UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Escola de Educação Básica e Profissional
Centro Pedagógico
Curso de Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0

Gilda da Silva Gomes de Almeida

TECNOLOGIAS DIGITAIS E EDUCAÇÃO:
Proposta de inovação do processo de ensino e aprendizagem por meio de sequências didáticas

Belo Horizonte

2020

Gilda da Silva Gomes de Almeida

TECNOLOGIAS DIGITAIS E EDUCAÇÃO:
Proposta de inovação do processo de ensino e aprendizagem por meio de sequências didáticas

Versão final

Monografia de especialização apresentada à Escola de Educação Básica e Profissional, Centro Pedagógico, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Tecnologias Digitais e Educação 3.0.

Orientadora: Lívia Andréa Figueiró de Souza

Belo Horizonte

2020

CIP – Catalogação na publicação

Almeida, Gilda da Silva Gomes de

A447t Tecnologias digitais e educação: Proposta de inovação do processo de ensino e aprendizagem por meio de sequências didáticas / Gilda da Silva Gomes de Almeida. - Belo Horizonte, 2020.

74 f.; enc.

Monografia (Especialização): Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Básica e Profissional, Centro Pedagógico, Belo Horizonte, 2020.

Orientadora: Lívia Andrea Figueiró de Souza

Inclui bibliografia.

1. Prática docente. 2. Sequências didáticas. 3. Ensino-aprendizagem. 4. Educação tecnológica. I. Título. II. Souza, Lívia Andrea Figueiró de. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Básica e Profissional, Centro Pedagógico.

CDD: 371.334
CDU: 37.02

Elaborada por: Biblioteca do Centro Pedagógico/EBAP/UFMG
Danielle Teixeira de Oliveira – CRB-6: 3516

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
CENTRO PEDAGÓGICO
SECRETARIA DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS E EDUCAÇÃO 3.0

FOLHA DE APROVAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSISTA:
Cursista: GILDA DA SILVA GOMES DE ALMEIDA
Matrícula: 2019713254
Título do Trabalho: TECNOLOGIAS DIGITAIS E EDUCAÇÃO: Proposta de inovação do processo de ensino e aprendizagem por meio de sequências didáticas

BANCA EXAMINADORA:
Professor(a) orientador(a): Lívia Andrea Figueiró de Souza
Professor(a) examinador(a): Ismael Krishna de Andrade Neiva

Aos 12 dias do mês de dezembro de 2020, reuniram-se através de Teleconferência pelo aplicativo Zomm, durante a realização do III Seminário de Defesa de Monografia do Curso e Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0, os (as) professores(as) orientadores(as) e examinadores, acima descritos, para avaliação do trabalho final do(a) cursista **GILDA DA SILVA GOMES DE ALMEIDA.**

Após a apresentação, o (a) cursista foi arguido e a banca fez considerações conforme parecer:

PARECER: APROVADA
NOTA: 95
CONSIDERAÇÕES:

Este documento foi gerado pela Secretaria do Curso de Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0 baseado em informações enviadas pela banca examinadora para a secretaria do curso.E terá validade se assinado pelos membros da secretaria do curso.

Documento assinado eletronicamente por **Samuel Moreira Marques**, **Secretário(a)**, em 20/12/2020, às 15:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0461907** e o código CRC **EE06AE3E**.

Referência: Processo nº 23072.244686/2020-52 SEI nº 0461907

RESUMO

Tendo em vista a multiplicidade de ações dentro universo educacional, o uso das sequências didáticas se destaca no sentido de oportunizar ao profissional educador uma visualização sistemática do conteúdo proposto, do desenvolvimento detalhado das aulas, bem como dos objetivos traçados e a forma adequada de avaliá-los. Nesse sentido, o presente trabalho traz cinco sequências didáticas elaboradas durante o Curso de Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0, que abarcam conteúdos a serem trabalhados nas disciplinas de Ciências e Língua Portuguesa. Além do conteúdo das referidas disciplinas, as sequências didáticas sugerem algumas tecnologias digitais (redes sociais, *sites*, aplicativos e jogos) como ferramentas digitais com cunho pedagógico para potencializar o processo de ensino e aprendizagem. Também há uma preocupação com uma formação mais globalizada do estudante como pessoa. Dessa forma, para além da proposta de um ensino mais condizente com a era tecnológica na qual estamos inseridos e a instrução de conteúdos escolares essenciais, as sequências didáticas descritas nesse trabalho foram construídas com o objetivo de propor discussões acerca de temas e/ou problemas sociais.

Palavras-chave: Sequências didáticas. Educação tecnológica. Ensino de Ciências. Ensino de Língua Portuguesa.

ABSTRACT

In view of the multiplicity of actions within the educational universe, the use of didactic sequences stands out in order to provide the educating professional with a systematic visualization of the proposed content, the detailed development of the classes, as well as the objectives outlined and the appropriate way of evaluating them. them. In this sense, the present work brings five didactic sequences elaborated during the Specialization Course in Digital Technologies and Education 3.0, which cover contents to be worked on in the disciplines of Science and Portuguese Language. In addition to the content of the aforementioned subjects, the didactic sequences suggest some digital technologies (social networks, websites, applications and games) as digital tools with a pedagogical nature to enhance the teaching and learning process. There is also a concern with a more globalized formation of the student as a person. Thus, in addition to the proposal of teaching more consistent with the technological era in which we are inserted and the instruction of essential school contents, the didactic sequences described in this work were constructed with the aim of proposing discussions about themes and / or social problems.

Keywords: Didactic sequences. Technological education. Science teaching. Portuguese Language Teaching.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 6
2 MEMORIAL 10
3 SEQUÊNCIAS DIDÁTICAS 14
3.1 Um estudo sobre as tirinhas 14
3.1.1 Contexto de utilização 14
3.1.7.2 Aula 2 - Características 17
3.2 Nutrição saudável 21
3.2.1 Contexto de utilização 21
3.2.2 Objetivos 22
3.2.3 Conteúdo 22
3.2.4 Ano 22
3.2.5 Tempo estimado 23
3.2.6 Previsão de materiais e recursos 23
3.2.7 Desenvolvimento 23
3.2.7.1 Aula 1 - Os nutrientes 23
3.2.7.2 Aula 2 - A pirâmide alimentar e os perigos da alimentação inadequada. 25
3.2.7.3 Aula 3 - Objeto de Aprendizagem Teias da Vida Saúde – Nutrição 27
3.3 Fake News 29
3.3.1 Contexto de utilização 29
3.3.2 Objetivos 30
3.3.3 Conteúdo 31
3.3.4 Ano 31
3.3.5 Tempo estimado 31
3.3.6 Previsão de materiais e recursos 31
3.3.7 Desenvolvimento 32
3.3.7.1 Aula 1 - Introdução ao tema *Fake News* utilizando-se o *storytelling* 32
3.3.7.2 Aula 2 - Potencial nocivo das notícias falsas 33
3.3.7.3 Aula 3 - Como "julgar" as notícias que lemos nas redes sociais 36
3.3.8 Avaliação 40
3.4 Mídias digitais e consumo 41

3.4.1 Contexto de utilização 41
3.4.2 Objetivos 42
3.4.3 Conteúdo 43
3.4.4 Ano 43
3.4.5 Tempo estimado 44
3.4.6 Previsão de materiais e recursos 44
3.4.7 Desenvolvimento 44
3.4.7.1 Aula 1 - Introdução ao tema e conceitos 44
3.4.7.2 Aula 2 - Elementos linguísticos do anúncio publicitário 46
3.4.8 Avaliação 53
3.5 Campanhas Publicitárias de Conscientização 54
3.5.1 Contexto de utilização 54
3.5.2 Objetivos 56
3.5.3 Conteúdo 56
3.5.4 Ano 57
3.5.5 Tempo estimado 57
3.5.6 Previsão de materiais e recursos 57
3.5.7 Desenvolvimento 57
3.5.7.1 Aula 1 – Publicidade e Propaganda 57
3.5.7.2 Aula 2 – Elementos linguísticos dos textos publicitários 60
3.5.7.3 Aula 3 – Reflexões acerca da importância das campanhas publicitárias de conscientização 64
3.5.8 Avaliação 67
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS 69
REFERÊNCIAS 71

1 INTRODUÇÃO

Sempre me interessei pelo universo fascinante da tecnologia e suas possibilidades educativas e vi no Curso de Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0 a oportunidade de explorar esse universo em toda a sua multiplicidade. Percebe-se nas escolas um esforço ainda tímido para inserir as tecnologias digitais como ferramenta pedagógica, tendo em vista a falta de uma formação docente que as coloque em lugar de importância, bem como a ausência de recursos e investimentos.

As reflexões realizadas durante todo o curso me possibilitaram conhecer ferramentas tecnológicas que até então desconhecia, o que me permitiu compartilhar conhecimento com a equipe pedagógica da escola onde trabalho. Assim, abriu-se espaço para a visualização de possibilidades de aperfeiçoamento de práticas pedagógicas.

Dessa forma, o presente trabalho de conclusão de curso (TCC) tem como objetivo trazer um pouco das reflexões realizadas durante esse período de aperfeiçoamento, por meio de um memorial reflexivo e a exposição das sequências didáticas (SDs) construídas durante todo o curso, trazendo como proposta a utilização das tecnologias digitais como ferramentas pedagógicas capazes de potencializar o processo de ensino e aprendizagem.

As novidades tecnológicas avançam a uma velocidade impressionante conquistando cada vez mais as pessoas. O mundo tecnológico é altamente envolvente, exigindo do indivíduo o uso consciente e ético das tecnologias digitais, e do tempo de vida dedicado a essa utilização. No ambiente educacional o que se vê nos dias de hoje são alunos altamente conectados, que possuem além de um conhecimento detalhado acerca do manuseio das tecnologias, um crescente desejo de estarem conectados ou *linkados*, utilizando suas redes sociais e/ou em jogos por períodos de tempo cada vez maiores. Dessa forma, todo o processo de ensino precisou (e ainda precisa muito) se atualizar em termos de metodologias de ensino que possam também conquistar a atenção dos alunos, tornando o processo de ensino e aprendizagem mais atrativo e efetivo.

Por meio dos estudos e discussões realizadas durante o curso, percebeu-se, no entanto, que essa atualização ocorre ainda de uma maneira muito tímida. Em algumas escolas o uso de tecnologias se resume em exposição de vídeos e a

utilização das salas de informática. Isso se dá, na maioria das vezes por desconhecimento e pela falta de investimentos na área. Os docentes que já estão em atuação nas salas de aula não tiveram, muitas vezes, a oportunidade de estudar e conhecer as possibilidades pedagógicas inerentes a algumas tecnologias digitais, situação essa vivenciada na escola onde atuo como secretária escolar. Nesta escola, ainda há profissionais da educação que precisam se atualizar em relação ao uso das tecnologias. Por isso, a importância da disponibilização de cursos como essa especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0, que tem oportunizado aos profissionais da educação o conhecimento de diferentes ferramentas tecnológicas/pedagógicas para aperfeiçoarem suas ações em sala de aula.

Os estudos e discussões proporcionados por esse curso de especialização impactaram minha atuação como secretária escolar, no sentido de abrirem minha visão para a importância de levar informações aos professores acerca das possibilidades pedagógicas das tecnologias digitais, ainda usadas timidamente por alguns.

Ensinar e aprender constitui um processo dinâmico, porém para ser eficaz exige um mínimo de organização para alcançar os objetivos do processo educacional. Aqui reside a importância de uma sequência didática que se caracteriza por “um conjunto de atividades ordenadas, estruturadas e articuladas para a realização de certos objetivos educacionais, que têm um princípio e um fim conhecidos tanto pelos professores como pelos alunos.” (ZABALA, 1998, p.18). Nesse sentido, as sequências didáticas descritas no presente TCC, que também podemos chamar de portfólio, foram estruturadas de forma a propiciar o alcance dos objetivos educacionais traçados em cada uma delas.

Por meio desse curso de especialização nos foi dada a oportunidade de conhecer e estudar variados recursos digitais, que nos abriram um norte transformador da prática pedagógica. E como culminância das ricas discussões e trocas com colegas de curso engajados na nobre tarefa de educar, foi proposta a construção destas sequências didáticas (SDs) que trazem esses recursos digitais como ferramentas pedagógicas, fomentando um processo de ensino e aprendizagem mais adequado à sociedade tecnológica na qual vivemos. Nessa perspectiva, as SDs apresentadas neste portfólio propõem o uso de ferramentas tecnológicas digitais como um meio de potencializar o processo de ensinar e aprender.

Além de trazer uma proposta de ensino mais condizente com a era tecnológica na qual estamos inseridos e a instrução de conteúdos escolares essenciais, as sequências didáticas descritas nesse trabalho foram construídas também com o objetivo de propor discussões acerca de temas e/ou problemas sociais, com vistas a proporcionar uma formação mais globalizada do estudante como pessoa.

Embora tenham a proposta da utilização de recursos digitais como um meio para ensinar e aprender, todas as sequências descritas a seguir trazem a preocupação de propor formas que tornem possível a aplicação da sequência em escolas que não possuem recursos digitais.

A primeira SD propõe um estudo das tirinhas como conteúdo escolar de Língua Portuguesa, mostrando um pouco do seu surgimento e suas características textuais. Por meio dos exemplos de tirinhas os alunos terão a oportunidade de constatar as características estudadas bem como ampliar as discussões para além do estudo da língua, fomentando sua formação humana como um todo. A ferramenta tecnológica *Toondoo* é proposta como um recurso pedagógico, possibilitando aos estudantes a criação de suas próprias tirinhas.

A segunda SD traz como proposta, da disciplina Ciências, um estudo do tema Nutrição Saudável, fazendo uma análise dos nutrientes essenciais ao organismo humano. A execução dessa sequência permitirá aos estudantes repensar seus hábitos alimentares, já que propõe o estudo dos nutrientes, da pirâmide alimentar e elaboração de um cardápio saudável. Para tornar a aula mais atrativa e como forma de fixar os conteúdos, sugere-se a utilização do Objeto de Aprendizagem (OA) Teias da Vida Saúde – Nutrição, por meio do qual os estudantes podem visitar *links* com imagens e vídeos que trazem ricas informações acerca do tema.

A terceira SD tem como tema as *Fake News*, propondo um estudo das mesmas como conteúdo de Língua Portuguesa, conforme diretrizes da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Durante as aulas serão trabalhadas as características das notícias falsas, tradução do termo inglês, principais locais de veiculação e objetivos das mesmas, instrumentalizando uma visualização crítica das notícias veiculadas principalmente nas mídias digitais. O *Storytelling* (contação de histórias) foi proposto como uma forma de sensibilizar os estudantes quanto à importância de se discutir acerca de notícias falsas. Para tanto propõe-se a utilização dos recursos do *site PowToon.*

Na quarta SD tem-se as mídias digitais e hábitos de consumo como temas a serem trabalhados nas aulas de Língua Portuguesa, proporcionando um estudo das propagandas publicitárias, suas características linguísticas, processo de criação e efeitos de persuasão, fazendo reflexões acerca da influência nos hábitos de consumo dos jovens, sendo analisadas algumas propagandas em vídeo veiculadas na internet. O aplicativo *WhatsApp* é indicado como ferramenta pedagógica nessa SD.

A quinta e última SD trabalha as Campanhas Publicitárias de Conscientização, dentro da disciplina Língua Portuguesa, explorando suas características linguísticas, funções de linguagem envolvidas no seu processo de desenvolvimento e papel social das mesmas. Como recursos pedagógicos digitais, propõem-se a utilização dos aplicativos *WhatsApp* e Vídeo *Show*, e do site *Youtube.*

2 MEMORIAL

No dia 13 de abril de 1983, em Belo Horizonte, nasceu aquela menina tão esperada por ser a primeira filha, neta e sobrinha, a quem deram o nome de Gilda. Nome imponente e ousado para aquela época, sendo raro seu uso até hoje. Não conheço nenhuma Gilda, elas são pessoas raras, difíceis de encontrar. Só vejo muitas ‘Gildas’ juntas em salas de prova para grandes concursos públicos, e já participei de muitos! Minha infância foi simples, mas sempre cercada de muito carinho. Passava as férias na casa dos meus avós (melhor parte da minha infância). Nas brincadeiras eu nunca queria ser a professora, gostava de ficar sentadinha como uma boa aluna. Gostava de brincar de escritório, de mãe, de dentista ou médica.

Aluna de escola pública durante todo o Ensino Fundamental, sempre fui muito dedicada aos estudos, tirando sempre as melhores notas. Nessa trajetória, vários professores marcaram muito meu processo de aprendizagem como a professora Lourdes da 2ª série que me fez decorar a tabuada (sei até hoje), a professora Andréia da 3ª série que sumiu meu trabalho de matemática sobre o plano Real provocando minha única nota vermelha do Ensino Fundamental, (a outra nota vermelha foi só no Ensino Médio por falta de capricho no colorido do caderno de mapas) e o professor Júlio César de português, que me fez apaixonar por nossa língua.

Ingressei no Instituto de Educação de Minas Gerais, tradicional na formação de professoras, para cursar o Ensino Médio. Mas naquele ano podíamos escolher entre o curso científico ou o magistério. Minha mãe fez de tudo para eu ingressar no magistério, mas não funcionou. Eu não sabia o que queria ser, só tinha certeza de que não seria professora. Fiz então o científico em três anos, enquanto o magistério duraria quatro anos. Ah! Como eu me orgulhava de estudar naquele prédio histórico todo cor de rosa. Tive grandes mestres ali, mas o professor mais marcante novamente foi o de Língua Portuguesa, Albanito. Tão carinhoso com todos, nos incentivava e impulsionava a aprender a linguagem em suas diversas formas. Aprendi com ele a origem em latim de diversas palavras da nossa língua. Em uma de suas propostas, montamos uma peça teatral do clássico “Pluft, o fantasminha”. Foi um sucesso e fomos convidados a apresentá-la para alunos de uma escola

municipal. E lá estava eu envolvida com a Educação novamente! Vejo em minha trajetória a importância do educador ser cordial e acessível aos seus alunos, afinal são esses professores que marcam para sempre a trajetória de uma pessoa.

Fiz cursinho pré-vestibular durante três anos na tentativa de ingressar na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Fiz prova para três cursos diferentes (administração, geografia e publicidade e propaganda), porém sem sucesso, porque eu sempre escolhia o curso que naquele ano estaria no rol dos mais concorridos. No último ano de cursinho, eu trabalhava com telemarketing e estudava, também, para o concurso da Prefeitura de Belo Horizonte (Auxiliar de Secretaria Escolar). Com uma ajuda preciosa da professora de redação do cursinho Pré-UFMG (Rosana), passei bem colocada (62º lugar na classificação geral) com uma incrível nota 98/100 em redação. Foi muito gratificante, porque no vestibular novamente eu não havia passado. Recebi o telegrama de nomeação da Prefeitura no dia do meu aniversário, portanto, foi um presente espetacular e em 10 dias lá estava eu, para trabalhar dentro de uma escola, logo eu que nunca quis ser professora. Em dois anos de trabalho, fui convidada a assumir o cargo de Secretária Escolar, no qual estou até os dias de hoje (já são 13 anos).

O interessante dessa história toda é que eu não tinha vontade de ser educadora, mas acabei indo parar dentro do ambiente educacional. E isso me fez olhar para a profissão com outros olhos. Surgiu em mim um olhar de admiração por esses profissionais que se dedicam tanto a formar pessoas. E dali, da janela daquela secretaria escolar, sigo contemplando vidas que ali entram de uma forma e saem diferentes. Crianças que vejo crescer e se desenvolver. Comemoro e me emociono junto aos professores quando um aluno com dificuldade de aprendizagem consegue ler suas primeiras palavras. Ah! Como é emocionante esse universo!

Ingressei no curso de Psicologia na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais por meio do Programa PROUNI, e já sabia da familiaridade e estreita relação desse curso com a Pedagogia. Durante esta graduação, foram várias disciplinas cursadas que me faziam entender o processo de ensino e aprendizagem. E não tive dúvidas ao escolher o tema da minha monografia: “Novas possibilidades de vida: cartografando processos e modos de subjetivação em uma turma do programa EJA-BH”. Foi apaixonante todo aquele processo que me permitiu participar das vivências de alunos adultos em sala de aula, o que foi muito marcante. Além disso, pude me

deliciar em horas de leitura do grande mestre Paulo Freire. Minha monografia chegou a ser indicada pela banca para o Prêmio Sílvia Lane e me ofereceram uma bolsa de estudos para Mestrado. Mas eu precisava escolher entre o Mestrado e meu cargo na Prefeitura, que não me liberaria por entender que esse curso não agregaria valor ao meu trabalho na escola. O fato é que só consegui progressão profissional por via judicial. Escolhi permanecer no cargo e adiar o Mestrado, tendo em vista que eu já estava casada e tínhamos compromissos financeiros a honrar. Ainda aguardo ansiosa pela oportunidade de me tornar mestre em Psicologia, área do conhecimento pela qual me apaixonei. Por hora, me dedico com intensidade à maternidade e aos processos no ambiente educacional no qual trabalho desde 2004.

Tenho vivências desafiadoras e outras emocionantes para contar, participei de inúmeras peças de teatro, cantei em algumas festividades da escola (fui cantora durante lindos anos da minha adolescência), vibrei com as conquistas de alunos e professores, sofri as perdas, os medos e as inseguranças em épocas difíceis daquela escola tão pequena, mas tão acolhedora ao mesmo tempo, o que na verdade a torna uma grande instituição educacional. Entrei ali menina e hoje sou uma mulher madura e parte desse amadurecimento vem das experiências ali vividas.

E ali, na sala dos professores presencio os anseios e as inseguranças inerentes à docência. São situações de muito sucesso no processo de ensino e aprendizagem, mas também as frustações resultantes de situações complicadas vivenciadas na relação professor-aluno. E com muita admiração, procuro sempre estar em parceria com nossos professores, oferecendo suporte para que alcancem êxito em suas propostas pedagógicas.

Depois de tanto tentar entrar na Universidade Federal de Minas Gerais para fazer a graduação, hoje, após uma oportunidade maravilhosa, estou a cursar minha primeira pós-graduação nessa instituição. O tema? Educação 3.0. Novamente a educação! Entrei no curso sobre Tecnologias Digitais na educação com grande expectativa de levar novidades ao processo educacional da escola onde trabalho e de fato, levei algumas valiosas informações, além de vivenciar a importância dessas tecnologias para a educação em um momento tão específico vivido por todo o mundo. A pandemia do COVID-19 nos mostrou, além da importância, a necessidade urgente de se inserir a tecnologia nos processos educacionais. Ver as ferramentas

tecnológicas sendo utilizadas para a continuidade do processo de ensino e aprendizagem de uma maneira tão exclusiva e intensa, só contribuiu para reafirmar o que tanto estudei nesse curso de especialização. As redes sociais estão sendo amplamente utilizadas por professores e alunos, há produção de vídeos com utilização de aplicativos de edição, elaboração de panfletos e convites em aplicativos de desenvolvimento de *design* e indicação de jogos e vídeos educativos. Estou vendo na prática os estudos realizados nessa pós-graduação.

Minhas expectativas foram superadas! Pensei que levaria ideias que demorariam a ser adotadas, mas às vi sendo amplamente utilizadas! Percebo que as práticas pedagógicas serão diferenciadas a partir de agora.

Eis aqui os fatos e vivências que marcaram o meu ser psicóloga, secretária escolar e em breve especialista em Tecnologias Digitais e Educação 3.0. A educação é um universo que me encantou e me encanta dentro das especificidades do meu trabalho, que não é docência, mas é sim pedagógico em sua essência.

3 SEQUÊNCIAS DIDÁTICAS

3.1 Um estudo sobre as tirinhas

3.1.1 Contexto de utilização

A proposta da presente sequência didática é trabalhar com alunos do 9º ano as conhecidas tirinhas, fazendo um estudo amplo acerca das características deste gênero textual tão utilizado em provas de seleção e concurso.

Segundo Brito (2013) a tirinha é um gênero textual surgido nos Estados Unidos devido à falta de espaço nos jornais impressos para a publicação de passatempos. Seu formato lembra um recorte de jornal, daí o nome “tirinha de Jornal”. No Brasil, um dos pioneiros na criação e publicação de tiras foi Maurício de Sousa, que começou publicando a tira do cãozinho Bidu, no fim da década de 1950, no jornal Folha de São Paulo.

Trata-se de textos em quadrinhos, com uma sequência de desenhos que descrevem situações e trazem diálogos em balões, podendo trazer uma linguagem verbal ou não verbal. As histórias são curtas e, geralmente, possuem uma temática humorística. Porém, é comum encontrar-se tirinhas com um teor satírico de cunho social ou político. As tirinhas são veiculadas em jornais, revistas, livros didáticos e em *sites* e blogs na internet.

Justifica-se o presente estudo tendo em vista que as tirinhas e charges são amplamente difundidas em mídias impressas, em provas e em mídias digitais. Há uma necessidade real de familiarização com esse tipo de texto, pois além de ser muito utilizado nos mais diversos meios de comunicação, sua interpretação possui especificidades.

Como forma de enriquecer o aprendizado do conteúdo proposto, sugere-se a utilização do *site Toondoo* (www.toondoo.com.br) como ferramenta digital pedagógica, proporcionando aos alunos uma oportunidade ímpar de construir suas próprias tirinhas aplicando as características deste gênero textual estudadas em sala de aula.

3.1.2 Objetivos

Após a realização da presente sequência didática, tem-se a expectativa de que os alunos sejam capazes de:

- Conseguir executar uma apreciação das tirinhas, por meio de uma visualização que identifique as ferramentas linguísticas utilizadas;
- Identificar as características linguísticas das tirinhas (linguagem verbal e não verbal, humor, ironia e/ou sátira), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes.

3.1.3 Conteúdo

O presente tema, da forma como estudado por esta sequência, é adequado para ser trabalhado em Língua Portuguesa por envolver especificidades próprias da disciplina (produção e interpretação de texto, gênero textual e elementos linguísticos). Dessa forma, serão executados os seguintes conteúdos:

- ✓ História desse gênero textual (surgimento nos Estados Unidos devido à falta de espaço nos jornais para publicação de passatempos);
- ✓ Características das tiras (linguagem verbal e não verbal, estrutura, locais de publicação, presença de humor, sátira ou crítica);

3.1.4 Ano

A presente sequência didática foi elaborada para ser utilizada no 9º ano do Ensino Fundamental, por se tratar de adolescentes em constante contato com a cultura digital.

3.1.5 Tempo estimado

Estima-se que serão necessárias 4 aulas de 50 minutos cada.

3.1.6 Previsão de materiais e recursos

Para a realização desta sequência didática, necessita-se de:

- ✓ Sala de aula com quadro e datashow.
- ✓ Sala de informática com computadores conectados à internet.
- ✓ Impressões ou cópias reprográficas e papel A3 ou cartolinas, caso a escola não disponha de computadores e datashow.

3.1.7 Desenvolvimento

3.1.7.1 Aula 1 – Conceito e história

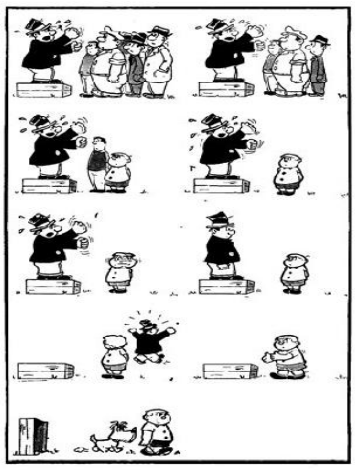
Para um melhor aproveitamento, sugere-se que essa aula seja participativa. Dessa forma, o educador pode perguntar aos alunos se sabem do que se trata (gênero textual), se já viram e onde viram (onde são veiculadas).

O educador deverá explicar que, segundo Brito (2013), a tirinha é um gênero textual surgido nos Estados Unidos devido à falta de espaço nos jornais impressos para a publicação de passatempos. Seu formato lembra um recorte de jornal, daí o nome “tirinha de jornal”. No Brasil, um dos pioneiros na criação e publicação de tiras foi Maurício de Sousa, que começou publicando a tira do cãozinho Bidu, no fim da década de 1950, no jornal Folha de São Paulo. Posteriormente, ele criou tirinhas com outros personagens que vieram a ser muito famosos e ganharam suas próprias histórias em quadrinhos (Mônica, o Cascão, o Cebolinha, dentre outros).

Trata-se de textos em quadrinhos, com uma sequência de desenhos que descrevem situações e trazem diálogos em balões, podendo trazer uma linguagem verbal ou não verbal. As histórias são curtas e, geralmente, possuem uma temática humorística. Porém, é comum encontrar-se tirinhas com um teor satírico de cunho social ou político. São veiculadas em jornais, revistas, livros didáticos e em *sites* e blogs na internet. (BRITO, 2013)

Apresentar os seguintes exemplos (projeção no quadro branco ou cópias impressas):

Figura 1: Tirinha Franjinha e Bidu



Fonte: Deangelisark, 2015

Primeira tirinha brasileira publicada em Julho de 1959. Franjinha e Bidu, de Maurício de Souza.

Figura 2: Cascão e Cebolinha

Fonte: Deangelisark, 2015

Outra de Maurício de Souza, publicada em 1961. Cascão e Cebolinha.

Caso haja tempo disponível, mostrar outros exemplos online (projetar no quadro branco) ou levar outros exemplos impressos.

3.1.7.2 Aula 2 - Características

Nesta aula o educador deve explorar as características estruturais e linguísticas:

- Estrutura: desenhos sequenciais, geralmente dispostos na horizontal, porém não é difícil encontrar tirinhas verticais. Geralmente possuem um número pequeno de quadrinhos (3 ou 4), mas pode-se encontrar tirinhas maiores. Possuem um personagem central que geralmente protagoniza cenas engraçadas ou trazem reflexões acerca de assuntos cotidianos;
- Locais de publicação: inicialmente publicadas em jornais impressos (tirinhas de jornal), porém, nos tempos atuais, vê-se as tirinhas em meios digitais também.
- Linguagem verbal e não verbal: as tirinhas podem trazer textos em balões (conforme exemplo da figura 2) ou apenas imagens sequenciais que carregam alguma mensagem implícita (exemplo da figura 1).

- Conteúdos mais comuns: humor, sátira e crítica. Mostrar os exemplos abaixo (projeção ou impressão) e convidar a turma a trazer sua interpretação das tiras apresentadas, aproveitando o conteúdo para fazer discussões sobre as lições de

vida trazidas nas tirinhas a seguir (importância de amar uns aos outros, diferentes pontos de vistas acerca de um mesmo problema e mendicância como problema social em nosso país).

Se houver tempo disponível, o educador pode mostrar outros exemplos que será serem projetados ou levá-los impressos.

Figura 3: Tirinha Armandinho

Fonte: Hipermídia, 2018

Figura 4: Tira Armandinho

Fonte: Tiras Armandinho, 2017

Figura 5:Tirinha engraçada

Fonte: Adoração sem limite, 2008

3.1.7.2 Aula 3

Apresentação da ferramenta *Toondoo* para criação de quadrinhos, disponível em www.toondoo.com. Essa aula deve ser realizada na sala de informática. Projetar no quadro branco o *site* e mostrar as ferramentas disponíveis. Explicar a atividade avaliativa que deverá ser realizada em dupla e consiste em criar uma tirinha humorística, satírica ou irônica no aplicativo. O educador deverá acompanhar a execução do trabalho de cada tirinha, auxiliando quando necessário e tirar as dúvidas. Caso a escola não disponha de computadores, essa atividade poderá ser realizada em papel A3 ou cartolina (para facilitar a apresentação posterior). Nesse caso, a atividade poderá, a critério do educador, ser individual.

Após a elaboração da tirinha, os alunos devem, em folha a parte, responder as seguintes questões:

1- Qual a mensagem principal da sua tirinha?

2- Qual elemento/frase determina o humor, sátira ou ironia?

3- Porque você escolheu essa história ou assunto?

4- Existe alguma crítica em sua tirinha?

5- Você utilizou a linguagem verbal ou não verbal? Explique um pouco sobre sua escolha.

6- Você sabe quando, onde e porque as tirinhas surgiram?

Essa folha deverá conter uma cópia da tirinha elaborada no *Toondoo* para facilitar a correção. No caso do trabalho ter sido realizado em papel, este poderá ser entregue em anexo.

3.1.7.2 Aula 4

Breve apresentação das tirinhas elaboradas. Cada dupla ou aluno deverá falar brevemente sobre a mensagem da tira elaborada. Elas podem ser projetadas pelo datashow ou exibidas no papel A3 ou cartolina. Nesta aula deverá ser entregue a atividade escrita proposta na aula anterior.

3.1.8 Avaliação

A avaliação ocorrerá durante todo o processo, observando-se a participação e envolvimento nas atividades. A mensuração do alcance dos objetivos da presente sequência será feita por meio da correção das atividades propostas.

- Para avaliar o alcance do objetivo *"Conseguir executar uma apreciação das tirinhas, por meio de uma visualização que identifique as ferramentas linguísticas utilizadas",* o educador deverá avaliar a presença das características linguísticas estudadas (linguagem verbal e não verbal, ironia, humor e sátira) na tirinha elaborada pelos alunos no *Toondoo.*
- O alcance do objetivo *"Identificar as características linguísticas das tirinhas (linguagem verbal e não verbal, humor, ironia e/ou sátira), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes*" será avaliado por meio da correção do trabalho escrito:

    - Qual a mensagem principal da sua tirinha?
    - Qual elemento/frase determina o humor, sátira ou ironia?
    - Porque você escolheu essa história ou assunto?
    - Existe alguma crítica em sua tirinha?
    - Você utilizou a linguagem verbal ou não verbal? Explique um pouco sobre sua escolha.
    - Você sabe quando, onde e porque as tirinhas surgiram?

3.2 Nutrição saudável

3.2.1 Contexto de utilização

Conforme Dering *et al* (2018), a alimentação é um assunto cotidiano e nos dias atuais há um forte apelo comercial quanto às opções de produtos que podem fazer parte da dieta de adultos, adolescentes e crianças. Porém, o que se tem percebido é que os produtos sugeridos muitas vezes não são os ideais para uma saúde equilibrada e o bom funcionamento de todo o organismo. Nesse sentindo, há uma necessidade de se discutir sobre a nutrição humana, apresentando os nutrientes, suas funções e principais fontes, para instrumentalizar a escolha de uma dieta equilibrada, que proporcione uma boa saúde.

Segundo os autores, a adolescência é a fase mais suscetível às pressões e aos modismos, principalmente quanto aos padrões ideais do corpo físico, o que por vezes pode acarretar em problemas e distúrbios alimentares como obesidade, bulimia e anorexia. Dessa forma, a adolescência é a fase ideal para aprender sobre a nutrição humana saudável, para possibilitar a construção e/ou correção de hábitos de alimentação para a vida adulta que irão, inclusive, influenciar outras crianças.

Diante do exposto, a proposta da presente sequência didática é trabalhar a nutrição humana com alunos do 9º ano do Ensino Fundamental, proporcionando um conhecimento sobre o tema, estimulando a reflexão e os hábitos de alimentação saudável.

Durante as aulas, os alunos terão a oportunidade de conhecer os principais nutrientes e suas funções no organismo humano, bem como saber em quais alimentos eles podem ser encontrados. Além disso, terão acesso à pirâmide alimentar, em sua versão mais recente, adaptada à população brasileira, que possibilita explorar como deve ser uma dieta saudável e rica em nutrientes, conhecendo os alimentos que devem ser minimamente consumidos como os industrializados, por exemplo, que em excesso são causadores de doenças.

Os adolescentes terão contato com um objeto de aprendizagem sobre o tema e terão oportunidade de repensar seus hábitos alimentares, elaborando os próprios cardápios mais saudáveis.

3.2.2 Objetivos

Após a realização da sequência didática, tem-se a expectativa de que os alunos sejam capazes de:

- Identificar os principais nutrientes, suas funções e em quais alimentos eles podem ser encontrados, por meio de uma análise dos alimentos que fazem parte da própria alimentação com base nas tabelas de nutrientes;
- Compreender a importância de uma alimentação saudável e equilibrada, por meio do reconhecimento dos perigos que os alimentos não saudáveis trazem à saúde;
- Aplicar a pirâmide alimentar em seus hábitos de alimentação diária, por meio da montagem de um cardápio semanal saudável.

3.2.3 Conteúdo

Dentro da disciplina Ciências, faz-se necessário incentivar hábitos alimentares saudáveis. Dessa forma o estudo da nutrição do organismo humano proposto na presente sequência didática terá como conteúdo:

- Os nutrientes (vitaminas, gorduras, fibras, proteínas, hidratos de carbono e sais minerais): suas funções no organismo e principais fontes;
- As principais vitaminas (A, B, C, D, E e K), suas funções no organismo e principais fontes;
- Pirâmide Alimentar (essa pirâmide tem como base a prática de exercícios físicos e o hábito de hidratar-se);
- Perigos de uma alimentação inadequada (doenças cardiovasculares, sobrepeso, diabetes e hipertensão).

3.2.4 Ano

Esta sequência está estruturada para ser trabalhada no 9º ano do Ensino Fundamental, por se tratar de adolescentes que são alvo das pressões quanto ao padrão ideal de corpo físico e aos apelos da mídia quanto ao consumo de alimentos industrializados.

3.2.5 Tempo estimado

Estima-se que serão necessárias 4 aulas de 50 minutos cada.

3.2.6 Previsão de materiais e recursos

Os materiais e recursos necessários para realização da sequência didática são:

- ✓ Sala de aula com quadro e datashow.
- ✓ Sala de informática com computadores conectados à internet.
- ✓ Impressões ou cópias reprográficas e cartolinas, caso a escola não disponha de computadores e datashow.

3.2.7 Desenvolvimento

3.2.7.1 Aula 1 - Os nutrientes

Antes de iniciar a exposição, pedir que cada aluno responda em uma folha do caderno a seguinte pergunta: “Você se alimenta bem? Explique.” Pedir que escrevam o nome, destaquem a folha do caderno e entregue a folha inteira. Recolher e guardar. Dar 5 minutos para essa resposta.

Nesta aula deve-se trabalhar a classificação dos nutrientes, suas funções no organismo e suas principais fontes. As tabelas podem ser projetadas ou entregues em papel impresso (uma cópia para cada aluno). Fazer uma aula expositiva para explicar da importância de cada nutriente, embora seja interessante manter espaço para sanar as dúvidas. Segue o conteúdo previsto para a aula 1:

As vitaminas, sais minerais, gorduras, fibras e proteínas são nutrientes necessários para o bom funcionamento do organismo. Encontrados nos mais diversos alimentos naturais, esses nutrientes precisam ser consumidos de maneira equilibrada para manutenção da boa saúde física e mental, pois cada um deles tem uma importante função no corpo humano. O quadro abaixo mostra a classificação desses nutrientes, sua função e principais fontes:

Figura 1 – Tabela de nutrientes

Nutrientes	Função	Exemplos de Alimentos
Proteínas	Contribuem para o **crescimento**. Ajudam a combater infecções.	carnes, peixe, ovos, leite e derivados, feijão seco, grão, ervilhas e soja
Gorduras	Boas fontes de **energia**.	azeite, óleo, carnes, leite e manteiga
Hidratos de Carbono	Fornecem **calorias** e **energia**.	pão, arroz, batatas, massas, cereais, bolachas, feijões secos, compotas, bolos, açúcar
Fibras	Ajudam a prevenir problemas no **sistema digestivo**.	legumes e hortaliças, feijão, ervilhas, saladas verdes e frutos
Vitaminas	Essenciais para manter o **equilíbrio do organismo**.	carnes, peixe fruta, legumes e hortaliças
Sais Minerais	Assumem uma função **reguladora do organismo**.	carnes, peixe, lacticínios, legumes, frutas e cereais

Fonte: O que devo comer, sem data

A seguir, uma síntese das principais vitaminas.

Figura 2 – Tabela de vitaminas

VITAMINA	FUNÇÃO	FONTES
Vitaminas do complexo B	Atuam como coenzimas, são ativadoras do aproveitamento dos nutrientes, são protetoras do sistema nervoso e formadoras do tecido sangüíneo.	Cereais integrais, vegetais folhosos, frutas, ovos, laticínios, feijões.
C	Antioxidante celular, renovadora celular, participa do processo de cicatrização dos tecidos.	Frutas e verduras cruas. Exemplo: pimentão, tomate acerola, laranja, goiaba.
A	Protetora dos tecidos, protetora do aparelho respiratório, protetora dos vasos sangüíneos	Fígado, cenoura, folhosos verde-escuros, abóbora, laticínios.
D	Fixa o cálcio nos ossos	Laticínios, cereais, peixes, fígado, ovos, oléo de fígado de bacalhau.
E	Antioxidante celular, protetora de glóbulos vermelhos	Óleos vegetais, ovos, peixes, folhosos verdes, feijões, cereais integrais.
K	Participa do mecanismo de coagulação sangüínea	Folhas verdes, couve-flor, cereais.

Fonte: Energia e vida, 2011

3.2.7.2 Aula 2 - A pirâmide alimentar e os perigos da alimentação inadequada.

Nesta aula, deve-se analisar a pirâmide alimentar brasileira, revendo as funções dos nutrientes conforme estudos da aula anterior e expor alguns dos perigos da alimentação desequilibrada. Novamente pode-se projetar a imagem, ou levá-la impressa.

Em a Nova Pirâmide Alimentar (2018) observa-se que na pirâmide alimentar adaptada à população brasileira foi publicada em 1999, atualizada em 2005 e novamente em 2013, estando essa versão mais adequada aos hábitos e alimentação saudáveis.

Mostrar essa versão atualizada e expor cada categoria. Para um maior proveito, essa aula deve ser participativa.

Figura 3 – Pirâmide alimentar

Fonte: A nova pirâmide alimentar, 2018.

Importante observar que na base dessa pirâmide está a água, bem como os exercícios físicos que aliados à boa alimentação são essenciais à saúde.

Uma alimentação inadequada é prejudicial ao funcionamento do organismo, causando doenças que podem ser fatais. O excesso de lipídios, por exemplo, pode causar sobrepeso, hipertensão, diabetes e doenças cardiovasculares. Os carboidratos (pães, bolos, biscoitos, massas, doces) consumidos em excesso também podem causar essas doenças, pois são metabolizados no corpo e seu excesso transformado em lipídios, além de causar o pico glicêmico. Até mesmo as vitaminas e sais minerais precisam ser consumidos com equilíbrio, pois em excesso também podem causar doenças. Mas o excesso de vitaminas geralmente se dá pela ingestão indiscriminada de vitaminas sintéticas.

Alimentos industrializados são perigosos para a saúde, pois são ricos em açúcar, conservantes, aromatizantes e corantes artificiais, sódio, gorduras trans, dentre outros. Essas substâncias podem causar doenças como câncer, problemas digestivos e renais, hipertensão, diabetes, dentre outras.

Propor como atividade para ser entregue na aula 4 (individual, em dupla ou em grupo) a elaboração de um cardápio semanal saudável. Os cardápios deverão ser apresentados pelo aluno/dupla/grupo que deverá falar um pouco dos nutrientes presentes na sua proposta de cardápio. Cada cardápio deverá trazer pelo menos uma receita à base de alimentos naturais, colocando quais nutrientes essa receita fornece para o corpo humano.

3.2.7.3 Aula 3 - Objeto de Aprendizagem Teias da Vida Saúde – Nutrição

Reservar os 5 minutos finais da aula para que os alunos possam responder novamente a mesma pergunta da aula 1.

Propõem-se utilizar o Objeto de Aprendizagem Teias da Vida Saúde – Nutrição disponível no *link* http://webeduc.mec.gov.br/portaldoprofessor/biologia/teiadavida/conteudo/index.html como forma de fechamento das aulas, tendo em vista que ele traz o conteúdo que foi trabalhado nas aulas anteriores, com algumas outras informações.

Deve-se estimular a visitação dos *links*: Cidade Leste (os nutrientes), Cidade Oeste (Revista Bio), Entorno Leste (Comendo em excesso e Teste seu conhecimento). No *link* Cidade Oeste – revista Bio, possui informações sobre os valores nutricionais presentes nos rótulos, sobre a dentição dos mamíferos e o perigo dos regimes. Já o *link* Campo Oeste trata das estratégias alimentares dos animais. Tais assuntos podem ser explorados caso seja de interesse do educador e haja tempo disponível, como forma de enriquecer o aprendizado.

O ideal para essa aula é que a turma esteja em uma sala de informática e acessem o conteúdo diretamente pelo computador, individualmente ou em duplas. Na ausência de uma sala de informática, e tendo disponibilidade de um projetor e um computador, pode-se projetar o Objeto de Aprendizagem no quadro branco ou na parede. Nesse caso o educador irá intermediar toda a leitura do conteúdo. Não tendo nenhum dos recursos acima, o educador poderá propor que o conteúdo seja acessado individualmente em ambiente externo (casa/*lan-house*).

Devolver as folhas utilizadas na aula 1 e pedir que respondam novamente a mesma pergunta, sem apagar a primeira resposta. O objetivo é mensurar o nível de reflexão proporcionado pelas aulas. Recolher para avaliação posterior.

3.2.7.4 Aula 4 - Apresentação dos trabalhos

Os trabalhos poderão ser projetados em imagens pelo datashow ou expostos em cartazes, de acordo com a materialidade disponível na escola. Os alunos deverão apresentar seus cardápios para a turma explicitando os nutrientes ali presentes. A proposta de receita saudável deverá ser entregue uma cópia a cada aluno, em pedaços pequenos de papel, de forma que cada estudante terá várias receitas saudáveis para aplicar no seu dia a dia.

3.2.8 Avaliação

A avaliação ocorrerá durante todo o processo, observando-se a participação e envolvimento nas atividades. A mensuração dos objetivos da presente sequência será feita por meio da leitura/correção da resposta à questão proposta nas aulas 1 e 3, bem como na análise da apresentação (oral e escrita) dos cardápios, observando se foram utilizados os conteúdos aprendidos nas aulas anteriores.

Para verificar se o objetivo *"Identificar os principais nutrientes, suas funções e em quais alimentos eles podem ser encontrados, por meio de uma análise dos alimentos que fazem parte da própria alimentação com base nas tabelas de nutrientes"* foi alcançado, o educador deverá verificar nos cardápios elaborados pelos alunos a presença de alimentos fontes dos nutrientes (vitaminas, gorduras, fibras, proteínas, hidratos de carbono e sais minerais).

O alcance do objetivo *"Compreender a importância de uma alimentação saudável e equilibrada, por meio do reconhecimento dos perigos que os alimentos não saudáveis trazem à saúde"* será avaliado por meio dos trabalhos realizados, bem como as discussões em sala, verificando se os alunos reconhecem as doenças que podem resultar dos maus hábitos alimentares (cardiopatias, hipertensão, diabetes e obesidade).

Para avaliar o objetivo *"Aplicar a pirâmide alimentar em seus hábitos de alimentação diária, por meio da montagem de um cardápio semanal saudável",* o

educador deverá verificar se o aluno conseguiu distribuir bem os alimentos no cardápio elaborado.

3.3 *Fake News*

3.3.1 Contexto de utilização

Conforme Andrion (2019), um estudo da agência *Hello* de pesquisa de mercado e inteligência, realizado em maio de 2018, mostrou que sete a cada dez brasileiros se informam pelas redes sociais. Para 77% do público jovem (16 a 24 anos), as redes sociais são a principal fonte de informação. O *feed* de notícias de redes como *Facebook*, bem como as mensagens via *WhattsApp* alcançam um impressionante número de usuários a uma velocidade incrível, fazendo uma rápida disseminação de notícias. E já que são os preferidos dos brasileiros, tornaram-se também os preferidos para a propagação de notícias falsas, mais conhecidas como *Fake News.*

Para o *site* Sae Digital (2020), é importante trabalhar esse assunto em sala de aula tendo em vista que os jovens atuam como protagonistas nessa era da cultura digital. Pensando nisso, conforme informações do texto, a partir de 2020 o tema *“Fake News”* passa a fazer parte das diretrizes curriculares implementadas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC) que prevê o estudo deste tema na disciplina Língua Portuguesa nos anos finais do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), o que torna a aplicação da presente sequência didática bastante relevante.

Diante do exposto, a proposta desta sequência didática é trabalhar as *fake news* com alunos do 9º ano do Ensino Fundamental, proporcionando um conhecimento acerca do tema, estimulando a reflexão e uma leitura crítica das notícias veiculadas, principalmente, nas redes sociais.

Durante as aulas, os alunos terão a oportunidade de conhecer algumas características dessa modalidade textual (notícia falsa), bem como entender o significado desse termo da língua inglesa, tão utilizado atualmente. Além disso, terão acesso a exemplos que demonstram o potencial nocivo que essas notícias carregam. Os adolescentes terão contato com algumas notícias e receberão dicas de como avaliá-las, exercitando essa leitura crítica durante as atividades propostas.

Para tornar a aula mais atrativa, será utilizado um vídeo disponibilizado pela BBC News Brasil (British Broadcasting Corporation – traduzido para o português como Corporação Britânica de Radiofusão), tendo em vista tratar-se de uma instituição especializada em jornalismo, cuja experiência consolidada corrobora para o caráter fidedigno das informações. Esse vídeo está na parte 2 do *Workshop* Iniciativa Leitura Crítica de Notícias BBC *News* Brasil, que disponibiliza material para educadores trabalharem o tema em sala de aula.

Esta sequência didática propõe iniciar a primeira aula com um *storytelling,* cujo conteúdo remeta ao tema principal desse bloco de aulas, com o intuito de promover uma sensibilização da turma para a seriedade do assunto. Trata-se de uma narrativa, que nesse caso será de uma história verdadeira, contada pelo educador, que se colocará como narrador e, com sua voz, postura e gestos dará o tom emocional a essa história, pois como afirma Bispo (2012, p.2) “só consegue a atenção do outro quem tiver a melhor história para contar. O educador, em sala de aula, está disputando a atenção do aluno, principalmente com eventos da mídia que hoje programa a vida diária de todos”.

3.3.2 Objetivos

Após a realização da sequência didática, tem-se a expectativa de que os alunos sejam capazes de:

- Conseguir executar uma análise crítica das notícias que chegam até eles, principalmente pelas redes sociais, por meio de uma leitura que questione: quem, quando, onde e por quê;
- Identificar as características das notícias que as apontam como falsas (tom alarmista, pedido de compartilhamento, exagero e/ou falta de sentido, erros ortográficos, dentre outros) por meio de uma leitura crítica;
- Reconhecer uma notícia falsa por meio de uma leitura aberta a, inclusive, uma pesquisa na internet para verificação das fontes (confiabilidade do site, propriedade do autor para falar do assunto e veracidade de fatos e de imagens).

3.3.3 Conteúdo

O presente tema, da forma como estudado por esta sequência, é adequado para ser trabalhado em Língua Portuguesa por envolver especificidades próprias da disciplina (interpretação de texto e análise ortográfica) para embasar a leitura crítica proposta. Além disso, as diretrizes curriculares da BNCC recomendam o estudo das *fake news* na disciplina Língua Portuguesa. Dessa forma, serão executados:

- Estudo do termo *fake news*: tradução (notícias falsas), contexto de uso (usado desde o século XIX, tornando mais conhecido a partir de 2016), conceito (informações falsas veiculadas intencionalmente, principalmente nas redes sociais), objetivo (geralmente políticos e/ou comerciais);
- Discussão e explicitação do potencial nocivo dessas informações falsas, tendo em vista que mexem com emocional humano.

3.3.4 Ano

A presente sequência didática foi elaborada para ser utilizada no 9º ano do Ensino Fundamental, por se tratar de adolescentes em constante contato com a cultura digital e que necessitam consolidar conhecimentos capazes de embasar uma leitura crítica das notícias veiculadas nas redes sociais.

3.3.5 Tempo estimado

Estima-se que serão necessárias 3 aulas de 50 minutos cada. Por tratar-se de um tema tão atual, essas aulas podem culminar em reflexões mais extensas. Dessa forma, o educador pode e deve flexibilizar o planejamento das aulas, tendo em vista que essas reflexões tendem a potencializar o alcance dos objetivos aqui traçados.

3.3.6 Previsão de materiais e recursos

Os materiais e recursos necessários para realização da sequência didática são:

- ✓ Sala de aula com quadro branco e datashow.
- ✓ Impressões ou cópias reprográficas.

3.3.7 Desenvolvimento

3.3.7.1 Aula 1 - Introdução ao tema *Fake News* utilizando-se o *storytelling*

Como forma de iniciar as discussões sobre o tema *fake news* propõem-se utilizar um *storytelling* (arte de contar histórias), para despertar a emotividade dos alunos, trazendo a atenção para esse tema tão relevante.

A sala deve ser colocada em círculo, de forma que os estudantes possam observar uns aos outros. O educador deve se colocar no meio do círculo para possibilitar uma melhor movimentação e utilização das técnicas do *storytelling* (contato visual, gestos, postura corporal e encenação).

A narrativa a seguir é apenas uma sugestão, podendo ser substituída por uma história verídica de vivência do próprio educador, desde que consiga, com ela, introduzir bem o tema. Trata-se de uma história verídica, que envolve uma notícia parcialmente falsa. Pode também passar por adaptações que facilitem uma narrativa mais espontânea. Para potencializar o alcance dos objetivos do *storytelling*, a história foi colocada em um vídeo divertido, criado no site *Powtoon* e publicado no *site Vimeo* no *link https*://vimeo.com/463419017.

Ana estudava em uma escola de Ensino Médio do seu bairro e caminhava todos os dias aproximadamente 3 Km debaixo de sol ou de chuva, em um esforço contínuo de se formar, prestar o vestibular e alcançar aquela carreira profissional de sucesso. Nesse trajeto, ela carregava uma mochila pesada todos os dias subindo e descendo as ladeiras entre a casa e a escola. No fatídico dia, o sol estava escaldante, um calor de mais ou menos 30 graus e lá vinha a Ana voltando da escola e subindo a ladeira de sua casa, quando veio correndo ao seu encontro a vizinha Dona Maria. Ela corria e gritava:

- Corre Ana, o seu pai sofreu um acidente de carro lá na esquina da Avenida.
- Meu Deus! Dona Maria quem te disse isso?
- Eu vi quando passei lá, o carro tá todo amassado. Corre lá Ana!

A essa altura o coração de Ana já estava disparado. O medo tomou conta de sua mente e de seu coração. Ela saiu correndo deixando a mochila com aquela senhora. No caminho ela já imaginava seu pai acidentado, machucado, sujo de sangue... imaginava a ambulância do corpo de bombeiros... Ela correu durante uns 10 minutos. Já não aguentava mais! Seu coração parecia querer saltar pela boca. Ao chegar ao local, ela avistou seu pai, o Sr. Carlos, conversando com alguns policiais e estava bem, muito bem por sinal. O carro amassado apenas no paralama esquerdo. Ana sentou no passeio e chorou! Chorou pelo susto, chorou pelo alívio. Eles ainda voltaram para casa juntos no carro, que segundo a Dona Maria estava todo amassado.

Após a narrativa, o educador deve convidar os alunos para uma discussão reflexiva acerca do tema dessa história. Para direcionar as discussões, o educador pode perguntar:

- Do que essa história trata? *Notícias falsas, fofoca, exagero nas notícias, notícias incompletas...*
- O que essa história tem a nos ensinar? *Devemos analisar criticamente as notícias que chegam até nós.*

Após essa breve discussão, o educador deve esclarecer que essa história contada por ele é verídica e que ela foi contada para introduzir o assunto desse bloco de aulas*: fake news* (notícias falsas). Nessa história, a notícia chegou até Ana oralmente, mas vamos estudar predominantemente as notícias que nos chegam pelas redes sociais, celeiro das notícias *fake*.

Nesse ponto, é importante trabalhar um pouco esse termo. Dessa forma, o educador deverá explicitar que, conforme informações do *site* Mundo Educação, o termo inglês *fake news* (traduzido como notícia falsa) é utilizado em diversas partes do mundo e, apesar de parecer recente, é usado desde final do século XIX. Tornou-se mais conhecido a partir de 2016 por ocasião das eleições presidenciais americanas, quando várias notícias falsas foram espalhadas.

Para Iodeta (2019), as *fakes news* são informações falsas disseminadas com alguma intenção, podendo envolver interesses políticos ou comerciais. Mas com qual objetivo cria-se uma notícia falsa? Segundo Batista (sem data), do *site* Mundo Educação, os motivos são diversos: prejudicar alguém (políticos, celebridades etc), vender algum produto, atrair acesso a sites da internet, espalhar pânico, dentre outros. Hoje em dia existem grupos e até mesmo empresas especializadas em disseminar as *fake news* e usam a internet de uma forma que dificulta a identificação destes *hackers.*

Caso haja tempo disponível, pode-se abrir espaço para reflexões.

3.3.7.2 Aula 2 - Potencial nocivo das notícias falsas

As atividades dessa aula objetivam despertar a consciência dos alunos para consequências de uma notícia falsa. Para tanto, propõem-se iniciar a aula com uma breve introdução que abrirá espaço para o vídeo que será trabalhado, também

produzido pela BBC *News* Brasil (https://www.youtube.com/watch?v=ZvGLQuw4GM0&t=5s).

Introduzir dizendo aos estudantes que as notícias falsas são espalhadas há muito tempo na história. Porém, com o advento das redes sociais, elas são disseminadas com mais facilidade e velocidade. Elas podem despertar as mais diversas emoções em seus leitores e por isso, possuem um potencial nocivo. No vídeo a seguir, veremos exemplos de como uma notícia falsa pode causar consequências desagradáveis (e até mesmo trágicas), além de aprendermos sobre a diferença entre fato e opinião. Para enriquecer a aula, veremos agora um vídeo explicativo e executaremos as atividades propostas, sendo uma delas realizada com o vídeo pausado em 5:35 e a outra ao término do vídeo.

Figura 1 – Vídeo O que é uma notícia falsa

Fonte: BBC News Brasil, 2019

O vídeo deverá ser pausado aos 5:35 para executar a atividade proposta. A BBC sugere dividir a turma em duplas ou em trios. Deve-se entregar as folhas e dar aproximadamente 10 minutos para que as respostas sejam compiladas. Ao término do tempo, explicar que esta atividade é mais para reflexão, não sendo, portanto, avaliada, e que o objetivo é apenas mostrar que as notícias verdadeiras trazem dados verificáveis (quem, como, quando, onde e porquê), o que lhe conferem confiabilidade.

Atividade 1

Para cada notícia vocês deverão identificar os seguintes itens: quem, o quê, quando, como e porquê. Vamos lá?

Notícia 1: https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/01/27/neymar-esta-fora-de-jogo-contra-o-united-na-liga-dos-campeoes-diz-tuchel.htm

Do UOL, em São Paulo 27/01/2019 21h01

O atacante Neymar está fora do primeiro jogo contra o Manchester United, pelas oitavas de final da Liga dos Campeões.

Após a vitória por 4 a 1 diante do Rennes neste domingo (27), o técnico do Paris Saint-Germain, Thomas Tuchel, confirmou que o brasileiro não estará à disposição para a partida contra os ingleses no dia 12 de fevereiro. "Neymar está fora (contra Manchester). É duro, claro. Mas como disse ontem é muito cedo para avaliar gravidade. Essa semana será importante e enquanto isso temos que buscar nossas soluções", disse o treinador ao Canal Plus. Neymar está afastado dos gramados por conta de dores no pé direito. O atacante sentiu o problema no dia 23 de janeiro, durante vitória sobre o Strasbourg, e ainda não tem prazo para retornar às atividades. O jogador será avaliado pelo médico da seleção brasileira, Rodrigo Lasmar, nesta segunda-feira. A situação de Neymar preocupa justamente pela possibilidade de ser uma lesão recorrente. No ano passado, o craque já havia sofrido uma lesão no quinto metatarso do pé direito e só retornou aos gramados às vésperas da Copa do Mundo. Na última semana, o técnico Tite admitiu estar em alerta com a situação do jogador, mas afirmou que anda não tinha informações sobre a gravidade. Neste domingo, ele visitou o atacante antes de assistir à vitória do Paris Saint-Germain no Parque dos Príncipes. PSG e Manchester United fazem no dia 12 de fevereiro o jogo de ida das oitavas de final da Liga dos Campeões. O confronto de volta está previsto para o dia 6 de março

Quem? _____O quê?_____

Quando?_____Como?_____

__

Porquê?_____

Notícia 2: https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/02/19/casos-de-dengue-na-cidade-de-sao-paulo-aumentam-em-2019.ghtml

Casos de dengue na cidade de São Paulo aumentam em 2019

Foram registrados 563 casos na capital ao longo de 2018, enquanto em janeiro e fevereiro deste ano foram 201 casos.

Por Marcelo Poli, Bom Dia SP

19/02/2019 06h21 Atualizado há um ano

Aumentou o número de registros de caso de dengue na cidade de São Paulo em 2019, conforme mostrou o Bom Dia São Paulo nesta terça-feira (19). Segundo dados da Secretaria Municipal de Saúde, foram 563 casos ao longo de todo o ano de 2018, enquanto neste ano, somente nos meses de janeiro e fevereiro foram 201 casos. O levantamento da pasta da Prefeitura aponta que, em janeiro do ano passado, foram 96 casos da doença. No mesmo mês deste ano, foram 181 casos. A primeira metade do ano costuma ser o período de maior incidência da dengue, devido à temporada de chuva dos primeiros meses.

Quem? _____O quê?_____

Quando?_____Como?_____

__

Porquê?_____

Gabarito para o educador:

Notícia 1	
Quem: *Neymar*	O quê: *fica fora de partida importante*
Como: *decisão médica*	Quando: *12 de fevereiro*
Onde: *campeonato europeu*	Por quê: *por dores no pé direito*
Notícia 2	
Quem: *dengue*	O quê: *ocorrências*
Como: *transmissão*	Onde: *São Paulo*
Quando: *2019*	
Por quê: *reportagem dá poucos detalhes. Mas indica que trata-se de um período de mais ocorrências da dengue*	

Dar continuidade ao vídeo e abrir espaço para discussão de itens que chamaram a atenção da turma.

A atividade “Jogo dos 4 erros” sugerida ao final do vídeo será proposta na próxima aula.

3.3.7.3 Aula 3 - Como “julgar” as notícias que lemos nas redes sociais.

Para iniciar esta aula, retomar com os estudantes o que foi discutido na aula anterior: relembrar que as notícias falsas são perigosas e podem gerar consequências desagradáveis. Além disso, com perguntas simples (quem, quando, onde, como e por quê) pode-se fazer uma análise da veracidade das notícias. Reforçar que as notícias verdadeiras (reportagens jornalísticas) possuem itens importantes que corroboram para sua autenticidade (data, local, autor, dentre outros. Para além disso, é possível fazer uma análise crítica do que se está lendo/vendo, identificando possíveis armadilhas. Para tanto, será executado, nessa aula, o exercício proposto no final do vídeo assistido na aula anterior.

O “Jogo dos 4 erros” consiste na verdade em trabalhar algumas dicas de como detectar as armadilhas mais comuns nas redes sociais. As imagens das notícias analisadas pela BBC *News* Brasil nesse exercício, devem ser projetadas no quadro para proporcionar uma melhor visualização coletiva e embasar as discussões nesse momento. Na ausência do projetor, sugere-se que as imagens sejam impressas e distribuídas aos alunos (individualmente ou em dupla).

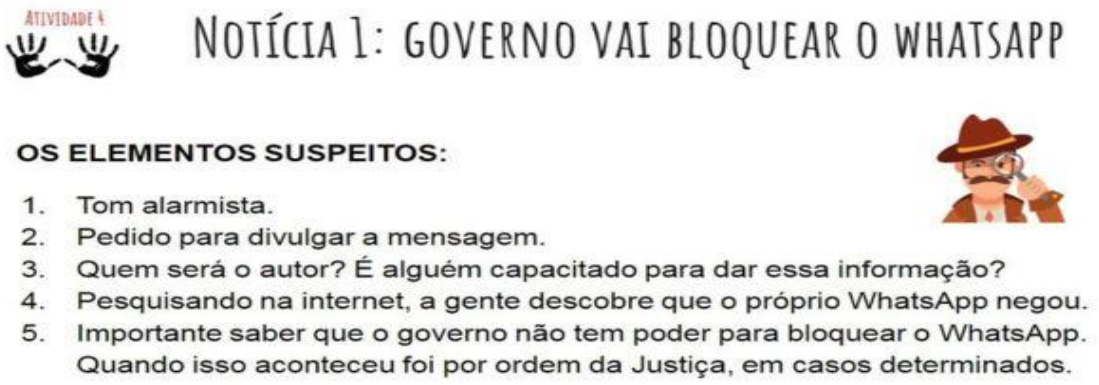
Notícia 1 – Ler a notícia (figura 2) e pedir que digam algum ponto que indique tratar-se de uma notícia falsa. Há alguma armadilha nessa notícia? Após a fala de um ou dois alunos, prosseguir para a figura 3.

Figura 2 – Notícia 1

Fonte: IDOETA, 2019

Na figura 3, ler os elementos suspeitos apontados retomando as frases que os apontam na figura anterior. Abrir para pontuações dos alunos. Prosseguir para a figura 4.

Figura 3 – Elementos suspeitos notícia 1



Fonte: IDOETA, 2019

Na figura 4, explicar como uma breve pesquisa na internet pode mostrar o caráter falso de determinada notícia como essa que está sendo analisada. Mostrar na figura os resultados dessa busca.

Figura 4 – Verificação da notícia

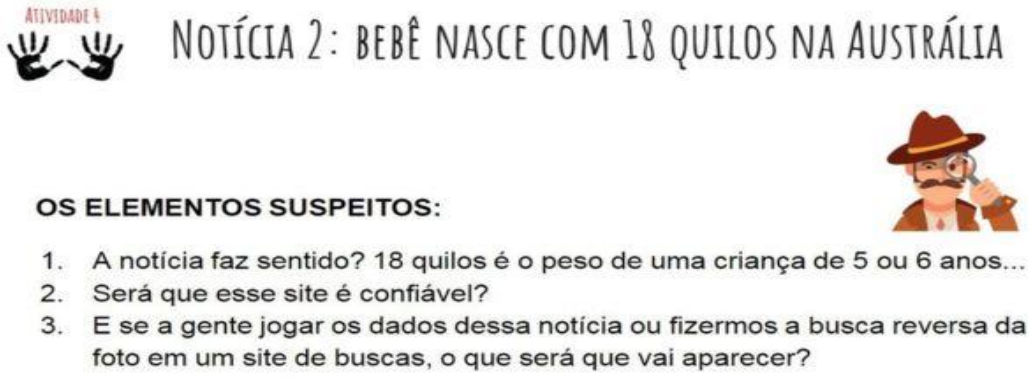
Fonte: IDOETA, 2019

Notícia 2 – Fazer a leitura da notícia da figura 5, discutir os elementos suspeitos elencados na figura 6 e mostrar o resultado de uma breve pesquisa na internet acerca dessa notícia (figura 7).

Figura 5 – Notícia

Fonte: IDOETA, 2019

Figura 6 – Elementos suspeitos notícia 2



Fonte: IDOETA, 2019

Figura 7 – Análise da notícia 2

Fonte: IDOETA, 2019

Ao final dessa aula deverá ser proposta a seguinte atividade individual e avaliativa, a ser entregue em data posterior (agendar com os alunos), como culminância desse bloco de aulas.

Você deverá fazer uma leitura crítica de pelo menos 2 notícias que você tenha lido/recebido em suas redes sociais. Pode ser um texto (com imagem ou não) ou áudio. No caso do áudio você precisará transcrever o conteúdo no papel. Lembre-se de utilizar as dicas que aprendemos nas aulas e de colocar a fonte, ou seja, de onde veio essa notícia! Em seu trabalho você deverá colocar a notícia e logo abaixo responder as seguintes perguntas:
• Essa notícia é verdadeira ou falsa (*fake news*)? • Como você chegou a essa conclusão? • Quais características as classificam como verdadeira ou como falsa? • Identifique os elementos quem, quando, onde, como e porquê.

3.3.8 Avaliação

A avaliação ocorrerá durante todo o processo, observando-se a participação e envolvimento nas atividades. A mensuração dos objetivos da presente sequência será feita por meio da leitura/correção da atividade proposta como culminância das aulas.

- Para avaliar se o objetivo *"Conseguir executar uma análise crítica das notícias que chegam até eles, principalmente pelas redes sociais, por meio de uma leitura que questione: quem, quando, onde e porquê"* foi alcançado, o educador deverá observar nas atividades propostas se o aluno conseguiu identificar os elementos quem, quando, onde, como, por quê;
- A avaliação do objetivo "*Identificar as características das notícias que as apontam como falsas (tom alarmista, pedido de compartilhamento, exagero e/ou falta de sentido, erros ortográficos, dentre outros) por meio de uma leitura crítica"* será executada observando-se se o aluno foi capaz de identificar as características das notícias que as apontam como falsas (tom alarmista, pedido de compartilhamento, exagero e/ou falta de sentido, erros ortográficos, dentre outros);
- Para avaliar o alcance do objetivo *"Reconhecer uma notícia falsa por meio de uma leitura aberta a, inclusive, uma pesquisa na internet para verificação das fontes (confiabilidade do site, propriedade do autor para falar do assunto e veracidade de fatos e de imagens)"* o educador deverá verificar se o aluno foi capaz de identificar as características das notícias que as apontam como falsas (tom alarmista, pedido de compartilhamento, exagero e/ou falta de

sentido, erros ortográficos, dentre outros), bem como se o aluno pesquisou acerca das fontes da notícia (confiabilidade do site, propriedade do autor para falar do assunto e veracidade de fatos e de imagens).

3.4 Mídias digitais e consumo

3.4.1 Contexto de utilização

Vilhena (2013) traz que a relação dos jovens e adolescentes com o consumismo é preocupante, principalmente pela forma como eles se utilizam de marcas para se auto-afirmarem em seus grupos. A roupa daquela marca famosa, o celular de última geração, os acessórios de marcas importadas ou aquele tênis moderninho que todos estão usando passam a ser o maior desejo de jovens e adolescentes, que por estarem em um período de formação da sua identidade, precisam se sentir parte da turma. Exatamente por estarem nessa fase de transição (infância/vida adulta) tornam-se alvo fácil das influências de consumo presentes nas mídias sociais, sejam elas pelas propagandas publicitárias ou pelos modismos trazidos pelo *digital influencer.*

Para Anselmo (2017), é importante trabalhar esse assunto em sala de aula tendo em vista a necessidade de formar consumidores conscientes, capazes de distinguir aquilo que é uma necessidade daquilo que é apenas um desejo. Para tanto, torna-se necessário compreender a dinâmica das propagandas publicitárias, que têm, hoje, seus efeitos ampliados pela rápida difusão por meio das mídias digitais, que, conforme Abreu (2019), compreendem todos os veículos que trabalham com a tecnologia digital: celulares, computadores, televisão e todo conteúdo disponibilizado pela internet (*e-books*, *blogs*, redes sociais, vídeos, *sites*, etc).

O tema faz parte das diretrizes curriculares implementadas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC) que prevê esse estudo na disciplina Língua Portuguesa nos anos finais do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), o que torna a aplicação da presente sequência didática bastante relevante.

Em seu texto, as diretrizes da BNCC expõem as habilidades de leitura a serem trabalhadas nesse campo, dentre elas:

> (EF69LP04) Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo conscientes (BRASIL, 2017, p. 141)

Diante do exposto, a proposta desta sequência didática é trabalhar as influências de consumo trazidas nas propagandas publicitárias com alunos do 9º ano do Ensino Fundamental, proporcionando um conhecimento acerca do tema, instrumentalizando a reflexão e estimulando uma visão crítica dos anúncios publicitários veiculados, principalmente, nas mídias digitais.

Durante as aulas, os alunos terão a oportunidade de conhecer algumas características linguísticas dessa modalidade textual (anúncio publicitário), bem como entender as técnicas utilizadas na criação dos mesmos. Os adolescentes terão contato com dois anúncios em vídeo que serão avaliados dentro das características estudadas e terão a oportunidade de criação de um anúncio em vídeo. Dessa forma serão instrumentalizados a tomarem uma postura crítica diante de anúncios veiculados com tanta velocidade nas mídias digitais.

Essa sequência didática propõe a utilização do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta pedagógica, com o fim de propor uma reflexão para além da sala de aula, ampliando o alcance dos objetivos aqui traçados. Para Paulino (2018) ao professor cabe aproveitar as possibilidades do celular como um recurso pedagógico, tendo em vista que as novas tecnologias possibilitam novas formas de aprender e ensinar. A escolha desse aplicativo deve-se ao fato de que seu acesso é fácil e rápido via smartphones, aparelhos estes presentes na vida dos estudantes, seja de sua propriedade ou de algum familiar, além do fato que em sua maioria, já fazem uso do aplicativo.

3.4.2 Objetivos

Após a realização da sequência didática, tem-se a expectativa que os alunos sejam capazes de:

- Conseguir executar uma análise crítica dos anúncios publicitários que chegam até eles, principalmente pelas mídias digitais, por meio de uma visualização que identifique o objetivo principal do anúncio, bem como as ferramentas linguísticas utilizadas.

- Identificar as características dos anúncios publicitários (linguagem simples, textos curtos, persuasivos e atrativos, linguagem verbal e não verbal, verbos no imperativo, uso de cores e imagens, figuras e vícios de linguagem, função conativa), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes.
- Reconhecer o poder de influência das mídias digitais nos hábitos de consumo, principalmente dos jovens, por meio de uma conscientização dos mecanismos de persuasão utilizados pela publicidade, bem como pelos influenciadores digitais (*youtubers*).

3.4.3 Conteúdo

O presente tema, da forma como estudado por esta sequência, é adequado para ser trabalhado em Língua Portuguesa por envolver especificidades próprias da disciplina (produção e interpretação de texto, gênero textual e elementos linguísticos) para embasar a visualização crítica proposta. Além disso, as diretrizes curriculares da BNCC recomendam o estudo das propagandas publicitárias na disciplina Língua Portuguesa. Dessa forma, serão executados:

- Estudo do gênero textual anúncio publicitário: significado do termo propaganda (promover produto, ideia ou pessoa), conceito de anúncio publicitário (gênero textual utilizado para vender um produto ou serviço), objetivo principalmente (convencer o público-alvo a adquirir um produto ou serviço), processo de criação (estudo do público alvo para escolha dos mecanismos de persuasão) e elementos linguísticos utilizados (figuras e vícios de linguagem, uso de imagens, função conativa, textos persuasivos, etc.);
- Explicitação do conceito de mídias digitais;
- Reflexão acerca das influências nos hábitos de consumo dos jovens/adolescentes exercidas pela publicidade, bem como pelos *digital influencers* ou youtubes.

3.4.4 Ano

A presente sequência didática foi elaborada para ser utilizada no 9º ano do Ensino Fundamental, por se tratar de adolescentes em constante contato com as

mídias digitais e que necessitam consolidar conhecimentos capazes de embasar uma visualização crítica das propagandas veiculadas nessas mídias.

3.4.5 Tempo estimado

Estima-se que serão necessárias 4 aulas de 50 minutos cada.

Por tratar-se de um tema tão atual, essas aulas podem culminar em reflexões mais extensas. Dessa forma, o educador pode e deve flexibilizar o planejamento das aulas, tendo em vista que essas reflexões tendem a potencializar o alcance dos objetivos aqui traçados.

3.4.6 Previsão de materiais e recursos

Os materiais e recursos necessários para realização da sequência didática são:

- ✓ Sala de aula com quadro branco, datashow e computador com acesso à *internet.*
- ✓ *Smartphones* (para uso do educador e de cada aluno – acesso extra sala)

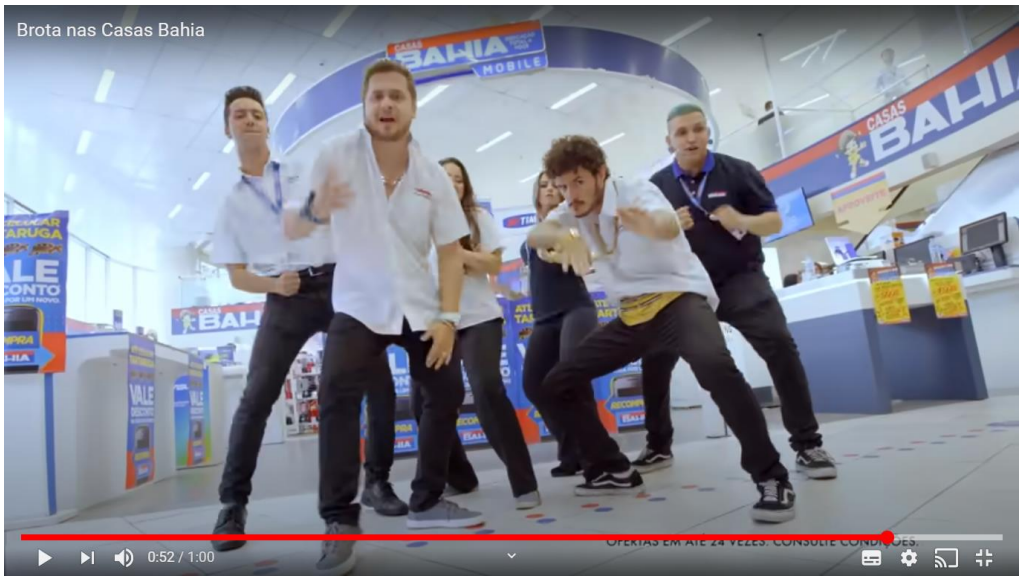
3.4.7 Desenvolvimento

3.4.7.1 Aula 1 - Introdução ao tema e conceitos

A proposta dessa aula é despertar o interesse do aluno pelo tema “Mídias e consumo”. Para tanto, propõem-se que o vídeo a seguir seja reproduzido em sala de aula, antes mesmo de citar o tema desse bloco de aulas. O objetivo é instigar a curiosidade dos alunos e fazer com que assistam a propaganda com um olhar de consumidor.

O vídeo a seguir é uma propaganda da rede de lojas Casas Bahia disponibilizado no site Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=D3VQ03aeF3I) que deverá ser reproduzido no quadro branco por meio de um projetor. Na ausência de um projetor, sugere-se ao educador dividir a turma em pequenos grupos que possibilitem a visualização do vídeo no celular, *tablet* ou computador.

Figura 1 – Vídeo “Brota nas Casas Bahia”



Fonte: Brota, 2020.

Após a veiculação do vídeo o educador deve instigar os alunos a pensarem qual será o tema a ser estudado nesse bloco de aulas. Para tanto pode-se fazer perguntas tais como:

- Do que se trata o vídeo? *Propaganda, anúncio publicitário.*
- O que acharam? As r*espostas são pessoais e a pergunta objetiva estimular o pensamento reflexivo.*
- Quais elementos chamam mais atenção no vídeo? *Música (letra, ritmo...), ofertas, frases persuasivas, dança...*

Após as reflexões, o educador deve revelar que nas próximas aulas será realizado um estudo dos anúncios publicitários veiculados nas mídias digitais, seus elementos linguísticos e efeitos de persuasão, com o objetivo de estimular uma visão crítica e reflexiva desses anúncios.

Explicar o que são mídias digitais: todos os veículos que trabalham com a tecnologia digital: celulares, computadores, televisão e todo conteúdo disponibilizado pela *internet* tais como os *e-books, blogs*, redes sociais, vídeos, *sites,* dentre outros (ABREU, 2019).

Em seguida, o educador deverá explicar que a palavra propaganda deriva do verbo ‘propagar’ e, conforme Diana (2018) significa promover um produto (anúncio publicitário) ou uma ideia (campanhas). Pode, ainda, promover uma pessoa (políticos, por exemplo). Nessas aulas trataremos especificamente dos anúncios publicitários.

Trata-se de um gênero textual cujo objetivo principal é vender um produto/serviço ou promover uma ideia, sendo veiculados em diversas mídias (digitais ou impressas): jornais, *outdoors*, panfletos, cartazes, televisão, rádio, internet, etc. Tem como meta convencer o consumidor a comprar um produto ou serviço. Para tanto, utilizam ferramentas discursivas que serão estudadas na próxima aula (DIANA, 2018).

No processo de criação dos anúncios, a publicidade estuda o público de destino para definir os mecanismos de persuasão a serem utilizados para alcance do seu objetivo principal: convencer o consumidor que seu produto é essencial para ele. Após esse estudo do público, os publicitários definem as estratégias de convencimento: uso de imagens, textos, trilha sonora, apoio de celebridades, cores, promoções, dentre outros (SICOOB, 2016).

Explicar que para a realização das atividades propostas, os estudantes precisarão ter acesso ao aplicativo de mensagens *WhatsApp*, pois será montado um grupo de discussões para compartilhar os anúncios que serão objeto de estudo. Importante salientar as regras de utilização: o grupo será exclusivo para tratar do assunto desse bloco de aulas, outras mensagens não serão aceitas, o membro do grupo que extrapolar o assunto poderá sofrer penalidades e o grupo será excluído ao término dessa atividade. Após a explicação, o educador pode escolher um moderador do grupo (responsável por manter o foco do grupo) e passar uma lista para que os alunos possam colocar o número de telefone que será utilizado no aplicativo. Com os números em mãos, deve-se montar o grupo.

Caso haja ainda tempo disponível o educador pode estimular os estudantes a narrarem alguma experiência na qual tenham sido influenciados a comprar algum produto por meio de um anúncio publicitário, pode inclusive narrar alguma experiência sua que instigue os alunos a pensarem sobre o assunto.

3.4.7.2 Aula 2 - Elementos linguísticos do anúncio publicitário

O educador deverá anunciar o tema da aula (elementos linguísticos do anúncio publicitário) e fazer uma explanação do conteúdo conforme descrito abaixo. Pode-se montar uma apresentação de slides para ser projetada, um texto escrito para ser entregue impresso aos alunos ou escrever um resumo no quadro para que

os estudantes possam copiar em seus cadernos. Fica a critério do educador utilizar os recursos que estiverem ao seu alcance.

Segundo Diana (2018), esse tipo de texto é bem atrativo devido ao objetivo do mesmo (chamar a atenção e convencer o consumidor), sendo repleto de verbos imperativos (modo verbal que designa uma ordem): compre! Veja! Venha! Utilizam várias ferramentas discursivas como uso de imagens, humor e linguagem simples. As ferramentas utilizadas dependem do público alvo do anúncio, público este estudado previamente pelos anunciantes.

A seguir, um estudo de algumas características linguísticas do anúncio publicitário conforme citadas pela autora supracitada, fazendo uma análise do anúncio exibido na aula anterior (pode-se mostrar novamente o comercial “Brota nas Casas Bahia” para facilitar a análise e a percepção dos itens trabalhados).

- ✓ *Linguagem verbal e não verbal* – no comercial em questão a linguagem verbal fica a cargo da letra atrativa da música, com frases de efeito sendo repetidas. Já a linguagem não verbal aparece nos gestos e fisionomia dos vendedores dançando pela loja, denotando alegria e empolgação para atender e vender. O ritmo da música (funk) é bastante popular, o que aumenta o alcance ao público alvo.

- ✓ *Linguagem simples e textos relativamente curtos* – objetivam trazer uma compreensão rápida da mensagem. *“Preço baixo, ok!” “Desconto, ok!” “Smartphone, ok!”*

- ✓ *Humor e criatividade* – ferramentas discursivas. O comercial em si é carregado de humor. Foram criativos ao fazer uma paródia de uma música hit do momento, cuja letra e ritmo são do tipo que se fixam na mente. A dança dos funcionários possui um tom de humor, tanto nos movimentos como nos acessórios utilizados junto ao uniforme.

- ✓ *Verbos no modo imperativo* – possuem tom de ordem. *“Brota nas Casas Bahia e leva tudo de uma vez!”*

- ✓ Figuras e vícios de linguagem – o anunciante utiliza as figuras de linguagem de acordo com o público que deseja convencer. As propagandas voltadas para o público jovem podem fazer uso de gírias por exemplo. A propaganda das Casas Bahia utilizou vícios de linguagem e gírias ("*Cê", "umas parada zica" "brota na Casas Bahia")*

- ✓ *Uso de cores, imagens, fotografias* – o visual do referido comercial ficou bem alegre e o ambiente da loja mostra artigos de interesse do público.

- ✓ *Função conativa* – Fernandes (2019) traz que a Função Conativa é uma Função da Linguagem cuja característica principal é convencer, persuadir ou cativar o receptor da mensagem, podendo inclusive ser chamada também de função apelativa. Utiliza verbos no imperativo, além da segunda ou terceira pessoa (singular ou plural). Por suas características essa função está presente nos anúncios publicitários. No comercial "Brota nas Casas Bahia" percebemos o uso da Função Conativa: *"É hoje que cê compra a loja toda de uma vez!" "É hoje que cê compra tudo em 24 vezes!" ""Brota nas Casas Bahia e leva tudo de uma vez!"*

- ✓ *Textos persuasivos e atrativos* – expressam ordem *("É hoje que cê compra a loja toda de uma vez!")*, são atrativos *("É hoje que cê paga tudo em 24 vezes!")* e por vezes, possuem um tom que remete a ameaça *("Se não aproveitar, vai se arrepender!", "Desconto igual a esse você nunca mais ver!")*

Ainda sobre a persuasão, segundo Perez (s.d.) trata-se de uma técnica, por vezes sofisticada, muito empregada nos textos publicitários e está associada a argumentos fortes, que podem mudar os pensamentos e as ações de quem os recebe. A publicidade se utiliza da persuasão para convencer seu público de que determinado produto é essencial. Exemplos: "*Se não aproveitar, vai se arrepender!", "Desconto igual a esse você nunca mais ver!".* Percebe-se que são frases de efeito

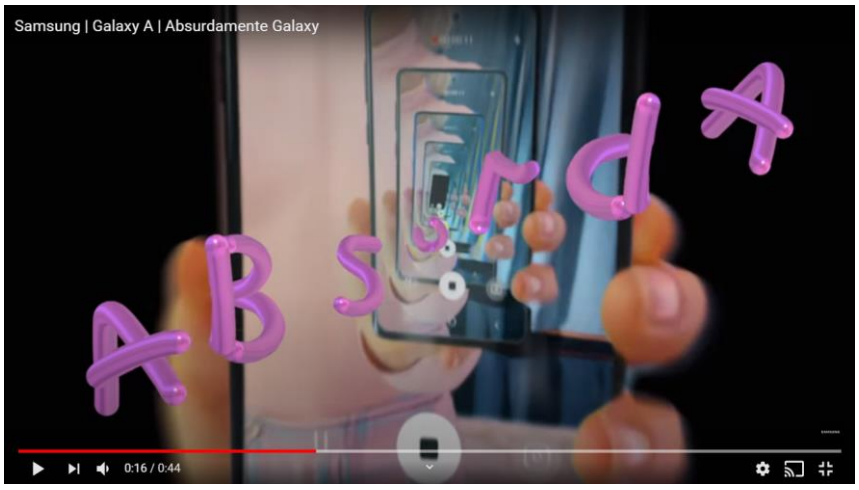
para convencer o cliente que comprar naquela loja, nessa promoção é a melhor decisão.

Caso haja tempo disponível, o educador pode escolher outro comercial para analisar e discutir os elementos linguísticos junto aos alunos.

Nos minutos finais da aula, explicar as atividades a serem realizadas pelos alunos:

1 – O educador irá enviar no grupo de *WhatsApp* criado para as atividades desse bloco de aulas, um vídeo de um anúncio publicitário que deverá ser assistido por todos os alunos para fomentar as discussões da aula 3. Trata-se da propaganda (SAMSUNG, 2019) de um smartphone, disponível no *link:* https://www.youtube.com/watch?v=9a2lp_QxDPs. Os estudantes deverão responder a seguinte pergunta em uma folha de papel, devidamente identificada, para ser entregue na próxima aula: *"Quais elementos linguísticos estudados em sala de aula estão presentes no comercial Samsung Galaxy? Cite os exemplos que aparecem no vídeo e identifique o objetivo principal."* Essa atividade será objeto de avaliação.

Figura 2 – Vídeo Samsung Galaxy A



Fonte: Samsung, 2020.

2 – Atividade 2 (Avaliativa) - o educador irá dividir a turma em grupos de 4, 5 ou 6 alunos (a critério do educador). Cada grupo deverá criar um anúncio publicitário de um produto ou marca fictícia, em um vídeo criativo de no máximo 1 minuto. O grupo deverá utilizar as características linguísticas estudadas nessa aula e o conteúdo deve ser direcionado aos jovens/adolescentes. Os vídeos deverão ser

postados no grupo de *WhatsApp* até o dia anterior (marcar um horário que possibilite ao educador um tempo para fazer suas observações) à data de realização da aula 4 quando serão discutidos, ou em data agendada a critério do educador.

3.4.7.3 Aula 3 – Reflexões acerca de hábitos de consumo entre jovens

Antes de iniciar as discussões, o educador deverá recolher o trabalho individual proposto na aula anterior. Por ser uma aula participativa, sugere-se que a mesma seja realizada com a turma em círculo, para facilitar a visualização de todos os participantes. O educador deverá estimular as discussões acerca do anúncio enviado pelo *WhatsApp*, com perguntas tais como:

- ✓ Quais suas impressões acerca do anúncio e quais sentimentos despertou em você? *Resposta pessoal*
- ✓ Quais recursos linguísticos foram utilizados? *Linguagem simples (bateria que dura), frases curtas (câmera absurda, tela absurda), uso de muitas cores e imagens (comercial bem colorido), linguagem verbal (texto) e não verbal (as várias atividades realizadas pelos personagens e a música), texto atrativo e humor (personagens coloridos e engraçados).*
- ✓ Qual o objetivo do anúncio? *Despertar o interesse e a curiosidade do receptor da mensagem para conhecer o produto, despertar o desejo em ter o smartphone, vender o smartphone.*
- ✓ Comentários do educador: *o comercial utiliza um ritmo brega funk, traz algumas imagens de memes da internet, foi veiculado na TV e na internet. Na internet, a campanha é bem popular e alcançou um número considerável de consumidores, prova disso é número de visualizações do vídeo no Youtube (28.622.818 visualizações em 21/05/2020) e os comentários sobre o anúncio no canal da Samsung.*
- ✓ A qual público esse comercial se destina? *Aos jovens (antenados e conectados). Para tanto o comercial é carregado de humor e situações de adrenalina.*

Aproveitar o “gancho” dessa pergunta e iniciar as discussões acerca dos hábitos de consumo entre os jovens e adolescentes, que, conforme Sicoob (2016), estão em uma fase de formação de seus padrões, sendo, por isso, altamente influenciáveis e, por estarem imersos em uma sociedade com a presença massiva de anúncios (tv,

rádio, *internet*, *outdoors*, pontos de ônibus, dentro e fora dos ônibus e metrôs), podem sofrer influências prejudiciais, inclusive no consumo alimentar, aumentando casos de doenças como obesidade, hipertensão e diabetes.

Mas, o hábito de consumo entre os jovens não é influenciado somente pelos anúncios publicitários. Tem-se hoje os canais no *Youtube*, nos quais os chamados *youtubers* mostram e, por vezes, lançam moda. Muitos têm como foco mostrar os produtos mais usados pelos jovens, e como eles próprios dizem: “a moda agora é ostentar”, se referindo aos produtos caros, de marcas famosas, os quais nem todos podem adquirir. Aqui o “ter” é mais importante que o “ser”, ou você só é considerado alguém (parte da turma) se tiver usando aquele produto, aquela marca.

Um exemplo disso é onda do “quanto custa ou *out fit*”, iniciado por um vídeo viral onde um garoto mostra quanto custou cada peça que está usando naquele momento (roupa, calçados e acessórios). Após esse vídeo, vieram vários outros no mesmo estilo, focados na ostentação.

Por vezes o foco do canal não é mostrar ou lançar moda, tratando de assuntos variados e, muitas vezes, relevantes. Porém, os jovens e adolescentes se espelham com facilidade em determinado *youtuber*, passando a desejar as roupas e acessórios utilizados por eles. Aqui também ocorre uma influência nos hábitos de consumo. Nesse ponto da aula, para enriquecer a reflexão, o educador deverá exibir o vídeo “Mídias digitais influenciam hábitos de consumo entre os jovens”, da UFMG, disponível no *link*: https://www.youtube.com/watch?v=uB2sj98tQvQ

Figura 3 - Vídeo “Mídias digitais influenciam hábitos de consumo dos jovens”

Fonte: Mídias, 2018.

O que o jovem pode fazer então diante de tudo isso? Segundo Sicoob (2016), o primeiro passo é reconhecer o real objetivo da persuasão das propagandas, além de retirar o foco desse tipo de influência. Entender as técnicas de convencimento utilizadas pela publicidade que instrumentaliza o receptor do anúncio a refletir sobre os objetivos do mesmo. Ao se deparar com um anúncio, vale apena se perguntar: “eu realmente preciso disso ou posso viver sem?”.

Trocar o passeio ao *shopping* por atividades sociais (encontros familiares e esportes) também pode ser uma excelente opção. Trocar aquele canal do *Youtube* que estimula a ostentação por algum outro que estimule a reflexão e a construção de hábitos saudáveis (alimentação saudável, prática de esportes e atividade física, música, cultura, leitura, cinema, natureza, etc) também é muito válido.

Por ser um assunto bastante atual, pode gerar muitas reflexões que extrapolem o tempo previsto. Portando o educador pode flexibilizar a utilizar algum tempo da aula 4 para término das reflexões.

3.4.7.4 Aula 4 - Reflexões acerca dos vídeos comerciais criados pelos grupos

Para essa aula, o educador deverá assistir previamente os vídeos enviados pelos alunos no grupo de *WhatsApp*, fazendo suas anotações e impressões acerca dos mesmos, atentando-se para a presença das características linguísticas estudadas. Faz-se importante comentar as frases persuasivas utilizadas, o humor, uso de cores, imagens, músicas, a criatividade, bem como as figuras e vícios de linguagem por ventura utilizados.

Com os comentários em mãos e novamente com a sala em círculo, o educador deve lançar para ser comentado um vídeo por vez e instigar a reflexão/discussão dos alunos com perguntas tais como:

- ✓ Quais caraterísticas linguísticas foram utilizadas? Dê exemplos.
- ✓ Quais sentimentos foram despertados em você ao assistir esse anúncio?
- ✓ O que você achou do produto?
- ✓ Você compraria esse produto pelos argumentos utilizados no anúncio?

As respostas são pessoais e baseadas nos anúncios desenvolvidos, portanto não há um gabarito para o educador.

Dê espaço para que o grupo responsável fale sobre o processo criativo da propaganda. Após todos os vídeos serem comentados, pergunte para a turma como foi a experiência de fazer um anúncio publicitário em vídeo. Pergunte também o que podem fazer para não "cair na tentação" de comprar o que não precisa.

3.4.8 Avaliação

A avaliação ocorrerá durante todo o processo, observando-se a participação e envolvimento nas atividades. A mensuração do alcance dos objetivos da presente sequência será feita por meio da correção das atividades propostas.

- A avaliação do objetivo *"Conseguir executar uma análise crítica dos anúncios publicitários que chegam até eles, principalmente pelas mídias digitais, por meio de uma visualização que identifique o objetivo principal do anúncio, bem como as ferramentas linguísticas utilizadas"* será realizada por meio da correção do trabalho individual proposto na aula 2. Nesse sentido, o educador deverá verificar se o aluno conseguiu identificar o objetivo principal do anúncio (despertar a curiosidade e o interesse pelo celular, suscitar o desejo em ter aquele celular específico), bem como identificar os elementos linguísticos presentes no mesmo: *Linguagem simples (bateria que dura), frases curtas (câmera absurda, tela absurda), uso de muitas cores e imagens (comercial bem colorido), linguagem verbal (texto) e não verbal (as várias atividades realizadas pelos personagens e a música), texto atrativo e humor (personagens coloridos e engraçados).*
- Para avaliar se o objetivo "*Identificar as características dos anúncios publicitários (linguagem simples, textos curtos, persuasivos e atrativos, linguagem verbal e não verbal, verbos no imperativo, uso de cores e imagens, figuras e vícios de linguagem, função conativa), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes"* foi alcançado, o educador deverá avaliar, como um todo, o anúncio em vídeo criado pelos grupos, observando a presença das características linguísticas acima citadas.

- Para avaliar o alcance do objetivo *“Reconhecer o poder de influência das mídias digitais nos hábitos de consumo, principalmente dos jovens, por meio de uma conscientização dos mecanismos de persuasão utilizados pela publicidade, bem como pelos influenciadores digitais (youtubers)”,* o educador deverá observar se os alunos utilizaram mecanismos de persuasão (verbos imperativos que expressam ordem e, por vezes, carregam tom de ameaça, além de textos ou frases atrativas para vender seu produto) na criação do anúncio proposto. Dessa forma o educador poderá perceber se o aluno compreendeu que a persuasão é essência dos comerciais publicitários e é utilizada tão somente para convencer o público alvo, o que o instrumentaliza a se posicionar de forma crítica e reflexiva diante dos comerciais que visualiza.

3.5 Campanhas Publicitárias de Conscientização

3.5.1 Contexto de utilização

As campanhas de conscientização ou campanhas comunitárias são muito comuns e, sua rápida difusão pelos meios digitais amplifica seu alcance. De conteúdo relevante, elas buscam informar e sensibilizar o público, de diferentes idades, acerca de vários assuntos. Com intuito de chamar a atenção dos jovens para esse tipo de campanha, a presente sequência propõe um estudo das mesmas enquanto gênero textual, com uma reflexão da importância delas na sociedade, instrumentalizando o desenvolvimento da consciência humana e cidadã.

O *site* Dourados Agora (2020) noticia a criação da campanha Maltrato Zero para conscientizar os jovens a respeito da violência doméstica, tendo em vista que a maioria das campanhas sobre o assunto é direcionada às mulheres adultas e o fato de que esse problema social atinge também casais jovens. Para tanto, a campanha irá privilegiar os rostos jovens, a fim de atingir esse público. Cabe aqui refletir acerca da importância desse público conhecer e entender a relevância das campanhas, o que o instrumentaliza a tomar uma posição diante de algum problema social, questões ambientais e de saúde.

O tema faz parte das diretrizes curriculares implementadas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC) que prevê esse estudo na disciplina Língua Portuguesa nos anos finais do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), o que torna a aplicação da presente sequência didática bastante relevante. Em seu texto, as

diretrizes da BNCC expõem as habilidades de produção de texto a serem trabalhadas nesse campo, dentre elas:

> (EF69LP09) Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, banner, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, spot, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc. (BRASIL, 2017, p. 143)

Diante do exposto, a proposta desta sequência didática é trabalhar as campanhas publicitárias de conscientização com alunos do 9º ano do Ensino Fundamental, proporcionando um conhecimento acerca do tema, instrumentalizando a reflexão e estimulando o engajamento na difusão e na obtenção de informações de relevância social.

Durante as aulas, os alunos terão a oportunidade de conhecer algumas características linguísticas dessa modalidade textual (campanhas de conscientização), bem como conhecer as funções de linguagem envolvidas no processo de desenvolvimento das mesmas. Os adolescentes terão contato com vídeos de 3 campanhas que serão avaliados dentro das características estudadas e terão a oportunidade de criação de uma campanha em vídeo. Dessa forma serão instrumentalizados a tomarem uma postura de engajamento diante de questões sociais, ambientais e de saúde.

Essa sequência didática propõe a utilização do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta pedagógica, com o fim de propor uma reflexão para além da sala de aula, ampliando o alcance dos objetivos aqui traçados. Para Paulino (2018) ao educador cabe aproveitar as possibilidades do celular como um recurso pedagógico, tendo em vista que as novas tecnologias possibilitam novas formas de aprender e ensinar. A escolha desse aplicativo deve-se ao fato de que seu acesso é fácil e rápido via *smartphones*, aparelhos estes presentes na vida dos estudantes, seja de sua propriedade ou de algum familiar, além do fato que em sua maioria, já faz uso do aplicativo. Além disso, o site *Youtube* será utilizado para consulta a vídeos de campanha, bem como para divulgação dos vídeos criados pelos alunos. O aplicativo Vídeo *Show* será sugerido como ferramenta de edição de vídeo aos alunos, que podem, a seu critério utilizar algum outro aplicativo que permita editar as imagens e o áudio do vídeo, a fim de proporcionar qualidade à campanha iniciada por eles.

3.5.2 Objetivos

Após a realização da sequência didática, tem-se a expectativa de que os alunos sejam capazes de:

- Conseguir executar uma apreciação crítica e reflexiva das campanhas publicitárias de conscientização, por meio de uma visualização que identifique o objetivo principal da campanha, bem como as ferramentas linguísticas utilizadas;
- Identificar as características linguísticas das campanhas de conscientização (linguagem referencial, linguagem emotiva, linguagem conativa, textos de linguagem simples, criativos, persuasivos e atrativos, linguagem verbal e não verbal, linguagem coloquial, interação com o público), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes;
- Reconhecer a importância das campanhas de conscientização, por meio de uma análise reflexiva a respeito dos temas e assuntos abordados nas mesmas.

3.5.3 Conteúdo

O presente tema, da forma como estudado por esta sequência, é adequado para ser trabalhado em Língua Portuguesa por envolver especificidades próprias da disciplina (produção e interpretação de texto, gênero textual e elementos linguísticos) para embasar a visualização crítica proposta. Além disso, as diretrizes curriculares da BNCC recomendam o estudo e o planejamento de campanhas publicitárias na disciplina Língua Portuguesa. Dessa forma, serão executados:

- Estudo do gênero textual em campanhas publicitárias de conscientização: significado do termo propaganda (promover produto, ideia ou pessoa) e explicitação da relação desse gênero com as campanhas em estudo, textos publicitários (objetivos e características), objetivo principal (conscientização), processo de criação (estudo do público alvo para escolha dos mecanismos de persuasão) e elementos linguísticos utilizados (funções de linguagem, linguagem verbal, não verbal e coloquial, textos simples e atrativos, uso de imagens e trilha sonora, participação de celebridades, etc.);
- Explicitação do conceito de mídias digitais;

- Reflexão acerca da importância dessas campanhas.

3.5.4 Ano

A presente sequência didática foi elaborada para ser utilizada no 9º ano do Ensino Fundamental, por se tratar de adolescentes em constante contato com as mídias digitais e que necessitam consolidar conhecimentos capazes de embasar um posicionamento diante de questões sociais e de saúde difundidas pelas campanhas de conscientização.

3.5.5 Tempo estimado

Estima-se que serão necessárias 4 aulas de 50 minutos cada. Por tratar-se de um tema atual e que estimula as emoções humanas, essas aulas podem culminar em reflexões mais extensas. Dessa forma, o educador pode e deve flexibilizar o planejamento das aulas, tendo em vista que essas reflexões tendem a potencializar o alcance dos objetivos aqui traçados.

3.5.6 Previsão de materiais e recursos

Os materiais e recursos necessários para realização da sequência didática são:

- ✓ Sala de aula com quadro branco, datashow e computador com acesso à internet.
- ✓ *Smartphones* (para uso do educador e de cada aluno – acesso extra sala)

3.5.7 Desenvolvimento

3.5.7.1 Aula 1 – Publicidade e Propaganda

A proposta dessa aula é despertar o interesse do aluno pelo tema desse bloco de aulas. Para tanto, propõe-se a exibição de dois vídeos em sala de aula, antes mesmo de citar o tema. O objetivo é instigar a curiosidade dos alunos e fazer com que assistam ao vídeo com um olhar reflexivo.

Os vídeos a seguir estão disponíveis no site *Youtube* e deverão ser reproduzidos no quadro branco por meio de um projetor. Na ausência de um projetor, sugere-se ao educador dividir a turma em pequenos grupos que possibilitem a visualização dos vídeos no celular, *tablet* ou computador.

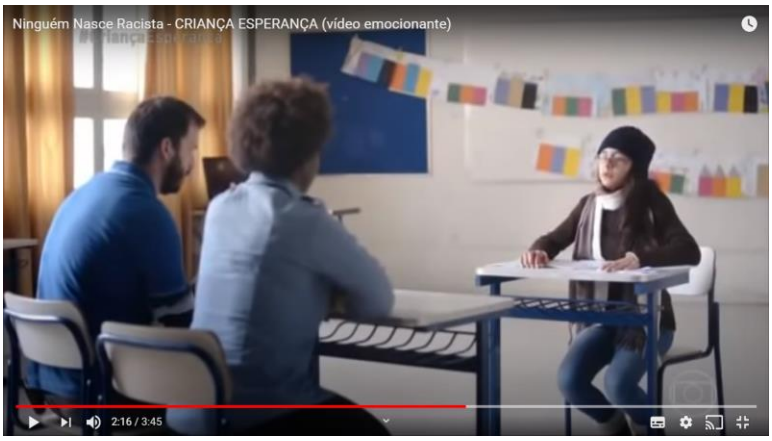
O vídeo 1 é uma campanha em razão do Dia Nacional de Combate ao Câncer Infanto Juvenil (23 de novembro) disponível no *link* https://www.youtube.com/watch?v=150QgGaODbI.

Figura 1 – Vídeo "O teste improvável"

Fonte: O teste, 2016.

O vídeo 2 é uma campanha de conscientização acerca do racismo, disponível no *link* https://www.youtube.com/watch?v=kaWUyiMSrV0.

Figura 2 – vídeo "Ninguém nasce racista"



Fonte: Ninguém, 2016

Após a veiculação dos vídeos, o educador deve instigar os alunos a pensarem qual será o tema a ser estudado nesse bloco de aulas. Para tanto pode-se fazer perguntas tais como:

- Do que se trata os vídeos? *Propaganda, campanha publicitária, campanha de conscientização, propaganda emocionante.*
- O que acharam? As r*espostas são pessoais e a pergunta objetiva estimular o pensamento reflexivo.*
- Quais elementos chamam mais atenção no vídeo? *Mexe muito com as emoções, trazem assuntos importantes da nossa realidade, usam pessoas reais, as crianças chamam a atenção no vídeo.*

Após as reflexões o educador deve revelar que nas próximas aulas será realizado um estudo das campanhas publicitárias de conscientização veiculadas nas mídias digitais, seus elementos linguísticos e efeitos de persuasão, com o objetivo de estimular uma visão reflexiva desses vídeos.

Explicar o que são mídias digitais: todos os veículos que trabalham com a tecnologia digital: celulares, computadores, televisão e todo conteúdo disponibilizado pela *internet* tais como os *e-books*, *blogs*, redes sociais, vídeos, *sites*, dentre outros (ABREU, 2019).

Em seguida, o educador deverá explicar que nas próximas aulas serão estudadas as campanhas publicitárias de conscientização.

Os textos publicitários têm como objetivo principal anunciar algo, tornar pública uma informação ou ideia, indo desde uma campanha de conscientização até um anúncio para vender um produto/serviço, sendo veiculados em diversas mídias (digitais ou impressas): jornais, *outdoors*, panfletos, cartazes, televisão, rádio, *internet*, etc. Têm como meta convencer o interlocutor a adotar uma ideia, absorver uma informação ou comprar um produto ou serviço. Para tanto, utilizam ferramentas discursivas que serão estudadas na próxima aula (ARAÚJO, sem data).

Assim como no processo de criação dos anúncios de venda, nas campanhas de conscientização, a publicidade também estuda o público de destino para definir os mecanismos de persuasão a serem utilizados para alcance do seu objetivo principal: convencer o público da importância daquela informação. Após esse estudo do público, os publicitários definem as estratégias de convencimento: uso de

imagens, textos, trilha sonora, apoio de celebridades, emotividade, dentre outros (SICOOB, 2016).

O gênero textual ‘propaganda’ é uma maneira de apresentar uma informação, produto ou pessoa e objetiva influenciar e persuadir o público. Geralmente quando se fala em propaganda, as pessoas já pensam na propaganda comercial (publicidade), porém, na ocasião de seu surgimento, esse termo era usado no cenário político, para se referir aos mecanismos de persuasão utilizados pelo governo e partidos políticos. Percebe-se, então, que nem toda propaganda objetiva vender algo, mas todas elas querem convencer seu interlocutor. Como exemplo tem-se as propagandas políticas, as campanhas de vacinação e as campanhas de conscientização (SICOOB, 2016).

Explicar que para a realização das atividades propostas, os estudantes precisarão ter acesso ao aplicativo de mensagens *WhatsApp*, pois será montado um grupo de discussões no mesmo, para compartilhar vídeos que serão objeto de estudo. Importante salientar as regras de utilização: o grupo será exclusivo para tratar do assunto desse bloco de aulas, outras mensagens não serão aceitas, o membro do grupo que extrapolar o assunto poderá sofrer penalidades e o grupo será excluído ao término dessa atividade. Após a explicação, o educador pode escolher um moderador do grupo (responsável por manter o foco do grupo) e passar uma lista para que os alunos possam colocar o número de telefone que será utilizado no aplicativo. Com os números em mãos, deve-se montar o grupo.

Caso haja ainda tempo disponível o educador pode estimular os estudantes a refletirem sobre essas campanhas, podendo, inclusive, assistir a outros vídeos no *Youtube,* a critério do educador.

3.5.7.2 Aula 2 – Elementos linguísticos dos textos publicitários

O educador deverá anunciar o tema da aula (elementos linguísticos dos textos publicitários) e fazer uma explanação do conteúdo conforme descrito abaixo. Pode-se montar uma apresentação de *slides* para ser projetada, um texto escrito para ser entregue impresso aos alunos ou escrever um resumo no quadro para que os estudantes possam copiar em seus cadernos. Fica a critério do educador utilizar os recursos que estiverem ao seu alcance.

Para Araújo (sem data), a linguagem é a característica mais relevante dos textos publicitários, sendo o principal mecanismo para alcance dos objetivos. Dessa forma, pode-se encontrar nesses textos as seguintes funções da linguagem:

- *Linguagem referencial*: o texto objetiva divulgar uma informação real (campanhas de vacinação).
- *Linguagem emotiva*: o texto busca estimular a emotividade do leitor para alcançar seu objetivo (campanhas de conscientização).
- *Linguagem conativa:* o texto objetiva convencer alguém a fazer algo. Para tanto, utiliza textos atrativos e, por vezes, persuasivos.

Ainda conforme Araújo (sem data), os textos publicitários utilizam tanto a linguagem verbal (oral ou escrita) quanto a não verbal (imagens, desenhos, sons), ou as duas ao mesmo tempo. Como o objetivo é alcançar o maior número de pessoas, a linguagem destes textos é geralmente simples, acessível e de fácil compreensão.

Percebe-se, também, a utilização da linguagem coloquial (linguagem popular, informal, cotidiana, sem preocupação com normas gramaticais) em detrimento da linguagem culta (conforme regras gramaticais da língua). Os textos são criativos e atrativos, podendo utilizar de frases de efeito, humor e interação com o público (DIANA, 2020)

Em seguida, realizar um estudo de algumas características linguísticas do texto publicitário nas campanhas de conscientização, fazendo uma análise dos vídeos exibidos na aula anterior (pode-se mostrar novamente os vídeos para facilitar a análise e a percepção dos itens trabalhados).

No vídeo 1 (o teste improvável), nota-se as seguintes características linguísticas:

- ✓ *Linguagem referencial* – o vídeo objetiva mostrar a realidade da existência do câncer infanto juvenil;
- ✓ *Linguagem emotiva* – através da emotividade dos participantes do teste estimula as emoções do espectador com o objetivo de conscientizar acerca da importância de se observar e cuidar bem das crianças e adolescentes, atentando-se para sinais que possam apontar para o possível

diagnóstico precoce do câncer infanto-juvenil, o que ajuda no tratamento. O fato de falar da saúde dos filhos é uma estratégia para chamar a atenção dos pais;

- ✓ *Linguagem conativa* – o vídeo traz frases de efeito tais como: “está tudo bem com a pessoa mais importante do mundo para você”, “a notícia que você estava esperando é boa”, além de frases com tom imperativo: “Conheça os sintomas”, “Procure sempre um médico”;

- ✓ *Linguagem coloquial* – uso das expressões “tá tudo bem” e “bom dia amigão”;

- ✓ *Linguagem verbal e não verbal* – linguagem verbal (falas dos participantes e legendas) e não verbal (sons, música de fundo, abraços, edição das imagens);

- ✓ *Linguagem simples e acessível* – uso de diminutivos para se aproximar do público, linguagem simples utilizada com as crianças facilita a compreensão da mensagem também para o adulto;

No vídeo 2 (Ninguém nasce racista), tem-se a presença das seguintes características linguísticas:

- ✓ *Linguagem referencial* – o vídeo objetiva mostrar a realidade da existência do racismo e conscientizar o público de que o racismo é algo construído, ou seja, as pessoas não nascem racistas, elas se tornam racistas. Usa frases reais escritas na internet por pessoas racistas;

- ✓ *Linguagem emotiva* – através da emotividade dos participantes da experiência, estimula as emoções do espectador com o objetivo de conscientizar acerca da igualdade de todos em relação ao “ser humano” e da importância de se manter como uma criança, no sentido de enxergar que para além da cor da pele, todos somos pessoas e como tal precisamos ser respeitados. A presença da narrativa da menina que sofreu racismo na escola reforça o tom emocional e colabora para a conscientização das pessoas.

- ✓ *Linguagem conativa* – as frases presentes no roteiro entregue às crianças já são, por si só, frases fortes. Presença de frases imperativas: “você vai dizer isso olhando para ela” e “continue criança”;

- ✓ *Linguagem coloquial* – o vídeo utilizou as falas reais das crianças;
- ✓ *Linguagem verbal e não verbal* – linguagem verbal (falas dos participantes e uma legenda ao final) e não verbal (música de fundo, abraços, edição das imagens);
- ✓ *Linguagem simples e acessível* – linguagem simples utilizada com as crianças/adolescentes facilita a compreensão da mensagem também para o adulto;

A título de curiosidade o educador pode informar que este experimento social já foi replicado em diversas localidades do nosso país e no mundo. O resultado sempre comprova que ninguém nasce racista. Caso haja tempo disponível, o educador pode fazer essa análise em outros vídeos de campanha.

Nos minutos finais da aula, explicar as atividades a serem realizadas pelos alunos, ambas avaliativas:

Atividade 1 - Os alunos deverão fazer essa mesma análise linguística do vídeo Campanha de vacinação contra a Poliomelite e Sarampo (60”), disponível no *link* https://www.youtube.com/watch?v=WbWimhT7lxk (enviar *link* no grupo de *WhatApp*). Trata-se da campanha de vacinação de 2018, com a participação da Xuxa Meneghel. Os estudantes deverão responder a seguinte pergunta em uma folha de papel, devidamente identificada, para ser entregue na próxima aula: *“Quais elementos linguísticos estudados em sala de aula estão presentes no vídeo da campanha de vacinação? Cite os exemplos que aparecem no vídeo e identifique o objetivo principal.”* Essa atividade será objeto de avaliação.

Figura 3 – Vídeo “Campanha de Vacinação contra a Poliomelite e Sarampo (60”)”

Fonte: Campanha, 2018.

Atividade 2 - o educador irá dividir a turma em grupos de 4, 5 ou 6 alunos (a critério do educador). Cada grupo deverá criar uma campanha de conscientização envolvendo algum problema real enfrentado pela escola, pelos alunos, pela comunidade ao redor da escola ou pelo país, em um vídeo de no máximo 3 minutos.

O grupo deverá utilizar as características linguísticas estudadas nessa aula e deverá fazer a edição do mesmo em aplicativos (Vídeo *Show*, por exemplo). Os vídeos deverão ser enviados para o grupo até o dia anterior (marcar um horário que possibilite ao educador um tempo para fazer suas observações) à data de realização da aula 4 quando serão discutidos, ou em data agendada a critério do educador. Para fomentar as discussões, todos os alunos devem assistir aos vídeos enviados por cada grupo.

3.5.7.3 Aula 3 – Reflexões acerca da importância das campanhas publicitárias de conscientização

Antes de iniciar as discussões, o educador deverá recolher o trabalho individual proposto na aula anterior. Por ser uma aula participativa, sugere-se que a mesma seja realizada com a turma em círculo, para facilitar a visualização de todos os participantes. O educador deverá estimular as discussões acerca do vídeo da Campanha de Vacinação, que pode, inclusive, ser veiculado na turma, caso julgue necessário, com perguntas tais como:

- ✓ Quais suas impressões acerca do vídeo e quais sentimentos despertaram em você? *Resposta pessoal;*
- ✓ Quais recursos linguísticos foram utilizados? *Linguagem simples (frases simples direcionadas às crianças facilitam a compreensão da mensagem, expressões como "baixinhos e baixinhas" trazem um tom informal à linguagem), linguagem verbal (falas e legendas) e não verbal (desenhos, cores, cena da família, música de fundo e personagens), linguagem referencial (o texto objetiva divulgar uma informação real, fazendo uma recomendação de saúde), linguagem conativa (presença de frases de impacto e por vezes em tom imperativo: "vacinar é proteger", "com proteção as doenças não voltarão", "leve a caderneta" , "leve as crianças");*
- ✓ Qual o objetivo do vídeo? *Divulgar a campanha de vacinação e conscientizar o público da importância da mesma.*

- ✓ Comentários do educador: *o vídeo tem a participação de uma celebridade, o que objetiva potencializar o alcance da campanha, tem um visual bem colorido e atrativo, com músicas e a utilização de personagens como o "Zé Gotinha" e a "Galinha Pintadinha". O jogo de imagens com a TV antiga e a reprodução do programa da Xuxa, um vídeo cassete do lado e a própria aparição do Zé Gotinha visam confirmar que a vacinação já fez parte da infância no passado, época dos pais. Já as imagens da Galinha Pintadinha e do jogo de dança digital, trazem a mensagem de que a vacinação continua a fazer parte da infância (paralelo passado e presente).*

Aproveitar o gancho dessas reflexões e iniciar as discussões acerca da importância das campanhas de conscientização. Para tanto, iniciar reforçando que essas campanhas objetivam informar e sensibilizar o público para determinado assunto de interesse social. Elas trabalham com temas diversos tais como: prostituição infantil, trabalho infantil, violência contra a mulher, violência contra o idoso, combate ao uso de drogas, combate às doenças (dengue, câncer, COVID-19, etc), questões ambientais, *bullying*, racismo, dentre outros (o educador pode incentivar aos alunos a citar exemplos de outras campanhas). São essenciais para informar e conscientizar a população acerca de questões sociais, de saúde e ambientais, a fim de instrumentalizar as ações e a tomada de decisões, a partir das informações recebidas. Pode causar grande impacto, no sentido de criar mudanças na vida das pessoas.

Conforme Mello (2020), a partir do sucesso das campanhas outubro rosa e novembro azul, outras foram criadas para conscientização de questões de saúde. Segue um breve esquema dessas campanhas:

- ✓ Janeiro branco – saúde mental
- ✓ Fevereiro roxo/laranja – roxo (lúpus, *Alzheimer* e fibromialgia) e laranja (leucemia)
- ✓ Março azul escuro – câncer colorretal
- ✓ Abril azul – autismo
- ✓ Maio amarelo – acidentes de trânsito
- ✓ Junho vermelho – doação de sangue

- ✓ Julho amarelo/verde – amarelo (hepatites virais) e verde (câncer de cabeça e pescoço)
- ✓ Agosto dourado – amamentação
- ✓ Setembro verde/amarelo – verde (doação de órgãos) e amarelo (prevenção ao suicídio)
- ✓ Outubro rosa – câncer de mama
- ✓ Novembro azul – câncer de próstata
- ✓ Dezembro vermelho – AIDS

Para reforçar o estudo das campanhas de conscientização, sugere-se exibir o vídeo “Campanhas de conscientização: o que são?”, disponível no *link* https://www.youtube.com/watch?v=7RXeCXho3bk. O vídeo deverá ser exibido somente até 3:13. Pode-se destacar e comentar acerca do conceito, objetivos e tipos de campanha, conforme informações do vídeo.

Figura 4 – Vídeo “Campanhas de Conscientização: O que são? – Caso Julho Verde – ACBG Brasil”

Fonte: Campanhas, 2018

Por ser um assunto amplo, pode gerar muitas reflexões que extrapolem o tempo previsto. Portando o educador pode flexibilizar a utilizar algum tempo da aula 4 para término das reflexões, ou acrescentar mais uma aula ao programa.

3.5.7.4 - Reflexões acerca dos vídeos de campanhas criados pelos grupos

Para esta aula, o educador deverá assistir previamente aos vídeos enviados pelos alunos, fazendo suas anotações e impressões acerca dos mesmos, atentando-se para a presença das características linguísticas estudadas. Faz-se importante comentar sobre a relevância do assunto escolhido e das técnicas utilizadas para chamar a atenção do público.

Com os comentários em mãos e novamente com a sala em círculo, o educador deve lançar para ser comentado um vídeo por vez e instigar a reflexão/discussão dos alunos com perguntas tais como:

- ✓ Quais caraterísticas linguísticas foram utilizadas? Dê exemplos.
- ✓ Quais sentimentos foram despertados em você ao assistir a esse vídeo?
- ✓ O que você achou da temática (*investigar a relevância*)?

As respostas são pessoais e baseadas nos vídeos desenvolvidos, portanto não há um gabarito para o educador.

Dê espaço para que o grupo responsável fale sobre o processo criativo da campanha. Após todos os vídeos serem comentados, pergunte para a turma como foi a experiência de fazer campanha de conscientização em vídeo. Pergunte também sobre a importância dessas campanhas.

3.5.8 Avaliação

A avaliação ocorrerá durante todo o processo, observando-se a participação e envolvimento nas atividades. A mensuração do alcance dos objetivos da presente sequência será feita por meio da correção das atividades propostas.

- A avaliação do objetivo *"Conseguir executar uma apreciação crítica e reflexiva das campanhas publicitárias de conscientização, por meio de uma visualização que identifique o objetivo principal da campanha, bem como as ferramentas linguísticas utilizadas"* será realizada por meio da correção do trabalho individual proposto na aula 2. Nesse sentido, o educador deverá verificar se o aluno conseguiu identificar o objetivo principal da campanha (*Divulgar a campanha de vacinação e conscientizar o público da importância da mesma.)*, bem como identificar os elementos linguísticos presentes no mesmo: *Linguagem simples (frases simples direcionadas às crianças facilitam*

a compreensão da mensagem, expressões como "baixinhos e baixinhas" trazem um tom informal à linguagem), linguagem verbal (falas e legendas) e não verbal (desenhos, cores, cena da família, música de fundo e personagens), linguagem referencial (o texto objetiva divulgar uma informação real, fazendo uma recomendação de saúde), linguagem conativa (presença de frases de impacto e por vezes em tom imperativo: "vacinar é proteger", "com proteção as doenças não voltarão", "leve a caderneta" , "leve as crianças", além da participação de uma celebridade como estratégia de persuasão);

- Para avaliar se o objetivo *"Identificar as características linguísticas das campanhas de conscientização (linguagem referencial, linguagem emotiva, linguagem conativa, textos de linguagem simples, criativos, persuasivos e atrativos, linguagem verbal e não verbal, linguagem coloquial, interação com o público), por meio de uma visualização crítica atenta aos detalhes"* foi alcançado, o educador deverá avaliar, como um todo, a campanha em vídeo criada pelos grupos, observando a presença das características linguísticas trabalhadas em sala de aula.

- Para avaliar o alcance do objetivo *"Reconhecer a importância das campanhas de conscientização, por meio de uma análise reflexiva a respeito dos temas e assuntos abordados nas mesmas",* o educador deverá observar a relevância do assunto abordado na campanha desenvolvida pelos grupos e o possível impacto daquela informação na tomada de decisões e nas ações dos espectadores. Dessa forma, o educador poderá perceber se o aluno compreendeu que as campanhas constituem uma ferramenta de conscientização essencial, o que o instrumentaliza a se posicionar de forma reflexiva diante das campanhas que visualiza.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho objetivou apresentar cinco sequências didáticas elaboradas durante o curso de Especialização em Tecnologias Digitais e Educação 3.0, ofertado pelo Centro Pedagógico da Universidade Federal de Minas Gerais, bem como refletir acerca da importância das tecnologias educacionais na atualidade. No processo de elaboração das sequências didáticas foram abordados, além dos conteúdos curriculares, assuntos de interesse social, com vistas a proporcionar uma formação mais completa do estudante como pessoa. Em todas as sequências buscou-se incluir as tecnologias digitais aprendidas e apreendidas ao longo do curso como ferramentas pedagógicas de potencialização do processo de ensino e aprendizagem.

Por trabalhar na secretaria de uma escola, lidando diariamente com uma rotina administrativa, foi desafiador construir sequências didáticas para serem disponibilizadas para docentes. Porém, após valiosas discussões e estudos sobre o universo educacional em sala de aula, foi gratificante contribuir com um olhar externo para propor atividades educativas, pensando em cada detalhe das aulas sistematizadas nas sequências, cujos conteúdos disciplinares foram baseados nas Diretrizes Curriculares da Base Nacional Curricular Comum (BNCC).

No início do curso, havia em mim uma expectativa de entender como as tecnologias digitais poderiam ser utilizadas em seu máximo potencial na educação. Ao final dessa especialização, para além da minha expectativa de compreender o ‘como utilizar’, pude propor o uso das tecnologias digitais como ferramentas pedagógicas em cinco sequências didáticas a partir de um viés de uma Educação 3.0.

Vivemos em uma era tecnológica virtual e há uma necessidade urgente da educação rever seus processos de ensino e aprendizagem, abrindo caminhos para uma educação tecnológica mais condizente com as vivências cotidianas de alunos e professores. Vale ressaltar que essa abertura deve levar em consideração a realidade de cada escola, bem como do público atendido por ela.

Para finalizar, penso ser de extrema importância cursos de especialização como este, para atualizar a formação de profissionais da educação que estudaram em uma época na qual as tecnologias digitais não eram tão utilizadas, principalmente em educação, e consequentemente não eram abordadas durante a

graduação. Para além de atualizar as metodologias, faz-se necessário e urgente, também, a atualização dos profissionais que fazem a educação acontecer.

As sequências didáticas que compõem este trabalho de conclusão de curso fazem parte de uma proposta nobre de disponibilizar aos docentes de todas as comunidades escolares atividades educativas que possibilitam levar as tecnologias digitais para dentro das salas de aula, inovando o fazer docente para uma educação contemporânea que converse com o seu corpo discente a partir da mesma linguagem.

Dessa forma, espero contribuir para a educação, compartilhando os conhecimentos adquiridos ao longo da especialização, dando espaço para os professores utilizarem as sequências didáticas, adaptando-as às suas realidades escolares.

REFERÊNCIAS

ABREU, Leandro. O que são mídias digitais, quais os tipos, benefícios e como fazer seu planejamento. Rock Content. **Clips**, Belo Horizonte, 14 abr. 2019. Disponível em https://rockcontent.com/blog/midia-digital/ Acesso em: 29 jun. 2020.

ADORAÇÃO SEM LIMITE, 2008. **Tirinhas engraçadas**. Disponível em https://adoracaosemlimite.wordpress.com/2008/10/03/tirinhas-engracadas-humor/ Acesso em 20 out 2019

ANDRION, Roseli. Pesquisa aponta: sete em cada dez brasileiros se informam pelas redes sociais. In: **Olhar Digital.** São Paulo, 01 fev 2019. Disponível em https://olhardigital.com.br/noticia/pesquisa-aponta-sete-em-cada-dez-brasileiros-se-informam-pelas-redes-sociais/82274 Acesso em 08 abr 2020

A NOVA pirâmide alimentar. Salvador, Bahia: **Centro Estadual de Educação Profissional,** 2018. Disponível em https://ceepanisioteixeira.wordpress.com/2018/02/27/a-piramide-alimentar/ Acesso em 27 nov 2019

ANSELMO, Tathiana. 3 motivos para trabalhar o consumo consciente em sala de aula. In: **Redes Moderna**. Informação e Diálogo. Brasil, 17 out 2017. Disponível em https://redes.moderna.com.br/2017/10/17/3-motivos-para-trabalhar-o-consumo-consciente-em-sala-de-aula/ Acesso em: 19 maio 2020.

ARAÚJO, Luciana Kuchenbecker. "Textos publicitários". **Brasil Escola.** Sem data. Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/redacao/textos-publicitarios.htm. Acesso em: 01 jul. 2020.

BATISTA, Rafael. Fake News. In: Bol. **Mundo Educação.** Disponível em https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm Acesso em: 10 abr 2020.

BISPO, K. S.; DOMINGOS, A. A.; DOMINGUES, A. S. de O. Storytelling Midiático: A arte de narrar a vida como ferramenta para a educação. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL EDUCAÇÃO E COMTEMPORANEIDADE, 6, 2012, São Cristóvão/SE. **Anais [...]** São Cristóvão: Universidade Federal do Sergipe, 2012. Disponível em http://educonse.com.br/2012/eixo_08/PDF/78.pdf Acesso em: 10 abr 2020

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular** (**BNCC**). Educação é a Base. Brasília: MEC/CONSED/UNDIME, 2018. Disponível em http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf Acesso em: 26 jun. 2020.

BRITO, Kleber. 2013. **Gênero Textual:** Tirinha. Disponível em http://cronicasdeprofessor.blogspot.com/2013/03/genero-textual-tirinha.html Acesso em 20 out 2019

BROTA nas Casas Bahia. Brasil: **Casas Bahia**, 19 fev 2020. 1 vídeo (1 min). Publicado por Casas Bahia. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=D3VQ03aeF3I Acesso em: 18 maio 2020.

CAMPANHA de vacinação contra a Poliomelite e Sarampo(60”). Brasil: **Ministério da Saúde,** 31 jul 2018. 1 vídeo (1 min). Publicado por Ministério da Saúde. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=WbWimhT7lxk Acesso em: 01 jul. 2020.

CAMPANHAS de conscientização: O que são? – Caso Julho verde. Brasil: **ACBG,** 09 ago 2018. 1 Vídeo (7 min e 7 seg). Publicado por Politize. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=7RXeCXho3bk. Acesso em: 02 jul. 2020.

CAMPANHA vai conscientizar jovens contra a violência doméstica. **Dourados On Line.** Dourados, MS. 02 jul 2020. Notícias Brasil. Disponível em https://www.douradosagora.com.br/noticias/brasil/campanha-vai-conscientizar-jovens-contra-a-violencia-domestica Acesso em 02 jul. 2020.

DEANGELISARK, 2015. **Turma da Mônica:** as primeiras aparições. Disponível em http://www.deangelisark.com/2015/03/ Acesso em 20 out 2019

DERING, Simone V.; LUIZ, Maikel da S. F.; SALES, Antônio. **Alimentação saudável para as séries finais do Ensino Fundamental:** sequência didática. 18f. Trabalho (Especialização) – Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul. Disponível em https://posgraduacao.uems.br/uems-sigpos/portal/trabalho-arquivos/download/2768 Acesso em 26 nov 2019

DIANA, Daniela. Linguagem publicitária. In: **Toda Matéria**. Estilística**.** 25 fev 2020. Disponível em https://www.todamateria.com.br/linguagem-publicitaria/ Acesso em: 01 jul. 2020.

DIANA, Daniela. Características do anúncio publicitário. In: **Toda Matéria**. Produção de Textos**.** 21 set 2018. Disponível em https://www.todamateria.com.br/caracteristicas-do-anuncio-publicitario/ Acesso em: 18 maio 2020.

ENERGIA e vida – nutrientes. Portugal: **Colégio Vasco da Gama**, 2011. Disponível em http://www.colegiovascodagama.pt/ciencias3c/nono/nutrientes.html Acesso em 27 nov 2019

ESCAVACINI, Gislene Capelin; CHAGURI, Jonathas de Paula , 2014. **Os desafios da escola pública paranense na perpectiva do professor PDE:** Produções Didático-Pedagógicas. Disponível em http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2014/2014_unesparparanavai_port_pdp_gislene_capelin_escavacini.pdf Acesso em 20 out 2019

FERNANDES, Márcia. Função Conativa. In: **Toda Matéria**. Língua Portuguesa-Estilística. 28 jan 2019. Disponível em https://www.todamateria.com.br/funcao-conativa/ Acesso em: 21 maio 2020.

HIPERMÍDIA, 2018. **Para refletir:** quadrinhos com críticas sociais. Disponível em http://hipermidia.unisc.br/portal/para-refletir-quadrinhos-com-criticas-sociais/ Acesso em 20 out 2019

IDOETA, Paula Adamo. Oficina de leitura crítica de notícias da BBC News Brasil. In: BBC News Brasil. **bbc.com.** São Paulo, 11 mar 2019. Disponível em https://www.bbc.com/portuguese/geral-47444600 Acesso em 09 abr 2020.

MARQUES, Livanize Oliveira Rodrigues; FERREIRA, Nicole Dall' Anora. Sequência didática – Fake News. In: FERNANDES, Rafael de S. B.; SCHRÖDER, Mirian (Orgs.). **Caderno de sequências didáticas.** Marechal Cândido Rondon, 2019. Disponível em https://www.academia.edu/1123470/Sequ%C3%AAncia_Did%C3%A1tica-Fake_News Acesso em: 08 abr 2020

MELLO, Heloisa C. Conheça as cores dos meses nas campanhas de conscientização. **Medical Way.** 11 mar 2020. Disponível em https://blog.medicalway.com.br/cores-dos-meses/ Acesso em 02 jul. 2020

MÍDIAS digitais influenciam hábitos de consumo dos jovens. Belo Horizonte: UFMG**,** 22 jun 2018. 1 vídeo (4 min e 13 s). Publicado por TV UFMG. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=uB2sj98tQvQ Acesso em: 21 maio 2020.

NEYMAR está fora de jogo contra o United na Liga dos Campeões, diz Tuchel. In: **Uol**, São Paulo, 27 jan 2019. Disponível em https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/01/27/neymar-esta-fora-de-jogo-contra-o-united-na-liga-dos-campeoes-diz-tuchel.htm Acesso em 09 abr 2020.

NINGUÉM nasce racista. Brasil: **Criança Esperança,** 03 jul 2016. 1 vídeo (3 min e 45 seg). Publicado por TM' Oficial. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=kaWUyiMSrV0 Acesso em: 29 jun. 2020.

NUTRIÇÃO. Túnel das mídias. Projeto Teia da Vida Saúde. Brasil: **Universidade Federal de Goiás.** Disponível em http://webeduc.mec.gov.br/portaldoprofessor/biologia/teiadavida/conteudo/index.html Acesso em 27 nov 2019

O QUE devo comer? Portugal**: Portal de informação português de oncologia pediátrica,** sem data. Disponível em https://www.pipop.info/criancas-e-jovens/o-que-devo-comer/ Acesso em 28 nov 2019

O QUE É FAKE NEWS: Saiba como trabalhar em sala de aula. In: **Sae Digital**. Disponível em https://sae.digital/o-que-e-fake-news/ Acesso em: 11 abr 2020.

O QUE É uma notícia falsa – Workshop 2. São Paulo: **BBC News Brasil,** 12 mar 2019. 1 vídeo (12 min). Publicado por BBC News Brasil. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=ZvGLQuw4GM0&t=5s Acesso em 10 abr 2020.

O TESTE improvável. Brasil: **CONIACC,** 17 nov 2016. 1 vídeo (2 min e 49 seg). Publicado por Marketing CONIACC. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=150QgGaODbI Acesso em: 29 jun. 2020.

PAULINO, Ana Caroline. O WhatsApp como aliado em sala de aula. **Uninter Notícias,** Brasil, 15 fev 2018. Disponível em: https://www.uninter.com/noticias/o-whatsapp-como-aliado-em-sala-de-aula Acesso em: 02 jul. 2020.

PEREZ, Luana A. C. Linguagem e persuasão. In: **Português.** Sem data. Disponível em https://www.portugues.com.br/redacao/linguagem-persuasao.html Acesso em: 21 maio 2020.

POLI, Marcelo. Casos de Dengue na cidade de São Paulo aumentam em 2019. In: **G1**, São Paulo, 19 fev 2019. Disponível em https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/02/19/casos-de-dengue-na-cidade-de-sao-paulo-aumentam-em-2019.ghtml Acesso em 09 abr 2020

SAMSUNG Galaxy A Absurdamente Galaxy. Brasil. **Samsung,** 09 fev 2020. 1 vídeo (44 segundos). Publicado por Samsung Brasil. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=9a2lp_QxDPs Acesso em: 21 maio 2020.

SICOOB. A influência da propaganda em jovens e adolescentes: Relações entre propaganda, consumo e os padrões sociais. O seu dinheiro vale mais. **Guia de bolso.** Santa Catarina, 25 jul 2016. Disponível em https://www.oseudinheirovalemais.com.br/a-influencia-da-propaganda-em-jovens-e-adolescentes/ Acesso em: 01 jul. 2020.

STORYTELLING para a aula sobre Fake News. Brasil. **Powtoon**, 01 out 2020. 1 vídeo (1 min e 18 segundos). Publicado por Gilda Gomes. Disponível em https://vimeo.com/463419017 Acesso em 04 outubro 2020.

TIRAS ARMANDINHO, 2017. **Armandinho.** Disponível em https://tirasarmandinho.tumbl r.com/ Acesso em 20 out 2019

TOONDOO, sem data. **Toondoo** ZOHO Corp. Disponível em http://www.toondoo.com/. Acesso em 20 out 2019

VALLE, Leonardo. BBC Brasil oferece planos de aula para debater fake news com os alunos. In: Instituto Claro. **Educação.** Rio de Janeiro, 11 mar 2019. Disponível em https://www.institutonetclaroembratel.org.br/educacao/nossas-novidades/noticias/bbc-brasil-oferece-planos-de-aula-para-debater-fake-news-com-os-alunos/ Acesso em: 10 abr 2020

VILHENA, Bernadete. Adolescência: Alvo fácil para o consumismo. **Dinheirama,** Itajubá/MG, 2013. Disponível em: https://dinheirama.com/adolescencia-alvo-facil-para-o-consumismo/ Acesso em: 19 maio 2020.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa**: como ensinar. Porto Alegre: Artmed, 1998.