, a Páscoa, o Natal, o Dia das Mães etc. (CEGALLA, 1998, p. 62).

Perguntei se alguém tinha alguma dúvida em relação à regra apresentada e, de imediato, disseram que não. Continuamos a leitura.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

4) Nomes de altos cargos e dignidades:

Papa, Presidente da República etc. (CEGALLA, 1998, p. 62).

Na sequência uma aluna (participante da pesquisa) falou que queria ler a regra seguinte, e assim foi feito.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

5) Nomes de altos conceitos religiosos ou políticos:

Igreja, Nação, Estado, Pátria, União, República etc. (CEGALLA, 1998, p. 62).

Depois que ela concretizou a ação, um aluno indagou: “O que é União com inicial maiúscula?”. Disse que era a reunião dos Estados da nossa Nação que formavam a República Federativa do Brasil. Terminando a explicação, não houve mais perguntas, com isso, li a outra regra.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

6) Nomes de ruas, praças, edifícios, estabelecimentos, agremiações, órgãos públicos etc.:

Ruado Ouvidor, Praça da Paz, Academia Brasileira de Letras, Banco do Brasil, Teatro Municipal, Colégio Santista etc (CEGALLA, 1998, p. 62).

Comentei que eles utilizavam essa norma toda vez que iam escrever o nome da escola em que estudavam, o nome da rua onde moravam. Salientei que, no entanto, nos *spots* escritos por alguns deles, houve casos em que escreveram o nome da rua com letra inicial minúscula. Logo após, lemos a norma subsequente, coletivamente.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

7) Nomes de artes, ciências, títulos de produções artísticas, literárias e científicas, títulos de jornais ou revistas:

Medicina, Arquitetura, Os Lusíadas, O Guarani, Dicionário Geográfico Brasileiro, Correio da Manhã, Manchete etc. (CEGALLA, 1998, p. 62).

Ao término desta ação, perguntei se alguém conhecia a obra “O Guarani”. O aluno Arthur (9º ano A) disse que sim. Então questionei o que ela abordava, falava sobre o quê. Ele respondeu: “Sobre índios”. Em seguida respondi: “Também. Se tiverem oportunidade, leiam o romance”. Por fim, evidenciamos a última regra sobre o uso da letra inicial maiúscula.

Escrevem-se com letra inicial maiúscula:

8) Expressões de tratamento:

Vossa Excelência, Sr. Presidente, Excelentíssimo Senhor Ministro, Senhor Diretor etc. (CEGALLA, 1998, p. 63).

Depois disso, um aluno comentou que já sabia essa norma. A seguir, li com eles duas observações evidenciadas por Cegalla (1998, p. 63) sobre o emprego da letra inicial minúscula:

Escrevem-se com letra inicial minúscula:

1) Nomes comuns antepostos a nomes próprios geográficos:

O rio Amazonas, a baía de Guanabara, o pico da Neblina etc.

2) Palavras, depois de dois-pontos, não se tratando de citação direta:

“Qual deles: o hortelão ou o advogado? (Machado de Assis).

“Chegam os magos do Oriente, com suas dádivas: ouro, incenso, mirra.”
(Manuel Bandeira) (CEGALLA, 1998, p. 63).

Em seguida, criamos outro exemplo relacionado à última regra: “Fomos à feira e compramos: laranja, abacaxi, melão e pamonha”. Imediatamente perguntei se a letra que vinha logo após os dois-pontos era maiúscula ou minúscula. Alguns responderam que era minúscula. Depois, comentei que se eu fosse usar uma citação tirada de algum livro, e que se ela ficasse depois dos dois-pontos, usaria aspas e letra inicial maiúscula na primeira palavra.

Posteriormente, fizeram um exercício para praticar o uso de tais normas (Quadro 13, p. 210):

Quadro 13 – Exercício de fixação sobre o uso da letra maiúscula**Exercício**

Corrija as palavras que devem ser escritas com letra maiúscula no texto abaixo:

no intervalo da aula de português e ciências, a turma conversava:

___ meu tio sebastião estava em belém quando chegou um chamado urgente. entrou no carro e saiu. passou o rio são francisco, venceu a serra do mar. afinal, só parou quando estava em florianópolis.

___ em Florianópolis? e o combustível do carro?

___ com a pressa, ele esqueceu de pôr. daí ele veio quase tudo de carona!

Fonte: <http://portugues.camerapro.com.br/texto-16-uso-de-letras-maiusculas/>³³

Logo que concluíram a atividade, fomos lendo parágrafo por parágrafo e empregando a letra maiúscula quando necessária. Percebi o interesse dos alunos em realizar o exercício, conforme procuravam responder as minhas indagações.

Ao fim dessa etapa da sequência didática, fomos ao estúdio da rádio da escola, para reforçar o treinamento relacionado à abertura da programação radiofônica executada na aula do dia 25/08/2016.

4.3.5 Módulo 5 – Conversando sobre o spot

O módulo 5 foi concretizado no dia 22/09/2016, com a presença de uma colaboradora da pesquisa, funcionária do setor de marketing da Centro América FM 101, Priscila da Conceição Santos. Convidei-a para participar de uma das aulas de locução, a fim de que ela falasse sobre o gênero textual oral propaganda radiofônica do tipo *spot*.

Priscila aceitou o convite e, ao chegar à sala de vídeo, lugar onde realizávamos as aulas de locução, cumprimentou a todos. Entregou-me um *pen drive* que continha áudios sobre *spots* e *jingle*, para que eu o conectasse no *notebook* que estava naquele local, interligado a um sistema de multimídia. Também pediu que eu distribuísse aos alunos diversas peças radiofônicas (*spots*) que ela havia trazido, para eles conhecerem a estrutura das mesmas.

Enquanto eu fazia isso, Priscila perguntou: “Vocês têm conhecimento de como é desenvolvido um *spot*?” (Diário de campo, 22/09/2016). Um dos alunos respondeu: “Mais ou menos” (Diário de campo – 22/09/2016). Esclareci que já tinham lido alguns

³³ Acesso em: 01/09/2016.

e que na visita que fizemos à Centro América, o locutor Léo passara informações relevantes sobre esses anúncios.

Na sequência, Priscila disse aos alunos que veriam os textos que havia trazido e que nem todos estariam com os mesmos anúncios em mãos, pois trouxera produções diversificadas. Em seguida, comentou:

Como funciona o *spot*? Se ele é para o varejo... O que é o varejo? Ele é uma loja de móveis, loja de roupas. São aquelas lojas que tem no centro da cidade, aquelas que todos têm acesso. Então, nesse tipo de *spot* é muito importante colocar o nome da empresa, o que ela está oferecendo, o endereço, e repetir o nome dela no mínimo duas vezes, para quando a pessoa ligar o rádio, ligar a TV, ela saber de que empresa está falando. A TV é mais fácil por causa da logo, ela fica o tempo todo ali, mas em relação ao rádio é muito importante frisar o cliente e, também, todo estilo varejo é preciso expressar de uma forma mais alegre. Por exemplo, eu estou com uma lauda da MSD Utilidades e Confecções, a Boutique do 50, é uma loja estilo varejo. (PRISCILA – Diário de campo, 22/09/2016).

Leu, então, o anúncio da “Boutique do 50”, para que a turma pudesse entender melhor sobre o que ela estava explanando.

Título: MSD Utilidades e Confecções – Boutique do 50
Roupas da moda e as tendências da estação esperam por você na nova Loja Boutique do 50! Vista sua família inteira com o que há de mais bonito. Sempre com um ótimo preço, em até três vezes sem juros no cartão de crédito! Visite a loja e tenha o melhor em seu guarda-roupa. MSD Utilidades e Confecções, preço único, 50,00 reais! Avenida Marechal Rondon, 932, Centro. MSD Utilidades e Confecções, a sua Boutique do 50!³⁴

Priscila questionou: “Vocês viram que o nome da loja repetiu?”. Os participantes da pesquisa disseram que sim. Ela reiterou que aquele aspecto era relevante no *spot*. Segundo Adilson Citelli (1988, p. 46, grifos no original), “em um livro clássico, *Técnicas de Persuasão*, J. A. C. Brown, insiste que a propaganda, ou a publicidade, usa alguns esquemas básicos a fim de obter o convencimento dos receptores”.

Citelli (1998, p. 48, grifo meu) ainda acrescenta que entre esses esquemas, presentes na obra mencionada, está a repetição: “[...] **repetir** significa a possibilidade de aceitação pela constância reiterativa. Goebbels, o teórico da propaganda nazista, apregoava que uma mentira repetida muitas vezes era mais eficaz do que a verdade

³⁴ *Spot* produzido pela Centro América FM 101 em 08/09/2016, cujo cliente era a MSD Utilidades e Confecções. Vale citar que o proprietário desta autorizou o uso de tal texto nesta dissertação.

dita uma única vez”. No caso desse anúncio, a repetição tem como objetivo fixar o nome da empresa na mente do seu público-alvo.

Depois, a funcionária da Centro América, voltando a falar de entonações na hora da gravação do *spot*, comentou que existiam várias formas de se expressar, e que isso dependeria do que seria veiculado no anúncio. Em seguida indagou: “Alguém quer tentar ler o *spot* da Boutique do 50?”. Muitos alunos se dispuseram a ler e virou aquele alvoroço, com todos gritando: “Eu”; “Eu quero” [...]”. (Diário de campo, 22/09/2016). Por fim, Gabriela (6º ano E) (Figura 64) fez a leitura.

Figura 64 – Gabriela lendo o *spot* da Boutique do 50, orientada por Priscila



Fonte: Acervo da pesquisa (2016)

Quando a aluna finalizou, Priscila apontou: “Toda vez que forem escrever um *spot*, têm que ter muito cuidado, assim como nas redações da escola. Muito cuidado com a concordância, com a repetição de verbos, com as pontuações, isso é muito importante”. Concordei com ela.

Mais um *spot* foi lido ao microfone e, ao término, Priscila declarou:

Ela leu muito bem. Mas a leitura realizada no rádio, deve haver um pouco mais de interpretação, você tem que dar ênfase no nome do cliente, para quando alguém ligar o rádio, saber de quem está falando. A dicção, principalmente, ela é muito importante. [...]. Quem pensa em ser um locutor, um apresentador, é necessário trabalhar a dicção, tentar ler aberto o quanto possível. (PRISCILA – Diário de campo, 22/09/2016).

Aproveitando o comentário de Priscila sobre interpretação, ênfase, dicção, pontuei que esses detalhes estavam sendo trabalhados desde o início da SD, e que, muitas vezes, aqueles estudantes ficavam nervosos na hora da leitura do anúncio e deixavam de lado o que foi ensinado.

Demos continuidade à aula com a leitura de outro *spot*, realizada por uma menina também. A seguir, a visitante afirmou: “Ela não respeitou os pontos, [...] tem que observar toda pontuação, o que vai ajudar a respirar”. Ainda ressaltou: “Vocês viram que na lauda também tem um tempo? De um a 30 segundos. Existem laudas de 45, 60. A gente usa esse modelo para medir”. Complementou que, “em algumas laudas os telefones estão por extenso. Por quê? Ele também conta tempo, ele também conta palavras”.

Uma discente, por não ouvir ou não entender, perguntou: “Por que o número aqui nessa lauda está por extenso?” (Participante da pesquisa – Diário de Campo, 22/09/2016). Rapidamente, Priscila respondeu: “Porque o número conta tempo também no texto. [...]. O rádio, ele é comercializado. Como é essa comercialização? Existe um preço de 15 segundos, 30, 45 e 60. Cada comercialização que é feita, o cliente compra um tempo no ar”. Cabe ressaltar que as durações dos spots foram mencionadas no subcapítulo “Propaganda radiofônica do tipo *spot*: a persuasão nas ondas do rádio” (p. 93-99), fundamentadas no disposto por Reis (2008).

Logo, mais um anúncio foi apresentado por uma estudante. Quando eu pedi para dar ênfase, ela perguntou: “Como assim, ênfase?” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 22/09/2016). Disse que era para ela dar “vida” à leitura, melhorar a entonação.

Fizemos uma pausa no que estávamos fazendo, enquanto Priscila foi verificar se o seu pen drive funcionava no computador da sala de informática, uma vez que não foi possível utilizá-lo no computador da sala em que nos encontrávamos. Neste intervalo, salientei características do anúncio em foco: “Pessoal, o *spot* é gravado, tem frases

curtas, vai falar de um produto ou empresa, mostra os benefícios que estes trazem, a forma de pagamento adotada pela loja...”.

Continuei a falar, e, para testar os conhecimentos da turma, perguntei: “Qual é o objetivo de se fazer uma propaganda radiofônica do tipo *spot*?”. Bruno F. (6º ano B) esclareceu: “Para ver se alguém adquire aquele produto” (Diário de campo, 22/09/2016). Disse a ele que estava correto. Voltei a questionar: “Para que alguém adquira o seu produto, o que você tem que fazer?”. Uma das alunas afirmou: “Falar das vantagens que ele tem”. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 22/09/2016). E Bruno F. acrescentou: “Persuadir”. Parabenizei-os.

Dando continuidade ao diálogo, insisti que quando alguém produz uma propaganda, deve saber para quem está escrevendo, qual é o seu público-alvo. Desse jeito, terá em mente como construir o texto, como disponibilizar as ideias. Pontuei que não esquecessem que os destinatários dos seus anúncios radiofônicos eram pessoas da escola. Realça Robert McLeish (2001, p. 62) que “todos nós gostamos de impressionar, mas se queremos nos comunicar, o importante não é a palavra que impressiona, mas a palavra certa, aquela que é correta para o público ao qual me dirijo”.

Infelizmente, também na sala de informática o pen drive não funcionou, impedindo a audição dos anúncios, planejada por Priscila. Assim, prometeu que voltaria em um outro momento para realizá-la. Ela ainda complementou: “Vou deixar os textos que trouxe, vão servir de base para darem continuidade no de vocês”. Ao dizer isso, agradei por ter comparecido àquela aula e pelos ensinamentos disponibilizados aos discentes.

Priscila se despediu e eu continuei com os estudantes, que leram mais alguns *spots*. Durante a atividade, fiz observações sobre o que era típico desse gênero: verbos no imperativo, no presente do indicativo; uso da 2ª pessoa (você), dentre outras coisas. No final da aula, comentei que no próximo estaríamos aprofundando ainda mais o conhecimento sobre o *spot* e que, nesse mesmo dia, fariam a segunda revisão dos próprios anúncios.

Figura 65 – Participantes da pesquisa na aula do dia 22/09/2016



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

4.3.6 Módulo 6 – Participantes da pesquisa ligados no *spot*

Procurando aprofundar ainda mais os ensinamentos relacionados ao *spot*, abri a aula do dia 29/09/2016, conversando com os alunos sobre algumas teorias focadas no subcapítulo “Propaganda radiofônica do tipo *spot*: a persuasão nas ondas do rádio” (p. 93-99). Escrevi parte de tais fundamentos novamente, logo abaixo, porque eles fizeram parte do material que trabalhei com os discentes, assim, facilitaria o entendimento do que foi desenvolvido no módulo 6.

Para a realização desse diálogo, levei as informações por escrito, em folhas que foram distribuídas para cada um. A primeira parte abordava o conceito, a origem, e como se concretizava um *spot*, de acordo com Barbosa Filho (2009) e Reis (2008):

É uma peça radiofônica publicitária conhecida popularmente como anúncio radiofônico. O surgimento desta peça no rádio como produto publicitário deu-se em 1930, nos Estados Unidos, pela iniciativa de radialistas como Ida Bailey, Aunt Sammy e Betty Crocker, que, a fim de conquistarem patrocinadores, para seus programas, criaram peças curtas e baratas (BARBOSA FILHO, 2009, p. 122-123).

O *spot* é um formato de anúncio gravado, inserido durante o intervalo comercial dos programas. Em geral, o *spot* emprega fundos musicais e efeitos sonoros, mas há casos de *spots* sem acompanhamento sonoro agregado à palavra (REIS, 2008, p. 43, grifos do original).

Seu conteúdo como suporte de uma intenção de venda de determinado produto, responde às informações recebidas do anunciante [...], por meio de agência de propaganda, e contidas no resumo (*briefing*), o qual possui informações, como as características do produto, o público-alvo, os apelos de venda e a análise da concorrência. De posse desses dados, o produtor criará a peça radiofônica publicitária mediante a confecção e execução de um roteiro. [...]. O tempo de duração de cada spot é de trinta segundos, embora existam peças com quinze, quarenta e cinco segundos, e chegando, em casos raros, a um minuto. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 123)

Iniciamos a leitura do texto para que eles se inteirassem sobre o gênero que estávamos estudando. Quando chegamos ao fragmento “[...]. O *spot* é um formato de anúncio gravado, inserido durante o intervalo comercial dos programas” (REIS, 2008, p. 43), Cárita (7º ano B) exclamou: “Ah! Entendi agora o que é o *spot*!” (Diário de Campo, 29/09/2016). E o Lucas (6º ano C) manifestou-se em seguida: “Eu também!”.

Continuei a ler e, ao falar que alguns *spots* não possuíam fundos musicais, comentei com a turma que eu achava que sem a música o anúncio ficava sem “vida”, que gostava quando tinha o fundo sonoro. Uma aluna disse que dependeria da canção, senão ficaria estranho, e eu respondi que teria que ser algo compatível com a propaganda. Aproveitei para lembrar que as informações que estavam logo a seguir, no texto que líamos, já haviam sido enfatizadas pelo locutor Léo, durante a visita à Centro América FM 101.

Em determinado trecho da citação acima há uma referência ao público-alvo. Então, questionei qual era o de cada um deles nos *spots* que já estavam sendo produzidos. Cárita relatou que eram os ouvintes da rádio da nossa escola. Complementei que cada *spot* chamaria atenção de um certo grupo da comunidade educativa, dependeria do que estava sendo anunciado. Uma aluna citou como exemplo o *spot* de um produto para acabava com as espinhas, e, imediatamente explicitiei que o creme citado teria como interessados as pessoas da escola que possuíam acnes.

Ao ser mencionado o tempo de duração do *spot*, comentei com os participantes da pesquisa que no instante em que as produções textuais fossem concluídas (produções finais), haveria um momento em que eles digitariam os seus anúncios radiofônicos, de forma individual, em uma lauda que eu havia preparado, baseando-me na lauda da Centro América FM 101. Como nessa lauda apresentava a marcação

do tempo gasto para gravar a propaganda, teriam uma ideia de quantos segundos poderiam levar para realizar a leitura/gravação de seus *spots*.

Terminada essa etapa, passamos a estudar a estrutura do *spot*, informações retiradas do site Estudo Kids³⁵. Optei por trabalhar com o texto dessa página da internet porque tinha uma linguagem acessível, condizente à faixa etária dos estudantes, o que facilitaria a compreensão do gênero oral em questão. Segue o escrito:

Estrutura do anúncio publicitário

- Título: Uma frase curta [...].
- Corpo do texto: É nessa parte onde está o anúncio em si, um texto não muito grande que anuncie o que é o produto ou ideia, fala das qualidades e vantagens, com frases atraentes e que convençam o ouvinte³⁶.
- Slogan: É uma frase curtinha que se torna a identificação daquele determinado produto ou marca, como um cartão de visitas, uma frase que irá fazer todos que escutarem se lembrarem automaticamente do produto que está sendo anunciado.

Orientei os alunos a prestarem atenção na leitura da citação acima, pois abordaria a estrutura do gênero em estudo. Mencionei o primeiro aspecto do *spot* presente no texto, o título, e perguntei se ele estava presente nos anúncios deles. Disseram que não. Arthur (9º ano A) enfatizou que ia nomear o *spot* dele como “Padaria Céu”. Prossegui, focando, desta vez, no corpo do texto.

Em seguida, perguntei se tinham falado, em seus textos, das vantagens do produto anunciado. Isabel (7º ano C) disse que tinha colocado. Arthur (9º ano A) comentou: “Não, porque o meu não é produto” (Diário de campo, 29/09/2016). De imediato, Cárita (7º ano B) ressaltou: “O meu *spot* fala de um site” (Diário de campo, 29/09/2016). Respondi que eles poderiam apresentar as vantagens e qualidades da empresa e do site. Dei outra ideia, esclarecendo que poderiam informar o endereço da empresa e, se fosse um anúncio sobre um produto, como o caso de um remédio, colocassem que ele era encontrado nas melhores farmácias da cidade, conforme o locutor Léo havia ensinado.

³⁵ Disponível em: <http://www.estudokids.com.br/anuncio-publicitario/>. Acesso em 10/03/2016.

³⁶ Vale ressaltar que alterei, na quinta linha dessa citação, a palavra **leitor** como está no texto original – “[...] e que convençam o leitor”, para **ouvinte** – “[...] e que convençam o ouvinte” – porque nesse estudo estávamos trabalhando com um gênero oral radiofônico (*spot*), e não um anúncio impresso ou virtual.

Chegando a vez de falar sobre o *slogan*, esclareci que era uma frase curta, que fazia lembrar a empresa ou o produto. De repente, uma aluna citou como exemplo um *slogan* pertencente a uma loja do comércio da cidade. Depois, lemos o conceito de *slogan* e algumas dessas sentenças que estavam nas folhas distribuídas por mim, informações do site Estudo Kids:

Helmann's, a verdadeira maionese
TIM, viver sem fronteiras
Bombril, mil e uma utilidades
Tomou Doril, a dor sumiu
Viva o lado Coca-Cola da vida
Omo, porque se sujar faz bem

Ao terminarmos de ver esses *slogans* e de todos terem entendido a sua função, contei que Priscila enviara por e-mail as gravações que ela iria apresentar na aula anterior e que, assim, eu colocaria dois áudios destes *spots* para todos ouvirem, e, ao mesmo tempo, projetaria no telão o texto da gravação em evidência. Optei por mostrar a escrita do anúncio radiofônico no sistema de multimídia para que os alunos pudessem visualizar as características pertencentes a essa modalidade, pois, segundo Antunes (2005, p. 191) “apresentar o texto escrito é fundamental. É como se abrísssemos um motorzinho qualquer para ver como as peças se conjugam lá dentro e fazem a engrenagem funcionar”.

Pedi que ficassem bem atentos, porque, posteriormente, seriam feitos comentários sobre as peculiaridades das propagandas. O primeiro áudio que ouvimos foi o da “Boutique do 50” (p. 211), anúncio do qual já conhecíamos o texto escrito.

Depois de terem ouvido duas vezes o áudio, começamos a observar como foi construído o texto. Perguntei qual era o título e eles responderam que era “MSD Utilidades e Confeções – Boutique do 50”. Esclareci que o título, na hora da gravação, não é lido, serve para identificação, para nomear a propaganda. Em seguida, indaguei se apareciam no corpo do texto as vantagens de se comprar naquele local. Disseram que sim e eu falei que tais informações eram uma forma de convencer o ouvinte (consumidor) a se deslocar até a loja. Tal fragmento, prenhe de intenções persuasivas, é uma sequência argumentativa. Depois de falar da maneira de atrair o cliente, leram o trecho que possuía essas informações: “Vista sua família inteira com o que há de mais bonito. Sempre com um ótimo preço, em até 3 vezes sem

juros no cartão de crédito! Visite a loja e tenha o melhor em seu guarda-roupa. MSD Utilidades e Confeções, preço único, 50,00 reais!”.

Frisei que o anúncio contava, ainda, com o endereço e, logo, um aluno declarou: “E o *slogan* também” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 29/09/2016). Disse que ele tinha razão. Complementei a explicação mostrando que no *spot* geralmente apareciam verbos no presente do indicativo, no imperativo, como os que estavam no texto, respectivamente: “[...] tendências da estação **esperam** por você”, “**Vista** sua família [...]”, “**Visite** a loja [...]”. Esses dois últimos tipos de orações são sequências injuntivas, como já mencionado. Para quem não sabia ou não se lembrava, expliquei que o verbo estava no imperativo quando indicava uma ordem, um pedido. Mostrei que, nesse *spot*, também existiam frases declarativas, exclamativas.

Isto posto, comuniquei aos alunos que havia observado nas produções deles, além desses tipos de frases (imperativas, declarativas e exclamativas), as interrogativas. A seguir, citei que no texto havia a presença da 2ª pessoa, você: “[...] tendências da estação esperam por **você**”. O uso dessa pessoa no texto passa a ideia de que o locutor está falando diretamente para uma pessoa.

Posteriormente, indaguei se no *spot* em estudo ocorreu a repetição do nome da loja e eles assentiram. Lembrei que isso era necessário para o consumidor memorizar o que estava sendo divulgado, conforme esclareceram Léo e Priscila. Ressaltei, também, que o texto foi bem escrito, havia coerência, dava para entender o que o autor do texto queria informar e que também havia coesão, as frases estavam bem interligadas, as pontuações foram usadas corretamente, contribuindo para o bom entendimento do texto. Nesse momento, informei que a Priscila costumava, como parte de seu trabalho, redigir esses *spots*, e, portanto, ela fazia o papel de redatora e o Léo, o de locutor, pois gravava esse tipo de anúncio para uma rádio com fins comerciais. Complementei que, no caso deles, estudantes da Rádio Recreio, cada um seria o autor e o locutor do próprio *spot*, e que a Rádio tinha a função voltada para o ensino, o pedagógico.

Logo após, procurei saber deles qual era o público-alvo daquele *spot* e, me disseram que eram os ouvintes da rádio que queriam roupas de qualidade, com um preço mais em conta. E, com o intuito de fixar mais ainda o que poderia conter num *spot*, coloquei o áudio e projetei o texto do anúncio “Mahogany – Dia da Secretária”.

Título: Mahogany - Dia da Secretária³⁷

Ser secretária é optar por uma das belas e difíceis profissões. Por isso, a Mahogany tem muitos mimos para ela, que é o agente facilitador em sua empresa e merece o melhor, merece Mahogany! Conheça nossas opções de presentes. 30 de setembro, Dia da Secretária. Mahogany. Avenida Duque de Caxias, 801, Vila Aurora. Fone: 3022-8774. Mahogany, o cuidado que você merece! (Spot produzido pela Centro América 101 FM em 14/09/2016).

Nessa propaganda também observamos os aspectos verificados no *spot* da “Boutique do 50”: em ambas, havia também a presença de fundos musicais. Acrescentei que elas apresentavam períodos curtos, característica já mencionada pela autora Silva (1999) quando relata sobre o gênero em foco.

Feitas as explicações mencionadas, informei aos participantes da pesquisa que era o momento de eles fazerem a segunda revisão dos anúncios que construíram. Sobre a reescrita, Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004) avaliam:

O texto permanece provisório enquanto estiver submetido a esse trabalho de reescrita. Podemos até dizer que considerar seu próprio texto como objeto a ser retrabalhado é um objetivo essencial do ensino da escrita. O aluno deve aprender que escrever é (também) reescrever. A estruturação da sequência didática em primeira produção, por um lado, e em produção final, por outro, permite tal aprendizagem. (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 95).

No que se refere a esse retrabalhar dos textos, sempre procurei conscientizar os alunos da relevância deste exercício. Antes de prosseguirem, solicitei que se concentrassem, observassem a maneira como já haviam organizado seus escritos e procurassem fazer as mudanças quando fosse preciso, baseando-se no que tínhamos estudado; que não se esquecessem de verificar a concordância, se uma frase tinha ligação com a outra, se o texto tinha o sentido desejado; verificassem também se fizeram a divisão silábica da palavra no final da linha de maneira correta e, por fim, que evitassem a repetição de palavras de forma desnecessária.

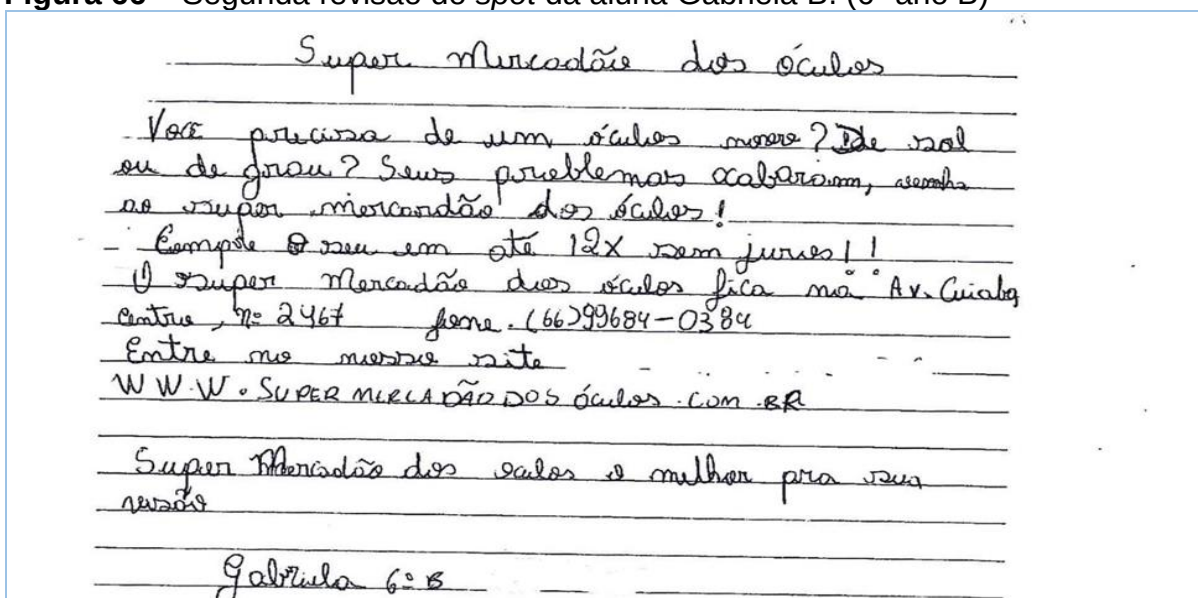
À medida que iam realizando a reescrita, alguns me chamavam para tirar dúvidas, perguntavam como poderiam concretizar determinadas partes do anúncio. Com isso, aproveitava para alertar a correção de outros aspectos como concordância, coesão, argumentação, pontuação, emprego da letra maiúscula, dentre outros. Ao

³⁷ A proprietária da empresa Mahogany Cosméticos Rondonópolis.

terminarem o que estavam fazendo, entregaram-me os *spots* e a aula de locução foi finalizada.

A partir do que já havíamos estudado sobre o gênero oral *spot* e da segunda revisão ocorrida, tive novamente a oportunidade de verificar se estava acontecendo ou não uma progressão no aprendizado dos estudantes engajados nessa pesquisa, levando em consideração a produção inicial, a primeira revisão e a segunda revisão, ora apresentada. A seguir, trago os textos resultantes dessa etapa, bem como sua transcrição literal (Figuras 66 a 71, p. 221-232).

Figura 66 – Segunda revisão do *spot* da aluna Gabriela B. (6º ano B)



Super Mercado dos óculos

Você precisa de um óculos novo? De sol ou de grau? Seus problemas acabaram, venha ao super mercado dos óculos!

Compre o seu em até 12X sem juros!!

O Super Mercado dos óculos fica na Av. Cuiabá, centro, nº 2467 fone. (66)99684-0384

Entre no nosso site

WWW.SUPERMERCADODOSÓCULOS.COM.BR

Super Mercado dos óculos o melhor para sua visão

Gabriela 6º B

1	Super Mercado dos óculos
2	
3	Você precisa de um óculos novo? De sol
4	ou de grau? Seus problemas acabaram, venha
5	ao super mercado dos óculos!
6	Compre o seu em até 12X sem juros!!
7	O Super Mercado dos óculos fica na Av. Cuiabá,
8	centro, nº 2467 fone. (66)99684-0384
9	Entre no nosso site
10	WWW.SUPERMERCADODOSÓCULOS.COM.BR
11	
12	Super Mercado dos oculos o melhor para sua
13	visão
14	
15	Gabriela 6º B

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

De início, Gabriela já mostrou progresso, pois apresentou, na estrutura do *spot*, além do corpo do texto, o título e o *slogan*. Tem como público-alvo pessoas da escola que utilizam óculos. Logo na primeira oração do *spot*, apresentou a 2ª pessoa do discurso - “**Você** precisa de um óculos novo?” (linha 3), característica da publicidade que possibilita à pessoa que estiver ouvindo, imaginar que a mensagem foi dirigida em especial para ele(a), como já mencionei. Quanto a isso, McLeish (2001) afirma:

O texto usado no rádio é uma fala armazenada. A apresentação de um roteiro pelo microfone é a utilização dessa fala. De um modo geral, o processo deve dar ao ouvinte a impressão de que o radialista está falando com ele e não lendo para ele. É claro que há uma preparação prévia, mas deve parecer espontânea. (MCLEISH, 2001, p. 61, grifos do original).

Com isso, pude perceber que a aluna Gabriela conseguiu aprender e utilizar mais um aspecto pertencente aos textos da esfera publicitária, como o anúncio radiofônico. Cabe ressaltar que no decorrer do texto foram apresentados períodos curtos, outra característica do *spot* (SILVA, 1999).

Na parte argumentativa, procurou chamar a atenção do ouvinte/consumidor para que adquirisse os produtos da loja citada, quando relatou que o Supermercado dos Óculos oferecia a mercadoria desejada - óculos, resolvendo o problema dele, consumidor. Também chamou a atenção ao descrever a forma de pagamento. Em meio a tal argumentação, aparecem os verbos no presente do indicativo (“O Super Mercado dos óculos **fica** na Av. Cuiaba [...]” (linha 7) e no imperativo (“**Compre** o seu em até 12x sem juros!!”) (linha 6).

Houve, portanto, presença da sequência argumentativa, entrelaçada à sequência injuntiva (presença de verbo no imperativo). Ainda relacionado à infraestrutura de tal anúncio, notei o uso do discurso interativo monologado, pela presença de verbos no presente do indicativo, como já foi citado, e frases interrogativas, imperativas e exclamativas. Importante ressaltar que para falar sobre a organização do conteúdo com as sequências argumentativas e injuntivas, discurso direto monologado, mecanismos de textualização (conexão, coesão nominal, coesão verbal), mecanismos enunciativos (voz e modalização), pautei-me nas teorias de Bronckart (2009), mencionadas na fundamentação teórica desta pesquisa.

Quanto aos mecanismos de textualização, a conexão ficou implícita, a coesão nominal apresenta-se através das anáforas nominais por repetição, no caso, o nome

do comércio, e anáfora pronominal, no lugar da palavra “óculos” usou o pronome “seu” – “Compre o **seu** em até 12x [...]” (linha 12). Em relação à coesão verbal, observei-a através dos verbos no imperativo e, ainda, na presença de um dos tempos verbais típico do discurso interativo, o presente do indicativo.

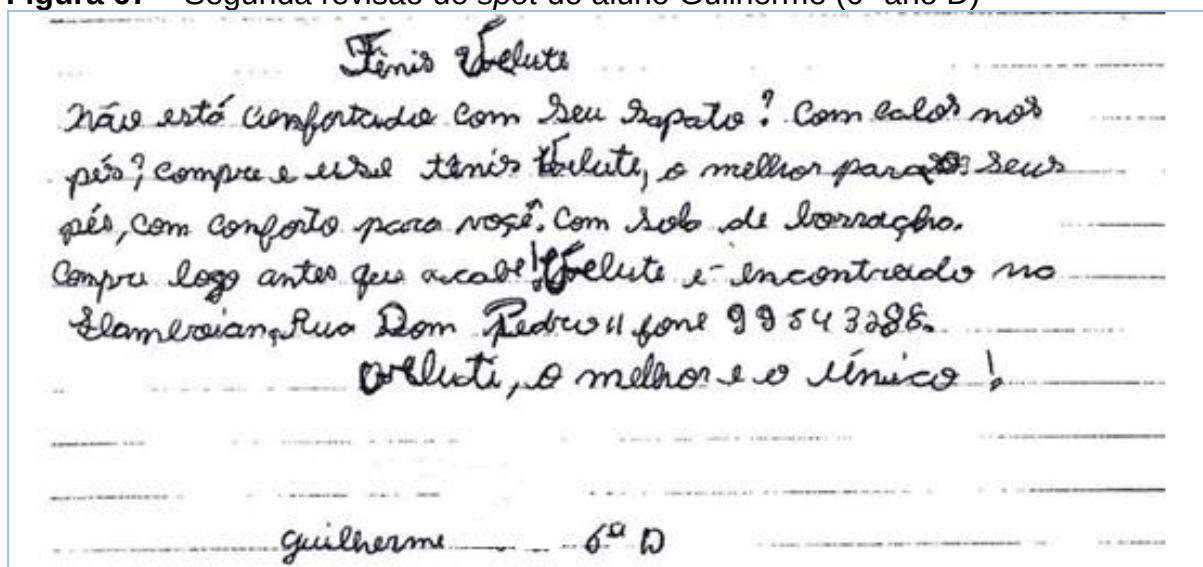
No que se refere aos mecanismos enunciativos, observei a voz do enunciador (aluno participante da pesquisa) e a modalização apresentada foi a apreciativa, pois o autor do *spot* manifestou julgamento subjetivo sobre o discurso construído.

Em relação ao emprego da letra inicial maiúscula, a estudante não soube usá-la em um certo momento, ao escrever o nome do comércio em destaque, um substantivo próprio: “[...] venha ao super mercadão dos óculos!” (linhas 4-5). Em outras situações, ao grafar o nome do estabelecimento, utilizou-a em apenas uma parte: “O Super Mercadão dos óculos fica [...]” (linha 7). Também encontrei um problema relacionado ao nome da empresa, escrito de maneira incorreta – “Super Mercadão” (linhas 1, 5, 7 e 12) – ao invés de “Supermercadão”.

No quesito acentuação, deixou de acentuar a palavra “Cuiabá” (substantivo próprio) – “[...] Av. Cuiaba [...]” - e o vocábulo “óculos”: “Super Mercadão dos oculos o melhor para sua visão” (linha 12). Quanto à pontuação, apresentou dois problemas, o primeiro por não usar o ponto final após o número do prédio do comércio e o substantivo “fone”. Ao fazer isso, conseqüentemente o “f” de fone ficaria maiúsculo. O segundo foi por não pôr a vírgula depois da expressão Supermercadão, no *slogan*, já que se trata de um vocativo. Por fim, verifiquei que o “x” representando a palavra “vezes” (linha 6) permaneceu, o que deveria ter sido corrigido.

A próxima produção apresentada é a do aluno Guilherme (Figura 67, p. 224).

Figura 67 – Segunda revisão do *spot* do aluno Guilherme (6º ano D)



Tênis Velute

Não está confortado com seu sapato? Com calos nos
 pés? compre e use tênis Velute, o melhor para os seus
 pés, com conforto para você. Com sola de borracha.
 Compre logo antes que acabe! Velute é encontrado na
 flamboian, Rua Dom Pedro II fone 99543288.
 Velute, o melhor e o único!

guilherme 6º D

1	Tênis Velute
2	não está confortado com seu sapato? Com calos nos
3	pés? compre e use tênis Velute, o melhor para os seus
4	pés, com conforto para você. Com sola de borracha.
5	Compre logo antes que acabe! Velute é encontrado na
6	flamboian, Rua Dom Pedro II fone 99543288.
7	velute, o melhor e o único!
8	
9	
10	Guilherme - 6º D

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Progresso à vista! Nessa segunda revisão, Guilherme pôs um título no *spot*, corrigiu o problema de concordância nominal no fragmento “[...] o melhor para os seus pés [...]” (linha 3), onde, no texto da primeira revisão (Figura 59, p. 199), estava escrito “[...] o para **o seus pé**”, e ainda escreveu a palavra “melhor”, que estava faltando para completar o sentido da frase. No corpo do texto, observei que ele acrescentou mais uma qualidade ao produto que foi apresentado – “Com sola de borracha” (linha 4) –, enriquecendo a parte argumentativa, persuadindo ainda mais o seu público-alvo, os consumidores da comunidade escolar que usam tênis. Ademais, pôs o endereço do local onde pode ser encontrado o produto, assim como o telefone para contato. Com toda essa persuasão, o texto possui uma sequência argumentativa.

No desenrolar do *spot*, apresentou a 2ª pessoa do discurso, “você” - “[...] com conforto para você” (linha 4), e fez o uso dos períodos curtos, aspectos esses inerentes ao gênero em estudo.

Na construção desse anúncio, o aluno utilizou verbos no imperativo (“**Compre e use** tênis Velute [...]”), na linha 3, construindo a sequência injuntiva. Também apresentou formas verbais no presente do indicativo (“Não **está** confortado com seu sapato?”), na linha 2, frases interrogativas, imperativas, exclamativas, declarativas, formando o discurso interativo monologado, aspecto pertencente ao gênero da atividade radiofônica.

Encontrei conectores com valor temporal em “Compre logo **antes que** acabe!” (linha 5) e de ligação, ou seja, aditivos, “Compre **e** use tênis Velute [...]” (linha 3). A coesão nominal se realizou através de anáforas nominais por substituição: “[...] com seu **sapato** [...] use **tênis** Velute [...]”; anáforas nominais por repetição: “[...] use tênis **Velute** [...]”. **Velute** é encontrado [...], nas linhas 2, 3, e 5, respectivamente. Já a coesão verbal se efetivou pelos tempos verbais acima citados.

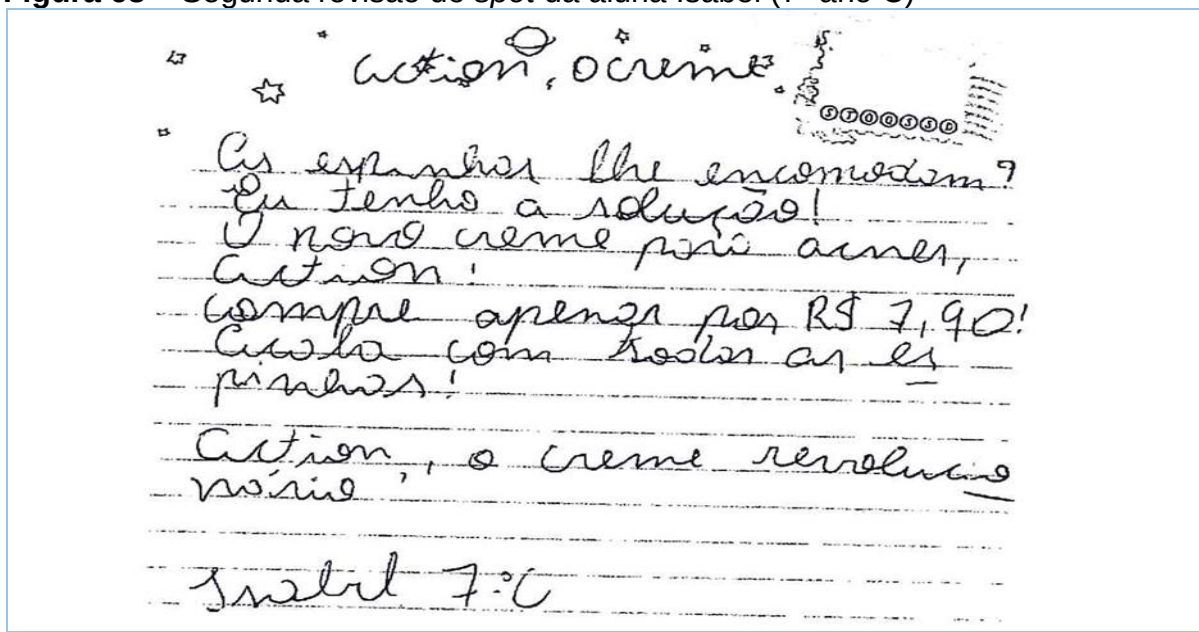
A voz que notei no texto foi a do produtor (o aluno) e a modalização dominante foi a apreciativa, presente nos argumentos do enunciador, que expõe o julgamento dele com subjetividade.

Quanto à escrita correta das palavras, observei que dois problemas da produção anterior persistiram, quando Guilherme escreveu o pronome “você” com “ç” e não com “c” (linha 4); o não emprego da letra inicial maiúscula em começo de período - “não está confortado com seu sapato?” (linha 2), e em algumas vezes quando foi grafar o substantivo próprio “Velute”: “velute, o melhor e o único!”. Ainda nesse trecho, desde a produção inicial, o estudante usou o vocábulo “confortado”, querendo dizer “confortável”. Todavia, na verdade, parece que ele quer dizer “satisfeito”. Nesse caso, tanto o emprego de “confortado” como “confortável” seria inadequado.

No tocante à pontuação, Guilherme deixou de pôr o ponto final depois da expressão “Rua Dom Pedro II” (linha 6), o que faria com que o “f” de fone ficasse maiúsculo. Além disso, houve a repetição desnecessária da preposição “com”: “[...] **com** conforto para você. **Com** sola de borracha” (linha 4).

A figura 68 (p. 226) traz a segunda revisão do *spot* feito pela aluna Isabel.

Figura 68 – Segunda revisão do *spot* da aluna Isabel (7º ano C)



1 Action, o creme
 2
 3 As espinhas lhe incomodam?
 4 Eu tenho a solução!
 5 O novo creme para acnes,
 6 Action!
 7 Compre apenas por R\$ 7,90!
 8 Acaba com todas as es-
 9 pinhas!
 10
 11 Action, o creme revolucio-
 12 nário.
 13
 14 Isabel 7º C

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Isabel, ao fazer a segunda revisão do *spot*, acrescentou um título a ele. Analisando-o, notei que o público-alvo deste anúncio, ouvintes da Rádio Recreio, são os integrantes da Escola Santo Antônio que têm acnes. A argumentação apresentada na propaganda mencionou uma solução para esse problema dermatológico, através do uso de um creme revolucionário de baixo custo. Toda a persuasão apresentada tinha como finalidade chamar a atenção do consumidor interessado no cosmético em questão. Diante disso, notei, no texto, a sequência argumentativa. Além disso, o texto apresentou períodos curtos, uma característica do gênero oral *spot*.

Para construir o enunciado, optou por várias frases exclamativas, imperativa, interrogativa e uma declarativa; usou verbos no presente do indicativo – “Eu **tenho** a

solução! [...]” (linha 4) e “**Acaba** com todas as espinhas!” (linhas 8-9), marcas que mostraram, no texto, a presença do discurso interativo. Outro modo verbal que permeou esse *spot* foi o imperativo: “**Compre** apenas por R\$ 7,90!” (linha 7), havendo, com isso, a sequência injuntiva.

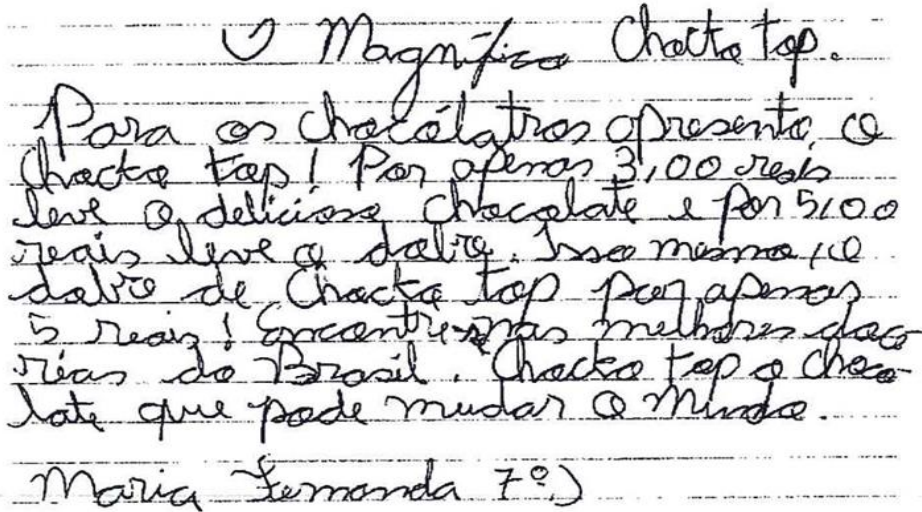
Na textualização, a conexão em tal anúncio se realizou de maneira implícita. No que se refere à coesão nominal, esta se concretiza pelas anáforas nominais por substituição (“As **espinhas** lhe incomodam? [...]” (linha 3) e “O novo creme para **acnes** [...]”, linha 5) e por repetição (“O novo **creme** para acnes, **Action!** [...]”, linhas 5-6 e “**Action**, o **creme** revolucionário”, linhas 11-12). No *spot* a coesão verbal se apresentou pelas formas verbais acima mencionadas: presente do modo indicativo e verbos no modo imperativo.

No tocante aos mecanismos enunciativos, a modalização que constou na propaganda em estudo foi a apreciativa e a voz que apareceu pertence ao autor do discurso.

Quanto a erros de ortografia, verifiquei um que veio se repetindo desde a produção inicial (Figura 32, p. 150), no instante em que a aluna escreveu o verbo incomodar: “As espinhas lhe **encomodam?**” (linha 3), trocou o “i” por “e”. Outro problema que percebi foi a inversão na ordem de duas palavras, “apenas por” (linha 7), o que gerou mudança no sentido pretendido, como já explicitiei na análise da propaganda anteriormente produzida (Figura 60, p. 201) pela estudante Isabel.

A segunda revisão do *spot* criado pela aluna Maria Fernanda é a próxima a ser analisada (Figura 69, p. 228).

Figura 69 – Segunda revisão do spot da aluna Maria Fernanda (7º ano D)



O Magnífico Chocko top.

Para os chocólatras apresento o Chocko top! Por apenas 3,00 reais leve o delicioso chocolate e por 5,00 reais leve o dobro. Isso mesmo, o dobro de Chocko top por apenas 5 reais! Encontre-se nas melhores docerias do Brasil. Chocko top o chocolate que pode mudar o mundo.

Maria Fernanda 7º D

1	O Magnífico Chocko top
2	
3	Para os chocólatras apresento o
4	Chocko top! Por apenas 3,00 reais
5	leve o delicioso chocolate e por 5,00
6	reais leve o dobro. Isso mesmo, o
7	dobro de Chocko top por apenas
8	5 reais! Encontre-se nas melhores doce-
9	rias do Brasil. Chocko top o choco-
10	late que pode mudar o mundo.
11	
12	Maria Fernanda 7º D

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Ao realizar a segunda revisão do anúncio, Maria Fernanda agregou ao seu texto um título, “O Magnífico Chocko Top” (linha 1). Fez uma mudança no início do spot, no lugar de “Vocês que são chocólatras apresento a vocês o Chocko Top!”. (Figura 61, p. 202), escreveu “Para os chocólatras apresento o Chocko Top” (linhas 3-4), mudança essa que trouxe maior fluidez ao texto, o que mostrou crescimento no aprendizado da aluna. Ficaria ainda melhor se tivesse usado uma vírgula após o substantivo “chocólatras”, separando um termo deslocado, e citado o nome da empresa fornecedora do produto.

Os verbos que entremearam o texto estavam no presente do indicativo – “Para os chocólatras **apresento** o Chocko Top!”, e houve o emprego de frases declarativas e exclamativas, ou seja, o discurso interativo em ação.

A estudante ainda utilizou, na organização do texto, períodos curtos, como é típico do gênero *spot*, contendo argumentos importantes para chamar a atenção do ouvinte/consumidor, público do colégio que se interessa pelo produto anunciado, apresentando dessa forma, a sequência argumentativa.

Notei, ainda, alguns mecanismos de conexão, como a preposição, a conjunção: “**Por** apenas 3,00 reais leve o delicioso chocolate **e** por 5,00 reais leve o dobro” (linhas 4-6). A coesão nominal se apresentou por anáforas nominais por repetição - “Para os chocólatras apresento o **Chocko Top**. [...]” (linhas 3-4) e “**Chocko Top** o chocolate que pode mudar o mundo” (linhas 9-10), e por anáfora pronominal – “**Isso** mesmo, o dobro de Chocko Top [...]” (linhas 6-7). Quanto à coesão verbal, ela foi desenvolvida com o uso de verbos no presente do indicativo.

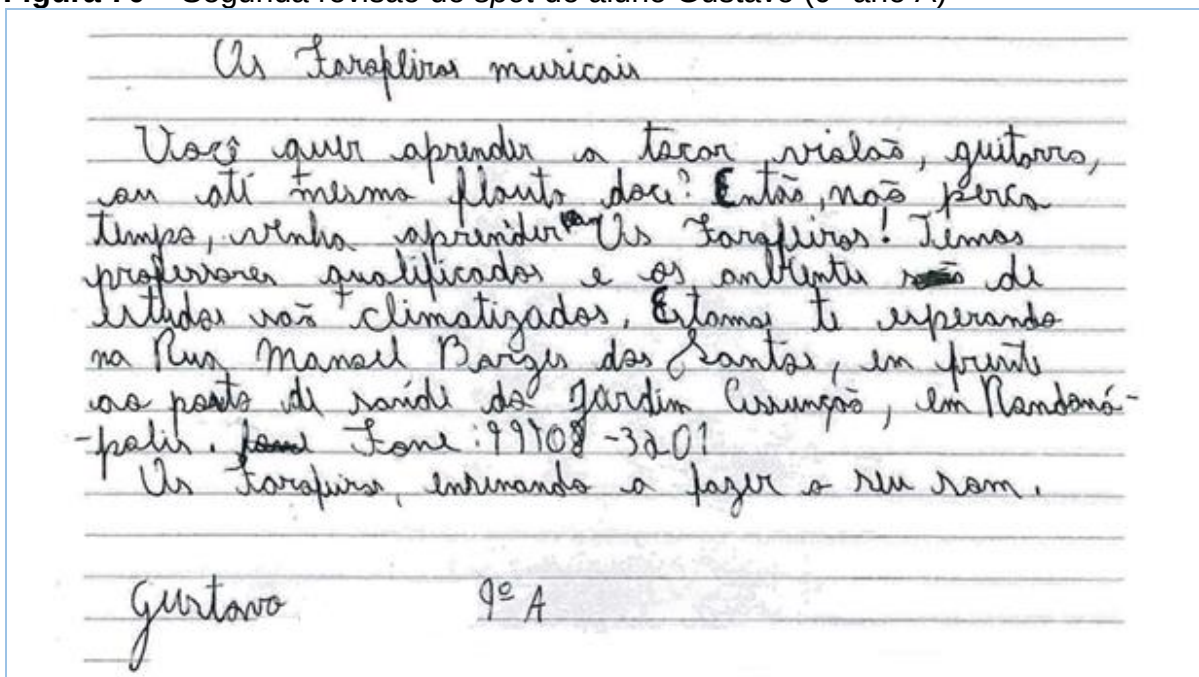
No que se refere aos mecanismos enunciativos, houve a manifestação da voz do autor (aluno), e o uso da modalização apreciativa, o que contribuiu na argumentação desenvolvida pelo produtor, quando revela seu julgamento subjetivo em relação ao que foi pronunciado.

Em relação à pontuação, a discente deixou de empregar a vírgula em alguns pontos do texto, um que já mencionei anteriormente os outros, após as palavras “reais” localizadas nas linhas 6 e 8, por se tratar de termos deslocados; no momento em que escreveu o *slogan*, para separar o vocativo “Chocko Top” do restante da frase (linhas 9-10).

Também notei a presença de um verbo escrito de maneira inadequada, prejudicando o sentido da frase: “Encontre-se nas melhores docerias do Brasil” (linhas 8-9). Deveria ter utilizado a letra “a” no lugar do “e”.

A figura 70 (p. 230) expõe a segunda revisão do *spot* elaborado pelo aluno Gustavo.

Figura 70 – Segunda revisão do *spot* do aluno Gustavo (9º ano A)



Os Farofeiros musicais

Você quer aprender a tocar violão, guitarra, ou até mesmo flauta doce? Então, não perca tempo, venha aprender com Os Farofeiros! Temos professores qualificados e os ambientes de estudos são climatizados. Estamos te esperando na Rua Manoel Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde do Jardim Assunção, em Rondonópolis. fone Fone: 99908-3201

Os Farofeiros, ensinando a fazer o seu som.

Gustavo 9º A

1	Os Farofeiros musicais
2	
3	Você quer aprender a tocar violão, guitarra,
4	ou até mesmo flauta doce? Então, não perca
5	tempo, venha aprender com Os Farofeiros! Temos
6	professores qualificados e os ambientes de
7	estudos são climatizados. Estamos te esperando
8	na Rua Manoel Borges dos Santos, em frente
9	ao posto de saúde do Jardim Assunção, em Rondonó-
10	-polis. fone Fone: 99908-3201
11	Os Farofeiros, ensinando a fazer o seu som.

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Com a segunda reescrita, Gustavo progrediu, acrescentando ao texto o título e o *slogan*. Procurou, também, enriquecer a argumentação ao mencionar a formação dos profissionais que lá trabalhavam e que o ambiente da escola era agradável. Tudo isso com o objetivo de convencer o seu público-alvo, pessoas do colégio onde estuda e que gostariam de aprender a tocar um instrumento musical, fazendo aulas na escola citada, “Os Farofeiros”. Diante do apresentado, observei que o aluno, tendo organizado assim o *spot*, fez uso da sequência argumentativa. Também percebi a presença da sequência injuntiva nas partes do texto em que apareceram os verbos no imperativo.

O discurso delineado foi o interativo, com verbos no presente do indicativo (“Estamos te esperando [...]”, linha 7) que “desfilam” pelo anúncio, juntamente com

frases exclamativas, imperativas, interrogativas e declarativas. Gustavo, ao elaborar o *spot*, usou períodos curtos e empregou a 2ª pessoa do discurso “você”: “**Você** quer aprender a tocar violão, [...]”, na linha 3, técnica importante usada pelos profissionais do meio publicitário, que já mencionei anteriormente.

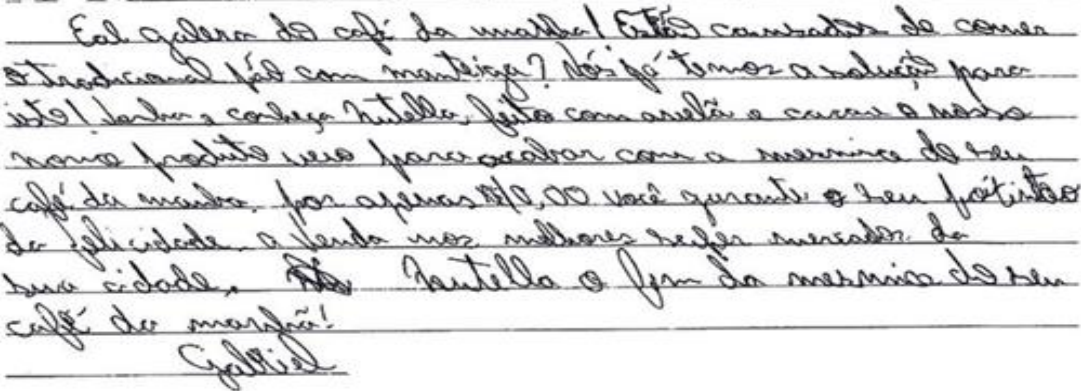
Observei que os mecanismos de conexão foram marcados pelo advérbio (“Então, não perca tempo, [...]”, linhas 4-5), pela conjunção (“Temos ambientes qualificados e o ambiente de estudo [...]”, linhas 5-7). Na coesão nominal notei a presença da anáfora nominal por repetição: “Venha aprender com **Os Farofeiros!** [...]”, linha 5 e “**Os Farofeiros**, ensinando a fazer o seu som.”, linha 11. Em relação à coesão verbal, ela fica evidente no emprego dos verbos no presente do indicativo e no imperativo.

Nos mecanismos enunciativos, a voz que se manifestou foi a do autor (o estudante que participou da pesquisa), expondo um julgamento subjetivo no que redigiu.

Posteriormente, também me atentei, ao observar o *spot* de Gustavo, a certos problemas com a pontuação. O aluno pontuou de maneira incorreta o *slogan*, quando separou com a vírgula o sujeito do predicado: “Os Farofeiros, ensinando a fazer o seu som” (linha 11). Também escreveu com letra minúscula o substantivo próprio “Posto de Saúde”: “[...] em frente ao posto de saúde [...]” (linha 9). Outro erro ocorreu ao fazer a divisão silábica da palavra Rondonópolis (linhas 9-10), quando utilizou dois hifens.

Logo a seguir, a figura 71 (p. 232) ilustra a segunda revisão da produção do aluno Gabriel.

Figura 71 – Segunda revisão do *spot* do aluno Gabriel (9º ano C)



1 Eae galera do café da manhã! Estão cansados de comer
 2 o tradicional pão com manteiga? Nós já temos a solução para
 3 isto! Venha e conheça Nutella, feito com avelã e cacau o nosso
 4 novo produto veio para acabar com a mesmice do seu
 5 café da manhã. por apenas R\$10,00 você garante o seu potinho
 6 da felicidade a Venda nos melhores super mercados da
 7 sua cidade. Não Nutella o fim da mesmice do seu
 8 café da manhã!
 Gabriel

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Nessa reescrita, Gabriel não colocou o título no *spot*, porém, soube criar um *slogan*, o que ajuda os ouvintes a lembrarem do produto divulgado. Trouxe, nessa versão, mais argumentação, possibilitando maior chance de convencimento do seu consumidor, os apaixonados por chocolate que estão na Escola Santo Antônio. O aluno, nesse ínterim, fez uso da sequência argumentativa para organizar o texto, entrelaçada com a sequência injuntiva, pois, no desenrolar dessa propaganda, verbos no imperativo apareceram. Percebi que o anúncio foi elaborado com períodos curtos, aparecendo a 2ª pessoa do discurso – peculiaridades do *spot* – assim como a marca da oralidade – “Eae galera do café da manhã!” (linha 1), como já foi citado.

Notei que o estudante ainda, empregou, no texto, frases interrogativa, imperativa, exclamativa, declarativa, mas também verbos no presente do indicativo, no pretérito perfeito, dêiticos pessoais (“**Nós** já temos [...]”, na linha 2, e “o **nosso** novo produto [...]”, nas linhas 3-4) indicando, dessa maneira a existência do discurso interativo.

Quanto à conexão, ela foi posta através de advérbio (“**Nós já** temos [...]”, na linha 2, preposição (“[...] **por** apenas R\$10,00 [...]” e “**a** venda [...]”, linhas 5 e 6, respectivamente), conjunção (“Venha **e** conheça Nutella [...]”, linha 3). A coesão nominal realizou-se por anáforas nominais por substituição (“Venha e conheça **Nutella** [...], nosso novo **produto** [...]

o seu **potinho da felicidade** [...]”, linhas 3, 3-4 e 5-6) e anáforas nominais por repetição (“Venha e conheça **Nutella** [...]. **Nutella** o fim da mesmice [...]”, linha 7). Quanto à coesão verbal, esta esteve presente no texto através de verbos no presente do indicativo, no pretérito perfeito, no imperativo. A voz de destaque no texto foi a do autor e a modalização apreciativa foi a que prevaleceu, diante do posicionamento subjetivo explícito no *spot*.

Depois dessas observações, ainda verifiquei no anúncio os problemas de pontuação. Devia ter sido empregada a vírgula depois da marca de oralidade “Eae”, para separar o vocativo: “Eae galera do café da manhã!” (linha 1); também faltou uma vírgula após a palavra Nutella, presente no *slogan*, com a função de separar novamente um vocativo (linha 7).

O ponto final deixou de ser utilizado entre as palavras “cacau” e “o” (linha 3), “manhã” e “por” (linha 5) e “felicidade” e “a” (linha 6), para separar os períodos. Se empregasse a pontuação, daria um sentido mais adequado ao texto, proporcionando uma leitura mais fluida. Outro erro foi ter usado a letra inicial maiúscula no vocábulo “venda” (linha 6) pois não está no começo do período. Além disso, notei a escrita incorreta do substantivo “supermercado” (linha 6): “[...] nos melhores super mercados da sua cidade”; e a falta do acento grave no “a” da expressão feminina “à venda” (linha 6).

Após realizar a análise da segunda revisão dos seis *spots*, observei que os alunos evoluíram na aprendizagem sobre o gênero em foco, podendo melhorar ainda mais até a produção final. Nessa segunda reescrita eles empregaram várias características do anúncio radiofônico e procuraram organizar melhor o texto. Cabe mencionar que ao perpassar pelas fases já mencionadas da sequência didática – e até mesmo nas precedentes –, foi atingido o seguinte objetivo específico: “Promover experiências teórico-práticas significativas para os alunos, não somente no contexto escolar, como também profissional, norteadas pelo gênero *spot*”.

Em 13/10/2016, não houve o desenvolvimento da SD, pois os alunos da Rádio Recreio estavam organizando a programação especial para o Dia das Crianças, informação disponibilizada posteriormente, no Quadro 14 (p. 262). No próximo módulo, os alunos verificaram, coletivamente, o que poderia ser aperfeiçoado na produção textual dos colegas.

4.3.7 Módulo 7 – De autores a revisores

No dia 03/11/2016 houve uma revisão oral dos *spots*, no horário da aula de locução. Contudo, desta feita foram os participantes da pesquisa que executaram tal

ação, de modo coletivo, enquanto eu atuei como mediadora. Com isso, além de autores, os estudantes foram também revisores da segunda reescrita dos anúncios radiofônicos em questão.

Para que isso acontecesse, digitalizei os textos deles e usei o sistema de multimídia para projetá-los no telão da sala de vídeo. O segundo passo foi arrumar uma mesa ao lado do local onde estavam sendo projetados os *spots*, com algumas cadeiras ao seu redor e um microfone. Assim, o estudante chamado deveria sentar-se próximo a esse aparelho para ler o seu texto antes da revisão.

Quando chamei o primeiro aluno, Bruno C. (6º ano C), para tomar o seu posto no lugar estipulado, expondo seu *spot* no telão, cujo título era “Vitória Confeções”, uma aluna questionou-me: “Você está com o nosso texto aí?!”. Respondi que sim, fazendo-os lembrar que havia comentado que iria digitalizá-los. Em seguida, ela exclamou, admirada: “Olha!” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 03/11/2016).

A seguir, perguntei para a turma se o texto que estava exposto tinha algo a ser corrigido. Uma estudante afirmou: “Falta os preços das coisas, a forma de pagamento”. (Participante da pesquisa – Diário de campo, 03/11/2016). Expliquei que leria o texto devagar para que se manifestassem sempre que julgassem que havia erros.

E assim aconteceu. Apontaram onde faltava vírgula, ponto de interrogação; indicaram que um substantivo próprio estava escrito com letra inicial minúscula. Sugeriram que Bruno C. acrescentasse a forma de pagamento que a loja adotava, e que colocasse também o endereço. Enquanto os colaboradores desta pesquisa elencavam os problemas, o menino marcava em seu anúncio o que teria que melhorar, para depois reescrevê-lo. Essa mesma atitude foi adotada por todos os discentes, proporcionando a chance de revisar o texto depois do auxílio dos colegas.

Figura 72 – Bruno C. lendo o *spot* “Vitória Confeccões”



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Dando sequência ao trabalho, cada discente foi apresentando o seu texto e, logo após, era feita a correção coletiva.

Passo a registrar, a partir desse parágrafo, somente as revisões dos textos dos seis alunos selecionados desde o início da SD. Em virtude da ausência do aluno Gustavo, apresento, em seguida, a revisão de cinco *spots*. Cumpre informar que o texto deste aluno foi revisado em outra ocasião, com o auxílio de dois participantes da pesquisa.

A próxima a apresentar-se foi Gabriela B. (6º ano B), com seu *spot* sobre o “Supermercado dos Óculos”. Leu o texto (Figura 73, p. 236) com as entonações necessárias e ficou no aguardo das contribuições dos colegas revisores.

Figura 73 – Gabriela B. lendo o *spot* “Supermercado dos Óculos”



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Perguntei aos estudantes se o texto dela estava organizado, se conseguiram entender a mensagem que a Gabriela passou. Os alunos disseram que sim, mas que apresentava alguns “probleminhas”. No momento da análise daquele anúncio, fui lendo o texto frase por frase e os estudantes iam citando o que achavam que deveria ser modificado. Cárita ressaltou: “Está faltando letra maiúscula no nome da empresa” (Diário de campo, 03/11/2016).

Quando eu li a frase “Compre em até 12x sem juros!!”, um aluno comentou: “Tem que tirar o ‘x’ e no lugar dele escrever a palavra vezes”. Continuei lendo e, ao mencionar o nome da avenida, indaguei se havia algum erro ali. Uma aluna afirmou que sim e acrescentou: “Está faltando um acento na palavra Cuiabá”. Depois, frisou que deveria haver um ponto após o número 2467. Ao ouvir este último comentário, eu questionei: “Se colocar um ponto final depois do número 2467, o que tem que mudar

também?”. Vários alunos responderam que teria que pôr letra inicial maiúscula no vocábulo “fone”.

No momento que li o *slogan*, mais especificamente, o nome da empresa, Cárita disse que estava faltando acento agudo na palavra óculos. Em seguida, Gabriela relatou que tinha acabado de pôr. Questionei se havia algo mais a ser corrigido no *slogan*. A própria autora do texto explicitou: “Uma vírgula após a palavra óculos, e já coloquei”. Como essa aluna havia lido o *spot* no microfone e continuava prestando atenção no que falavam sobre ele, começou a perceber, sozinha, os erros que lá estavam.

Conforme Joaquim Dolz e Myriam Abouzaid (2015, p. 17), “o simples fato de ler em voz alta o texto produzido, ou de reler-se a si próprio, pode levar o aluno a transformar diretamente as formulações ou a fazer comentários ou complementos de informação”, afirmação comprovada com a atitude da Gabriela.

Ao chegar a vez do colaborador da pesquisa Guilherme (6º ano D) realizar a leitura ao microfone do *spot* “Tênis Velute”, ele o fez de um jeito dinâmico e seguro. Em seguida, esperou pelos comentários, conforme a Figura 74.

Figura 74 – Guilherme lendo o *spot* “Tênis Velute”



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Antes de os alunos se manifestarem, pedi a eles que lessem o texto projetado no telão de forma silenciosa. Depois de realizarem isso, perguntei se a propaganda

estava coerente, se tinha sentido. De forma conjunta, responderam que sim. Questionei se o colega soube argumentar de maneira que convencesse o seu público-alvo a adquirir o tênis. Alguns acharam que ele soube colocar as qualidades do produto. Logo após, pedi que verificassem quantas vezes o nome “Velute” apareceu no texto, sem contar com o título. Afirmaram que foram três. Dessa forma, comentei, Guilherme conseguiu dar ênfase à marca do sapato.

Posteriormente, iniciei a leitura do *spot* para que os estudantes pudessem pontuar o que poderia ser retificado. Após ler o fragmento “Com calos nos pés? Compre e use tênis Velute, o melhor para os seus pés, com conforto para você”, Cárita relatou: “Repetiu a palavra pés”. Sugeriu como Guilherme poderia escrever: “Com calos nos pés? Compre e use tênis Velute, o melhor para o seu conforto” (Cárita – Diário de campo, 03/11/2016). Os alunos também esclareceram que o vocábulo “você” não era escrito com “ç” e sim com “c”. Quando chegou à parte do endereço, pediram que o colega colocasse ponto antes da palavra “fone” e, por conseguinte, mudasse o “f” minúsculo para maiúsculo. Terminei de ler o texto e não houve outras ressalvas.

A posteriori, Isabel (7º ano C) apresentou o *spot* “Action, o creme”, de autoria dela. Leu o texto com as devidas ênfases, evitando a linearidade (Figura 75, p. 239). Feito isso, aguardou as observações que seriam expostas pelos participantes da pesquisa.

Figura 75 – Isabel lendo o spot “Action, o creme”



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Logo após, perguntei aos estudantes qual era o público-alvo da propaganda da colega. A maioria dos alunos esclareceu que eram as pessoas que tinham espinhas. De imediato comentei que, como os outros *spots* que tínhamos visto, o anúncio radiofônico não era longo, porém deveria conter as informações chaves, o que já havíamos comentado, para chamar a atenção do ouvinte/consumidor. Complementei que ainda não havia um fundo musical, mas isso seria efetivado após a produção final.

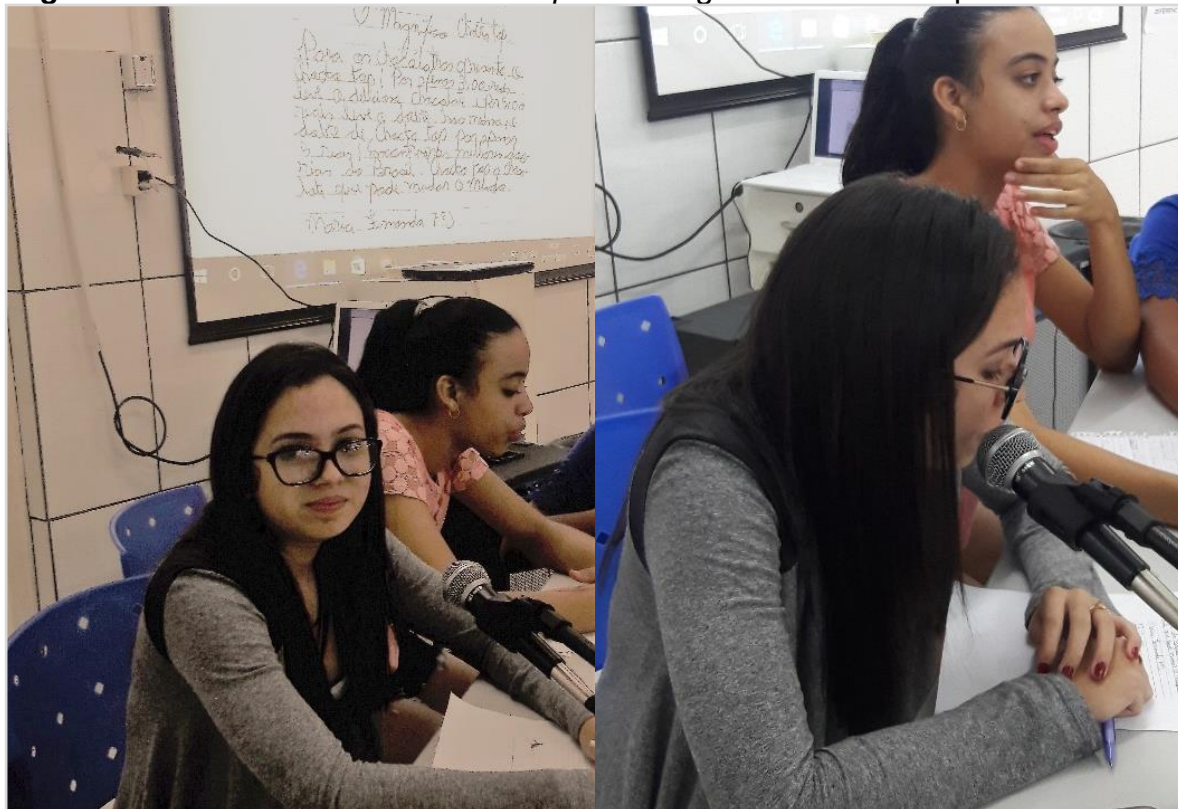
Comecei, então, a ler o texto. Já na primeira oração descobriram um problema, que o verbo “incomodar” estava escrito com a letra inicial “e” (*encomodar*). Continuei a desenvolver a ação e ao pronunciar a frase “Compre apenas por R\$7,90!”, indaguei se tinham encontrado algo mais para ser corrigido. Houve um momento de silêncio.

Com isso perguntei se a autora do texto queria dizer que era para comprar aquele produto só se fosse por R\$ 7,90. Responderam que não.

Percebendo que eles não resolveriam facilmente aquele impasse, indaguei se ficaria melhor inverter as posições das palavras, de “apenas por” para “por apenas”, assim, daria o sentido desejado, que o produto estava em promoção. O aluno Gabriel (9º ano C) se manifestou: “Ah! É verdade!” (Diário de campo, 03/11/2016). Depois, o estudante Artur (9º ano A) pronunciou a frase: “Compre por apenas R\$7,90!” (Diário de campo, 03/11/2016). E Gabriel exclamou: “Isso, isso!”. Esclareci que as argumentações apresentadas no anúncio radiofônico poderiam ser enriquecidas detalhando mais as qualidades do produto. Finalizei a leitura e questionei se queriam dizer algo mais, e, como não houve comentários, passamos para o próximo *spot*.

O trabalho continuou com a estudante Maria Fernanda (7º ano D), que interpretou a escrita da propaganda elaborada por ela, denominada “O Magnífico Chocko Top”. Após anunciar o delicioso produto, ficou atenta aos pareceres iminentes, como mostra a figura 76.

Figura 76 – Maria Fernanda lendo o *spot* “O Magnífico Chocko Top”



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Fiz a leitura da primeira frase do anúncio radiofônico: “Para os chocólatras apresento o Chocko Top”, e esperei os comentários. Um aluno afirmou: “Ao ler a frase, parece que a gente faz uma pausa assim que termina a palavra chocólatra. Acho que tem uma vírgula aí.” (Participante da pesquisa – Diário de campo, 03/11/2016). Concordei com ele.

Logo em seguida, proferi o seguinte trecho: “Por apenas 3,00 reais leve o delicioso Chocko Top e por 5,00 reais leve o dobro”. Perguntei se havia alguma pontuação naquele fragmento. A Cárita ressaltou: “[...] e por 5,00 reais, vírgula, leve o dobro” (Diário de campo, 03/11/2016). Ou seja, a aluna achou que faltava vírgula após a palavra reais. Arthur expressou a mesma opinião. Esperei mais alguma manifestação. Não havendo, pontuei que depois do vocábulo “reais”, a sentença “Por apenas 3,00 reais”, também continha essa pontuação, que era o mesmo caso citado pela Cárita e o Arthur.

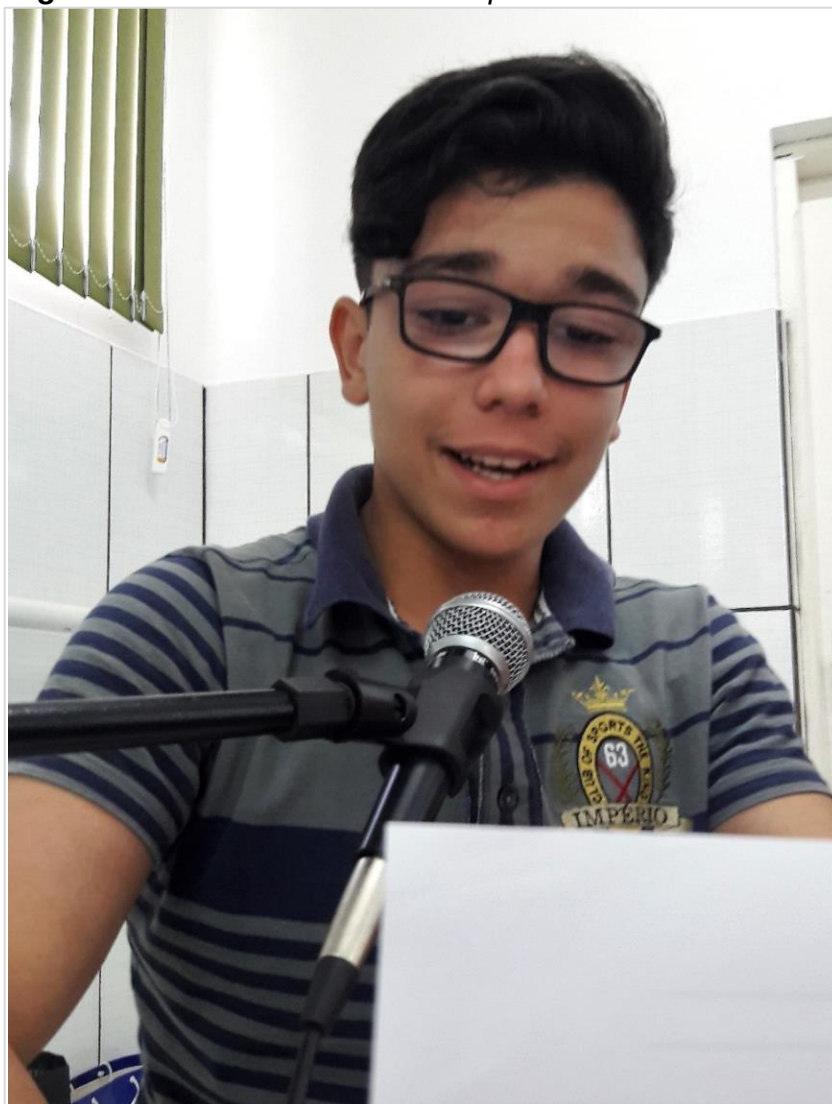
Posteriormente, enunciei a última parte do texto: “Encontre-se nas melhores docerias do Brasil. Chocko Top o chocolate que pode mudar o mundo”. Em seguida, como tive dificuldade para ler o verbo “encontre-se” naquela situação, pois estava com a conjugação inadequada com o sentido da frase, perguntei para Maria Fernanda o que ela achava da forma como escreveu o verbo. Ela refletiu e falou que “encontre-se” ficaria melhor.

Depois desta resposta, pronunciei novamente o slogan do *spot*: “Chocko Top o chocolate que pode mudar o mundo” e perguntei se tinham observado mais algum problema. Cárita, muito participativa, disse que após a palavra “Chocko Top” existia uma vírgula. Afirmei que ela estava certa e acrescentei que a vírgula, neste caso, servia para separar o vocativo do restante da frase, como eu já tinha citado.

Antes de finalizar o estudo daquele *spot*, questionei se a forma como foi organizado o texto, mostrava coerência, se tinha sentido, se as frases estavam bem empregadas, se havia coesão. Os que se manifestaram, relataram que sim. Depois disso, falei para a autora do *spot* acrescentar, no texto, qualidades do produto que ela estava anunciando. Terminamos a análise da propaganda em foco e, de repente, Maria Fernanda anunciou ao microfone: “E agora, o Gabriel do 9º ano!”.

Gabriel (9º ano C) foi até à mesa, sentou-se em frente ao microfone e, no momento demarcado, realizou a leitura de seu *spot* (Figura 77, p. 242) com a voz firme e clara, como um bom locutor.

Figura 77 – Gabriel lendo o seu *spot*



Fonte: Acervo da pesquisa (2016)

Tão logo Gabriel terminou, a aluna Amanda (6º ano B) relatou: “O *spot* dele não tem título”. Comentei que ela tinha razão e pedi para o Gabriel criar um. Quando li o trecho “Eae galera do café da manhã!”, houve um impasse, alguns alunos pediram para tirar o fragmento “Eae galera [...]”, outros, para deixar. Uma aluna comentou que era legal. Concluí que isso se deve ao fato de ser uma expressão utilizada frequentemente pelos adolescentes. Acabou ficando essa parte com a marca da oralidade. Sugeri que talvez ficasse melhor “E aí, galera [...]”, com uma vírgula depois da palavra “aí”. Gabriel concordou.

Em seguida, comentaram que na parte “Nós já temos a solução [...]”, precisava esclarecer qual era a empresa que tinha a solução. Foi um comentário pertinente. Continuei lendo o *spot* com as entonações necessárias, a fim de que percebessem

onde ainda precisava ser revisado. Como já vinham corrigindo esse erro, logo identificaram que no *slogan* faltava uma vírgula após o substantivo “Nutella”.

Repeti a leitura e, em determinadas partes, eu parava e questionava se poderiam ocorrer modificações até onde eu tinha interrompido a ação. Não havendo resposta, pedi que lêssemos o anúncio no coletivo para encontrarmos certos erros que persistiam. Ao chegarmos à parte “[...] por apenas R\$ 10,00 você garante o seu potinho da felicidade, a venda nos melhores super mercados da sua cidade”, disseram que havia um ponto final antes do vocábulo “por”. Acrescentei que, nesse caso, o “p” ficaria maiúsculo.

Continuaram observando o texto e não disseram mais nada. Perguntei como se escrevia a palavra “supermercados”, se era junto ou separado. Olharam no Google^{MR} e comentaram que era junto. A posteriori, ressaltai que era o mesmo caso de “supermercado”, palavra que havia na propaganda da Gabriela.

Salientei, ainda, que antes de “[...] a venda [...]” precisava de um ponto final, que o “a” minúsculo ficaria maiúsculo e que deveria ter um acento grave (crase) nessa letra. Dito isso, ressaltai que havia gostado das ideias expostas na propaganda. Antes de encerrar os comentários sobre aquele *spot*, pedi para a turma verificar se havia, no texto, verbos no imperativo. Responderam que sim, citando: “Venha e conheça”. Imediatamente perguntei se estavam vendo verbos no presente do indicativo. Um aluno falou que era o “temos”. Complementei que o vocábulo “garante” também era um verbo no tempo citado. Reiterei que verbos no presente do indicativo e no imperativo geralmente estavam presentes no gênero textual oral (*spot*) em estudo.

Além disso, comentei que poderia substituir a expressão “café da manhã” por um sinônimo em alguma das vezes em que ela aparecia no anúncio, evitando a repetição desnecessária.

Ao terminar a análise do *spot* de Gabriel, outros textos foram revisados. Nos últimos minutos daquele encontro, como os alunos já haviam corrigido os textos, pedi que me fossem devolvidos.

Na próxima seção, trago o resultado das produções: a produção final!

4.4 Produção Final – os mais novos *spots* da Rádio Recreio SA Hits

Durante as semanas subsequentes à aula do módulo 7, reuni-me com os alunos no estúdio da Rádio Recreio SA Hits, de forma individual ou, às vezes, em

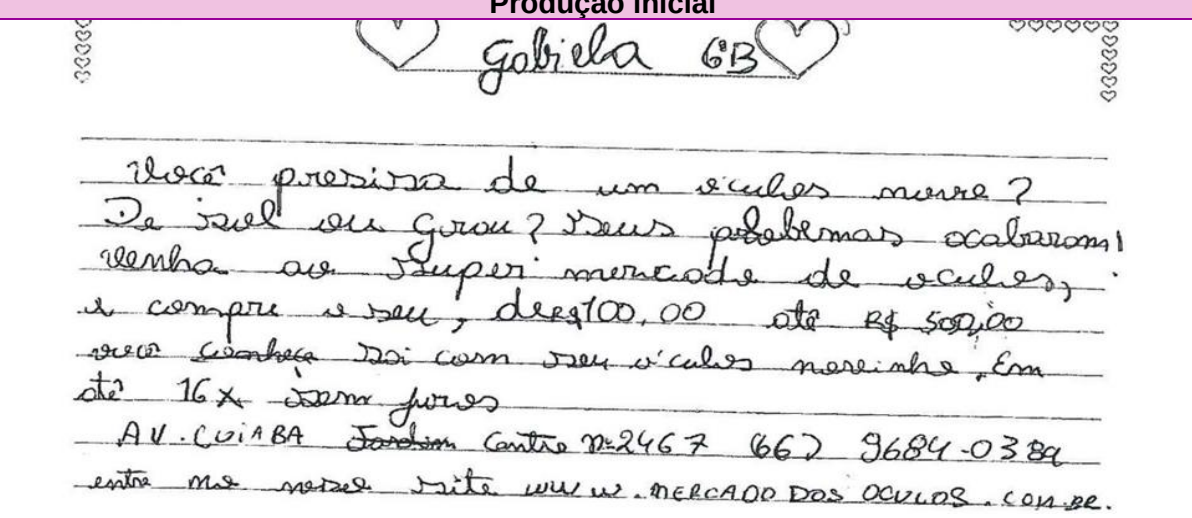
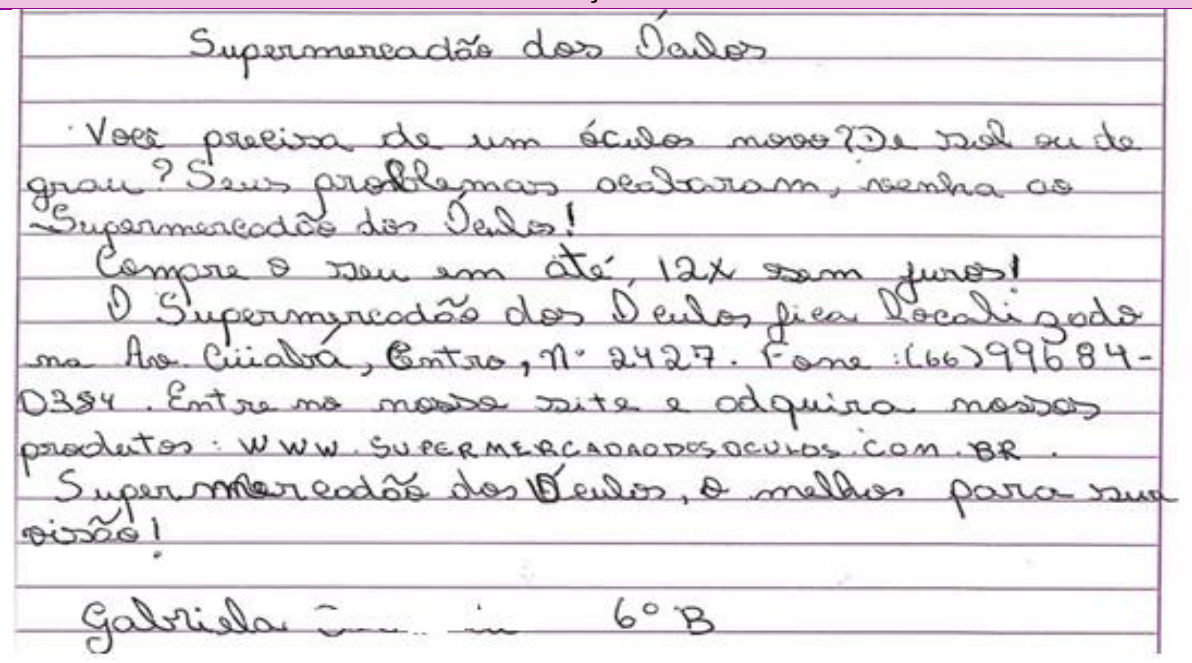
dupla ou trio, no período da manhã, para que eles verificassem seus *spots*, mais uma vez, e me dissessem se gostariam de acrescentar ou eliminar algo do texto, pois poderiam ter um novo olhar sobre seus escritos depois de decorridos alguns dias da última reescrita. Alguns fizeram pequenas mudanças, outros não. Com isso, eis que chegaram à produção final, momento em que, segundo Marcuschi (2008, p. 216), “o aluno põe em prática o que aprendeu ao longo dos módulos”.

Posteriormente, efetivei a análise da produção final, fazendo uma comparação com a produção inicial e, dessa maneira, pude verificar a evolução na aprendizagem dos participantes da pesquisa ao longo da SD concretizada, observando como e o que eles realmente queriam transmitir com as escritas que foram apresentadas.

De acordo com Antunes (2005, p.192), “quando usamos a linguagem, o fazemos com alguma pretensão interativa. Escolhemos o que, de alguma forma, nos assegura que nossas pretensões serão conseguidas”. Ainda acrescenta: “E, aí, sim, optamos (ou não) por repetir, substituir, estabelecer associações, usar conectivos; ou seja, fazemos o que nos parece adequado. Contanto que tenhamos sucesso”. De certa forma, foram esses os procedimentos adotados pelos colaboradores desta pesquisa na elaboração dos seus *spots*, para obterem êxito.

Na sequência, explano sobre o progresso constatado, mostrando as produções inicial e final de cada um dos seis alunos selecionados, acompanhadas da transcrição literal desta última, permitindo, assim, uma leitura comparativa entre uma e outra (Figuras 78 a 83, p. 245-255), começando pelas produções de Gabriela B.

Figura 78 – Produções inicial e final da aluna Gabriela B.

Produção inicial	
	
Produção final	
	
1	Supermercado dos Óculos
2	
3	Você precisa de um óculos novo? De sol ou de
4	grau? Seus problemas acabaram, venha ao
5	Supermercado dos Óculos!
6	Compre o seu em até 12X sem juros!
7	O Supermercado dos Óculos fica localizado
8	Na Av. Cuiabá, Centro, nº 2427. Fone: (66)99684-
9	0384. Entre no nosso site e adquira nossos
10	produtos: www.supermercadaodosoculos.com.br .
11	Supermercado dos Óculos, o melhor para sua
12	visão!
13	
14	Gabriela B. 6º B

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

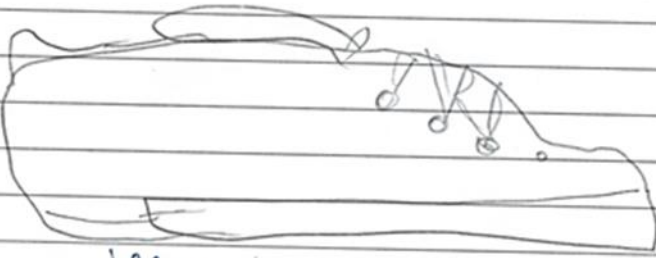
Ao realizar a produção final, Gabriela mostrou que foi possível, através da sequência didática, evoluir na aprendizagem do gênero oral *spot*. Isso ficou mais explícito quando comparei a produção final com a inicial. Em relação à estrutura do texto, percebi que ela soube organizar melhor as ideias, de maneira persuasiva, para atingir o objetivo desejado, que era o de convencer o público-alvo a adquirir os óculos da loja divulgada.

Na produção final, além de ordenar as frases no corpo do texto, tornando-o coeso e coerente, acrescentou o título e o *slogan*, representando bem a situação de comunicação, o gênero em foco. Tal representação também foi visível ao empregar os verbos no presente do indicativo e no imperativo, o uso de frases curtas, características típicas do *spot*. O nome da empresa foi destacado, através da utilização da anáfora por repetição, outro aspecto fundamental na propaganda desenvolvida.

Quanto à parte ortográfica, percebi que da primeira para a última produção houve a superação de certos erros, a saber: de “presisa” para “precisa” (linha 3), de “super mercado” para “supermercado” (linhas 1, 5, 7 e 11), de “plobemas” para “problemas” (linha 4). Gabriela também soube empregar, em todas as vezes, a letra inicial maiúscula no nome da empresa, “Supermercado dos Óculos”, no texto final. Além disso, acentuou as palavras quando necessário, dando-lhes a tonicidade correta, bem como pontuou as frases de forma adequada, facilitando a interpretação do texto. Vale ressaltar que um problema persistiu: a utilização do “x” após o numeral 12 (linha 6), tendo em vista que ela deveria ter escrito a palavra “vezes” no lugar da letra citada.

As próximas produções apresentadas pertencem ao aluno Guilherme (Figura 79, p. 247).

Figura 79 – Produções inicial e final do aluno Guilherme

Produção inicial	
1	não está confortável com o seu sapato, Com
2	Calos nos pés Compre tênis velute o melhor para
3	o seus pés, com conforto para você sempre
4	facilites que cabe
5	velute o melhor e o
6	único
7	
8	guilherme
Produção final	
9	Tênis Velute
10	Não está satisfeito com seu sapato? Com calos nos pés?
11	Compre e use tênis Velute, o melhor conforto para você.
12	Ele possui sola de borracha, é todo costurado e tem maior
13	durabilidade. Adquira logo antes que acabe! Velute é
14	encontrado na Flamboyon, Rua Dom Pedro II, 503, Centro.
15	Contato : 9954 32888.
16	Velute, o melhor e o único!
17	guilherme
18	6º D

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Fazendo a comparação da produção final com a produção inicial do aluno Guilherme, percebi que ele procurou organizar melhor o *spot* dele, usando palavras adequadas para a construção desse gênero. Outrossim, evidenciou ainda mais as qualidades do tênis Velute: “Ele possui sola de borracha, é todo costurado e tem maior durabilidade” (linhas 4-5). Com tais argumentos, o autor procurou chamar a atenção do seu ouvinte/consumidor, na intenção de convencê-lo a comprar o sapato anunciado, que oferece muito conforto.

Observei que ao construir o texto com períodos curtos, com verbos no imperativo e no presente do indicativo, assim como evidenciar a marca do produto ao repetir o nome dele no anúncio e usar a segunda pessoa do discurso (você), para dar a impressão, ao ouvinte, de que estivesse falando com ele, Guilherme mostrou que estava a par das marcas inerentes ao *spot*. O estudante também melhorou na concordância, procurou eliminar não só as repetições desnecessárias, mas o desenho, cujo uso é próprio da propaganda impressa ou virtual. Ademais, criou o título para identificar a propaganda.

Em relação ao uso das pontuações, a evolução foi enorme. Na primeira produção, deixou de empregar várias pontuações fundamentais no desenrolar do texto, problema sanado na produção final. Nesta fase, já soube empregar a letra inicial maiúscula em substantivo próprio e no início das frases. Também aperfeiçoou a escrita da palavra “você” (linha 3), que antes escrevia “voçe”. No tocante à acentuação, houve um crescimento na aprendizagem do Guilherme, pois procurou utilizá-la quando preciso na última revisão do *spot*, conforme as normas vigentes.

Depois do que foi exposto, não há dúvida que o aluno progrediu na aquisição do conhecimento sobre o gênero estudado, tudo isso fruto da sequência didática.

A figura 80 (p. 249) traz as produções da aluna Isabel.

Figura 80 – Produções inicial e final da aluna Isabel

Produção inicial	
As espinhas lhe incomodam?	
Eu tenho a solução?	
O novo creme para acnes action	
Compre apenas por 7.90	
Exatamente, 7.90	
Action, o creme revolucionario	
Isabel	7º C
Gabrielle	7º D

Produção final	
Action, o creme da Laporto	
As espinhas lhe incomodam?	
Temos a solução! Action, o	
novo creme para acnes!	
Compre este produto por ape-	
nas R\$ 7,90. Acaba com todas as	
espinhas, deixando sua pele ma-	
cia, aveludada como pêssego!	
Este cosmético é encontrado nas melhores	
farmácias da cidade.	
Action, o creme revolucionário!	
Isabel, 7º ano C	

1	Action, o creme da Laporto
2	
3	As espinhas lhe incomodam?
4	Temos a solução! Action, o
5	novo creme para acnes!
6	Compre este produto por ape-
7	nas R\$7,90. Acaba com todas as
8	espinhas, deixando sua pele ma-
9	cia, aveludada como pêssego!
10	Este cosmético é encontrado nas melhores
11	farmácias da cidade.
12	Action, o creme revolucionário!
13	Isabel, 7º ano C

Ao chegar à produção final, Isabel conseguiu mostrar o crescimento esperado depois de submeter seu texto a algumas reescritas. Criou um título para o *spot*, onde aparece, além do nome do produto, “Action”, o nome da empresa que o fabrica. Este dado poderia ter aparecido também no corpo do texto. Apesar desse lapso, Isabel conseguiu acrescentar informações sobre o creme, chegando a usar uma comparação: “[...] deixando sua pele macia, **aveludada como um pêssago**” (linhas 8-9). Conforme argumenta McLeish (2001),

Em 30 segundos não dá para dizer tudo sobre qualquer coisa que seja, identifique um, ou talvez dois, aspectos principais do produto que o destaquem, tornando-o atraente. Escolha um desses – utilidade, eficiência, simplicidade, baixo custo, durabilidade, disponibilidade, relação custo/benefício, exclusividade, [...] atrativos ou beleza. (MCLEISH, 2001, p. 98).

Isabel optou pela eficiência ao dizer que o creme “Action” proporcionava pele macia e aveludada. Com isso, obteve uma argumentação relevante, para chamar a atenção do ouvinte/consumidor que deseja uma solução para as acnes.

Ademais, comentou que o público-alvo encontraria o creme “[...] nas melhores farmácias da cidade” (linhas 10-11), ou seja, como era um produto de qualidade, não seria encontrado em qualquer farmácia, ratificando, assim, a superioridade do creme Action em relação à concorrência, mais um motivo para ser consumido.

Notei que soube ordenar a expressão “Compre este produto **por apenas** R\$ 7,90. [...]” (linhas 6-7), excluindo a ordenação “Compre **apenas por** R\$ 7,90. [...]”, utilizada anteriormente, obtendo, desta vez, o sentido esperado. O texto em si está coeso e coerente, a aluna organizou o anúncio radiofônico de uma forma que conseguiu expressar com clareza o que ela queria comunicar, sem deixar de utilizar as características do gênero em foco, como: emprego de verbos no presente do indicativo, verbo no imperativo; apresentou períodos curtos; utilizou anáfora por repetição (“**Action**, o novo creme para acnes [...]” (linhas 4-5) e “**Action**, o creme revolucionário!”, linha 12), para o ouvinte fixar em sua mente o nome do produto.

Percebi que escreveu a palavra “incomodam” (linha 3) corretamente, usando o “i” no início da palavra e não o “e”, como fez na produção inicial. Soube usar a pontuação, facilitando a interpretação do anúncio. Empregou a letra maiúscula no nome do creme e acentuou a palavra “revolucionário”. Enfim, elaborou o *spot* como era esperado.

A seguir, a Figura 81 traz as produções inicial e final de Maria Fernanda.

Figura 81 – Produções inicial e final da aluna Maria Fernanda

Produção inicial	
	Marca _____ 7^oD Vocês que adoram doces e são chocálatras, apresento a vocês o Chocko Top! Por apenas 3,00 reais, leve o delicioso chocolate e por 5 reais leve dois! Chocko Top, o chocolate que pode mudar o mundo!
Produção final	
	O Magnífico Chocko Top Para os chocólatras de plantão, apresento o Chocko Top! Por apenas 3,00 reais, leve um delicioso chocolate em barra 0% lactose e baixa caloria. Por 5,00 reais, leve o dobro! Isso mesmo, o dobro de Chocko Top por apenas 5,00 reais! Encontra-se esse produto nas melhores docerias do Brasil. Chocko Top, o chocolate que faz a diferença. Maria Fernanda 7^oD
1	O Magnífico Chocko Top
2	Para os chocólatras de plantão, apresento
3	o Chocko Top. Por apenas 3,00 reais, leve um
4	delicioso chocolate em barra 0% lactose e
5	baixa caloria. Por 5,00 reais, leve o dobro! Isso
6	mesmo, o dobro de Chocko Top por apenas 5,00
7	reais! Encontra-se esse produto nas melhores
8	docerias do Brasil. Chocko Top, o chocolate que
9	faz a diferença.
10	
11	
12	Maria Fernanda
13	
14	7 ^o D

Fonte: Acervo da pesquisa (2016)

Maria Fernanda chegou à produção final com um *spot* bem organizado, coeso e coerente. Soube expor as ideias, falar dos benefícios do “Chocko Top”, que ele era comercializado por um preço acessível e ainda citou onde poderia ser encontrado. Tudo isso, com o objetivo de persuadir o ouvinte/consumidor, amante do chocolate, a comprar a guloseima.

Observei que melhorou a escrita do fragmento “**Encontra-se** esse produto nas melhores docerias do Brasil.” (linhas 7-8), que antes, como pôde ser notado na produção anterior (quando o texto foi redigido pela 3ª vez), estava grafado “**Encontre-se** nas melhores docerias do Brasil”, o que deixava a frase mal estruturada.

Percebi que na produção inicial o texto da aluna não trazia título e o *slogan* era outro. O atual, “Chocko Top, o chocolate que faz a diferença.” (linhas 8-9), ficou mais condizente ao gênero. Ainda comparando os dois textos acima, notei que no segundo foi anulada a repetição desnecessária da palavra “vocês”, melhorando a fluência do *spot*, proporcionando uma leitura mais dinâmica.

No corpo do texto, houve a presença de verbo no presente do indicativo; a estudante usou a técnica de reforçar o nome do produto (anáfora por repetição) no decorrer do anúncio radiofônico, com a finalidade de fixar na mente do ouvinte a marca que estava sendo divulgada e, para a elaboração desse anúncio, utilizou períodos curtos, especificidade do *spot*.

Na produção inicial, ela começou a propaganda com letra minúscula, problema que procurou eliminar no decorrer da SD. Outros erros superados foram os da acentuação e da pontuação.

Diante de todo esse progresso, a sequência didática trouxe bons resultados na aprendizagem dessa aluna, fazendo com que ele elaborasse o *spot* de forma correta.

Os *spots* inicial e final do aluno Gustavo estão presentes na Figura 82 (p. 253).

Figura 82 – Produções inicial e final do aluno Gustavo

Produção inicial	
Gustavo 9^a A Uls' Você quer aprender a tocar violão, guitarra ou até mesmo flauta doce então não perca tempo, venha aprender com os farofeiros! Estamos te esperando, na rua Manoel Borges dos Santos, em frente ao posto de saúde.	
Produção final	
Os Farofeiros Musicais Você quer aprender a tocar violão, guitarra ou até mesmo flauta doce? Então não perca tempo, venha aprender com Os Farofeiros! Temos professores qualificados e os ambientes climatizados. Estamos te esperando na Rua Manoel Borges dos Santos, em frente ao Posto de Saúde do Jardim Assunção, em Rondonópolis. Fone: 99099-3201. Os Farofeiros ensinando a fazer o seu som! Gustavo 9^a A	
1	Os Farofeiros Musicais
2	
3	Você quer aprender a tocar violão, guitarra ou
4	até mesmo flauta doce? Então não perca tempo, ve-
5	nha aprender com Os Farofeiros! Temos professores
6	qualificados e os ambientes climatizados. Estamos
7	te esperando na Rua Manoel Borges dos Santos, em
8	frente ao Posto de Saúde do Jardim Assunção,
9	em Rondonópolis. Fone: 99099-3201.
10	Os Farofeiros ensinando a fazer o seu som!
11	
12	Gustavo 9 ^o A

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Fazendo a comparação entre as produções inicial e final, notei que o aluno Gustavo conseguiu evoluir na produção do *spot*. Procurou especificar os aspectos importantes da sua empresa – o fato de contar com professores com boa formação e ambiente climatizado. Usou essa argumentação, para atingir o objetivo esperado – conseguir pessoas interessadas em aprender a tocar um instrumento musical, ou seja, possuir uma clientela.

De acordo com McLeish (2001, p. 97), um anúncio tem por objetivo “vender. Ele não está lá apenas para divertir as pessoas [...]; destina-se a esvaziar as prateleiras, tirar os carros das revendedoras e levar os consumidores a, avidamente, contratar serviços”. Nesse caso, o aluno almejava que os serviços da empresa fossem contratados.

Para tanto, organizou o texto de maneira clara e objetiva, ficando com uma escrita coesa e coerente. No decorrer da produção do anúncio radiofônico, além da sequência argumentativa, também fez uso da sequência injuntiva, presença de verbos no imperativo. Apresentou períodos curtos e empregou a segunda pessoa do discurso: “**Você** quer aprender a tocar violão [...]” (linha 3); não esquecendo de utilizar a anáfora por repetição ao escrever o nome da empresa mais de uma vez, com a finalidade já mencionada anteriormente.

Vale ressaltar que em tal organização textual (produção final), colocou o título, no lugar de “Olá” – marca da oralidade, que estava na produção inicial, e, além disso, complementou com o slogan, deixando a estrutura do gênero em questão mais delineada.

Houve progresso também na parte gramatical. Soube usar a letra inicial maiúscula nos nomes próprios e eliminou esse tipo de letra de um substantivo comum que não estava em início de frase (guitarra, linha 3). Procurou empregar a pontuação de maneira correta, dando melodia ao *spot*.

Destarte, observei que o participante da pesquisa conseguiu atingir o conhecimento necessário para a construção do anúncio radiofônico.

Por fim, a Figura 83 (p. 255) expõe as produções inicial e final do aluno Gabriel.

Figura 83 – Produções inicial e final do aluno Gabriel

Produção inicial	
1	
2	
Produção final	
3	
4	
5	1 Nutella e Cia
6	2
7	3 E aí, galera do café da manhã! Estão cansados de comer o tra-
8	4 dicional pão com manteiga? Nós da Nutella e Cia já temos
9	5 a solução para isto! Venha para a Nutella e Cia e conheça
10	6 Nutella, o chocolate do momento! Feito com avelã e cacau, o
11	7 o nosso delicioso produto veio para acabar com a mesmi-
12	8 ce do seu desjejum! Por apenas R\$10,00, você garante
13	9 o seu potinho de felicidade! Então venha já para a Nutella
14	10 e Cia! Av. Noggin, número 1813, Centro.
15	11 Nutella e Cia, sempre trazendo novas delícias!
16	12
17	13 Gabriel – 9º ano C

Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Olhando para as produções apresentadas no princípio e no final da SD, consegui visualizar que o Gabriel evoluiu na produção do *spot*, aprendeu a desenvolver esse gênero oral através da sequência didática. Para destacar o produto da “Nutella e Cia”, expôs um aspecto muito importante sobre ele, ser uma novidade no mercado: “Venha para Nutella e Cia e conheça Nutella, o chocolate do momento” (linhas 5-6). Por consequência, o doce ficou mais atraente.

A partir dessa e de outras qualidades, também apresentou uma vantagem, o baixo custo do Nutella, R\$ 10,00. Com a persuasão apresentada, o estudante procurou alcançar um determinado objetivo, adquirir consumidores para esse alimento da empresa em destaque.

Na organização do anúncio, ocorreu o uso de períodos curtos, verbos no presente do indicativo, no imperativo. Para evitar a repetição desnecessária da expressão “café da manhã”, como foi sugerido na atividade de leitura e correção coletiva, Gabriel usou o sinônimo “desjejum” (linha 8), fazendo, por conseguinte, o emprego da anáfora por substituição. No texto também há a anáfora por repetição, destacando o nome da empresa e do produto comercializado nesse local. Percebi, ainda, que a forma como elaborou a propaganda tornou-a coesa e coerente.

Também no que concerne à organização do anúncio, diferentemente do que expressou na produção inicial, acrescentou, na última produção, o título e o *slogan*, sendo esse derradeiro atributo definido por Costa (2014, p. 213) como um “enunciado conciso, breve e curto, fácil de ser lembrado. É utilizado em campanhas políticas, de publicidade (v.), de propaganda (v.), para lançar um produto, marca e etc”. Em tal situação, o estudante o utilizou para lançar o produto “Nutella” da “Nutella e Cia”.

A evolução da aprendizagem de Gabriel ocorreu inclusive no emprego da pontuação, da acentuação, do uso da letra inicial maiúscula e da escrita correta da palavra “cacau” (linha 6), anteriormente escrita “cacal”.

Tendo procedido à análise dos seis *spots* selecionados, posso afirmar que houve um ganho significativo na aprendizagem dos participantes da pesquisa, uma vez que conseguiram elaborar os anúncios de forma satisfatória, resultado obtido por meio das atividades desenvolvidas ao longo da SD, uma metodologia que contribuiu para um trabalho mais aprofundado do gênero em questão. Com isso, foi possível atingir um dos objetivos específicos estabelecidos para a pesquisa ora apresentada: “analisar, no percurso da sequência didática, as produções escritas (*spot*) dos alunos, destacando as diferenças entre as produções iniciais e finais”.

Após tais análises, julgo importante comentar sobre algumas atividades extras realizadas em 2016, antes mesmo de relatar sobre a gravação dos *spots*. Enumero, no Quadro 14 (p. 262), algumas aulas de locução realizadas no decorrer do ano citado, que foram direcionadas apenas à prática das técnicas radiofônicas e a uma das programações da Rádio Recreio, pois os estudantes desse Projeto, além de aprenderem a redigir gêneros orais radiofônicos, também aperfeiçoaram a expressividade (oralidade) a partir de técnicas utilizadas pelos profissionais da área e no contato com a comunidade escolar.

4.4.1 Resenhas musicais para as trilhas dos seis *spots* em foco

De acordo com McLeish (2001, p. 97), “quem faz propaganda para rádio deve ter muita habilidade em motivar o público-alvo a realizar uma ação específica. A propaganda eficiente irá: interessar, informar, envolver, motivar, direcionar”. Dessa maneira o redator comercial deve elaborar a peça radiofônica pensando em quem esse *spot* irá atingir, utilizando palavras adequadas à situação, e observar, no momento da gravação dessa peça, a voz apropriada para tal, tendo como pano de fundo uma música (trilha musical) ou efeitos sonoros.

Os participantes da pesquisa tiveram esse cuidado – criar textos que chamassem a atenção do ouvinte/consumidor e treinaram, antes da gravação, a forma de interpretar os *spots*. Depois dessa ação (gravar) apresentada posteriormente, os anúncios foram editados pelo locutor Léo, através do programa de computador *Sound Forge*. Também foi utilizado o software *Reaper* para inserir as trilhas musicais nas propagandas, nas quais há, na maioria das vezes, a “intro” (abertura) e o fechamento. Tais aspectos sonoros adicionados aos *spots* pertenciam ao acervo digital da rádio Centro América FM 101. Conforme informações do radialista, “os efeitos sonoros já vêm embutidos nas trilhas, já vêm mixadas, são trilhas prontas, feitas em estúdios maiores”. Quanto a essa junção do texto com as trilhas, Silva (1999) afirma:

Quando sonoplastia e texto entram em equivalência, um traço da materialidade da palavra é emprestado à sonoplastia e vice-versa. Trata-se da transmutação do verbal em sonoplastia (efeito sonoro e trilha) e da sonoplastia em verbal num processo de equivalência, justaposição dos sentidos em que paralelismo e simultaneidade se equilibram. (SILVA, 1999, p. 60).

Com essa combinação, os elementos que compõem a linguagem no rádio (texto e sonoplastia) “perdem a unidade conceitual, se exerce uma interação modificadora, que dá como resultado um novo conceito, o de linguagem radiofônica, cuja totalidade se percebe como algo superior à soma das partes” (PRADO, 1981 apud REIS, 2012, p. 59). Percebe-se, então, que tais aspectos sonoros são importantes para potencializar a expressividade do meio.

Cabe enfatizar que quando se fala de trilha e de elementos que constituem a peça radiofônica, remete-se às três qualidades do som (altura, intensidade, timbre), ritmo, compasso, que foram mencionados anteriormente na seção “Propaganda radiofônica do tipo *spot*: a persuasão nas ondas do rádio” (p. 93-99). Esses aspectos estão presentes nas trilhas utilizadas nos *spots* dos estudantes que cooperaram com esta pesquisa, evidenciados nas resenhas abaixo³⁸:

a) Supermercado dos óculos (*spot* de Gabriela B.)

A trilha apresenta dezesseis compassos quaternários, no estilo *elektro funky music*, vertente da música eletrônica. Podemos ouvir basicamente o contrabaixo e a bateria digitais. O arranjo inicia com um efeito eletrônico que lembra aqueles usados em filmes como *Star Wars*, para explosões ou armas.

Na sequência, um contrabaixo executa um encadeamento de graves, não há melodia. O destaque da composição está no realce da bateria, especialmente no timbre do aro/caixa em frases percussivas virtuosísticas. Há uma monotonia rítmico-harmônica quebrada no oitavo compasso por outro efeito eletrônico, algo que nos remete a imagens de ebulição e fervura, que permanece por quatro tempos.

A ideia que mais se evoca, salvo melhor interpretação, vem a ser a de alta tecnologia, em especial pelos efeitos eletrônicos que aludem à ficção científica. Nesse sentido, reforçam muito a noção de qualidade da empresa anunciada – **Supermercado dos óculos** –, de modo a levar o ouvinte de rádio a formar imagens potencialmente ficcionais para o mercado que vende óculos. Este se torna ainda mais sedutor pela associação que fazemos entre tecnologia e óculos, como os que se usam nas mais diversas situações cinematográficas, destaque aos filmes em 3D.

³⁸ Por ocasião do exame de qualificação, o Prof. Dr. Marlon Dantas Trevisan apontou a necessidade de haver uma análise técnica dos aspectos sonoros utilizados nos *spots*. O próprio professor, por sua experiência como musicista, foi consultado e ofereceu os subsídios que fundamentam a análise aqui apresentada.

b) Tênis Velute (*spot* de Guilherme)

A trilha sonora, totalmente digital, apresenta uma introdução sem pulso, com efeitos eletrônicos que fazem alusão às produções de ficção científica, algo como explosões imitadas pelos graves ascendendo para os agudos, com curtos acordes de teclado que antecipam o ritmo, por cerca de dois compassos. Em seguida, surge o contrabaixo com as típicas frases do *eletrô funky* acompanhadas de uma percussão que destaca o som de platinelas, característico da meia lua (semelhante a um pandeiro). Com exceção desta, os outros timbres são bem distantes daqueles projetados por instrumentos tradicionais, havendo um predomínio de sintetizadores. O encadeamento harmônico é simples e assume a função de melodia, como ocorre frequentemente com a música eletrônica. O percurso se estende por onze compassos quaternários.

A trilha vai ganhando intensidade, com a entrada de timbres eletrônicos, em uma gradação crescente. Vale destacar a ideia de energia evocada pelos estímulos sonoros do arranjo, uma proposta sobremodo dançante. Nesse sentido, a associação entre tal aspecto e o produto anunciado – **Tênis Velute** – contribui para a valorização do mesmo, aproximando o calçado da dança.

c) Action – o creme (*spot* de Isabel)

A trilha deste *spot* é instrumental, estruturada em dez compassos quaternários, também pertence ao estilo *funky/soul music*, contando com bateria, contrabaixo, piano elétrico, guitarra, tumbadora e efeitos eletrônicos (todos os timbres foram produzidos digitalmente).

O arranjo musical se inicia com um efeito percussivo eletrônico que sugere um despertador de timbre metálico, ou mesmo uma descarga elétrica, respondida no tempo seguinte pelo contrabaixo, que toca uma nota que se repete por quase toda a propaganda. Durante os quatro primeiros compassos, o baixo é destacado; dialogando com este grave repetitivo, a bateria marca o segundo e quarto tempos de cada compasso, como se faz tradicionalmente no estilo rítmico do *funky/soul*. No quinto compasso, inicia-se um solo de piano elétrico que segue até o término do enunciado verbal. Tal passagem evoca sensações de equilíbrio, harmonia, beleza, pela formalidade das frases melódicas e o encadeamento harmônico simples. Embora o ritmo seja dançante, resultado da energia do contrabaixo e da bateria (e, discretamente, a tumbadora), a melodia remete a sentidos reflexivos, pelo timbre metálico e expansivo do teclado.

Podemos perceber que as ideias musicais da trilha dialogam com os caracteres do objeto anunciado, o creme **Action**, reforçando a ideia de serenidade e

equilíbrio, sensualidade sem exagero, obtida dos contrastes sonoros – destaque ao vigoroso ritmo das linhas do contrabaixo e à melodia um tanto cerebral do piano.

d) Chocko Top (spot de Maria Fernanda)

A trilha instrumental apresenta, inicialmente, um compasso em que bongôs executam, juntamente com os metais sintéticos (lembra trompetes), uma frase rítmica – tema do arranjo. Curiosamente, este consiste em uma nota descendente que segue por oito compassos, fazendo o papel da melodia. Durante quase todo o percurso, o que se ouve é a base rítmica, destacando-se os bongôs e a bateria digital; o contrabaixo preenche bastante os espaços de outros instrumentos.

A ausência de uma linha melódica mais elaborada vem a ser uma estratégia comum nas trilhas para *spots*, denominadas pelos profissionais do rádio de *intros*, com o intuito de se destacar o texto falado. No final do arranjo (com um total de onze compassos quaternários), retoma-se o tema com os metais. A breve presença destes, sustentada pela percussão e baixo, vem a ser uma referência à linguagem da *funky/soul music*. Afirmamos que tal estilo exerce influência sobre diversos outros, em especial pelo caráter dançante e festivo. Qualquer produto a ser veiculado por uma propaganda radiofônica que tenha uma trilha sonora alicerçada na *funky/soul music* será associado à ideia de prazer, euforia, bem-estar. Com o **Chocko Top** não seria diferente, um chocolate que, em tese, possibilita tais sensações.

e) Os Farofeiros – escola de música (spot de Gustavo)

Trata-se de uma trilha instrumental do estilo *pop rock*, com doze compassos quaternários, presença de guitarras, pedais, bateria e contrabaixo.

O arranjo não apresenta linha melódica, apenas uma progressão harmônica, com acordes unicamente de guitarra nos primeiros quatro compassos; nos quatro seguintes, entram a bateria e o contrabaixo; e nos quatro compassos subsequentes acrescenta-se mais uma guitarra com pedais e distorção. Há uma intencionalidade de se realçar a linguagem do rock, com a gradativa entrada dos instrumentos, sobretudo a emoção estética que os princípios básicos do estilo promovem: sonoridade corrosiva das guitarras, sem ornamentos, bateria firme em orgânica relação com o contrabaixo.

A trilha se harmoniza com o produto veiculado no *spot*, escola de música **Os Farofeiros**, sobretudo pelo destaque da guitarra na introdução, que sugere o tipo de serviço prestado pela escola.

f) Nutella e Cia. (spot de Gabriel)

A trilha deste *spot* é instrumental, estruturada em dezoito compassos quaternários (grupo de quatro tempos/pulsos), pertence ao estilo *funky/soul music*, destacando o *naípe* de metais, formado por dois saxofones. Além destes, o arranjo musical conta com bateria, contrabaixo, teclado e efeitos eletrônicos.

O primeiro tempo do compasso inicial é marcado por uma batida eletrônica, chamando a atenção do ouvinte; o segundo tempo já apresenta o solo dos saxofones como resposta ao timbre percussivo. Estes desenvolvem um tema curto, tocado em vozes diferentes por duas vezes; após isto, durante um trecho de quatro compassos, os mesmos reproduzem apenas padrões rítmicos do *funky/soul*, um estilo dançante. Em seguida, retomam o tema melódico, acrescentando notas mais agudas na terceira repetição e, na quarta, outras notas ainda mais agudas, com improvisação, o que sugere uma sensação de êxtase que vai se intensificando, até o clímax final (com os agudos mais altos). Na sequência, o tema é retomado.

O ritmo dançante, festivo, o encadeamento harmônico e melódico (destaque aos agudos que vão se somando ao tema), os recursos percussivos, marcando as células rítmicas do *funky*, dentre outros aspectos, convergem no sentido de evocar sensações de euforia, bem-estar, alegria. Em resumo, a proposta de passarmos um dia feliz é reforçada com os signos musicais, à medida que o produto **Nutella e Cia** vem a ser para consumo no café da manhã.

Diante do exposto, compreendemos que essa combinação das palavras (texto) com a sonoplastia fez com que os *spots* se tornassem mais completos, harmônicos, dando-lhes mais “brilho”, e, conseqüentemente, provocando maior interesse de consumo no ouvinte/interlocutor. Do mesmo modo, é pertinente afirmar que a caminhada para aprender com profundidade o gênero textual oral em foco, desde a sua origem, passando pela transposição no meio escolar, num processo de ensino-aprendizagem, fez com que os discentes conseguissem, como revelam os resultados apresentados na pesquisa, dominar essa prática de linguagem.

4.4.2 Teoria e prática no projeto da Rádio Recreio SA Hits

Nos dias abaixo relacionados, não houve diretamente o desenvolvimento da sequência didática, foram momentos voltados para o treinamento dos locutores da

Rádio Recreio SA Hits, mas também a reunião com eles para a preparação e realização da programação do Dia das Crianças – período vespertino.

Quadro 14 – Encontros em que os participantes da pesquisa tiveram aulas de técnicas de locução e realizaram uma das programações da Rádio Recreio

Data	Atividades
25/08/2016	Fizemos a leitura de uma chamada apresentada no DVD do locutor Nando Pinheiro, treinando as entonações necessárias; assistimos dois vídeos, um com o ex-aluno João, citado anteriormente, fazendo a abertura de uma programação de rádio, e o outro, também de abertura, com o locutor Matheus Augusto ³⁹ ; treinamos essa abertura de forma individual, utilizando o microfone e um fundo musical chamado trilha.
13/10/2016	Reunião para preparação da programação da Rádio Recreio do período vespertino – Dia das Crianças; Realização da Rádio Recreio.
24/11/2016	Simulação de programação radiofônica – lembrando como mexer no ZaraRádio (programa) e concretização de locução.

Fonte: Quadro criado pela pesquisadora a partir dos dados da pesquisa (2016).

A composição de fotografias a seguir (Figura 84, p. 263) ilustra o andamento da aula de locução do dia 25/08/2016, ocasião em que os alunos criaram aberturas de programação radiofônica e aprenderam algumas técnicas desse meio.

³⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WK1PSBsLnh8> . Acesso em 20/08/2016.

Figura 84 – Os alunos treinando abertura da programação radiofônica



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

No dia 13/10/2018, como a equipe da Rádio Recreio faria uma programação especial para o Dia das Crianças da E.E. Santo Antônio, no período vespertino, eu e a coordenadora da Pastoral Escolar, Elaine de Moraes Ferreira, nos reunimos com os alunos participantes do Projeto, para preparar as atividades daquele dia (Figura 85, p. 264).

Figura 85 – Os alunos na reunião da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Planejadas as atividades, os locutores, desta vez, não ficaram no estúdio, foram para o pátio central da escola divertir a plateia mirim. Para esta festividade, muitos dos comunicadores estavam fantasiados e, para alegrar ainda mais aquele momento tão especial, convidei um palhaço e a colaboradora Poliana.

A Figura 86 (p. 265) traz uma composição de fotografias que mostram a participação dos colaboradores da Rádio Recreio nesta comemoração.

Figura 86 – Os alunos durante a programação especial do Dia das Crianças da Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

A próxima aula citada no quadro aconteceu no dia 24/11/2016, voltada para a simulação de uma programação de rádio, realizada pelos colaboradores deste trabalho. Podiam seguir um roteiro elaborado por mim ou, se preferissem, criar a própria fala, de forma descontraída.

Para efetivarem essa atividade, orientei novamente sobre o funcionamento do programa ZaraRadio, ferramenta que usávamos nas realizações da Rádio Recreio.

Figura 87 – Os estudantes da Rádio Recreio simulando uma programação



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Conhecer toda a trajetória empreendida para conseguir dar vida à pesquisa, do primeiro contato com os estudantes à conclusão do desenvolvimento da sequência didática, encerra uma fase e dá início à outra, a saber, a preparação dos alunos para a gravação dos spots.

4.4.3 O passo a passo para a gravação

No dia 01/12/2016, marquei com os estudantes para ensaiarmos a leitura dos anúncios radiofônicos elaborados por eles, no intuito de que tivessem um bom desempenho ao realizar essa ação, dando as entonações corretas:

Figura 88 – Os participantes da pesquisa treinando a leitura dos *spots*



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Na véspera da gravação, 08/12/2016, estivemos no laboratório de informática para que os alunos digitassem os *spots* em uma lauda previamente preparada por mim. Cada um acessou um computador e desenvolveu a atividade (Figura 89, p. 269). Quando tinham dúvidas relacionadas ao preenchimento da página ou ao próprio funcionamento do aparelho, me chamavam ou solicitavam a ajuda de um colega, pois, como já mencionei, eu era a propositora dos exercícios, mas os estudantes também foram muito ativos em todos os momentos da nossa caminhada, as intervenções deles ajudavam a dar o tom do trabalho.

Depois de concluírem esta tarefa, copiei em um *pen drive* as laudas e imprimi cada uma delas para que seus criadores pudessem usá-las durante a gravação.

Figura 89 – Os discentes preenchendo as laudas para leitura dos spots



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

E o dia 09/12/2016 finalmente chegou!

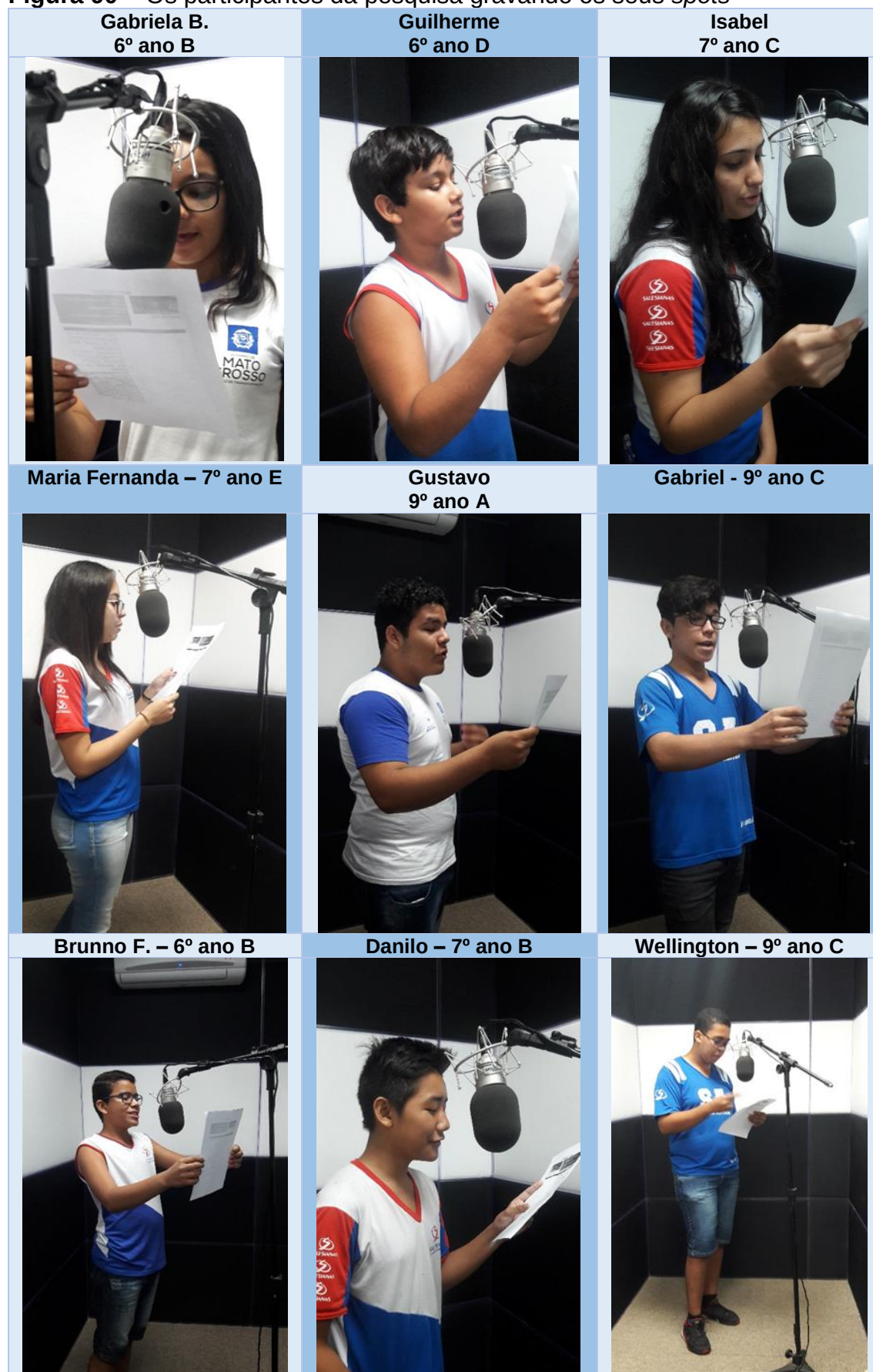
Essa data foi muito esperada pelos alunos, pois significava o momento da gravação de seus *spots*! Saímos da Escola Santo Antônio às 7h30min, em direção à Centro América FM 101, pois a empresa nos cedeu o estúdio e o locutor Léo, juntamente com a Priscila, se prontificaram a nos ajudar no processo de gravação. Chegando ao destino, os 22 alunos foram divididos em dois grupos, de modo a permitir que o espaço destinado às gravações acomodasse adequadamente aos jovens locutores. Às 8h00min, antes de dar início à atividade, o locutor colocou o áudio de alguns *spots*, elaborados pela empresa, para que os discentes ouvissem e se inteirassem de como os locutores atuavam na hora de se expressarem.

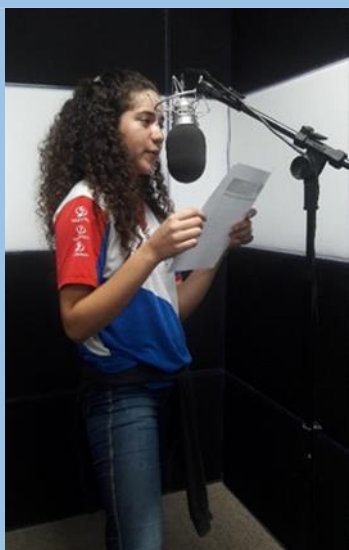
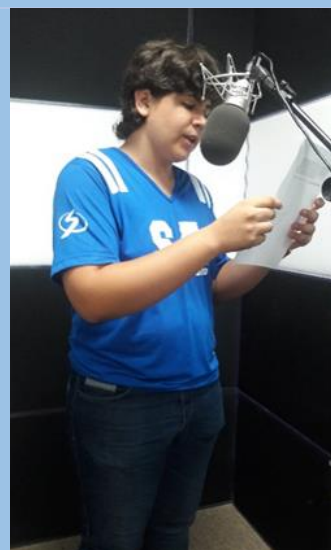
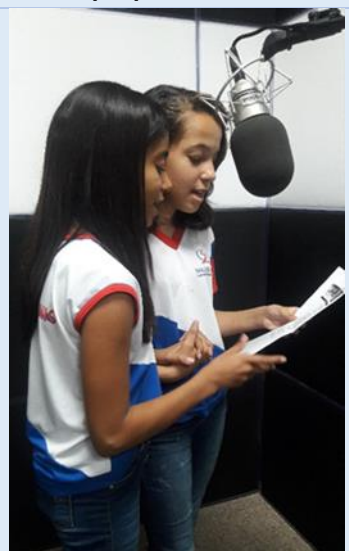
Explicou, ainda, que eles entrariam um de cada vez na cabine de locução e, pelo microfone instalado na ilha de edição, ele os orientaria, dizendo se precisariam repetir ou não a leitura. Quando todos do primeiro grupo terminaram de gravar, Léo fez a edição das propagandas e apresentou-as aos alunos, que ficaram surpresos com os resultados. Depois, o mesmo processo se repetiu com o segundo grupo. Encerradas as gravações, Léo mostrou como realizava a edição. Ao ouvirem os áudios dos *spots* já finalizados, percebi que estavam muito contentes e impressionados com o que tinham acabado de realizar.

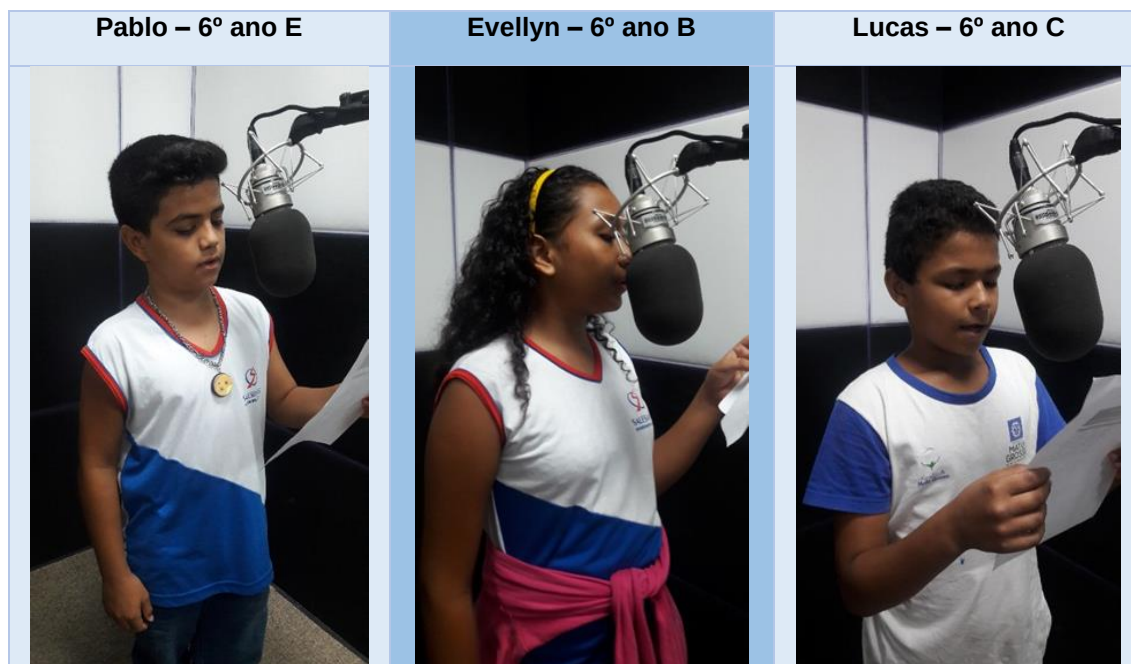
Na Figura 90 (p. 271), um mosaico com as fotografias de todos os participantes desta pesquisa mostra o momento em que foi gravado cada um dos *spots*. A gravação completa de todos os anúncios está disponível no YouTube™ pelo link: https://www.youtube.com/watch?v=jySVU_IVZkw&feature=youtu.be⁴⁰.

⁴⁰ O uso das imagens e áudios destes estudantes, participantes da pesquisa, foi autorizado pelos pais/responsáveis (Apêndice 3, p. 342).

Figura 90 – Os participantes da pesquisa gravando os seus *spots*



Cárita – 7º ano B**Balbino – 9º ano C****Arthur – 9º ano A****Amanda (esq.) e Maria Giovanna (dir.) – 6º ano B****João Vitor
9º ano A****Gabriela S.– 6º ano E****Kawan - 6º ano B****Bruno C. – 6º ano C****Jaquelyne – 6º ano B**



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Antes de irmos embora, nos reunimos na recepção da empresa. Naquele íterim, para sabermos (eu e os alunos), qual foi a impressão do locutor em relação ao trabalho dos adolescentes, mantive um diálogo com ele:

Cristiana: Eu gostaria de saber, depois de todo esse tempo gravando com os alunos, qual o seu ponto de vista em relação ao desempenho deles?

Léo (locutor): Como eu estava falando em *off* aqui para o pessoal, professora, eu e os outros profissionais que aqui estavam, fomos surpreendidos com o desempenho deles. Eu confesso que a gente esperava que eles fossem ter um pouco mais de dificuldade na hora de gravar, [...]. Por serem iniciantes estão muito bem, muito criativos. A gente percebeu a criatividade deles nos textos e desenvoltura na hora da gravação. Então, a gente parabeniza cada um aqui pela ideia, pelo esforço de vocês, dos professores, [...] e, com certeza, sem sombra de dúvida, aqui tem futuros locutores, jornalistas, comunicadores em geral, [...]. Estão de parabéns!

Cristiana: E em relação à oralidade, à expressividade, você pode dar alguma dica? Quanto a esses aspectos, o que você achou dos alunos?

Léo (locutor): A gente gostou também, inclui no “pacote” geral [...], é claro que isso é exercício diário, para quem vai gravar, para quem vai trabalhar com voz, com comunicação, sempre tem que ter aquele exercício, aquele aquecimento vocal que a gente fala, aquele falar com a caneta na boca, é engraçado, mas é eficiente. Então é exercício, é persistência, é pesquisa, é treinamento, assim vai evoluindo, mas estão de parabéns também.

Cristiana: Obrigada!

(Diálogo com o locutor Léo, 09/12/2016).

Em seguida, os alunos, no coletivo, agradeceram ao Léo, à Priscila e ao pessoal da Centro América FM 101 pelo apoio. Então, fomos embora.

Depois de presenciar todos os passos das gravações dos *spots* e ouvir os áudios, concluí que os participantes da pesquisa souberam pôr em prática os conhecimentos adquiridos no desenvolvimento da SD, obtendo uma resposta positiva nessa etapa do trabalho.

Somando a minha concepção sobre essa fase realizada com as afirmações do locutor sobre o desempenho dos alunos durante a gravação dos anúncios radiofônicos, não restaram dúvidas que os estudantes aprenderam a elaborar e oralizar adequadamente a situação de comunicação. Ante o exposto, foi alcançada uma resposta para outro objetivo específico da pesquisa: “analisar, a partir de registro em áudio das produções orais dos participantes da Rádio Recreio, se a sequência didática desenvolvida possibilitou a aprendizagem do gênero estudado”.

Após estarmos juntos nessas gravações, o nosso próximo encontro foi no dia 15/12/2016, no mesmo horário da aula de locução, para uma confraternização, organizada por mim e pela locutora Pimenta, para comemorar tudo o que desenvolvemos no decorrer daquele ano. De início, fiz questão de pôr o áudio das gravações dos *spots* de cada um deles, para que todos que ali estavam, pudessem ouvi-los. Parabenizei-os pelo resultado atingido.

Posteriormente, realizamos o conhecido “Amigo Bombom” (combinado com antecedência), instante em que cada um falou algo sobre o amigo que tinha sorteado (Figura 91, p. 275). Enfim, nossa tarde ficou doce não apenas pelos chocolates, mas pelas palavras de amizade que foram ditas.

Figura 91 – Confraternização com os participantes da pesquisa



Fonte: acervo da pesquisa (2016).

E não foi só bombom! Depois, eu e Pimenta distribuímos um delicioso lanche para eles e, nesse espaço de tempo, também pudemos dialogar. Ao concluir esse momento, encerramos as atividades.

4.4.4 Os *spots* nas ondas da Rádio Recreio SA Hits

Uma vez que os participantes da pesquisa já haviam ouvido suas próprias gravações, assim como a de seus colegas, compartilhei os *spots* criados com toda a comunidade escolar no dia 20/12/2016, pela manhã, no horário da acolhida, período

em que todos da escola se reúnem no pátio central para rezar e ouvir alguns recados antes de ir para a sala de aula, com autorização da direção da escola.

Anunciei ao microfone que transmitiria os áudios dos *spots* elaborados pelos alunos da Rádio Recreio que participaram da minha pesquisa de mestrado. Expliquei que pretendia, inicialmente, expor os anúncios radiofônicos nas programações da Rádio, porém, como eram muitas propagandas e a escola já estava quase entrando em recesso, resolvi fazê-lo naquele momento. Ao dizer isso, convidei os autores dos *spots* para se aproximarem do palco. Na sequência, fui ao estúdio da Rádio da escola, liguei o som e divulguei as propagandas, sempre informando à plateia quem havia produzido o texto.

Ao final da transmissão, os produtores dos anúncios foram aplaudidos e elogiados pelos presentes. Em seguida, capturamos em fotografia aquele momento tão especial.

Figura 92 – Os colaboradores do trabalho após a transmissão dos *spots* na Rádio Recreio



Fonte: Acervo da pesquisa (2016).

Foi dessa forma que finalizamos as atividades de 2016, para retornar em janeiro de 2017, com o propósito de concretizar a avaliação do trabalho desenvolvido, conforme relatado no próximo tópico.

4.5 Avaliação: momento de comunicar as capacidades adquiridas

Entre os dias 23 e 27 de janeiro de 2017, reuni-me com os alunos para fazermos a avaliação das atividades que havíamos desenvolvido durante o ano letivo

de 2016, que só terminou no final do primeiro mês do ano subsequente, em virtude da greve, como já mencionei. A avaliação é fundamental, pois, de acordo com Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004, p. 91), ela “[...] orienta os professores para uma atitude responsável, humanista e profissional. Frisemos ainda que esse tipo de avaliação será realizado, em geral, exclusivamente sobre a produção final”. Sendo esse o procedimento que realizamos.

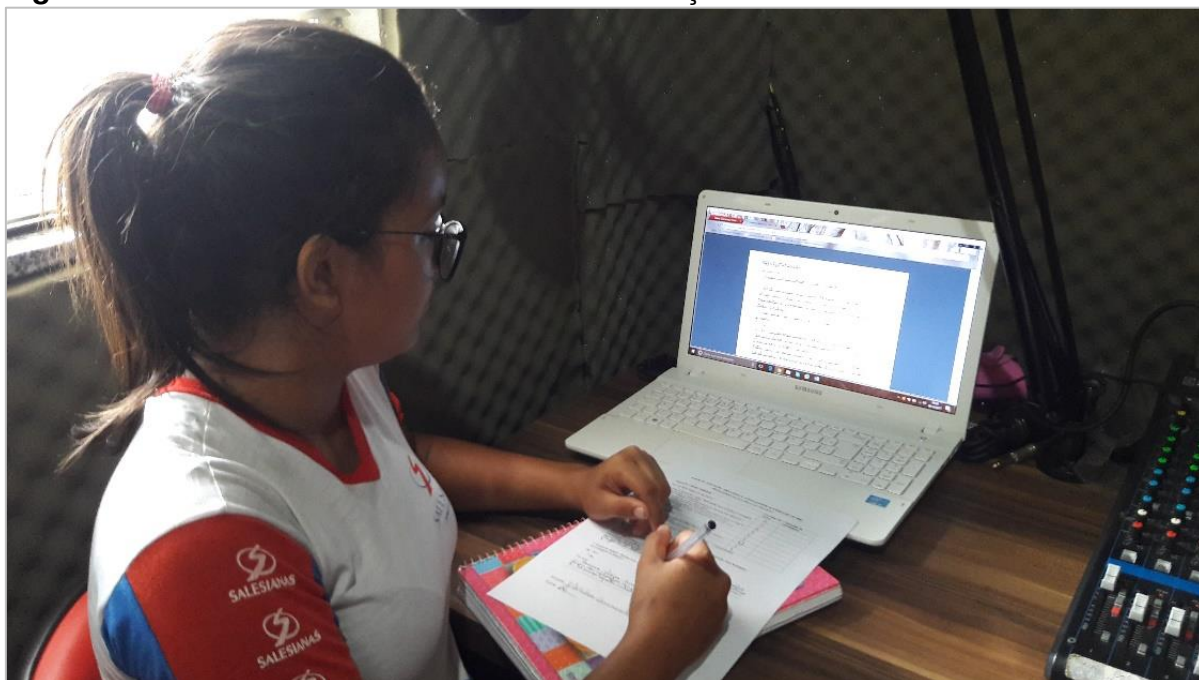
Durante essa semana, como já havia encerrado as aulas de locução, fui convidando os participantes da pesquisa, aos poucos, no período da manhã, para irem ao estúdio da Rádio Recreio SA Hits, no intuito de avaliarem, junto comigo, os textos que elaboraram, sobretudo, a produção inicial, e relatarmos se o trabalho com a SD colaborou na aprendizagem deles.

Fiz isso com os 22 discentes, porém, para manter o texto desta dissertação mais conciso, como já citei, expus somente o que os seis alunos selecionados relataram sobre o conhecimento adquirido.

A primeira aluna com a qual conversei foi a **Gabriela B.** (6º ano B), como mostra a Figura 93 (p. 278). Juntas, verificamos as quatro versões do seu *spot* e, em seguida, nos detivemos à produção final, para que fosse possível pôr os conceitos na grade de avaliação, onde estavam presentes elementos trabalhados em aula. Ela ainda respondeu duas perguntas complementares, que abordavam a SD. Assim como ela, também eu respondi alguns pontos da primeira atividade direcionados a mim.

Para melhor entendimento do que foi realizado pela aluna e por mim, apresento o instrumento que utilizamos para concretizar a avaliação (Figura 94, p. 279).

Figura 93 – Gabriela B. desenvolvendo a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Figura 94 – Grade⁴¹ de avaliação da discente Gabriela B.

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	B	B
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	O	U
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	E	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	E	U
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	E	E
Repetiu muitas palavras?	F	E
Observou a ortografia?	O	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	F	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	E	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?

Por a sequência didática me ajudou muito nessa questão, eu já aprendi a pontuação, estrutura da propaganda noticiária do tipo SPOT e em-praça da letra maiúscula.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?

Porque além das vantagens citadas acima, eu aprendi muito mais do que em sala, e tivemos oportunidade de fazer nossos erros.

Aluno(a): Gabriela

Turma: 6ºB

Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

⁴¹ Quando escrevi na grade - "Repetiu muitas palavras" - estava me referindo às repetições desnecessárias para a construção do texto.

Vale ressaltar que aquilo que não foi contemplado na grade – pontos essenciais sobre o *spot*, estudados no decorrer da SD – fui expondo oralmente para constataremos se os mesmos estavam presentes na produção final. Exemplos disso são os verbos no presente do indicativo e verbos no imperativo e a organização do *spot*, observando a coerência e a coesão.

Após avaliar o anúncio radiofônico (produção final) da Gabriela, afirmei que, nesse texto, localizei verbos no imperativo (venha, compre, adquira) e ainda verbos no presente do indicativo (precisa, fica), aspectos relevantes para a estrutura do gênero em estudo. Em seguida, perguntei se ela soube organizar o *spot* que havia elaborado, se as ideias foram bem desenvolvidas. A estudante respondeu que sim, achava que o anúncio dela estava bom. Concordei, ainda complementei que ela havia aprendido a elaborar o gênero em foco e que tinha gostado muito da propaganda dela, só precisaria ter substituído, nesse *spot*, o “x” pela palavra “vezes”. Também conversamos mais sobre os benefícios de se estudar através da SD:

Cristiana: Olhando a produção final, você acha que conseguiu melhorar a maneira de elaborar o *spot*?

Gabriela: Consegui! Ficou mais bonito.

Cristiana: O trabalho que nós fizemos, utilizando a sequência didática, ajudou você a chegar nesse resultado?

Gabriela: Ajudou!

Cristiana: Você tinha brincado, falando que a produção inicial não era sua.

Gabriela: Não é minha não.

Cristiana: Por que será?

Gabriela: Olha a diferença dessa (produção final) para aquela lá (produção inicial)! Roubaram minhas ideias naquela época. Não fui eu que fiz não.

Cristiana: Então compensou usar essa metodologia?

Gabriela: Compensou.

Cristiana: Ok. Obrigada.

(Diálogo com a aluna Gabriela, abr/2017⁴²).

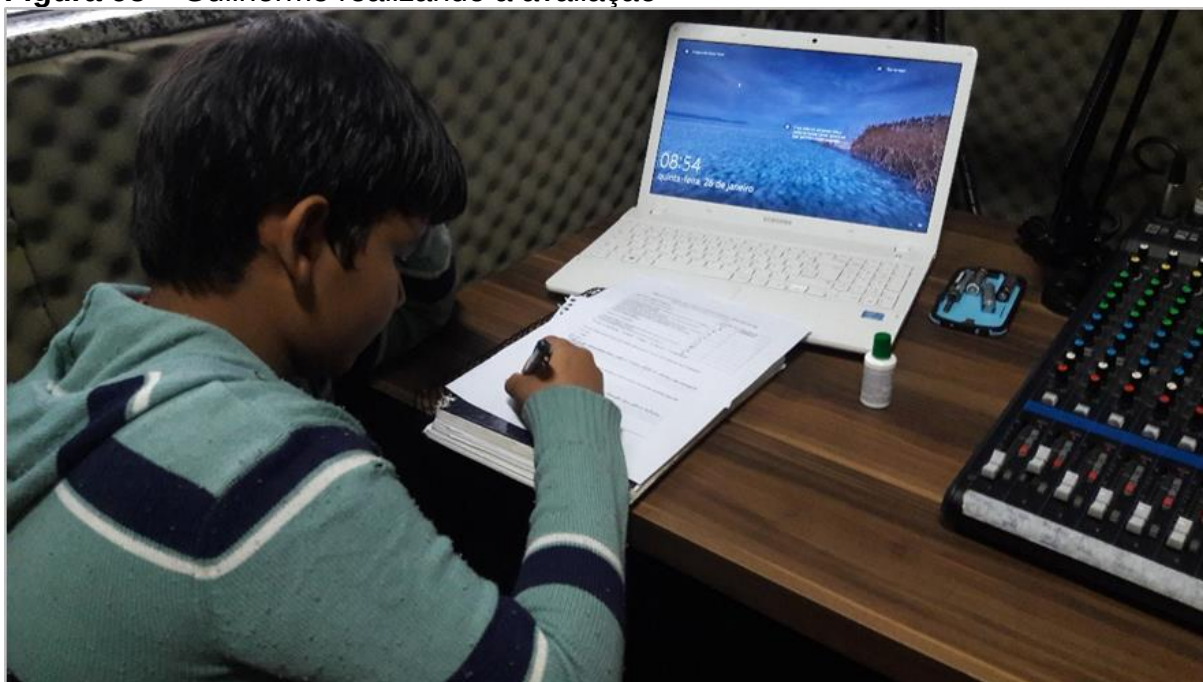
Diante do que foi exposto, percebi que a participante da pesquisa aprovou a SD, pois conseguiu aprender a construir um *spot* de forma adequada.

Guilherme (6º ano D) também externou a sua opinião em relação ao desenvolvimento da sequência didática. Todavia, antes de colocá-la no papel (grade de avaliação), o aluno e eu observamos as produções textuais realizadas por ele e,

⁴² Como não consegui fazer a avaliação com a aluna Gabriela de 23 a 27 de janeiro de 2017, conversei com ela no mês de abril do mesmo ano (ano letivo de 2017).

logo após, restringimo-nos à produção final para fazermos a avaliação, verificando o que era necessário para redigir o *spot*, detalhes estudados na SD. Ele conceituou o que pedia na grade citada e também respondeu duas questões complementares que estavam na folha, perguntando sobre a metodologia que tínhamos desenvolvido. Posteriormente, assim como fez o discente, respondi o que me era pedido para avaliar no anúncio radiofônico.

Figura 95 – Guilherme realizando a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Falei que eu tinha aprovado o *spot* elaborado por ele, comentei que ele empregou os verbos que geralmente apareciam nesse gênero, os verbos no presente do indicativo e no imperativo, como havíamos estudado. Depois perguntei se ele achava que o texto dele estava bem organizado, objetivo. Guilherme respondeu que sim. Para compreensão do que desenvolvemos, segue a grade de avaliação de Guilherme (Figura 96, p. 282).

Figura 96 – Grade de avaliação do aluno Guilherme

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	B	B
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	E	U
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	E	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	O	U
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	E	E
Repetiu muitas palavras?	O	E
Observou a ortografia?	O	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	E	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	B	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

(x) Sim
() Não

Por quê?
Porque eu fui aprendendo como pontuar o texto, estudar a estrutura da propaganda
radiofônica.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

(x) Sim
() Não

Por quê?
Porque foi passando por etapas, aprendendo os elementos desse gênero textual, a
pontuação e o uso da letra maiúscula.

Aluno(a): Guilherme

Turma: 6^a D.

26/01/2017

Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Para saber um pouco mais sobre o que o aluno achou do desenvolvimento da sequência e da produção final em si, perguntei a ele:

Cristiana: Olhando a produção final, você acha que houve uma evolução na sua aprendizagem, ao elaborá-la?

Guilherme: Sim, bastante. Com relação à pontuação, o acento, letra maiúscula, a estrutura do *spot*.

Cristiana: Quanto à estrutura do texto, o que você achou?

Guilherme: Ficou boa, bem organizada.

Cristiana: Você poderia me dizer se valeu a pena desenvolver a sequência didática para aprender o *spot*?

Guilherme: Valeu!

Cristiana: Você aprendeu a estruturar o *spot*. Se alguém pedisse para você fazer outro, você daria conta?

Guilherme: Acho que sim.

Cristiana: Gostaria de falar alguma coisa do seu crescimento da produção inicial para a produção final?

Guilherme: Eu aprendi mais, antes não colocava letra maiúscula, nem vírgula...

Cristiana: Depois que eu ensinei a estrutura do *spot* as produções melhoraram, não é?

Guilherme: E ainda a senhora ensinou os acentos [...], deu para os nossos amigos verem os erros dos *spots* dos outros colegas. Depois, eles deram ideias de como melhorar essas propagandas, o que eles acharam. Eles me ajudaram a complementar o texto.

Cristiana: Você acha que trabalhar em conjunto é legal, ajuda?

Guilherme: Sim, um ajuda o outro e fica mais fácil de fazer tudo certo, ver se alguém tem a mesma opinião que você.

Cristiana: Ok. Muito obrigada!

Guilherme: Por nada.

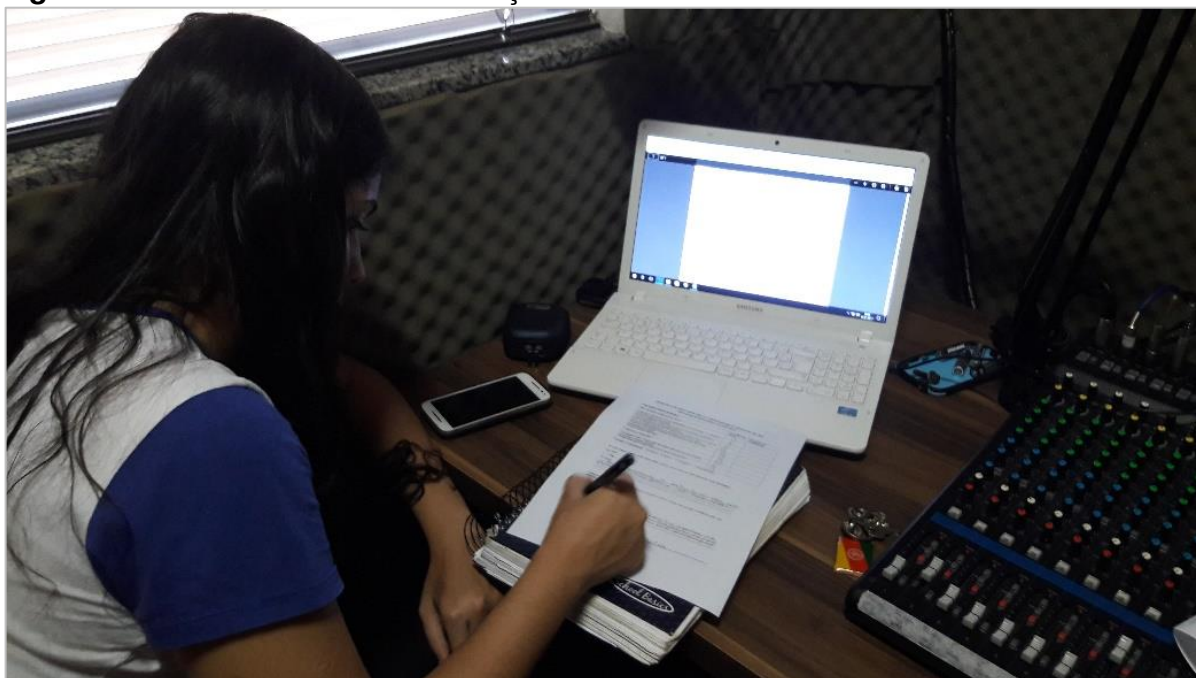
(Diálogo com o aluno Guilherme, jan/2017).

Diante das colocações desse aluno e do que observei na produção final dele, notei que a sequência didática fez com que ele se apropriasse das especificidades do gênero em estudo, aprendendo a produzi-lo.

Em seguida, conversei com a aluna **Isabel** (7º ano C). Primeiramente, como fiz com os outros alunos, olhamos as quatro produções elaboradas, observamos os aspectos em que havia evoluído e, restringimo-nos à produção final para o preenchimento da grade.

Depois que ela anotou os conceitos, acrescentei que, além daquelas questões, direcionadas ao *spot* e expostas naquele papel, outro aspecto importante do anúncio tornou-se evidente no texto dela: os verbos no presente do indicativo (exemplo: temos, acaba) e no imperativo (exemplo: compre), detalhe estudado anteriormente. Em seguida, indaguei se, para ela, o texto estava bem organizado, ao que respondeu que sim. A seguir, a estudante ainda respondeu as duas perguntas que vinham abaixo da grade. Para completar a avaliação, também eu registrei o meu ponto de vista relativo à produção final elaborada pela discente.

Figura 97 – Isabel fazendo a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Essas informações ressaltadas foram dispostas de maneira objetiva, conforme pode ser constatado na Figura 98 (p. 285).

Figura 98 – Grade de avaliação da estudante Isabel

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	O	U
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	E	U
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	E	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	B	U
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	B	E
Repetiu muitas palavras?	B	E
Observou a ortografia?	O	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	E	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	B	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

(X) Sim
() Não

Por quê?
Porque aprendi a estrutura da pro-
porando radiôfôno do tipo spot.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

(X) Sim
() Não

Por quê?
Porque a sequência didática ajudou na
aprendizagem do poro-ando radiôfôno do tipo
spot, melhorando a escrita, erros ortográficos
e a pontuação.

Aluno(a): Isabel

Turma: 7º C

24/01/2017

Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Continuamos a conversar sobre a produção final e as vantagens de estudar um gênero textual a partir da SD, a saber:

Cristiana: Olhando a produção final, o que você achou?

Isabel: Está bem melhor, pus mais informações sobre o produto para chamar a atenção do consumidor.

Cristiana: Qual é a função de uma propaganda radiofônica do tipo *spot*? Para que ela serve?

Isabel: A propaganda, como essa, serve para mostrar o produto e chamar atenção das pessoas que precisam dele, fazendo que elas adquiram o que está sendo anunciado. No caso, tem um público específico, que é a pessoa que tem muitas espinhas, acnes. No *spot* fala que o creme faz bem, que acaba com as espinhas, e isso chama a atenção das pessoas, pelo fato dela necessitar de um produto que tenha um resultado melhor.

Cristiana: No caso da estrutura do texto, houve uma melhora?

Isabel: Sim, porque no começo tinha pouca coisa e tinha uns erros que eu não tinha percebido, como questão da pontuação, depois, até a letra melhorou.

Cristiana: Com o desenvolvimento da sequência didática, trabalhando com os módulos, percebi que você progrediu na produção do *spot*. E agora, olha só, a sua produção final tem características do anúncio radiofônico?

Isabel: Tem.

Cristiana: Descreve mais o produto e de forma clara, tenta convencer o público-alvo?

Isabel: Sim.

Cristiana: Possui título? Tem *slogan*?

Isabel: Tem.

Cristiana: Trabalhou bem a estrutura, você viu?

Isabel: Vi.

Cristiana: Então, o que você pode dizer do seu desenvolvimento na elaboração do texto? Você acha que compensou trabalhar a sequência didática?

Isabel: Eu acho que compensou, porque quando eu escrevi a produção inicial, não tinha uma base certa das informações que precisava, do contexto certinho, aí, depois que passou a estrutura do *spot*, eu vi que tinha que melhorar, isso ajudou bastante. Antes não tinha tanta coisa, não tinha a informação necessária e assim não chamava a atenção da pessoa que precisava do produto.

Cristiana: Você viu que, após o estudo da estrutura do *spot*, conseguiu realizar uma boa propaganda. O que gostaria de dizer sobre esse trabalho que desenvolvemos através da SD?

Isabel: Ajuda bastante, até na questão da escola, porque esses dias eu tive que fazer um anúncio e eu soube usar o que tinha que estar inserido, as informações necessárias. Então, ajuda no que tem que falar, o que tem que mostrar.

Cristiana: Você fez outra propaganda?

Isabel: Sim, eu fiz.

Cristiana: Então, o que você aprendeu, ajudou?

Isabel: Até para explicar para as pessoas.

Cristiana: Que bacana! Deu “fruto”.

Isabel: Sim.

Cristiana: Gostaria de dizer mais alguma coisa?

Isabel: É só isso.

Cristiana: Obrigada.

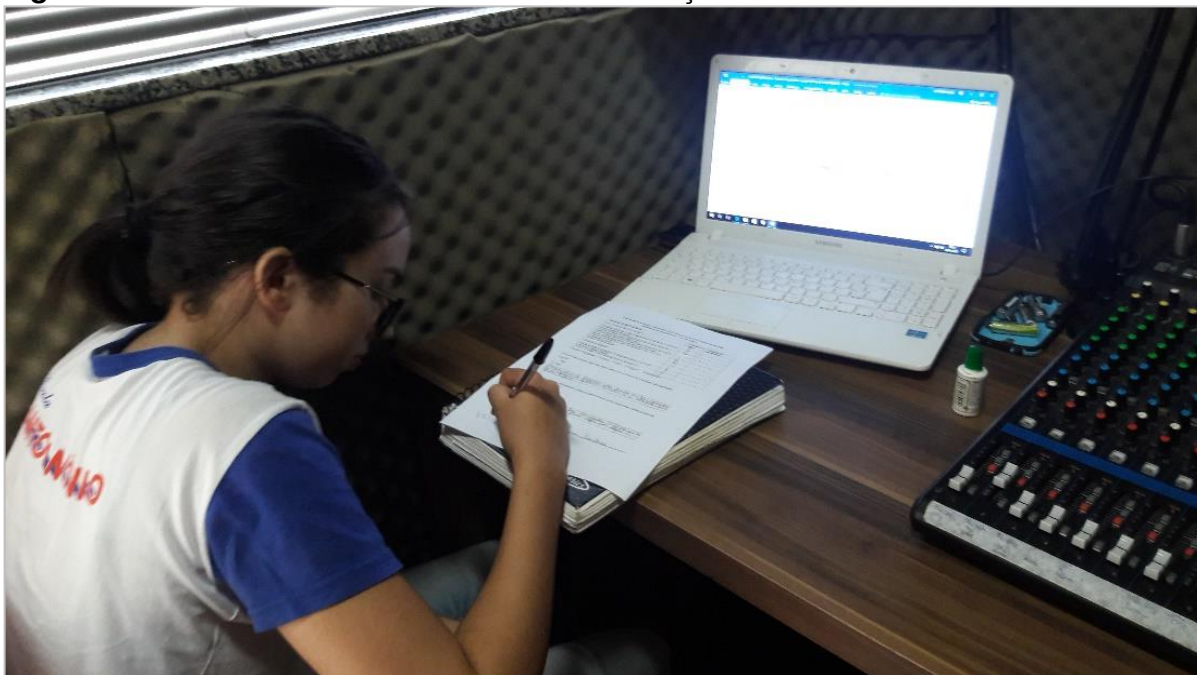
(Diálogo com a aluna Isabel, jan/2017).

Após observar a produção final da Isabel, ter ouvido seus comentários e acompanhado todo o passo a passo da sequência didática, ficou claro, para mim, que a estudante soube concretizar a produção do gênero *spot*, revelando que Isabel evoluiu durante esse estudo.

Na sequência, foi a vez dialogar com a **Maria Fernanda**, para que ela se expressasse sobre o que aprendeu com a SD. Antes de dar início ao preenchimento da grade, expus as quatro escritas que a estudante havia realizado e, com muita calma, fomos verificando o que havia melhorado e os erros que persistiram.

Feito isso, nos concentramos na produção final para, então, responder o que era necessário. Fomos revendo as características trabalhadas no desenrolar da SD, que estavam escritas no papel dado à discente e, logo após, Maria Fernanda foi inserindo os conceitos. Depois, registrei o que achei condizente ao trabalho dela. Maria Fernanda respondeu também duas questões referentes à sequência didática. Em seguida, enfatizei que soube empregar os verbos no presente do indicativo (exemplo: apresento, faz) ao escrever o anúncio e que o texto estava bem escrito, só faltou pôr o nome da empresa no corpo do texto.

Figura 99 – Maria Fernanda realizando a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

A fim de expor as declarações acima citadas e oferecer uma melhor compreensão do trabalho desenvolvido, apresento a Figura 100 (p. 288).

Figura 100 – Grade de avaliação da aluna Maria Fernanda

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	E	B
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	E	E
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	E	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	O	O
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	B	E
Repetiu muitas palavras?	O	E
Observou a ortografia?	E	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	E	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	E	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?

Porque com a decorrer do tempo eu fui aprendendo a utilizar as palavras corretas e a estrutura desse gênero textual.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?

Porque a sequência didática nos ajudou a produzir no final um texto bom, pois fomos etapa por etapa.

Aluno(a): Maria

Turma: 7º D

25/01/17

Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

A nossa conversa sobre produção final e o trabalho com a SD se estendeu um pouco mais, como pode ser verificado no excerto a seguir:

Cristiana: O que achou da sua produção final?

Maria Fernanda: Eu melhorei mais. Falei que o chocolate era 0% lactose, que tinha baixa caloria.

Cristiana: É sua argumentação?

Maria Fernanda: Sim.

Cristiana: Quem é o seu público-alvo?

Maria Fernanda: Pessoas fitness, que gostam de chocolate com baixa caloria e intolerantes a lactose.

Cristiana: Ao olhar a produção inicial e depois verificar a produção final, você acha que o seu texto melhorou?

Maria Fernanda: Nossa! Mudou muita coisa! Eu aprendi muito com a sequência didática.

Cristiana: Então, essa sequência didática que a gente fez nas aulas de locução, enriqueceu o seu conhecimento sobre como estruturar um *spot*?

Maria Fernanda: Com certeza. Me ajudou na sala de aula com o Português, em tudo ajudou.

Cristiana: Você me disse que já tinha contato com a propaganda do tipo *spot* ao ouvir o rádio, mas você não conhecia a estrutura?

Maria Fernanda: Não, por exemplo, a repetição do nome do produto para fixar a marca.

Cristiana: Tem repetição que não pode haver, como a palavra “vocês” que foi repetida no seu texto sem necessidade, lembra?

Maria Fernanda: Sim.

Cristiana: No final, depois de ter conhecido a estrutura do *spot*, você achou que conseguiu entender como se faz texto como esse?

Maria Fernanda: Acho que sim. Tanto é que eu tive um trabalho na sala de aula que eu tinha que falar sobre um produto.

Cristiana: Você conseguiu usar essa estrutura do anúncio?

Maria Fernanda: Sim, fiz outra propaganda que não era do rádio, mas o conhecimento que tive ajudou muito. Eu gostei muito de fazer o *spot* sobre o Chocko Top. É muito gratificante a gente ver a produção final, como foi legal ver as modificações que aconteceram no decorrer do tempo.

Cristiana: Esse passo a passo que desenvolvemos ao realizar a sequência didática, todos os módulos que nós fizemos. Valeu a pena? Você aprendeu bastante?

Maria Fernanda: Valeu muito a pena, aprendi bastante, assim como os meus colegas. Eu gosto muito da Rádio, queria fazer de novo esse tipo de trabalho. No começo eu pensei: “Eu nunca vou conseguir fazer uma propaganda legal”. No final eu me surpreendi bastante, o meu *spot* ficou superlegal, ficou algo profissional! Depois, colocou música. Achei incrível a minha propaganda! A Rádio é muito boa, eu gostei bastante [...]. A Rádio entra no nosso coração e fazemos coisas incríveis.

Cristiana: Depois voltaremos, para estar fazendo outros gêneros textuais orais. Podemos ver reportagem... muito obrigada pela sua participação.

Maria Fernanda: Por nada, Cris.

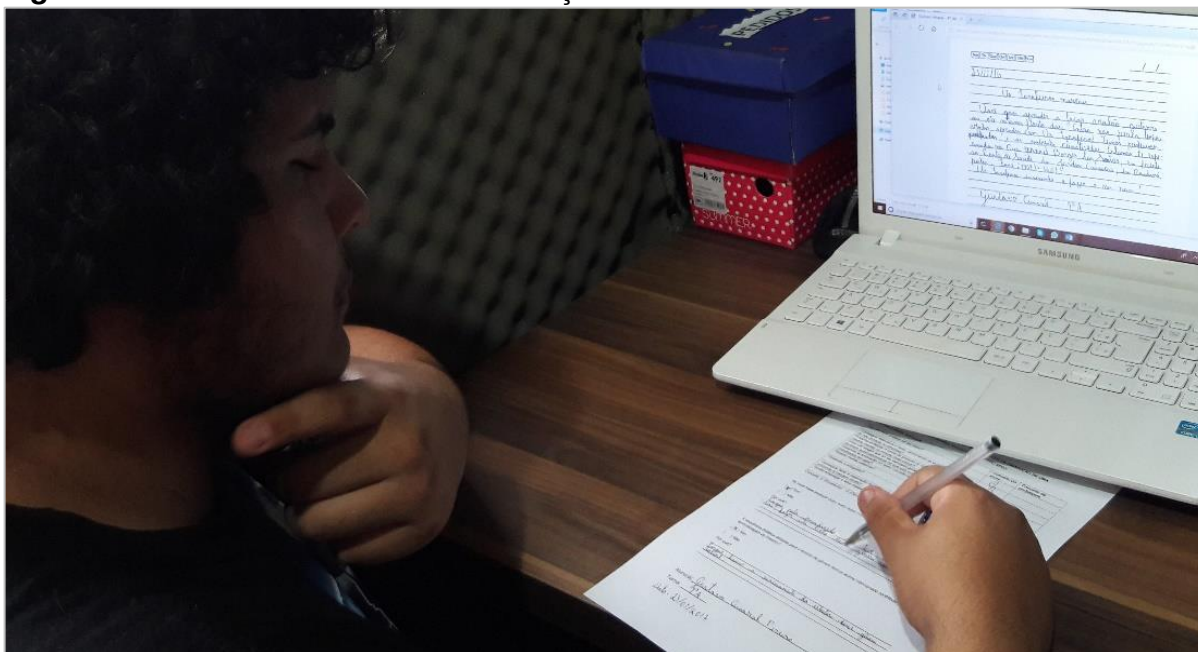
(Diálogo com a aluna Maria Fernanda, jan/2017).

Cabe destacar que, após ouvir a aluna Maria Fernanda fazer comentários relevantes sobre a sequência didática e eu ter observado o crescimento da sua

aprendizagem com o desenvolvimento da SD, não restou dúvida de que a estudante evoluiu no seu aprendizado, soube elaborar adequadamente o *spot*, tendo um resultado final positivo.

Dando sequência, conversei com o aluno do 9º ano A, **Gustavo**. Mostrei-lhe todas as versões do anúncio radiofônico produzido por ele e, após analisarmos uma por uma, comentando os progressos, o que precisava melhorar, entreguei ao discente um papel que continha uma grade de avaliação relacionada à produção final e, para preenchê-la, fixamos nossa atenção neste último texto. Além disso, respondeu duas perguntas complementares, sobre a SD.

Figura 101 – Gustavo fazendo a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Depois que Gustavo completou os conceitos na grade de avaliação, expliquei a ele que havia notado a presença dos verbos no presente do indicativo (exemplo: temos, estamos) e verbos no imperativo (exemplo: não perca, venha) no anúncio radiofônico que tinha construído. Relembrei que tínhamos comentado sobre isso no decorrer da SD, falamos que geralmente eles apareciam nesse gênero em estudo. Sendo assim, frisei que gostei de ter constatado esse aprendizado, considerando-o relevante.

Falei sobre a maneira como ele elaborou a produção final, com coerência, organizando bem as frases, dando coesão ao texto. Quando perguntei o que ele achou, afirmou que havia melhorado bastante. Posteriormente, também preenchi a grade, evidenciando o meu ponto de vista sobre a produção citada acima.

Para melhor compreensão do que foi apontado, trago a página com essa avaliação (Figura 102).

Figura 102 – Grade de avaliação do aluno Gustavo

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	O	B
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	B	O
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	E	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	O	O
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	B	E
Repetiu muitas palavras?	O	E
Observou a ortografia?	O	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	E	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	O	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?
 Porque pela aprendizagem que tive na aula de locução, fazer um texto deste gênero não seria difícil.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

☒ Sim
☐ Não

Por quê?
 Porque houve o ensinamento da estrutura desse gênero textual.

Aluno(a): Gustavo
 Turma: 9ª A
 Data: 23/01/2017

Vale ressaltar que o nosso diálogo continuou por mais um tempo. Conversamos sobre a produção final e o desenvolvimento da SD:

Cristiana: Você, olhando a produção inicial e a produção final, tem diferença?

Gustavo: Bastante! Pus título, *slogan*, melhorei na pontuação, aprendi usar letra maiúscula, aprendi a escrever o *spot*.

Cristiana: Você foi melhorando o texto no decorrer do nosso trabalho. Na sua opinião a sequência didática ajuda?

Gustavo: Ajuda bastante! Aprendi bastante. Coisas que já tinha que ter aprendido há um tempo atrás, a pontuação, por exemplo, aprendi nessas aulas.

Cristiana: Na sequência didática tem que fazer e refazer o texto, vendo o que está com problema, o que precisa melhorar. O que você me diz da estrutura da sua produção final?

Gustavo: A estrutura mudou bastante, tem muito mais contexto, possui título, *slogan*, está muito mais atrativa.

Cristiana: Qual é o seu público-alvo?

Gustavo: São aqueles que desejam aprender a tocar algum instrumento ou melhorar o que já sabem.

Cristiana: Você gostaria de dizer mais alguma coisa em relação à sua aprendizagem?

Gustavo: Eu queria dizer também que gostei de participar da Rádio Recreio. Eu, que gosto de tocar violão, fui juntamente com os amigos no palco da escola para tocar para a galera, curtir. Treinar a oralidade ajudou bastante, ainda mais para mim que quero exercer uma profissão que não pode ter muita vergonha, é importante saber comunicar na hora que está no palco.

Cristiana: Que bom! Além da aprendizagem na escrita, na oralidade, você também pôde mostrar o seu dom artístico.

Gustavo: Sim.

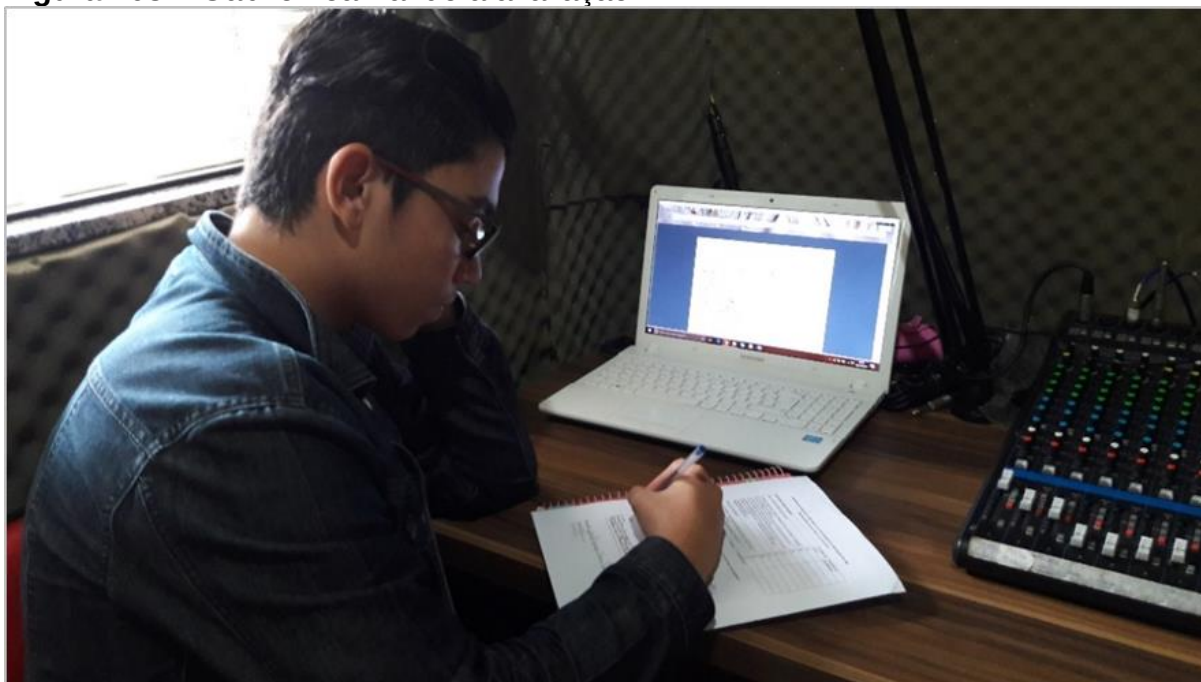
Cristiana: Fez apresentações em algumas programações da Rádio. Parabéns! Agradeço pelas suas palavras.

(Diálogo com o aluno Gustavo, jan/2017).

Com toda essa evolução apresentada pelo Gustavo, verifiquei que ele conseguiu apropriar-se das noções necessárias ao *spot*, sabendo se expressar tanto de maneira escrita como oral nessa situação de comunicação.

A avaliação seguinte foi feita por Gabriel, aluno do 9º ano C, como consta na Figura 103 (p. 293).

Figura 103 – Gabriel realizando a avaliação



Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Verificamos as quatro produções elaboradas por ele, indicando o que ficou a desejar e o que progrediu. Entreguei ao jovem uma folha para fazermos a avaliação somativa. Para tanto, nos detivemos a analisar, primeiramente, a produção final. Na sequência, Gabriel preencheu uma grade que trazia aspectos sobre o *spot*, os quais tínhamos focado do decorrer da SD. Depois, colocou os conceitos que achava condizentes com a sua progressão na última produção. Respondeu, também, as duas questões extras que estavam na folha, referentes à sequência didática. Em seguida, pus os meus próprios conceitos, baseando-me no que tinha notado no texto citado (produção final).

Para um melhor entendimento desse processo, segue a Figura 104 (p. 294).

Figura 104 – Grade de avaliação do aluno Gabriel

Aspectos a serem avaliados	Conceito do aluno	Conceito da professora
Deu um título criativo ao seu texto?	R	B
Conseguiu estruturar o texto, destacando as qualidades e vantagens do seu produto ou empresa?	O	U
Procurou enfatizar o nome do produto ou da empresa repetindo o mesmo (nome) no mínimo duas vezes?	O	E
Criou um slogan que ao ser escutado pelas pessoas fará com que se lembrem automaticamente do que está sendo anunciado?	O	U
Observou a pontuação no texto, considerando o uso dos sinais trabalhados em aula?	E	E
Repetiu muitas palavras?	O	E
Observou a ortografia?	B	E
Conseguiu fazer a separação de sílaba das palavras que ficaram próximas à margem direita?	E	E
Soube empregar a letra maiúscula quando necessário?	E	E

Conceito: E (Excelente) O (Ótimo) B (Bom) R (Regular) I (Insatisfatório)

Se você fosse produzir outro texto deste mesmo gênero textual oral trabalhado, teria facilidade?

☒ (X) Sim
☐ () Não

Por quê?

Sim, porque através da experiência da longa do tempo com a sequência didática, aprendi a elaborar o texto, aprendi como fazer uma propaganda radiofônica de 15 segundos.

A sequência didática utilizada para o ensino do gênero textual acima mencionado contribuiu para sua aprendizagem do mesmo?

☒ (X) Sim
☐ () Não

Por quê?

Contribuiu para que eu tivesse mais facilidade na hora de produzir textos de gênero propaganda radiofônica de 15 segundos, pois trabalhei com a estrutura desse gênero.

Aluno(a): Gabriel

Turma: 9º C

23/01/17

Fonte: Acervo da pesquisa (2017).

Disse a ele que, além do que havia na grade de avaliação, poderíamos destacar também os verbos que geralmente aparecem no *spot*, como verbos no imperativo, verbos no presente do indicativo, conteúdo estudado na SD. Salientei que ao analisar a produção final apresentada por ele, notei que tais itens estavam presentes, sinalizando que ele havia aprendido a usá-los, enriquecendo a criação do anúncio radiofônico. Do mesmo modo, pontuei que ele soube construir o texto, tendo sido bem criativo, utilizando as especificidades do gênero em foco e entrelaçando as frases adequadamente. Gabriel comentou que percebeu a melhora também.

A conversa prosseguiu, abordando, ainda, a realização da SD e as mudanças evidenciadas na produção final:

Cristiana: Fale mais sobre a sua aprendizagem com a sequência didática.

Gabriel: Foi uma experiência muito boa, porque através dela eu melhorei muitas coisas, tanto no vocabulário quanto na escrita. Na questão do vocabulário, eu perdi a vergonha de falar em público, a minha oralidade melhorou bastante e na questão da escrita eu aprendi coisas que eu não sabia antes. Foi muito bom para mim isso, porque eu pude rever erros que eu fazia direto sem saber que eu estava errando. [...] eu aprendi coisas que eu pensava não ter necessidade de aprender, mas realmente tinha, e eu tinha que melhorar muito nisso.

Cristiana: O *spot* que você elaborou ficou ótimo. Qual é o seu público-alvo?

Gabriel: Quem gosta de chocolate.

Cristiana: Fale mais sobre sua produção final.

Gabriel: Agora tem uma estrutura mais considerável.

Cristiana: Você percebeu que conseguiu aprender a estrutura do *spot*?

Gabriel: Com certeza. Em relação à produção inicial, de cara a gente já percebe um avanço, vi que a sequência didática serviu muito para eu aprender a produzir um *spot*.

Cristiana: Você soube argumentar melhor na produção final?

Gabriel: Com certeza. Colocar os principais pontos, os pontos que chamam mais a atenção do público-alvo. Repeti o nome da empresa e do produto para o consumidor gravar o nome dos dois.

Cristiana: Você aprendeu que essa repetição pode, é necessária.

Gabriel: A repetição do nome da empresa e do produto é essencial, repetir pelo menos três vezes.

Cristiana: Isso para que o ouvinte/consumidor memorize o nome dos dois. Só que as outras repetições, desnecessárias, tem que evitar.

Gabriel: Tem que ser evitada. Igual aqui, eu estou anunciando um produto que é para ser consumido no café da manhã, aqui eu consegui substituir “café da manhã” por “desjejum”. Não ficou a repetição.

Cristiana: Você colocou um sinônimo.

Gabriel: Isso.

Cristiana: Antes você conhecia a estrutura do *spot*?

Gabriel: Não.

Cristiana: Mas você já tinha ouvido outros anúncios radiofônicos?

Gabriel: Já. Mas com a SD, me ajudou bastante a entender, esclareceu as dúvidas que eu tinha, contribuiu muito no aprendizado. Acho que quando eu for fazer um outro, eu já terei uma base. Porque através dessa que eu fiz, já tenho a noção de como eu posso construir o próximo, suposto *spot*, e também já sei como eu posso falar e chamar a atenção do público para aquilo que estou anunciando.

Cristiana: Ok. Obrigada.

Gabriel: De nada.

(Diálogo com o aluno Gabriel, jan/2017).

A partir do que foi externado, percebi que Gabriel progrediu ao passar pelas etapas da SD, que auxiliaram na aprendizagem. Com isso, alcançou um resultado expressivo.

Dessa maneira, tanto eu quanto os participantes da pesquisa, como pôde ser constatado nas afirmativas acima, após avaliarmos o desenvolvimento da sequência didática e averiguar as produções finais concretizadas, chegamos à conclusão de que tal didática é fundamental para aprender a dominar um determinado gênero textual, no nosso caso, o *spot*.

Diante disso, fizemos o que foi proposto em mais um dos objetivos específicos apontado neste trabalho: “avaliar, em conjunto com os sujeitos participantes da pesquisa, a repercussão do desenvolvimento da sequência didática do gênero propaganda radiofônica na aprendizagem dos alunos”. De forma unânime, todos consideraram que a SD concretizada contribuiu de forma positiva na aprendizagem dos discentes, levando-os a construir adequadamente um anúncio radiofônico.

4.6 Revendo o caminho percorrido

Depois de uma caminhada importante para a concretização dessa sequência didática, trabalho realizado coletivamente, nos momentos das aulas de locução, assim como nas idas à emissora de rádio Centro América FM 101, concluímos o nosso trabalho.

Durante esse percurso, passamos por várias etapas, fases essas que propiciaram aos participantes da pesquisa conhecerem de maneira mais aprofundada os gêneros orais, mais especificamente, a propaganda radiofônica *spot*.

Ao apresentar a situação e, logo depois, a produção inicial, pude detectar o que deveria ser trabalhado com os educandos participantes do Projeto, para que eles compreendessem a estrutura do anúncio em foco. Contudo, embora tenham

demonstrado muito interesse em aprender, alguns deles não puderam chegar até o final da sequência, por diferentes impedimentos, como já mencionado.

No decorrer dos módulos, desenvolvi atividades que foram relevantes para a aprendizagem desses estudantes, que cursavam do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental. Além de detalhar como elaborar a propaganda, também discuti e trabalhei a parte gramatical. Algumas dificuldades apresentadas nos *spots*, perpassaram nos textos de quase todos eles, como, por exemplo, o emprego da letra inicial maiúscula, o uso da pontuação, dentre outras, apesar de ser um grupo formado por alunos de nível escolar heterogêneo.

Independentemente das dificuldades, chegamos à produção final com um resultado satisfatório, confirmado na fala da aluna Maria Fernanda, ao dialogar comigo na etapa da avaliação: “É muito gratificante ver a produção final, como foi legal ver as modificações no decorrer do tempo”. Assim como ela, outros estudantes dessa equipe chegaram a conclusões semelhantes.

Com o objetivo de apresentar a síntese do que foi descrito anteriormente, disponibilizo, a seguir, um esquema (Figura 105, p. 298) que retrata todas as etapas da sequência didática desenvolvida.

Figura 105 – Percurso da sequência didática executada para a concretização do ensino e aprendizagem do gênero oral *spot* no contexto da Rádio Recreio



Fonte: elaborado pela pesquisadora.

Este esquema expõe um panorama da pesquisa ora apresentada, que comprovou que é possível aprender com maior precisão as características do gênero

escolhido, oportunizando aos alunos um ensino diferenciado, desenvolvido por etapas, ao longo das quais os participantes deste estudo se mostraram capazes não só de observar suas defasagens e limitações, mas, sobretudo, de agir no sentido de procurar saná-las.

Diante disso, verifiquei que, ao apresentar a sequência didática como forma de conhecer melhor a estrutura do anúncio radiofônico, os alunos aperfeiçoaram tanto a escrita quanto a oralidade, ou seja, um ensino integral que estava associado ao projeto da Rádio Recreio, projeto que possibilitou aos educandos o desenvolvimento de múltiplas capacidades, languageiras e não languageiras.



*Palavra minha
Matéria, minha criatura, palavra
Que me conduz
Mudo
E que me escreve desatento, palavra
[...]
Palavra boa
Não de fazer literatura, palavra
Mas de habitar
Fundo
O coração do pensamento, palavra
(Buarque, 1995)*

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolver esta pesquisa e escrever esta dissertação, em meio a um contexto de comunicação imerso em música, foi um exercício de reconhecimento do quanto a oralidade tem a contribuir para a formação de nossas crianças e jovens. Por isso, dei início a ela dizendo/cantando: “Quando eu soltar a minha voz”, para lançar-me à tarefa de expor tudo o que foi construído.

Procurando a sintonia entre a teoria e o trabalho desenvolvido na escola, esta pesquisa teve como objetivo geral investigar quais foram as implicações e a relevância do trabalho com gêneros textuais orais no processo de aprendizagem de alunos participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio em Rondonópolis-MT, a partir do uso de sequência didática como estratégia de ensino.

Tal objetivo se desdobrou em outros específicos, a saber: refletir sobre os conceitos de sequência didática e o modo como propõe os gêneros como objetos de ensino; refletir sobre a didatização do gênero propaganda radiofônica *spot*; promover experiências teórico-práticas significativas para os alunos, não somente no contexto escolar, como também no profissional, norteadas pelo gênero *spot*; analisar, no percurso da sequência didática, as produções escritas (*spot*) dos alunos, destacando-se as diferenças entre as produções iniciais e finais; analisar, a partir de registro em áudio das produções orais dos participantes da Rádio Recreio, se a sequência didática desenvolvida possibilitou a aprendizagem do gênero estudado; e avaliar, em conjunto com os sujeitos participantes da pesquisa, a repercussão do desenvolvimento da sequência didática do gênero propaganda radiofônica na aprendizagem dos alunos.

Na caminhada empreendida durante a investigação, na escola e na rua, na Rádio Recreio e na Centro América 101 FM, os objetivos específicos apresentados foram alcançados no decorrer das atividades desenvolvidas. É importante ressaltar que os objetivos específicos se tornaram meios para obtenção do objetivo central desta dissertação.

Em busca de palavras que me ajudassem a “dizer de novo o que foi dito”, sobre o interacionismo sociodiscursivo, os gêneros textuais, particularmente, os gêneros textuais orais, com destaque ao gênero oral propaganda radiofônica do tipo *spot* e, ainda, para discutir a sequência didática, aprofundei-me nos estudos de inúmeros autores, que permearam toda a pesquisa.

Ao desenvolver a sequência didática, estudando o gênero oral propaganda radiofônica do tipo *spot*, foi possível comprovar a eficiência dessa metodologia,

principalmente quando se volta o olhar para os resultados das produções finais dos participantes da pesquisa em comparação com as iniciais. Este procedimento didático proporcionou aos estudantes compreenderem, dominarem e se apropriarem de conhecimentos que os levaram a elaborar o anúncio radiofônico de maneira adequada. Para além disso, foram capazes de utilizar essa aprendizagem em produções textuais posteriores, fora do âmbito da pesquisa, em sua rotina escolar.

Como desenvolvi uma pesquisa-ação para dar vida a esta dissertação, isso proporcionou conhecimentos não só para os alunos, mas também para mim, na condição de pesquisadora e de docente com vinte anos de experiência no magistério. Ao escolher o gênero em foco, elaborar o modelo didático e depois criar uma sequência didática para o ensino, ressignifiquei o meu olhar em relação à didatização, ficando de uma maneira mais sistemática no enfoque do texto. Com isso, foi enriquecida minha percepção sobre as possibilidades de mediação da construção do conhecimento dos estudantes com os quais eu interagi e que colaboraram com a realização desse estudo.

Vale lembrar que para realizar esse trabalho com os discentes, partimos do reconhecimento do gênero de referência e, seguidamente, houve a transposição do mesmo para o meio escolar, mudando, ao menos de forma parcial, o seu papel, transposição esta realizada através de referências presentes no modelo didático construído, processo do interacionismo sociodiscursivo. Destarte, pelo *spot* não estar no seu contexto comunicativo de origem, não foi mais o mesmo. Sobre isso, apoio-me em Dolz, Schneuwly e Haller (2004, p. 150), quando explicam que “somente ficcionalmente, ele continua o mesmo, por assim dizer, sendo a escola, de um certo ponto de vista, um lugar onde se finge, o que é, aliás, uma eficiente maneira de aprender”.

Tal forma de aprendizagem pôde ser desenvolvida no *locus* da pesquisa, em razão de a Escola Estadual Santo Antônio desenvolver o projeto Educomunicação, com ênfase na vertente Rádio Recreio, o que oportunizou uma relevante forma de ensinar e aprender através de recursos tecnológicos que tornam o processo metodológico mais significativo. Sobretudo, demonstrou que é necessária essa interface entre a educação e a comunicação, originando um modelo de formação interativa e inovadora no modo de construir conhecimento, em que o discente terá contato com diversos gêneros textuais, especialmente, os orais.

Sendo assim, foi ao ar a significativa experiência vivenciada no âmbito da rádio escolar, uma forma interativa de construir conhecimento, que permitiu a concretização

dessa proposta de trabalhar a propaganda radiofônica do tipo *spot* por meio do projeto Rádio Recreio, baseada na sequência didática de Dolz, Noverraz e Schneuwly, que busca ajudar o aluno a dominar um gênero textual nas modalidades escrita ou falada, para que ele saiba utilizá-lo adequadamente em uma situação de comunicação.

Esse trabalho com a sequência didática favoreceu o desenvolvimento de um processo de ensino voltado para a oralidade, uma vez que ainda não há muitos materiais didáticos disponíveis para a aquisição desse conhecimento (DOLZ; SCHNEUWLY, HALLER, 2004).

Tal SD foi concretizada através de 13 etapas, como pôde ser observado na Figura 105 (p. 298), iniciando pela apresentação do gênero textual oral em questão aos educandos, com o intuito de serem estudadas as suas peculiaridades, detalhadamente, não sendo utilizado, portanto, de maneira incidental, como é comum ocorrer no ensino escolar.

Dessa maneira, seria interessante que as instituições escolares seguissem o exemplo do colégio mencionado, adotando essa metodologia, pois a pesquisa ora apresentada comprova, de forma contundente, que ensinar o gênero textual oral, a partir da SD, é relevante para a formação do discente.

Como os dados apontaram, foi possível verificar que o foco no gênero oral trouxe mudanças ao processo de aprendizagem dos educandos, já que permitiu a desinibição por parte dos discentes em relação à oratória, fez com que os alunos reconhecessem as especificidades do *spot*, entendendo que esse discurso, assim como outros, cumpre uma finalidade comunicativa específica. Consequentemente, esse gênero colaborou para o aprimoramento da linguagem falada e escrita dos participantes do trabalho, o que ficou nítido na criação dos *spots* – do primeiro texto à gravação em um estúdio profissional e transmissão à comunidade escolar – e na desenvoltura assumida pelos jovens em diferentes situações de aprendizagem, como seus próprios relatos apontaram.

Diante de tal resultado, uso da palavra, essa matéria com a qual trabalhamos, todos nós, pesquisadores, avaliando que esta pesquisa poderá contribuir para evidenciar que o estudo dos gêneros orais é singular e rico em possibilidades de trabalho e, sendo assim, deve estar efetivamente presente nas escolas, pois, conforme Dolz, Schneuwly e Haller (2004, p. 125), “o ensino escolar da língua oral e de seu uso ocupa atualmente um lugar limitado”, lacuna esta que deveria ser revista, no intuito de melhorar ainda mais as capacidades de linguagem oral dos alunos.

REFERÊNCIAS

- ABPEducom. Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação. **A presença do NCE em Mato Grosso**: do Educom.rádio.Centro-Oeste à Rádio Escola. Disponível em: <http://www.abpeducom.org.br/2014/12/a-presenca-do-nce-em-mato-grosso-do.html> . Acesso em: 05/07/2017.
- ALMEIDA, Marina. Projeto Educom.rádio deve tornar-se política pública no Mato Gross. **Revista Gestão Universitária da Agência USP**. Disponível em: <http://gestaouniversitaria.com.br/artigos/projeto-educom-radio-deve-tornar-se-politica-publica-no-mato-grosso>. Acesso em: 08/11/2016.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. A palavra. Disponível em: <http://www.citador.pt/poemas/a-palavra-carlos-drummond-de-andrade> Acesso em: 25/08/2017.
- ANTUNES, Irandé. **Lutar com palavras**: coesão e coerência. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- APARICI, Roberto. Introdução: a educomunicação para além do 2.0. In: APARICI, Roberto (org.). **Educomunicação**: para além do 2.0. São Paulo: Paulinas, 2014.
- AUXILIADORA, Instituto Filhas de Maria. **Na cultura da comunicação**: um mapa para orientar-nos – GONG 5. Roma, 2012.
- AUXILIADORA, Instituto Filhas de Maria. **Culturas juvenis na ótica da educomunicação**. Brasília: EDB, 2014.
- BAKHTIN, Mikhail. O enunciado, unidade da comunicação verbal. In: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992, p. 289-326.
- BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011, p. 261-306.
- BALTAR, Marcos. **Rádio escolar**: uma experiência de letramento midiático. São Paulo: Cortez, 2012.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Porto, Portugal: Porto Editora, 1994.
- BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: terceiro e quarto ciclos de ensino fundamental: língua portuguesa. Brasília: MEC/SEF, 1998.
- BRASIL. MEC. Ministério da Educação. **Programa Mídias na Educação**. Disponível em: http://www.usp.br/nce/midiasnaeducacao/pdfs/CA_Oficina_Radio.pdf . Acesso em: 07/11/2017.

BRITTO, Sérgio; FROMER, Marcelo. Palavras. In: **Õ Blésq Blom**. São Paulo: Warner Music Brasil, 1989. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/titas/palavras.html> Acesso em: 28/04/2018

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano**. MACHADO, Anna Rachel; MATENCIO, Maria de Lourdes Meirelles (orgs.). Campinas, SP: Mercado de Letras, 2006.

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo**. 2. ed. São Paulo: EDUC, 2009.

BUARQUE, Chico. Uma palavra. In: **Uma palavra**. São Paulo: BMG Brasil, 1995, f. 15.

BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015.

BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição. Apresentação. In: BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015, p. 07-22.

CAMPOS, Célio. Manual de Radiojornalismo. Rio de Janeiro: Série Estudos, vol. 06, 2003. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101398/estudos6.pdf> . Acesso em: 30/10/2017.

CEGALLA, Domingos Paschoal. **Novíssima gramática da língua portuguesa**. 41. ed. São Paulo: Nacional, 1998.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. 11. ed. São Paulo: Summus, 2009.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1988.

Conselho de Centros Acadêmicos (CCA) - Departamento de Comunicações e Artes da USP. **Educomunicação como Política Pública na Prefeitura de São Paulo**. Disponível em: http://www.cca.eca.usp.br/politicas_publicas/sao_paulo Acesso em: 04/07/2017.

Conselho de Centros Acadêmicos (CCA) - Departamento de Comunicações e Artes da USP. **Salesianos definem metas para a Educomunicação em Campos do Jordão** – SP. Disponível em: <http://www.cca.eca.usp.br/node/984> . Acesso em: 26/07/2017.

COSTA, Sérgio Roberto. **Dicionário de gêneros textuais**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

DALBERIO, Osvaldo; DALBERIO, Maria Célia Borges. **Metodologia científica: desafios e caminhos**. São Paulo: Paulus, 2009.

DIAS, Sérgio Roberto (coord.). **Gestão de Marketing**: Professores do Departamento de Mercadologia da FGV-EAESP e convidados. São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLZ, Joaquim; GAGNON, Roxane. O gênero de texto, uma ferramenta didática para desenvolver a linguagem oral e escrita. In: BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015, p. 23-56.

DOLZ, Joaquim; BUENO, Luzia. Gêneros orais e gêneros produzidos na interface escrito-oral: o discurso de formatura no Ensino Fundamental e sua contribuição para o letramento escolar. In: BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015, p. 117-137.

DOLZ, Joaquim; MESSIAS, Carla. A rádio escolar como um lugar para o ensino da compreensão e produção oral. In: BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES, Terezinha da Conceição (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015, p. 169-196.

DOLZ, Joaquim; GAGNON, Roxane; DECÂNDIO, Fabrício. **Produção escrita e dificuldades de aprendizagem**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010.

DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. Gêneros e progressão em expressão oral e escrita – elementos para reflexões sobre uma experiência suíça (francófona). In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 35-60.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michèle; SCHNEUWLY, Bernard. Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 81-108.

DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michèle; SCHNEUWLY, Bernard; HALLER, Sylvie (col.). O oral como texto: como construir um objeto de ensino. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 125-155.

DOLZ, Joaquim; ABOUZAIID, Myriam. **Pluralidade dos gêneros e singularidade do texto**: tensões constitutivas da didática das línguas. Disponível em: <http://www.revista.usp.br/linhadagua/article/download/105440/106299> . Acesso em: 10/09/2017.

EDUCANDÁRIO SANTO ANTÔNIO. **Livro de crônica** – 1971 a jan. 1981. Rondonópolis – MT. (mimeo).

ERBOLATO, Mário L. **Dicionário de propaganda e jornalismo**: legislação, termos técnicos e definições de cargos e funções, abrangendo as atividades das agências de propaganda e do jornalismo impresso, radiofônico e de televisão. Campinas/SP: Papyrus, 1985.

ESTEBAN, Maria Paz Sandín; **Pesquisa qualitativa em educação: fundamentos e tradições**. Tradução Miguel Cabrera. Porto Alegre: AMGH, 2010.

ESTUDO KIDS. **Anúncio publicitário**. Disponível em: <http://www.estudokids.com.br/anuncio-publicitario/> . Acesso em: 10/03/2016.

FERRAZ, Mariolinda Rosa Romera; GONÇALVES, Adair Vieira. Gêneros orais: práticas de ensino sem evidência. In: BUENO, Luzia; COSTA-HÜBES (orgs.). **Gêneros orais no ensino**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015, p. 23-56.

FRANCO, Ricardo Francisco. **O jogo social da comunicação: a práxis da linguagem como desafio para o ensino do gênero anúncio publicitário**. Dissertação de Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS). Três Lagoas, UFMS, 2016.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. 51. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

FROMER, Marcelo et al. Sonífera ilha. In: **Sonífera ilha**. Rio de Janeiro: WEA. 1984. Single dos Titãs, Lado A.

GIACOMOZZI, Gilio; VALÉRIO, Gildete; FENGA, Cláudia Reda. **Descobrimos a gramática**. 6ª série. São Paulo: FTD, 1992.

GIACOMOZZI, Gilio; VALÉRIO, Gildete; FENGA, Cláudia Reda. **Estudos de gramática**. São Paulo: FTD, 1999.

GONZAGUINHA. Sangrando. In: **De volta ao começo**. São Paulo: EMI-ODEON, 1980, f. 10. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/gonzaquinha/46287/> . Acesso em: 22/02/2017.

GURAN, Milton. Documentação fotográfica e pesquisa científica: notas e reflexões. **XII Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia**, 2012. Disponível em: http://www.labhoi.uff.br/sites/default/files/doc_foto_pq.versao_final_27_dez.pdf Acesso em: 16/05/2017.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **IDEB – Índice de desenvolvimento da Educação Básica**. Disponível em: <http://ideb.inep.gov.br/resultado/> . Acesso em: 16/05/2017.

JEANDOT, Nicole. **Explorando o universo da música**. São Paulo: Scipione, 1993.

KOCH, Ingedore Vilhça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e Escrever: estratégia de produção textual**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

KOFFERMANN, Márcia. A educomunicação nas escolas salesianas do Brasil: A experiência da Semana da Cidadania em Rio do Sul, Santa Catarina. In: **Educomunicação e diversidade [recurso eletrônico]: integrando práticas**. VIANA, Claudemir Edson; ROSA, Rosane; MACHADO, Sátira Pereira (orgs.). São Paulo, SP: ABPEducon, 2016. 1 e-book.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. 2. ed. Rio de Janeiro: E.P.U., 2015.

MACHADO, Irene. Gêneros discursivos. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

MAGALHÃES, Tânia Guedes; CRISTOVÃO, Vera Lúcia Lopes. **Sequências e projetos didáticos no Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa: uma leitura**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. 6. ed. – São Paulo: Cortez, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. O tratamento da oralidade nos PCN de língua portuguesa de 5ª a 8ª séries. **Scripta**. Belo Horizonte. v. 2. n. 4. p. 114-129. 1º sem. 1999. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/view/10280>. Acesso em: 01/07/2016.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da Conversação**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.

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

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividade de retextualização**. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (org.). **Gêneros textuais e ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010a, p. 19-38.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros Textuais: Configuração, Dinamicidade e Circulação. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011, p. 17-31.

MATO GROSSO. **Diário Oficial do Estado de Mato Grosso**. LEI Nº 8.889/PUBLICAÇÃO ANO CXVIII – Cuiabá – terça-feira, 10 de junho de 2008 – Nº 24850. Disponível em: <https://www.iomat.mt.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/1754/#/p:1/e:1754>. Acesso em 06/07/2017.

MATO GROSSO. **Diário Oficial do Estado de Mato Grosso**. ANO CX – Cuiabá – quarta-feira, 11 de outubro de 2.000 – Nº 22.988. Disponível em: <https://www.iomat.mt.gov.br/portal/visualizacoes/jornal/12641/#/p:2/e:12641> Acesso em: 21/02/2017.

MATO GROSSO. **Diário Oficial do Estado de Mato Grosso**. Portaria nº 451/11/GS/SEDUC/MT Disponível em: <https://www.iomat.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/2968#/p:44/e:2968?find=educocomunica%C3%A7%C3%A3o> Acesso em: 19/12/2017.

MATO GROSSO. **Projeto Político Pedagógico da Escola Estadual Santo Antônio**. Rondonópolis – MT, 2016/2017. (mimeo)

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: SUMMUS, 2001.

MED, Bohumil. **Teoria da música**. 4. ed. rev. e ampl. Brasília, DF: MUSIMED, 1996.

MELLO VIANNA, Graziela Valadares Gomes. **Elementos sonoros da linguagem radiofônica**: a sugestão de sentido ao ouvinte-modelo. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n27/19.pdf> . Acesso em: 18/06/2018.

MESQUITA, Evandro; BARRETO, Ricardo. A dois passos do paraíso. In: **Radioatividade**, 1983, f. 5. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/blitz/a-2-passos-do-paraíso.html> Acesso em: 28/04/2018.

MESSIAS, Carla. **O gênero textual comentário jornalístico radiofônico no ensino oral**: processo de elaboração de um modelo didático. Disponível em: <https://revistahorizontes.usf.edu.br/horizontes/article/viewFile/87/42> . Acesso em: 15/03/2016.

MORAN, José Manuel. **Leituras dos meios de comunicação**. São Paulo: Pancast, 1993.

MORCUENDE, Miguel Ángel García (coord.). **Escuela Salesiana América**: Testimonios y tendencias. Colombia: Editorial Delfin S.A.S., 2017.

MOREIRA, Cláudia da Consolação; MOTTA, Manoel Francisco de Vasconcellos. Educom: a utilização do rádio como meio de ação pedagógica. In: **Anais da INTERCOM Centro-Oeste**. VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste. Cuiabá, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/busca.htm?query=Manoel+Francisco+de+Vasconcellos+Motta+>. Acesso em: 05/07/2017.

MOREIRA, Moraes. Sintonia. In: **Mestiço é isso**. Rio de Janeiro: Columbia Records, 1999, f. 5. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/moraes-moreira/sintonia.html>. Acesso em: 03/07/2017.

ONG, Walter J. **Oralidade e cultura escrita**: a tecnologia da palavra. Tradução de Enid Abreu Dobránszky. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1998.

PASCHOALIN, Maria Aparecida; SPADOTO, Neusa Terezinha. **Gramática**: teoria e exercícios. São Paulo: FTD, 2008.

PEREIRA, Antônia Alves. **A educomunicação e a cultura escolar salesiana**: a trajetória da construção de um referencial educ comunicativo para as redes salesianas de educação em nível mundial, continental e brasileiro. São Paulo, 2012, 292 f.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

PEREIRA, Antônia Alves. Educomunicação. **Edu... o quê?** Coluna mensal do site Fato& Notícia, 10/07/2016. Disponível em: <http://www.educomunicacao.jor.br/2016/07/educomunicacao-edu-o-que.html#more>. Acesso em: 08/11/2016.

PINHO, José Benedito. **Propaganda institucional**: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993 (Série Fundamentos).

RAMOS, Jânia M. **O espaço da oralidade em sala de aula**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

REDE SALESIANA DE ESCOLAS (Org.). **Educomunicação**: desafio à família salesiana. 1. ed. Brasília: Cisbrasil – CIB, 2010. 160 p. (Coleção Literatura Salesiana, vol. 5).

REIS, Clóvis. **Propaganda no rádio**: os formatos de anúncio. Blumenau: Edifurb, 2008.

REIS, Clóvis. Identificação e classificação dos gêneros jornalísticos no rádio a partir das características da linguagem radiofônica. In: MELO, José Marques de; LAURINDO, Roseméri; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros Jornalísticos**: teoria e prática. Blumenau: Edifurb, 2012, p. 57-64.

ROJO, Roxane; CORDEIRO, Glaís Sales. Apresentação: gêneros orais e escritos como objetos de ensino: modo de pensar, modo de fazer. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 7-16.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SARMENTO, Leila Lauar. **Gramática em textos**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2005.

SCHNEUWLY, Bernard. Gêneros e tipos de discurso: considerações psicológicas e ontogenéticas. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 19-34.

SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col. **Gêneros orais e escritos na escola**. Tradução e organização Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004.

SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim. Os gêneros escolares: das práticas de linguagem aos objetos de ensino. In: SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ, Joaquim e col.

Gêneros orais e escritos na escola. Tradução e organização Roxane Rojo e Glaís Sales Cordeiro. 3. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2004, p. 61-78.

SEPAC. **Rádio:** a arte de falar e ouvir. 4. ed. São Paulo: Paulinas, 2012. (Pastoral da Comunicação: teoria e prática. Séries manuais)

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio:** oralidade mediatizada: o *spot* e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. Caminhos da educomunicação: utopias, confrontações, reconhecimentos. In: APARICI, Roberto (org.). **Educomunicação:** para além do 2.0. São Paulo: Paulinas, 2014, p. 145-166.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura.** 6. ed. Porto Alegre: Penso, 1998.

TERRA, Ernani. **Curso prático de gramática.** São Paulo: Scipione, 1996.

THIOLLENT, Michel. Notas para o debate sobre pesquisa-ação. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). **Repensando a pesquisa participante.** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987, p. 82-103.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação.** 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos et al. Gêneros orais – Conceituação e caracterização. In: **Anais do SILEL**, vol. 3, nº 1. XIV Simpósio Nacional de Letras e Linguística e IV Simpósio Internacional de Letras e Linguística. Uberlândia: EdUFU, 2013, p. 01-08. Disponível em: <http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/pt/arquivos/silel2013/1528.pdf> . Acesso em: 15 de jul. 2016.

VANDRÉ, Geraldo. **Pra não dizer que não falei de flores.** In: Geraldo Vandré no Chile. Banco Benvirá, Compacto simples, 1969, Lado A. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/geraldo-vandre/pras-nao-dizer-que-nao-falei-das-flores.html> . Acesso em 24/03/2018.

VIANA, Claudemir Edson; ROSA, Rosane; MACHADO, Sátira Pereira (org.). **Educomunicação e diversidade** [recurso eletrônico]: Integrando práticas. São Paulo – SP: ABPEducon, 2016.

ZANI, Juliana Bacan. **O ensino da linguagem oral:** para uma modelização do gênero jornalístico “grande reportagem”. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação da Universidade São Francisco, 255 p. Universidade São Francisco, Itatiba – SP, 2013.

ANEXOS

Anexo 1 – Jornal dos alunos da Escola Estadual Santo Antônio (2ª edição)



Jornal dos Alunos da Escola Estadual Santo Antônio - Bairro Bom Pastor - Rondonópolis - MT | Dez - 2014 Nº 002

EDITORIAL

Desde o princípio dos tempos, a comunicação foi de importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, troca mútua e desenvolvimento. Dessa necessidade e importância de nos comunicarmos é que desenvolvemos o Projeto Educomunicação na nossa escola, processo dinâmico que envolve a todos e procura estabelecer novas formas de relações sociais, favorecendo a autonomia e o protagonismo. Resultado desse trabalho é a publicação da 2ª edição do jornal S. A. News, fruto de muito esforço, dedicação e ações compartilhadas que, com grande satisfação, chega até você. Ele vem recheado de novidades, entre elas, crônica, poesias, exposição de artes, pastoral, projetos, xadrez e muito mais. Chega no tempo de Natal, festa da esperança e alegria! Também nós queremos estar alegres, cheios de esperança e comprometidos com o recomeço. Se olharmos para dentro de nós e para o mundo que nos cerca, veremos que temos muito para reconstruir em nossas vidas. Que o Senhor aumente a nossa fé com as festividades e novo ano que se aproxima. Desejo que toda comunidade educativa renove as forças, concretize sonhos e que seja feliz! Um grande abraço e boa leitura!

Jaqueline Barbosa da Cruz
Coordenadora da Pastoral

CRÔNICA
SEGUNDA-FEIRA

O despertador toca exatamente 06:00 horas da manhã. Abro os olhos e me levanto lentamente, pois o sono parece ser mais forte que eu.

Fico mais relaxada ao sentir as gotas de água morna caindo sobre meu corpo. É mais um dia

comum de semana, então coloco meu uniforme, me arrumo e vou pro carro.

O lugar onde moro fica um pouco longe do meu destino final. Uso de proveito o fato de eu sentar no banco de passageiro para observar o que se encontra lá fora.

Primeiramente, nada, as casinhas humildes ainda encontram-se fechadas. Algumas motos e carros saem do condomínio, tranquilos até.

Próximo a uma rotatória, é perceptível que o número de carros e motos aumentou bastante. Mas isso é sempre o que todos veem. Eu queria ver além daquilo, observava com atenção o que se passava. Homens apressados olhando de um lado para o outro, passando rapidamente os olhos sobre o relógio de pulso, e tentando de alguma forma fazer com que o trânsito ficasse mais ligeiro. Pais de óculos de grau, com seus filhos adolescentes no banco de passageiro que não piscam os olhos na frente de um aparelho multifuncional. Crianças segurando firme na barriga da mãe para não caírem da moto, embora ao ver seus olhinhos piscando calmamente sabe-se que o que ela mais queria no momento era estar em



sua cama com sua cobertaquentinha.

Um pouco mais à frente, pessoas sentadas no ponto de ônibus esperando ele chegar. Quase todos com cara de chateação, ao deparar-se que já estava sentado ali há um tempão, e

prevendo que

chegaria atrasado de novo.

Porém uma coisa me intrigou. Ver uma velhinha varrendo a calçada de sua casa cedo - o que é comum - só que com um olhar triste, distante, mas ela não perdia o foco no que fazia. Continuava varrendo de uma forma rápida, no interesse de terminar logo aquilo.

O semáforo fecha, minha mãe apoia o cotovelo perto do vidro da janela, respira fundo e logo depois continua seu percurso. Fico viajando em tudo que, por um curto espaço de tempo vi. Quando de repente desperto ao ouvir um "Chegamos!".

Então me ocorreu que eu vivia em um mundo surreal. De mortos vivos talvez. Pois em nenhum daqueles olhos desconhecidos, eu fui capaz de conhecer o amor.

Aluna: Ana Flávia A. Cabral - 9ºD
Professora: Valdirene da Silva



Anexo 2 – Resultados do IDEB de 2015 relacionados à Escola Santo Antônio

INEP Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira														
IDEB Índice de Desenvolvimento da Educação Básica														
IDEB - Resultados e Metas														
Parâmetros da Pesquisa														
Resultado:	Escola					UF:	MT							
Município:	RONDONÓPOLIS					Nome da Escola:	EE SANTO ANTONIO							
Rede de ensino:	Estadual					Série / Ano:	4ª série / 5º ano							
4ª série / 5º ano														
Escola ↓	Ideb Observado						Metas Projetadas							
	2005 ↓	2007 ↓	2009 ↓	2011 ↓	2013 ↓	2015 ↓	2007 ↓	2009 ↓	2011 ↓	2013 ↓	2015 ↓	2017 ↓	2019 ↓	2021 ↓
EE SANTO ANTONIO	4.8	4.7	6.2	6.6	6.5	7.5	4.8	5.2	5.5	5.8	6.0	6.3	6.5	6.8
Obs:														
* Número de participantes na Prova Brasil insuficiente para que os resultados sejam divulgados.														
** Sem média na Prova Brasil 2015: Não participou ou não atendeu os requisitos necessários para ter o desempenho calculado.														
*** Calculado a partir da proficiência média dos alunos nas avaliações estaduais, em decorrência do extravio de provas e impossibilidade do cálculo da proficiência para a Prova Brasil.														
Os resultados marcados em verde referem-se ao Ideb que atingiu a meta.														
INEP Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira														
IDEB Índice de Desenvolvimento da Educação Básica														
IDEB - Resultados e Metas														
Parâmetros da Pesquisa														
Resultado:	Escola					UF:	MT							
Município:	RONDONÓPOLIS					Nome da Escola:	EE SANTO ANTONIO							
Rede de ensino:	Estadual					Série / Ano:	8ª série / 9º ano							
8ª série / 9º ano														
Escola ↓	Ideb Observado						Metas Projetadas							
	2005 ↓	2007 ↓	2009 ↓	2011 ↓	2013 ↓	2015 ↓	2007 ↓	2009 ↓	2011 ↓	2013 ↓	2015 ↓	2017 ↓	2019 ↓	2021 ↓
EE SANTO ANTONIO	4.1	4.7	5.7	5.7	5.8	6.0	4.2	4.3	4.6	5.0	5.3	5.6	5.8	6.0
Obs:														
* Número de participantes na Prova Brasil insuficiente para que os resultados sejam divulgados.														

Anexo 3 – Diário Oficial do Município de São Paulo em que consta a transformação do projeto Educom.rádio em lei

ANO 49		SÃO PAULO – QUARTA-FEIRA, 29 DE DEZEMBRO DE 2004	NÚMERO 243
GABINETE DA PREFEITA Prefeita: MARTA SUPLICY <i>Publicado no Arquivo Oficial - Vol. 40 do COT 015 - PABX 3112-8000 - Conto</i> LEI Nº 13.941, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2004 <i>(Projeto de Lei nº 556/02, do Vereador Carlos Neder - PT)</i> Institui o Programa EDUCOM-Educação pela Comunicação de São Paulo, no âmbito da Administração Municipal. MARTA SUPLICY, Prefeita do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 16 de dezembro de 2004, decretou e eu promulgo a seguinte lei: Art. 1º Fica instituído o Programa EDUCOM-Educação pela Comunicação de São Paulo, no âmbito da Administração Municipal. § 1º Para os fins da presente lei, entende-se por educação de conjunto dos procedimentos voltados ao planejamento e implementação de processos e recursos da comunicação e da informação, nos espaços destinados à educação e à cultura, sob a responsabilidade do Poder Público Municipal, inclusive no âmbito das Subprefeituras e demais Secretarias e órgãos envolvidos. § 2º Visa o Programa instituído por esta lei ampliar as habilidades e competências no uso das tecnologias, de forma a favorecer a expressão de todos os membros da comunidade escolar, incluindo dirigentes, coordenadores, professores, alunos, ex-alunos e demais membros da comunidade do ensino. § 3º O Programa de que trata esta lei é o conceito de educação que contempla a análise crítica e o uso educativo-cultural, não apenas do rádio mas de todos os recursos da comunicação, garantindo-se, para tanto, uma gestão democrática de tais processos e recursos, de forma a facilitar a aprendizagem e o exercício pleno da cidadania. Art. 2º Os objetivos do Programa são: I - desenvolver e articular práticas de educação, incluindo a radiodifusão restrita, a radiodifusão comunitária, bem como toda forma de veiculação midiática, de acordo com a legislação vigente, no âmbito da administração municipal; II - incentivar atividades de rádio e televisão comunitária em equipamentos públicos, nos termos da legislação vigente; III - capacitar, em atividades de educação, os dirigentes e coordenadores de escolas e equipamentos de cultura do Município, inclusive no âmbito das Subprefeituras e demais Secretarias e órgãos envolvidos, assim como professores, estudantes e demais membros da comunidade escolar; IV - incentivar atividades de educação relacionadas à introdução dos recursos da comunicação e da informação nos espaços públicos e privados voltados à educação e à cultura; V - capacitar os servidores públicos municipais em atividades de educação; VI - incorporar, na prática pedagógica, a relação da comunicação com os eixos temáticos previstos nos parâmetros curriculares; VII - apoiar a prática da educação nas ações intersectoriais, em especial nas áreas de educação, cultura, saúde, esporte e meio ambiente, no âmbito das diversas Secretarias e órgãos municipais, bem como das Subprefeituras; VIII - desenvolver ações de cidadania no campo da educação dirigidas a crianças e adolescentes; IX - aumentar o vínculo estabelecido entre os equipamentos públicos e a comunidade, nas ações de prevenção de violência e de promoção da paz, através do uso de recursos tecnológicos que facilitem a expressão e a comunicação. Art. 3º Para implementar o Programa instituído por esta lei, caberá ao Poder Executivo a constituição de um Comitê Gestor, cuja composição e competências específicas serão definidas em decreto. § 1º Fica assegurada a participação no Comitê Gestor das diversas Secretarias afetas ao programa, de representantes de universidades que desenvolvam pesquisas e práticas de educação, de grupos estudantis das escolas municipais e de demais entidades representativas da comunidade escolar, do Sindicato dos Jornalistas, do Sindicato dos Radialistas e de entidades voltadas ao desenvolvimento da prática da comunicação educativa. § 2º A composição do Comitê Gestor deverá observar a paridade entre a representação da sociedade civil com relação aos demais segmentos. Art. 4º Fica autorizada o aporte de recursos de instituições públicas ou privadas, interessadas em financiar o Programa EDUCOM-Educação pela Comunicação de São Paulo. Art. 5º As despesas decorrentes da aplicação desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário. Art. 6º Esta lei será regulamentada no prazo de 60 (sessenta) dias, contados de sua publicação. Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação. PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 28 de dezembro de 2004, 451ª da fundação de São Paulo. MARTA SUPLICY, PREFEITA LUÍZ TARCÍSIO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário dos Negócios Jurídicos LUÍS CARLOS FERNANDES AFONSO, Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico MARIA APARECIDA PEREZ, Secretária Municipal de Educação CELSO FRATESCHI, Secretário Municipal de Cultura Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 28 de dezembro de 2004. RUI GOMES DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal		DECRETO Nº 45.657, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2004 <i>Fixa o valor dos preços de serviços prestados por Unidades da Prefeitura do Município de São Paulo.</i> MARTA SUPLICY, Prefeita do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas, por lei, D E C R E T A: Art. 1º Ficam aprovados os preços dos serviços constantes das Tabelas I, II, III e IV, integrantes deste decreto, para vigorarem a partir de 1º de janeiro de 2005. Art. 2º As entidades de assistência social, quando celebrarem convênios com os órgãos públicos municipais, ficarão dispensadas do pagamento dos preços constantes à elaboração e à lavatura dos termos de convênio, adiantamento, reatificação, rescisão de convênio ou permissão de uso. Art. 3º Ficam dispensados do recolhimento dos preços relacionados nos itens 33 - Projeto de Atendimento das Normas de Segurança e 44 - Vistoria (Exame de projeto apresentado para atendimento à Lei nº 10.870, de 19 de julho de 1990) do Tabela I anexa ao presente decreto, os seguintes órgãos e entidades: I - órgãos da Administração Pública Direta, do Poder Judiciário e do Poder Legislativo, do Estado de São Paulo e da União, relativamente às edificações onde exercem suas respectivas funções; II - entidades religiosas, quando os imóveis forem destinados à realização de cultos religiosos; III - instituições sociais, sem fins lucrativos, declaradas de utilidade pública, quando os imóveis forem destinados ao exercício de atividades de assistência social, médico-hospitalar ou educacional. Art. 4º Este decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogados os Decretos nºs 44.281, de 24 de dezembro de 2003, 44.487, de 11 de março de 2004 e 44.965, de 2 de julho de 2004. PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 28 de dezembro de 2004, 451ª da fundação de São Paulo. MARTA SUPLICY, PREFEITA LUÍZ TARCÍSIO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário dos Negócios Jurídicos LUÍS CARLOS FERNANDES AFONSO, Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 28 de dezembro de 2004. RUI GOMES DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal	
SUMÁRIO www.prefeitura.sp.gov.br/dom.htm		TABELA I ANEXA AO DECRETO Nº 45.657, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2004	
SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS		VALORES EM R\$	
1. ANÁLISE DE CADASTRO DE IMPLANTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFRA-ESTRUTURA URBANA EM VIAS PÚBLICAS até 5 folhas de plantas (tamanho máximo: A0) por folha suplementar		74,20 7,45	
2. ANÁLISE DE PROJETOS DE IMPLANTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFRA-ESTRUTURA URBANA EM VIAS PÚBLICAS até 5 folhas de plantas (tamanho máximo: A0) por folha suplementar		74,20 7,45	
3. ATESTADO		24,35	
4. ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA EMITIDO PELA SGP/DGS		24,35	
5. ATIVIDADES DE AVALIAÇÃO E CONTROLE DE IMPACTO AMBIENTAL requerimento de consulta prévia - RCP		350,00	
5.1. elaboração de TR para EIA/RIMA		2.150,00	
5.2. elaboração de TR para EVA, RCA ou PRAD		1.059,50	
5.3. requerimento de licença ambiental - RLA		15.883,65	
5.3.1. LAP, LAI ou LAO com análise de EIA/RIMA		6.390,85	
5.3.2. LAP, LAI ou LAO com análise de EVA, RCA ou PRAD		5.970,35	
5.3.3. LAI ou LAO para empreendimentos sujeitos a EIA/RIMA		4.288,60	
5.3.4. LAI ou LAO para empreendimentos sujeitos a EVA, RCA ou PRAD		1.588,35	
5.4. prorrogação ou renovação de licença ambiental		639,10	
5.4.1. prorrogação da LAP		2.985,20	
5.4.2. prorrogação da LAI		2.144,25	
5.4.3. renovação da LAO para empreendimentos sujeitos a EIA/RIMA		87,15	
5.4.4. renovação da LAO para empreendimentos sujeitos a EVA, RCA ou PRAD		3.530,00	
5.5. análise de estudos de impacto ambiental por consultoria externa, por hora-profissional		1.820,00	
5.6. exame técnico de estudos de impacto ambiental e respectivo relatório de impacto ambiental - EIA/RIMA		3.611,20	
5.6.1. exame técnico de relatório ambiental preliminar - RAP e outros estudos de relatórios de avaliação ambiental		7.144,35	
5.7. análise de planos de gerenciamento de resíduos de serviços de saúde		16.621,90	
5.7.1. para hospitais com até 100 leitos		1.681,80	
5.7.2. para hospitais entre 101 e 300 leitos		1.256,85	
5.7.3. para hospitais com mais de 300 leitos			
5.7.4. para laboratórios de análises clínicas e estabelecimentos de apoio a diagnóstico			
5.7.5. para farmácias, consultórios, clínicas veterinárias, médicas ou odontológicas e estabelecimentos de vacinação			
5.8. OBSERVAÇÃO: estão isentos de recolhimento dos preços referentes aos itens 5.7.1 a 5.7.5 os estabelecimentos públicos federais, estaduais e municipais.			
6. AUTENTICAÇÃO de planta fornecida pelo Interessado		28,45	
6.1. de cópias reprográficas de qualquer documento		1,20	
7. BORDERO DE DIVERSÕES PÚBLICAS-MODELO 16-B por bloco de 50 jogos		50,90	
7.1. por jogo, com fornecimento mínimo de 02 jogos		1,65	
8. CADASTRO DE ELEVADORES, MONTA-CARGAS E ESCADAS ROLANTES - por unidade			
8.1. alteração de dados técnicos e dados cadastrais		8,20	
8.2. substituição de chapa de identificação de aparelho de transporte vertical		14,95	
9. CADASTRO PARA CONCESSÃO DE INCENTIVO FISCAL DA LEI Nº 12.350/97 - PORCENTO			
9.1. cadastro de beneficiário - por unidade		7,50	
9.2. emissão de certificado de incentivo fiscal - por unidade		10,25	
9.3. vistorias - por metro quadrado		9,10	
10. CERTIDÕES			
10.1. certidões em geral - por lauda		6,60	
10.2. certidões expedidas pela Secretaria Municipal do Abastecimento para fins previdenciários a outros fins de direito do Cadastro de Edificações do Município - CEDI		10,75	
10.3. em geral		11,25	
10.3.1. fornecimento de Histórico de Edificações		11,25	
10.4. certidões de melhoramentos viários			
10.4.1. sem incidência de melhoramentos		19,20	
10.4.2. com incidência de melhoramentos		19,20	
10.5. certidões tributárias			
10.5.1. certidão de inteiro teor (SFRM) - por lauda		9,85	
10.5.2. certidão administrativa (SFRM) - por lauda		isenta	
10.5.3. certidão de tributos mobiliários (SFRM) - por lauda		isenta	
10.5.4. certidão de dados cadastrais			
10.5.4.1. até 3 itens		12,00	
10.5.4.2. por item adicional		2,00	
10.5.5. certidão de valor venal do exercício corrente - por certidão		9,00	
10.5.6. certidão de posição fiscal - por certidão		9,00	

Anexo 4 – Diário Oficial do Estado de Mato Grosso em que fica disposto sobre a implantação do Programa Rádio Escola na rede estadual de ensino

DIÁRIO OFICIAL



do Estado de Mato Grosso ANO CXVIII - CUIABÁ Terça Feira, 10 de Junho de 2008 Nº 24850

PODER EXECUTIVO

LEI

LEI Nº 8.889, DE 10 DE JUNHO DE 2008.

Autor: Deputado Alexandre Cesar

Dispõe sobre a implantação do Programa Rádio Escola no âmbito das escolas estaduais do Estado de Mato Grosso.

A ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, tendo em vista o que dispõe o Art. 42 da Constituição Estadual, decreta e o Governador do Estado sanciona a seguinte lei:

Art. 1º Fica o Poder Executivo, através da Secretaria de Estado de Educação, autorizado a implantar nas escolas estaduais o Programa Rádio Escola.

Art. 2º O Programa de que trata o artigo anterior, abordará aspectos culturais e educacionais e será política pública estadual permanente, visando, dentre outros:

- I – desenvolver a criatividade e responsabilidade dos alunos da rede pública de ensino;
- II – explorar potencialidades pedagógicas da rádio para difusão de conteúdos escolares;
- III – promover a educação ambiental na escola de forma interdisciplinar;
- IV – contribuir para a formação do jovem e o estimular o exercício da cidadania;
- V – combater a violência e favorecer uma cultura de paz no ambiente escolar.

Art. 3º Para o fiel cumprimento desta lei, a Secretaria de Estado de Educação funcionará de forma integrada com a Direção das Escolas, Grêmios Estudantis e entidades interessadas, adotando ações conjuntas.

Parágrafo único. As ações conjuntas previstas neste artigo serão desenvolvidas através de um planejamento adequado, de acordo com as prioridades e estratégias de cada Escola Estadual.

Art. 4º A matéria deverá ser regulamentada pelo Poder Executivo, que traçará os objetivos desta lei e a sua divulgação.

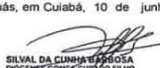
Art. 5º Para a consecução dos objetivos e metas do Programa ora instituído, o Estado de Mato Grosso poderá celebrar parcerias com municípios, organizações não-governamentais e empresas privadas, mediante instrumentos específicos previstos na legislação vigente.

Art. 6º As despesas decorrentes da execução desta lei correrão à conta de

dotações financeiras próprias, consignadas no orçamento vigente e suplementadas, se necessário, devendo as previsões futuras destinar recursos específicos ao seu fiel cumprimento.

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio Paiegua, em Cuiabá, 10 de junho de 2008, 187ª da Independência e 120ª da República.



SILVAL DA CUNHA BARBOSA
DIÓGENES GOMES CURADO FILHO
EUREKA ROBERTO NOVACKI
ORESTES TEODORO DE OLIVEIRA
YÑES JESUS DE MAGALHÃES
EDER DE MORAES DIAS
JOSE GONÇALVES BOTELHO DO PRADO
NELDO EGON WEIRICH
PEDRO JAMIL NADAF
TEREZINHA DE SOUZA MAGGI
YURI ALEXEY VIEIRA JORGE
VILCEU FRANCISCO MARCHETTI
SÁGUAS MORAES SOUSA
GERALDO APARECIDO DE VITTO JÚNIOR
AUGUSTINHO MORO
JOÃO VIRGÍLIO DO NASCIMENTO SOBRINHO
LUIZ HENRIQUE CHAVES DALDEGAN
JOSE JOAQUIM DE SOUZA FILHO
PAULO PITÁLUGA COSTA E SILVA
FRANCISCO TARQUÍNIO DALTRO

LEI Nº 8.890, DE 10 DE JUNHO DE 2008.

Autor: Deputado José Domingos Fraga

Dispõe sobre a "Proibição da Operação de Serviço de Telemarketing fora do horário comercial" e dá outras providências.

A ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, tendo em vista que dispõe o Art. 42 da Constituição Estadual, aprova e o Governador do Estado sanciona a seguinte lei:

Art. 1º Fica proibida a operação de promoção de vendas e serviços via telefone - serviço de "telemarketing" - fora do horário comercial no âmbito do Estado de Mato Grosso, no intuito de preservar o cidadão nos horários de almoço e descanso para não serem importunados com oferecimento de serviços e promoções inoportunos.

Parágrafo único. A inobservância do disposto no caput acarretará as penas previstas no Art. 56 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo das sanções de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas.

Art. 2º Esta lei poderá ser regulamentada para garantir sua execução.



Governo do Estado de Mato Grosso
Secretaria de Administração
SAD
SUPERINTENDÊNCIA DA IMPRENSA OFICIAL
DO ESTADO DE MATO GROSSO
CENTRO POLÍTICO ADMINISTRATIVO-CPA
CEP 78050970-Cuiabá-Mato Grosso
CNPJ(MF)03.507.415/0004-97
FONE/FAX: (65) 3613-8000
E-mail:
publica@iomat.mt.gov.br



Governo de
Mato Grosso
Visite nosso Portal: Acesse o Portal E-Mato Grosso
www.iomat.mt.gov.br www.mt.gov.br

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO

Blairo Borges Maggi
Governador do Estado

Silval da Cunha Barbosa
Vice Governador

Secretário de Estado de Justiça e Segurança Pública	Diógenes Gomes Curado Filho
Secretário-Chefe da Casa Civil	Eumar Roberto Novacki
Secretário-Chefe da Casa Militar	Orestes Teodoro de Oliveira
Secretário de Estado de Planejamento e Coordenação Geral	Yñes Jesus de Magalhães
Secretário de Estado de Fazenda	Eder de Moraes Dias
Secretário-Auditor Geral do Estado	José Gonçalves Botelho do Prado
Secretário de Estado de Desenvolvimento Rural	Neldo Egon Weirich
Secretário de Estado de Indústria, Comércio e Minas e Energia	Pedro Jamil Nadaf
Secretaria de Estado de Trabalho Emprego, Cidadania e Assist. Social	Terezinha de Souza Maggi
Secretário de Estado de Desenvolvimento de Turismo	Yuri Alexey Vieira Jorge
Secretário de Estado de Infra-Estrutura	Vilceu Francisco Marchetti
Secretário de Estado de Educação	Ságuas Moraes Sousa
Secretário de Estado de Saúde	Geraldo Aparecido de Vitto Júnior
Secretário de Estado de Comunicação Social	Augustinho Moro
Procurador-Geral do Estado	José Carlos Dias
Secretário de Estado do Meio Ambiente	João Virgílio do Nascimento Sobrinho
Secretário de Estado de Esportes e Lazer	Luis Henrique Chaves Daldegan
Secretário de Estado de Cultura	José Joaquim de Souza Filho
Secretário de Estado de Ciência e Tecnologia	Paulo Pitaluga Costa e Silva
Secretário Extraordinário de Projetos Estratégicos	Francisco Tarquínio Daltró
Secretaria Extraordinária de Apoio às Políticas Educacionais	Flávia Maria Barros Nogueira

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
Secretaria de Administração - Imprensa Oficial-IOMAT
Assinatura Digital - Clique aqui para verificar a assinatura

Anexo 5 – Gêneros textuais por domínio discursivos e modalidades

DOMÍNIOS DISCURSIVOS	MODALIDADES DE USO DA LÍNGUA	
	ESCRITA	ORALIDADE
INSTRUCIONAL (científico, acadêmico e educacional)	artigos científicos; verbetes de enciclopédias; relatórios científicos; notas de aula; nota de rodapé; diários de campo; teses; dissertações; monografias; glossário; artigos de divulgação científica; tabelas; mapas; gráficos; resumos de artigos de livros; resumos de livros; resumos de conferências; resenhas; comentários; biografias; projetos; solicitação de bolsa; cronograma de trabalho; organograma de atividade; monografia de curso; monografia de disciplina; definição; autobiografias; manuais de ensino; bibliografia; ficha catalográfica; memorial; curriculum vitae; parecer técnico; verbete; parecer sobre tese; parecer sobre artigo; parecer sobre projeto; carta de apresentação; carta de recomendação; ata de reunião; sumário; índice remissivo; diploma; índice onomástico; dicionário; prova de língua; prova de vestibular; prova de múltipla escolha; diploma; certificado de especialização; certificado de proficiência; atestado de participação; epígrafe	conferências; debates; discussões; exposições; comunicações; aulas participativas; aulas expositivas; entrevistas de campo; exames orais; exames finais; seminários de iniciantes; seminários avançados; seminários temáticos; colóquios; prova oral; arguição de tese; arguição de dissertação; entrevista de seleção de curso; aula de concurso; aulas em vídeo; aulas pelo rádio; aconselhamentos
Jornalístico	editoriais; notícias; reportagens; nota social; artigos de opinião; comentário; jogos; histórias em quadrinhos; palavras cruzadas; crônica policial; crônica esportiva; entrevistas jornalísticas; anúncios classificados; anúncios fúnebres; cartas do leitor; carta ao leitor; resumo de novelas; reclamações; capa de revista; expediente; boletim do tempo; sinopse de novela; resumo de filme; cartoon; caricatura; enquête; roteiros; errata; charge; programação semanal; agenda de viagem	entrevistas jornalísticas; entrevistas televisivas; entrevistas radiofônicas; entrevista coletiva; notícias de rádio; notícia de tv; reportagens ao vivo; comentários; discussões; debates; apresentações; programa radiofônico; boletim do tempo
Religioso	orações; rezas; catecismo; homilias; hagiografias; cânticos religiosos; missal; bulas papais; jaculatórias; penitências; encíclicas papais	sermões; confissão; rezas; cantorias; orações; lamentações; benzeções; cantos medicinais
Saúde	receita médica; bula de remédio; parecer médico; receitas caseiras; receitas culinárias	consulta; entrevista médica; conselho médico;

Comercial	rótulo; nota de venda; fatura; nota de compra; classificados; publicidade; comprovante de pagamento; nota promissória; nota fiscal; boleto; boletim de preços; logomarca; comprovante de renda; carta comercial; parecer de consultoria; formulário de compra; carta-resposta; comercial; memorando; nota de serviço; controle de estoque; controle de venda; copyright; bilhete de avião; bilhete de ônibus; carta de representação; certificado de garantia; atestado de qualidade; lista de espera; balanço comercial	publicidade de feira; publicidade de TV; publicidade de rádio; refrão de feira; refrão de carro de venda de rua
Industrial	instruções de montagem; descrição de obras; código de obras; avisos; controle de estoque; atestado de validade; manuais de instrução	ordens
Jurídico	contratos; leis; regimentos; estatutos; certidão de batismo; certidão de casamento; certidão de óbito; certidão de bons antecedentes; certidão negativa; atestados; certificados; diplomas; normas; regras; pareceres; boletim de ocorrência; edital de convocação; edital de concurso; aviso de licitação; auto de penhora; auto de avaliação; documentos pessoais; requerimento; autorização de funcionamento; alvará de licença; alvará de soltura; alvará de prisão; sentença de condenação; citação criminal; mandado de busca; decreto-lei; medida provisória; desmentido; editais; regulamentos; contratos; advertência	tomada de depoimento; arguição; declarações; exortações; depoimento; inquérito judicial; inquérito policial; ordem de prisão
Publicitário	propagandas; publicidades; anúncios; cartazes; folhetos; logomarcas; avisos; necrológicos; outdoors; inscrições em muros; inscrições em banheiros; placas; endereço postal; endereço eletrônico; endereço de internet	publicidade na tv; publicidade no rádio
Lazer	piadas; jogos; adivinhas; histórias em quadrinhos; palavras cruzadas; horóscopo	fofocas; piadas; adivinhas; jogos teatrais
Interpessoal	cartas pessoais; cartas comerciais; cartas abertas; cartas do leitor; cartas oficiais; carta-convite; cartão de visita; e-mail; bilhetes; atas; telegramas; memorandos; boletins; relatos; agradecimentos; convites; advertências; informes; diário pessoal; aviso fúnebre; volantes; lista de compras; endereço postal; endereço eletrônico; autobiografia; formulários; placa; mapa; catálogo; papel timbrado	recados; conversações espontâneas; telefonemas; bate-papo virtual; convites; agradecimentos; advertências; avisos; ameaças; provérbios
Militar	ordem do dia; roteiro de cerimônia oficial; roteiro de formatura; lista de tarefas	ordem do dia
Ficcional	épica – lírica – dramática; poemas diários; contos; mito; peça de teatro; lenda; parlendas; fábulas; histórias em quadrinhos; romances; dramas; crônicas; roteiro de filme	fábulas; contos; lendas; poemas; declamações; encenações

Fonte: Marcuschi (2008, p. 194-196).

Anexo 7 – Trava-línguas utilizados na aula de locução do dia 24/03/2016

EXERCÍCIOS PARA DICÇÃO II

- * O moleque maluco move a manivela da máquina de moer milho.
- * Bebê bebe a bebida no bico do bule da bandeja e baba na aba do boné do bobo.
- * Pedro Paulo Pinto Pereira pulou o pato papudo papando pipoca.
- * A ave da viúva voava na viola do vovô.
- * Fifi fez de fato com esta faca afiada um bife.
- * Flávio tomou o café e um fofo bolo de fubá.
- * Sou um original que não desoriginalizará, nem mesmo quando todos os originais estiverem desoriginalizados.
- * Caiu quase caiu, Pedro Prado Pedroso.
- * Um material bem materializado, quando desmaterializar-se será um mau material.
- * Toco preto, porco crespo. Toco crespo, porco preto.

EXERCÍCIOS PARA DICÇÃO III

Um prato de trigo para um tigre
 Dois pratos de trigo para dois tigres
 Três pratos de trigo para três tigres
 Quatro pratos de trigo para quatro tigres

Bela baiana, boneca de bronze, bailava brejeira um burlesco bendeguê da Bahia.

O rato, a ratazana e o ratinho roeram as rústilas roupas e rasgaram as ricas rendas da Rainha.

O Papa não papa papa, o papa só papa pão. Se o Papa tudo papasse, seria um Papa papão.

Pato e parente só servem pra sujar a casa da gente.

Tudo que gira não gira depressa,
 Nem tudo que gira só gira no ar.
 Gira que gira, ora torna girar,
 Ora gira depressa, ora mais devagar.

Bagre branco, branco bagre.

A boa babá não bebe o leite do bebê.

A fiandeira fia a farda do filho do feitor Felício.

Fonte: Trava-línguas cedidos pela professora de Artes da Escola Estadual Santo Antônio, Valéria Maria de Sant'Anna Samorano Medina (2013).

Anexo 8 – Exercícios de pontuação

Exercícios de pontuação

Observação: Os gêneros textuais utilizados nos exercícios abaixo são: propaganda impressa e piadas.

1) Pontue os textos:



Fonte: Google imagem^{MR}.

PIADA

A professora pergunta para os alunos

Quem é que quer ir para o céu

Todos levantam a mão menos o Joãozinho

E você Joãozinho Não quer ir para o céu

Querer eu quero mas a minha mãe falou que depois da aula era para eu ir direto para casa

PIADA

Dois amigos conversam sobre as maravilhas do Oriente Um deles diz

Quando completei 25 anos de casado levei minha mulher ao Japão

Não diga E o que pensa fazer quando completarem 50

Volto para buscá-la

2) Pontue as orações abaixo:

a) Vencerás não morrerás

b) Vencerás não morrerás

c) Estive no exterior e comprei um perfume uma televisão uma máquina fotográfica e um tênis

APÊNDICES

Apêndice 1 – Questionários



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



QUESTIONÁRIO 1 – EX-COORDENADORA DA RÁDIO RECREIO

NOME: _____

1) Qual foi o período em que a senhora esteve engajada nas atividades da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis – MT) e que função desempenhava?

2) A Rádio Recreio, como é popularmente conhecida, era uma das atividades da Pastoral Escolar?

() Sim

() Não

3) Já havia um projeto desta ação (Rádio Recreio) na época em que a senhora participava dessa atividade?

4) Em anos anteriores, quem concretizava essa atividade?

5) Tinha um lugar específico para a realização das programações?

() Sim

() Não

Como era estruturado?

6) Tinha alunos envolvidos nessa atividade?

() Sim

() Não

Quantos?

7) Como eles eram selecionados? Demonstravam interesse em participar desse projeto?

8) Eram eles que faziam a locução?

9) De quais turmas eles eram?

10) Quem os preparava para fazer a locução e de que forma isso acontecia?

11) As programações da Rádio aconteciam nos dois períodos (matutino e vespertino)?

12) Qual o dia ou quais os dias da semana que a Rádio ia ao ar?

13) Quais eram os estilos musicais mais pedidos pelos alunos?

() sertanejo () religioso () MPB () rock () eletrônica

Outros: _____

14) Quem preparava as programações? O que era abordado?

15) Como eram preparadas as programações?

16) Quantos minutos eram disponibilizados para cada programação radiofônica e em que momento ocorria?

17) Como era a interação da comunidade educativa com a equipe da Rádio no momento das programações?

18) A senhora observou melhora na oralidade dos alunos participantes da Rádio?

() Sim

() Não

Em que aspecto?

Considerações:

_____, _____ de _____ de 2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



QUESTIONÁRIO 2 – EX-ALUNO(A) DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO QUE PARTICIPAVA DA RÁDIO RECREIO

Nome: _____

Idade: _____ Profissão: _____

1) Qual foi o período em que você esteve engajado(a) nas atividades da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis – MT)?

2) A Rádio Recreio, como é popularmente conhecida, era uma das atividades da Pastoral Escolar?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

3) Tinha um lugar específico para a realização das programações?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso sim, como era estruturado?

4) Quantos alunos estavam envolvidos nessa atividade naquela época?

5) Como você começou a participar da Rádio Recreio?

Houve alguma forma de seleção para ser integrante dessa ação?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso sim, como era feita a seleção para ser integrante da Rádio Recreio?

6) Eram os alunos que faziam a locução?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso sim, quantos alunos faziam a locução em cada programação?

7) Quais eram as turmas que estavam envolvidas nessa atividade?

8) Quem preparava os integrantes da Rádio para fazer a locução?

() Coordenador(a) da Rádio Recreio () Responsável pela Pastoral Escolar ()

Os próprios alunos () Não sei () Não me lembro

De que forma os integrantes da Rádio eram preparados para fazer a locução?

9) As programações da Rádio aconteciam nos dois períodos (matutino e vespertino)?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

10) Qual o dia ou quais os dias da semana que a Rádio ia ao ar?

() Segunda-feira () Terça-feira () Quarta-feira () Quinta-feira ()
Sexta-feira () Sábado

11) Quais eram os estilos musicais mais pedidos pelos alunos?

() sertanejo () religioso () MPB () rock () eletrônica

Outros:

12) Quem preparava as programações? Consegue se lembrar?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso sim, quem era?

O que era abordado? Ainda consegue se lembrar?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso se lembre, como era?

13) Como eram preparadas as programações? Consegue se lembrar?

() Sim () Não () Não sei () Não me lembro

Caso se lembre, como eram preparadas?

14) Como era a interação da comunidade educativa com a equipe da Rádio no momento das programações?

15) Você observou melhora na sua forma de falar e na dos outros alunos participantes da Rádio?

() Sim () Não () Não sei responder

Caso sim, poderia citar algum exemplo?

16) Além da melhora na forma de falar, a participação na Rádio Recreio contribuiu de alguma outra forma no seu crescimento pessoal e intelectual?

() Sim () Não () Não sei responder

Caso sim, em que?

Considerações:

_____, _____ de _____ de 2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



QUESTIONÁRIO 3 – PROFESSORA DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO

NOME: REGIANE PRADELA DA SILVA BASTOS

1) Qual a função que a senhora desempenhava nos anos de 2010 na Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis – MT)?

2) Nos anos de 2010 a senhora e mais duas pessoas elaboraram o Projeto Educomunicação – Expressão e Artes?

() Sim

() Não

Caso sim, que pessoas foram essas que também estavam trabalhando na elaboração desse projeto? Qual era a função delas?

3) Como surgiu a ideia de elaborar esse projeto?

4) Com que objetivo vocês elaboraram esse projeto?

5) Esse foi o primeiro projeto sobre a Educomunicação elaborado nesta escola?

() Sim

() Não

6) A senhora se lembra quem desenvolveu este projeto na época?

() Sim

() Não

Se sim, quem foi?

7) Quais eram as atividades educacionais contempladas nesse projeto?

8) A senhora acompanhou o desenvolvimento do projeto?

() Sim

() Não

Se sim, como foi?

9) Caso se lembre, havia alguma seleção para os alunos poderem participar desse projeto?

10) Os alunos que participavam dessa ação, demonstravam evolução na forma de se comunicar oralmente, na maneira de se apresentar em público?

() Sim

() Não

() Não me lembro

Se sim, fale um pouco sobre essa evolução por parte dos alunos.

11) O que a comunidade educativa achava desse trabalho educacional?

Considerações:

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de _____.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



QUESTIONÁRIO 4 – COORDENADORA DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO

NOME: _____

1) Nos anos de 2015, a Escola Estadual Santo Antônio ficou em primeiro lugar no IDEB. Essa colocação foi uma classificação em nível estadual ou municipal?

2) Qual foi o processo de ensino-aprendizagem utilizado por essa instituição escolar, para que os alunos atingissem a colocação acima mencionada?

3) Depois do resultado do IDEB de 2015, em que a Escola Estadual Santo Antônio se destacou, alguma pessoa da Secretaria de Estado de Educação, Esporte e Lazer (SEDUC) esteve neste colégio para se inteirar do referido assunto?

() Sim.

() Não.

4) Quem foi que a recebeu para estar passando as informações que ela desejava?

5) Quando foi isso?

6) O que queria saber?

7) O que foi dito a esta pessoa que representava a SEDUC?

5) Após ouvir as informações desejadas, a pessoa fez algum comentário?

() Sim.

() Não.

() Não me lembro.

Se sim, o que disse?

Considerações:

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de _____.

Apêndice 2 – Entrevistas



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



ROTEIRO-01. ENTREVISTA COM A EX-COORDENADORA DA RÁDIO RECREIO - IR. CLAUDENETE SANTANA NUNES.

1. A senhora respondeu na pergunta 3 do questionário que havia um projeto da Rádio Recreio na época em que participava dessa ação, e que era um projeto ligado à SEDUC. Por favor, poderia explicar-me, caso se lembre, de como era esse projeto naquele tempo?
2. Conforme a senhora me informou anteriormente (no questionário), as programações da Rádio Recreio eram realizadas no pátio da escola. Quais eram os aspectos positivos dessas edições serem realizadas neste local? Havia algum aspecto negativo? Qual?
3. Como as crianças eram selecionadas para participarem da Rádio Recreio? Quais eram os critérios para essa seleção? Os discentes demonstravam interesse em fazerem parte desse projeto?
4. A senhora escreveu (na questão 09) que quem preparava os alunos para fazerem a locução eram os coordenadores da Pastoral Escolar. De que forma isso acontecia (como era esse preparo)? O que eles faziam durante essa preparação? Com que frequência essa preparação acontecia?
5. Quem preparava as programações? O que era abordado? Como eram preparadas essas edições?
6. Na questão 15 a senhora respondeu que a interação da comunidade educativa com a equipe da Rádio Recreio no momento das programações era boa. Em que aspecto avalia como boa? Poderia explicar um pouco mais?

Cuiabá, 21/04/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



ROTEIRO 01 - ENTREVISTA COM A EX-COORDENADORA DA RÁDIO RECREIO – TATIANA BARBOSA DA SILVA.

1. A senhora respondeu na pergunta 01 do questionário que quando coordenou a Pastoral Escolar da Escola Estadual Santo Antônio, a Rádio Recreio era um dos grupos que a sua pessoa auxiliava. Ainda comentou que eram os próprios alunos que coordenavam os grupos. Por favor, poderia falar um pouco mais sobre essa coordenação realizada pelos alunos da Rádio naquele tempo?
2. A senhora disse que havia um projeto da Rádio Recreio quando esteve no comando dessa ação. Caso se lembre, daria para falar dele com maior detalhe?
3. Onde era o lugar em que os alunos realizavam as programações da Rádio Recreio?
4. Quais eram os aspectos positivos dessas edições serem realizadas neste local? Havia algum aspecto negativo? Qual ou quais?
5. A senhora comentou que nesse lugar tinha mesa, microfone, computador, software de rádio e o que precisava para realizar a programação radiofônica. Além dos objetos já citados, o que mais continha nesse local que ajudava na concretização das edições?
6. Eram os alunos que controlavam os aparelhos e faziam a locução ou tinha uma pessoa específica para manejar os equipamentos de som na hora das programações irem ao ar?
7. Havia um roteiro para os alunos seguirem no momento de fazer a locução?
8. A senhora citou que tinha uma locutora que dava curso quatro vezes ao ano para os alunos da Rádio Recreio. O que ela trabalhava com os discentes?
9. Conforme a senhora disse, os alunos chegaram a visitar a emissora de rádio que a locutora trabalhava para fazer um programa radiofônico. Esta programação foi realizada ao vivo?
10. Quando a senhora levava os alunos da manhã para fazerem a programação radiofônica à tarde e vice-versa, como era o desempenho deles na locução?
11. Nas datas festivas, a equipe da Rádio além de fazer a locução das programações radiofônicas, quais eram as outras atividades que desenvolvia para pôr em prática a oralidade, a expressividade?

12. Quando os alunos se reuniam uma vez na semana para prepararem a programação da Rádio, contando com seu auxílio, havia interação entre eles? Sabiam trabalhar no coletivo?
13. Algum desses alunos chegou a comentar com a senhora se toda essa aprendizagem focada na oralidade, oferecida pelo projeto da Rádio Recreio, chegou a ajudá-lo em outras atividades extraescolares?
14. Gostaria de fazer algum comentário sob essa ação (Rádio Recreio) que é pautada na comunicação?

Cuiabá, 09/06/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



**ROTEIRO-01. ENTREVISTA COM A EX-COORDENADORA DA RÁDIO RECREIO
– DAIANE CRISTINA DA SILVA.**

1. A senhora respondeu na pergunta 3 do questionário que havia um projeto da Rádio Recreio na época em que era coordenadora dessa ação, e que era um projeto ligado à Pastoral Escolar. Então esse projeto era só baseado na Educomunicação Salesiana? Por favor, poderia explicar-me, caso se lembre, de como era esse projeto naquele tempo?
2. Conforme a senhora me informou anteriormente (no questionário), as programações da Rádio Recreio eram realizadas no palco do pátio central da escola. Quais eram os aspectos positivos dessas edições serem realizadas neste local? Havia algum aspecto negativo? Qual ou quais?
3. A senhora respondeu na questão 06 que eram formados grupos de 3 a 5 alunos para fazerem as programações radiofônicas. Que requisito era usado para a formação desses grupos que realizavam as programações da Rádio durante a semana? Como era a interação entre os componentes de cada grupo?
4. Como as crianças eram selecionadas para participarem da Rádio Recreio? Quais eram os critérios para essa seleção? Os discentes demonstravam interesse em fazerem parte desse projeto?
5. A senhora escreveu na questão 10, que quem preparava os alunos para fazerem a locução era a sua pessoa. De que forma isso acontecia (como era esse preparo)?
6. Em relação à frequência dessa preparação, a senhora afirmou que acontecia semanalmente. Quantos grupos por semana?
7. Na questão 17, a senhora respondeu que havia professores que se inteiravam com a equipe da Rádio Recreio no momento das programações, gostavam e ajudavam, participando das dinâmicas, também dançavam e cantavam. Disse que outros professores reclamavam do barulho. Por que a senhora acha que estes professores agiam dessa forma?
8. A senhora relatou que observou melhora na oralidade dos alunos participantes da Rádio. Poderia falar um pouco mais sobre isso?

9. O dia do trote realizado com os nonos anos, ajudava-os de alguma forma na parte da comunicação?
10. Gostaria de acrescentar mais alguma informação sobre essa vertente da Educomunicação, a Rádio Recreio?

Rondonópolis, 11/05/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



**ROTEIRO-01. ENTREVISTA COM A EX-COORDENADORA DA RÁDIO RECREIO
– IR. ROSÂNGELA MARIA CLEMENTE**

1. A senhora respondeu no questionário que no início do período em que a sua pessoa coordenou a Rádio Recreio, ainda não tinha um projeto relacionado a essa ação. Disse que foi criatividade dos participantes da Pastoral. Que o projeto nasceu após o empírico. A senhora se lembra quando, no decorrer desse período, que esse projeto originou?
2. Conforme a senhora me informou anteriormente (no questionário), as programações da Rádio Recreio eram realizadas em uma simples sala da escola. Poderia me falar um pouco mais sobre como era essa sala?
3. Quais eram os aspectos positivos das programações radiofônicas serem realizadas neste local? Havia algum aspecto negativo? Qual ou quais?
4. A senhora relata que quando o número de participantes da Rádio Recreio aumentou, faziam rodízios em equipe para realizarem as programações radiofônicas. Que requisito era usado para a formação desses grupos que realizavam as programações da Rádio durante a semana?
5. Como era a interação entre os componentes de cada grupo?
6. Todas as vezes que os alunos preparavam as falas das programações e as músicas que seriam tocadas nas edições, faziam um roteiro (script) para lerem no momento que a Rádio ia ao ar?
7. A senhora respondeu que a Pastoral da Juventude Estudantil (PJE) oferecia várias atividades como capoeira, Rádio Recreio, teatro, dentre outras. Todas essas atividades estavam alinhadas na perspectiva da Educomunicação Salesiana?
8. Quando vocês visitaram uma emissora de rádio FM, os alunos receberam algumas dicas de locução por parte dos radialistas que lá estavam?
9. Quando a Rádio Recreio começou a funcionar, as programações eram concretizadas em um único período?
10. Todas os integrantes da comunidade escolar aprovavam a Rádio Recreio ou havia críticas por parte de alguns deles em relação a esta atividade?

11. A senhora escreveu na questão 10, que acompanhava os alunos na preparação das programações e que cada grupo tinha um coordenador. Como eles faziam para montar as edições?
12. Em relação à frequência dessa preparação, a senhora afirmou que acontecia semanalmente. Quantos grupos por semana?
13. A senhora relatou que observou melhora na oralidade dos alunos participantes da Rádio. Poderia falar um pouco mais sobre isso?
14. A senhora acha que essa atividade (Rádio Recreio) deveria existir em todas as escolas? Por quê?
15. Gostaria de acrescentar mais alguma informação sobre essa vertente da Educomunicação, a Rádio Recreio?

SKYPE^{MR}

São Paulo, 16/07/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



ROTEIRO 02. ENTREVISTA COM O EX-ALUNO E EX-PARTICIPANTE DA RÁDIO RECREIO DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO

NOME: KEMUEL ASAFE NUNES DE SOUZA

7. Você respondeu na pergunta 01 do questionário que esteve engajado na Rádio Recreio por um período de 04 anos. Por favor, poderia dizer-me, de que ano a que ano isso aconteceu?
8. Na questão 03 você respondeu que tinha um lugar específico para a realização das programações. Uma sala com monitores de controle, microfones e computadores com acesso à internet. Você poderia me falar um pouco mais sobre esse espaço?
9. Eram os alunos que controlavam os aparelhos e faziam a locução ou tinha uma pessoa específica para manejar os instrumentos de som na hora das programações irem ao ar?
10. Vocês realizavam as edições da Rádio Recreio naquela sala?
11. Havia uma boa interação entre os participantes desse projeto, ou seja, sabiam conviver bem no coletivo?
12. Por que você acha que a coordenadora da Pastoral Escolar te convidou para ser um dos participantes da Rádio?
13. Poderia falar-me um pouco mais de como os integrantes da Rádio eram preparados pela responsável da Pastoral para realizarem as programações?
14. Havia um roteiro para os alunos seguirem no momento de fazer a locução?
15. Você respondeu na questão 12 que era a coordenadora da Pastoral que preparava as programações. Tinha abertura para os alunos sugerirem algo para ser concretizado nas programações?
16. Você escreveu nas questões 15 e 16, que participar da Rádio Recreio permitiu que a sua pessoa tivesse uma evolução na parte comunicativa, como perder o receio de falar em público, melhora na oratória. Antes de você participar dessa ação, como você era em relação à comunicação?
17. Você recomendaria que se desenvolvesse esse projeto da Rádio em outras escolas?
18. Gostaria de dizer algo mais sobre essa atividade do meio radiofônico desenvolvido na Escola Estadual Santo Antônio?

Rondonópolis, 09/06/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



**ROTEIRO 02. ENTREVISTA COM A EX-ALUNA E EX-PARTICIPANTE DA RÁDIO
RECREIO DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO**

NOME: JEISIANNI CARVALHO PEREIRA

1. Na questão 03 (do questionário), você respondeu que tinha um lugar específico para a realização das programações. Uma sala pequena que tinha o controle das caixas de som que ficavam no pátio. Você poderia me falar um pouco mais sobre esse espaço?
2. Eram os alunos que controlavam os aparelhos e faziam a locução ou tinha uma pessoa específica para manejar os instrumentos de som na hora das programações irem ao ar?
3. Vocês realizavam as edições da Rádio Recreio nessa sala?
4. Havia uma boa interação entre os participantes desse projeto, ou seja, sabiam conviver bem no coletivo?
5. Você respondeu na questão 05, que participava da Pastoral Juvenil Estudantil (PJE). Em quais atividades da Pastoral você estava engajada naquela época?
6. Por que você acha que a coordenadora da Pastoral Escolar te convidou para ser uma das participantes da Rádio?
7. Antes dos locutores entrarem no ar, tinha uma preparação da maneira como iriam falar?
8. Quem os preparava?
9. Havia um roteiro para os alunos seguirem no momento de fazer a locução?
10. Você se lembra se o projeto Rádio Recreio era valorizado por toda a comunidade escolar ou havia críticas sobre ele por parte de alguns integrantes da escola?
11. Acha que a sua participação na Rádio Recreio contribuiu para a melhora da sua oratória?
12. Ficou mais desinibida?
13. Perdeu o receio de falar em público?
14. Antes de você participar dessa ação, como você era em relação à comunicação?
15. Você recomendaria que se desenvolvesse esse projeto da Rádio em outras escolas?
16. Gostaria de dizer algo mais sobre essa atividade do meio radiofônico desenvolvido na Escola Estadual Santo Antônio?

Rondonópolis, 18/07/2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



**ROTEIRO 02. ENTREVISTA COM A EX-ALUNA E EX-PARTICIPANTE DA RÁDIO
RECREIO DA ESCOLA ESTADUAL SANTO ANTÔNIO
NOME: LUANA VIEIRA DE OLIVEIRA**

1. Na questão 03 você respondeu que tinha lugares específicos para a realização das programações da Rádio Recreio. No pátio/palco e na sala de som. Você poderia me falar um pouco mais sobre esses espaços?
2. Quais eram os aspectos positivos das programações serem realizadas no pátio/palco? E na sala de som? Havia algum aspecto negativo? Qual ou quais?
3. Na questão 07 você respondeu que era apenas os participantes da Pastoral que participavam da Rádio Recreio. Você se lembra de que turma eles eram?
4. Você disse que quem preparava os integrantes da Rádio para fazer a locução era a responsável pela Pastoral e os próprios alunos que participavam dessa ação. Que havia um treinamento e ensaio dos textos. Daria para explicar um pouco mais sobre esse treinamento?
5. O que era abordado nas programações da Rádio Recreio?
6. Havia um roteiro para os alunos seguirem no momento de fazer a locução?
7. Havia uma boa interação entre os participantes desse projeto, ou seja, sabiam conviver bem no coletivo?
8. Como era a integração da comunidade educativa com a equipe da Rádio no momento das programações?
9. Você percebeu alguma melhora na sua maneira de se expressar, de interagir com as pessoas, após ter sido uma locutora da Rádio Recreio?
10. Você recomendaria que se desenvolvesse esse projeto da Rádio em outras escolas?
11. Gostaria de dizer algo mais sobre essa atividade do meio radiofônico desenvolvido na Escola Estadual Santo Antônio?

Rondonópolis, 28/07/2017.

Apêndice 3 – Termos de autorização (para uso do nome, imagens e outras informações referente ao aluno colaborador da pesquisa)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO**



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável pelo(a) aluno(a) _____ regularmente matriculado (a) no ____ ano do Ensino Fundamental da Escola Estadual Santo Antônio, ano letivo de 2016, autorizo o uso de nome e imagens dele(a), entrevistas e de todo material produzido com o(a) aluno(a) em atividades desenvolvidas no Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits), que ocorrem em ambiente escolar e extraescolar durante o período da pesquisa acadêmica (de 2016 a 2018), em trabalho de dissertação, palestras e publicações na área educacional, sem reivindicações de direitos autorais, pagamentos ou afins. Esclarecemos que esta pesquisa se volta para aprendizagem dos participantes desta ação no que se refere ao ensino dos gêneros textuais orais na Rádio acima citada e tem como pesquisadora a mestrandia Cristiana de Jesus Xavier do PPGEdU/ICHS/CUR/UFMT, sob a orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo(a) aluno(a)

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição: _____

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2017.

Observação: O ano letivo de 2016 encerrou em janeiro de 2017, devido aos dois (02) meses de greve na rede estadual de ensino.

Termo de Autorização para pais/responsáveis de alunos e participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (colaboradores da pesquisa), a fim de que os estudantes fizessem parte do vídeo referente à pesquisa, em que também constam áudios dos *spots* elaborados por eles.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável pelo(a) aluno(a) _____

regularmente matriculado(a) no Ensino Fundamental da Escola Estadual Santo Antônio, autorizo o uso do nome e imagens dele(a), assim como entrevista e todo material produzido com o(a) aluno(a) em atividades desenvolvidas no Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits da escola acima citada), que ocorreram em ambiente escolar e extraescolar durante os anos de 2016 e 2017, em trabalho de dissertação, palestras e publicações na área educacional, assim como no YouTube e mídias sociais⁴³, sem reivindicações de direitos autorais, pagamentos ou afins. Esclareço que esta pesquisa (período da pesquisa - de 2016 a julho de 2018) se volta para o processo de aprendizagem da oralidade dos alunos participantes do Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits), através do estudo dos gêneros textuais orais, sendo o tema da dissertação “Gêneros Textuais Oraís na Rádio Recreio”. Importante enfatizar que este trabalho tem como pesquisadora a mestrandia Cristiana de Jesus Xavier do PPGEdU/ICHS/CUR/UFMT, sob a orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo(a) aluno(a)

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição: _____

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2018.

⁴³ Farei um vídeo com as gravações das propagandas radiofônicas que os alunos da Rádio Recreio (participantes dessa pesquisa) produziram no decorrer do ano de 2016, a pedido do professor do Mestrado em Educação da UFMT de Rondonópolis que avaliou a minha dissertação (banca avaliadora interna), argumentando que seria interessante disponibilizar o áudio desses spots (propaganda) no YouTube e mídias sociais para que as pessoas que fossem ler a dissertação, pudessem ter acesso a esse material através de um *link* que ficará registrado no trabalho acadêmico mencionado (dissertação). Estes anúncios foram gravados na emissora de comunicação, Centro América FM 101, produções textuais finais realizadas através da sequência didática, metodologia elaborada pelos autores da Universidade de Genebra (Suíça) – Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004).

Termo de Autorização para pais/responsáveis de ex-alunos e ex-participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (que estudavam nesta instituição de ensino em 2016 e fizeram parte da pesquisa, porém não foram até o final da mesma) a fim dos estudantes fazerem parte do vídeo referente à pesquisa que constam imagens deles



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável
 pelo(a) _____, ex-
 aluno(a) e ex-participante do Projeto Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio, autorizo o uso do nome e imagens dele(a), assim como entrevista e todo material produzido com o(a) estudante em atividades desenvolvidas no Projeto acima mencionado, que ocorreram em ambiente escolar e extraescolar durante os anos de 2016 e 2017, em trabalho de dissertação, palestras e publicações na área educacional, assim como no YouTube e mídias sociais⁴⁴, sem reivindicações de direitos autorais, pagamentos ou afins. Esclareço que esta pesquisa (período da pesquisa - de 2016 a julho de 2018) se volta para o processo de aprendizagem da oralidade dos alunos participantes do Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits), através do estudo dos gêneros textuais orais, sendo o tema da dissertação “Gêneros Textuais Oraís na Rádio Recreio”. Importante enfatizar que este trabalho tem como pesquisadora a mestranda Cristiana de Jesus Xavier do PPGEdU/ICHS/CUR/UFMT, sob a orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo(a) aluno(a)

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição: _____

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2018.

⁴⁴ Farei um vídeo com as gravações das propagandas radiofônicas que os alunos da Rádio Recreio (participantes dessa pesquisa) produziram no decorrer do ano de 2016, a pedido do professor do Mestrado em Educação da UFMT de Rondonópolis que avaliou a minha dissertação (banca avaliadora interna), argumentando que seria interessante disponibilizar o áudio desses spots (propaganda) no YouTube e mídias sociais para que as pessoas que fossem ler a dissertação, pudessem ter acesso a esse material através de um *link* que ficará registrado no trabalho acadêmico mencionado (dissertação). Estes anúncios foram gravados na emissora de comunicação Centro América FM 101, produções textuais finais realizadas através da sequência didática, metodologia elaborada pelos autores da Universidade de Genebra (Suíça) – Dolz, Noverraz e Schneuwly (2004).

Termo de autorização para pais/responsáveis de ex-participantes do projeto Rádio Recreio e que na época ainda eram alunos da Escola Estadual Santo Antônio.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável pelo(a) aluno
 (a) _____ e ex-participante do
 projeto Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis- MT), regularmente
 matriculado(a) no _____ ano do Ensino Fundamental da referida escola, autorizo o uso do
 nome, imagens e vídeos dele(a), depoimento (em áudio e vídeo) proferido por ele(a) sobre a
 experiência obtida nessa ação ligada à comunicação, assim como o uso de todo material
 produzido com o(a) aluno(a) em atividades desenvolvidas no projeto acima citado, que
 ocorreram em ambiente escolar e extraescolar durante o período de 2013 a 2015, em trabalho
 de dissertação, palestras e publicações na área educacional, sem reivindicações de direitos
 autorais, pagamentos ou afins. Esclareço que esta pesquisa (período da pesquisa – de 2016 a
 fevereiro de 2018) se volta para o processo de aprendizagem da oralidade dos alunos
 participantes do Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits) da Escola Estadual Santo
 Antônio, através do estudo dos gêneros textuais orais, sendo o tema da dissertação “Gêneros
 Textuais Oraís na Rádio Recreio”. Importante enfatizar que este trabalho tem como
 pesquisadora a mestrandia Cristiana de Jesus Xavier do PPGEdU/ICHS/CUR/UFMT, sob a
 orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo(a) ex-aluno(a)

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição: _____

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2017.

Termo de autorização para pais/responsáveis de ex-alunos e ex-participantes da Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável pelo(a) ex-aluno(a) _____ e ex-participante do projeto Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis- MT), autorizo o uso do nome, imagens e vídeos dele(a), depoimento (em áudio e vídeo) proferido por ele(a) sobre a experiência obtida nessa ação ligada à comunicação, assim como o uso de todo material produzido com o(a) ex-aluno(a) em atividades desenvolvidas no projeto acima citado, que ocorreram em ambiente escolar e extraescolar durante o período de 2013 a 2015, em trabalho de dissertação, palestras e publicações na área educacional, sem reivindicações de direitos autorais, pagamentos ou afins. Esclareço que esta pesquisa (período da pesquisa – de 2016 a fevereiro de 2018) se volta para o processo de aprendizagem da oralidade dos alunos participantes do Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio SA Hits) da Escola Estadual Santo Antônio, através do estudo dos gêneros textuais orais, sendo o tema da dissertação “Gêneros Textuais Orais na Rádio Recreio”. Importante enfatizar que este trabalho tem como pesquisadora a mestrandia Cristiana de Jesus Xavier do PPGEdU/ICHS/CUR/UFMT, sob a orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo(a) ex-aluno(a)

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição: _____

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2017.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: LINGUAGENS, CULTURA E
PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO



TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, _____ responsável pelo ex- aluno
_____ e ex-participante do projeto
Rádio Recreio da Escola Estadual Santo Antônio (Rondonópolis- MT), autorizo o uso do nome
e imagens dele, depoimento redigido por ele, proferindo sobre a experiência obtida nessa ação
ligada à comunicação, assim como o uso de todo material produzido com o ex-aluno em
atividades desenvolvidas no projeto, que ocorreram em ambiente escolar e extraescolar durante
o período de 2013 a 2015, em trabalho de dissertação, palestras e publicações na área
educacional, sem reivindicações de direitos autorais, pagamentos ou afins. Esclareço que esta
pesquisa (período da pesquisa – de 2016 a fevereiro de 2018) se volta para o processo de
aprendizagem da oralidade dos alunos participantes do Projeto Rádio na Escola (Rádio Recreio
SA Hits) da Escola Estadual Santo Antônio, através do estudo dos gêneros textuais orais, sendo
o tema da dissertação “Gêneros Textuais Orais na Rádio Recreio”. Importante enfatizar que
este trabalho tem como pesquisadora a mestrandia Cristiana de Jesus Xavier do
PPGEdu/ICHS/CUR/UFMT, sob a orientação da profa. Dra. Sílvia de Fátima Pilegi Rodrigues.

Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

Responsável pelo ex-aluno

Nome por extenso: _____

Assinatura: _____

RG: _____ Órgão Expedidor: _____ Data de expedição:

CPF: _____

Rondonópolis (MT), _____ de _____ de 2017.

-
- i Imagem de fundo disponível em: <https://www.goodfon.com/wallpaper/old-radio-table-book-glasses.html> Acesso em: 22 abr. 2018.
- ii Imagem de fundo disponível em: <http://thevillas.co/desktop-music-backgrounds/> Acesso em: 20 abr. 2018.
- iii Imagem de fundo disponível em: <https://www.goodfon.com/wallpaper/art-microphone-serebristyy.html> Acesso em: 20 abr. 2018.
- iv Imagem de fundo disponível em: <http://impactofm.org/sample-page-2/hd-wallpapers-radio-wallpaper-background-theme-desktop-1024x768-wallpaper/> Acesso em: 21 abr. 2018.
- v Imagem de fundo disponível em: <https://redesignreport.com/music-for-creativity-songs/> Acesso em: 22 abr. 2018.
- vi Imagem de fundo disponível em: https://wallpaperstock.net/vintage-radio-wallpapers_w53320.html Acesso em: 23 abr. 2018.