



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

A Publicidade e a Argumentação - Dispositivos Didáticos e Contributos Pedagógicos em Aula. A Força das Palavras no Universo do Português e do Espanhol

Relatório de Estágio

Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
**Ensino de Português 3º Ciclo do Ensino Básico e Ensino
Secundário e Espanhol nos Ensinos Básicos e Secundário**
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Paulo Osório

Covilhã, junho de 2016

À minha família

Agradecimentos

Se partires nesta aventura

Sê prudente

Não temas o futuro

Segue em frente.

Em cada passo incerto

Busca a plenitude

Acrescenta-lhe a sapiência

E a tua virtude.

E andarás ao sabor do vento

Na doce e pura ilusão

Que um dia será certeza

Plena de Razão.

Rossana Rocha

Neste presente momento, tão especial, encontrar palavras que expressem os meus sentimentos de gratidão por todos aqueles que cruzaram o meu caminho, nesta jornada académica, é uma tarefa desafiante ...

Gostaria de agradecer à minha família pelo incentivo e apoio prestados, em cada momento, ao longo deste processo. Por cada palavra encorajadora, por cada gesto, por cada estímulo, por cada pensamento expresso, por cada abraço amigo, pelo olhar de confiança e pela esperança depositada em mim. Em particular, à minha mãe pela ideia pioneira e pelo grande alento; ao meu pai, pela confiança depositada nas minhas potencialidades; à minha irmã, pela sua paciência obstinada na consecução de um objetivo, ao meu tio, pela esperança de acreditar no culminar de um processo, à minha avó, pela sabedoria incutida, e restante família. A todos, um bem- haja.

Um agradecimento sincero e especial:

Ao Professor Doutor Paulo Osório, pela confiança, apoio, compreensão, orientação e disponibilidade facultados ao longo da realização da presente Tese.

À Professora Orientadora de Espanhol, Dr^a. Verónica Cruz, pela partilha de sugestões criativas no processo pedagógico.

À Professora Orientadora de Português, Dr^a. Alice Carrilho, pelos conhecimentos transmitidos no decurso do processo didático.

Aos meus colegas de curso e estágio, pela partilha, nestas jornadas de iniciação ao percurso docente.

Resumo

O enfoque do presente Relatório de estágio centra-se no estudo da relevância da Argumentação e da Publicidade no ensino - aprendizagem das línguas.

A primeira parte aborda a literatura académica referente à importância da Argumentação e da Publicidade no processo didático, as eventuais potencialidades e os contributos pedagógicos. Pretende dar-se uma panorâmica geral e abrangente da Argumentação e da Publicidade, para proporcionar a compreensão destes campos epistémicos e axiológicos e analisar a sua adequabilidade e pertinência na prática letiva, bem como o seu enquadramento.

A segunda parte deste Relatório incide sobre a presença da Argumentação e da Publicidade nos manuais escolares de Espanhol e de Português, a utilização didática destes dispositivos comunicacionais, no estrito cumprimento dos programas e das metas curriculares. É fulcral compreender, igualmente, como ambos os dispositivos comunicacionais são enquadrados e geridos no contexto das diversas unidades temáticas dos manuais escolares. Nesta segunda parte, abordámos a Argumentação e a Publicidade, em Espanhol e Português, tendo construído materiais autênticos, não só para lecionar estas temáticas, como também aferir a importância dos mesmos para a motivação dos discentes.

Por último, na terceira parte, é apresentado o relatório da prática de estágio, referente ao ano letivo 2015/2016, nas disciplinas de Espanhol e de Português, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras. Este relatório centra-se mormente na análise do Projeto Educativo deste estabelecimento de ensino, nos documentos oficiais da escola, no seu enquadramento, nas atividades nas quais participámos, ao longo do primeiro, segundo e terceiro períodos, bem como as atividades que dinamizámos.

Palavras-chave

Argumentação; Publicidade; ensino-aprendizagem das línguas

Resumen

El objetivo de la tesis de este máster se centra en el estudio de la relevancia de la Argumentación y de la Publicidad en la enseñanza - aprendizaje de las lenguas.

La primera parte se refiere a la literatura académica sobre la importancia de la Argumentación y de la Publicidad en el proceso de enseñanza, su potencial y las contribuciones pedagógicas. Su objetivo es dar una visión general y completa de la Argumentación y Publicidad, para proporcionar una comprensión de estos campos epistémicos y axiológicos y analizar la adecuación y relevancia en la práctica docente.

La segunda parte de este informe se centra en la presencia de la Argumentación y de la Publicidad en los libros de texto de Español y Portugués, el uso didáctico de los dispositivos de comunicación, en estricto cumplimiento de los programas curriculares y de los objetivos del plan de estudios. También es crucial para entender cómo los dos dispositivos de comunicación se clasifican y gestionan en el marco de las distintas unidades temáticas de los libros de texto en las dos asignaturas. En esta segunda parte, se habla de la Argumentación y de la Publicidad en las asignaturas de Español y Portugués. Para eso, la profesora en prácticas ha construido materiales didácticos auténticos, no sólo para enseñar estos temas, sino para evaluar su importancia en la motivación de los estudiantes para las clases en estas asignaturas.

Por último, en la tercera parte, se presenta el informe las prácticas, en referencia al año escolar 2015/2016, en las asignaturas de Español y de Portugués, en la Escola Secundária Quinta das Palmeiras, en Covilhã. Este informe se centra principalmente en el análisis del proyecto educativo del instituto, los documentos oficiales de la escuela, las actividades en las cuales la profesora en prácticas participó, durante el primer, segundo y tercer trimestres y las actividades que dinamizó con los alumnos.

Palabras- llave

Argumentación; Publicidad; enseñanza-aprendizaje de las lenguas

Índice

Agradecimentos	III
Resumo	IV
Resumen	V
Índice	VI
Lista de Figuras	X
Lista de Tabelas	XIII
Advertência	XIV
Introdução	1
Capítulo 1- A Argumentação e a Publicidade: Dispositivos Comunicacionais	3
1.1 A importância da argumentação	3
1.2.A importância da publicidade	6
1.3. O uso da argumentação nas aulas de línguas	14
1.4. O uso da publicidade nas aulas de línguas	25
Capítulo 2- A Argumentação e a Publicidade nos Manuais Escolares de Espanhol e de Português	34
2.1. Breves considerações	34
2.1.1. Análise dos documentos oficiais para a disciplina de Espanhol	35
2.1.2. Análise dos documentos oficiais para a disciplina de Português	39
2.2. Análise dos manuais de Espanhol	41
2.3. Análise dos manuais de Português	42
2.4. A presença da argumentação nos manuais de Espanhol	43
2.5. A presença da publicidade nos manuais de Espanhol	45
2.6. A presença da argumentação nos manuais de Português	51
2.7. A presença da publicidade nos manuais de Português	55
2.8. Comentário das aulas de Espanhol	60
2.8.1.Primeira aula de Espanhol	60
2.8.2. Segunda aula de Espanhol	64
2.8.3. Terceira aula de Espanhol	65
2.9. Comentário das aulas de Português	68
2.9.1.Primeira aula de Português	68

2.9.2. Segunda aula de Português	70
2.9.3. Terceira aula de Português	72
2.9.4. Quarta aula de Português	73

Capítulo 3- Estágio Pedagógico 76

3.1. Contextualização e Caracterização da Escola	76
3.1.1. A Escola: espaço físico e recursos humanos	76
3.2. Caracterização das turmas	79
3.2.1. Espanhol	79
3.2.2. Português	80
3.3. Aulas assistidas e planificação das unidades didáticas	81
3.3.1. Espanhol- 1º período	81
3.3.2. Português- 1º período	83
3.3.3. Espanhol- 2º período	85
3.3.4. Português- 2º período	90
3.3.5. Espanhol- 3º período	94
3.3.6. Português- 3º período	98
3.4. Atividades desenvolvidas ao longo do ano letivo	101
3.4.1. Espanhol- 1º período	101
3.4.2. Português - 1º período	102
3.4.3. Espanhol- 2º período	104
3.4.4. Português- 2º período	105
3.4.5. Espanhol- 3º período	110
3.4.6. Português- 3º período	113
3.5. Participação em outras atividades	115
Conclusão	118
Bibliografia	121

Anexos	124
--------	-----

Anexo I- Slides de powerpoint da primeira aula de Espanhol do 8º E, em 22/01/2016 125

Anexo II- Slides de powerpoint da primeira aula de Espanhol do 8º E (Unidade “Las Compras”), em 22/01/2016 127

Anexo III- Ficha com a estrutura do anúncio publicitário- primeira aula de Espanhol do 8º E, em 22/01/2016 136

Anexo IV- Ficha com a sistematização de conteúdos do Imperativo Afirmativo- primeira aula de Espanhol do 8ºE, em 22/01/2016 137

Anexo V- Ficha de exercícios com o Imperativo- primeira aula de Espanhol do 8º E, em

22/01/2016 _____	139
Anexo VI- Slides de powerpoint da segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016 _____	140
Anexo VII- Ficha de vocabulário da segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016 _____	142
Anexo VIII- Jogo para praticar o vocabulário (cartões)- segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016 _____	143
Anexo IX- Jogo para praticar o vocabulário (imagens)- segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016 _____	144
Anexo X- Slides de powerpoint com o vocabulário referente aos materiais, aos padrões, às formas e às cores- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	145
Anexo XI- Ficha de vocabulário- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	148
Anexo XII- Ficha sobre expressões para a função dos objetos- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	150
Anexo XIII- Slides de powerpoint com as funções dos objetos- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	151
Anexo XIV- Jogo para praticar o vocabulário- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	153
Anexo XV- Anúncio publicitário criado pela professora estagiária Rossana Rocha, para servir como “modelo” para a Tarefa Final- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	155
Anexo XVI- Imagens fornecidas aos alunos para a realização da Tarefa Final- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016 _____	156
Anexo XVII- Motivação para a aula de Português- primeira aula de Português do 11º A, em 03/12/2015 _____	160
Anexo XVIII- Resolução de questionário do manual de Português pág.128- primeira aula de Português do 11º A, em 03/12/2015 _____	163
Anexo XIX- Ficha de trabalho- primeira aula de Português do 11º A, em 03/12/2015 _____	168
Anexo XX- Resolução da ficha de trabalho- primeira aula de Português do 11º A, em 03/12/2015 _____	169
Anexo XXI- Slides de powerpoint introdutórios ao Capítulo VI do “Sermão de Santo António”- segunda aula de Português do 11º A, em 07/12/2015 _____	171
Anexo XXII- Correção do questionário da pág. 131 do manual- segunda aula de Português do 11º A, em 07/12/2015 _____	172
Anexo XXIII- Intertextualidade “Sermão” e “Este país não é para Corruptos” - segunda aula de Português do 11º A, em 07/12/2015 _____	173
Anexo XXIV- Slides de powerpoint introdutórios às “Reflexões do Poeta” (Canto I) e resolução de questionários das págs. 231 e 232- primeira aula de Português do 10º C, em	

26/04/2016	174
Anexo XXV- Ficha de trabalho alusiva à Publicidade- primeira aula de Português do 10º C, em 26/04/2016	181
Anexo XXVI- Slides de powerpoint alusivos às “Reflexões do Poeta” (Canto V) e resolução do questionário da pág. 234 do manual - segunda aula de Português do 10º C, em 03/05/2016	183
Anexo XXVII- Plano da unidade “Las Compras”, da turma 8º E- Espanhol	186
Anexo XXVIII- Plano da primeira aula de Espanhol do 8º E, em 22/01/2016	192
Anexo XXIX- Plano da segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016	194
Anexo XXX- Plano da terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016	196
Anexo XXXI- Plano da primeira aula de Português do 11º A, em 03/12/2015	198
Anexo XXXII- Plano da segunda aula de Português do 11º A, em 07/12/2015	200
Anexo XXXIII- Plano da primeira aula de Português do 10º C, em 26/04/2016	203
Anexo XXXIV- Plano da segunda aula de Português do 10º C, em 03/05/2016	211
Anexo XXXV- Reflexão das aulas de Espanhol- 1º período	219
Anexo XXXVI- Reflexão das aulas de Espanhol- 2º período	222
Anexo XXXVII- Reflexão das aulas de Espanhol- 3º período	226
Anexo XXXVIII- Reflexão das aulas de Português- 1º período	233
Anexo XXXIX- Reflexão das aulas de Português- 2º período	237
Anexo XL- Reflexão das aulas de Português- 3º período	243
Anexo XLI- Atividade da professora estagiária Rossana Rocha no âmbito da “Semana da Leitura” - “Vai um poema?”	248
Anexo XLII- Comprovativo de presença na apresentação de manuais do 11º ano de escolaridade da Editora Raíz- 3º período	252

Lista de Figuras

Figura 1- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”	43
Figura 2- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”	44
Figura 3- Exercício de devolução de produto, do manual “¡Ahora Español! 2”	44
Figura 4- Exercício de expressão escrita de correio eletrónico, do manual “¡Ahora Español! 2”	45
Figura 5- Exercício de compreensão de texto, do manual “¡Ahora Español! 3”	46
Figuras 6 e 7- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”	47
Figuras 8 e 9- Exercício do manual “¡Ahora Español! 2”	48
Figura 10- Tarefa final da unidade 7, do manual “¡Ahora Español! 3”	48
Figura 11- Exercícios do manual “¡Ahora Español! 3!”	49
Figura 12- Anúncios do manual “¡Ahora Español! 3”	50
Figura 13- Texto do manual “¡Ahora Español! 3”	50
Figura 14- Conteúdo “Apreciação Crítica” do manual “Mensagens”	51
Figura 15 - Exercício de Escrita (Apreciação Crítica), do manual “Mensagens”	52
Figura 16- Exercício de questionário de Apreciação Crítica, do manual “Mensagens”	52
Figuras 17 e 18- Textos: “(Con) vencer com palavras” e “Avassaladora onda de palavras”, do manual “Expressões 11”	53
Figura 19- Texto argumentativo do manual “Expressões 11”	54
Figura 20- Exercício de expressão escrita de um texto argumentativo, do manual “Expressões 11”	55
Figuras 21 e 22- Texto da Ficha Informativa de Publicidade, do manual “Mensagens”	56
Figuras 23 e 24- Texto informativo da Publicidade e Processo Publicitário, do manual “Expressões 11”	57
Figura 25- Anúncio publicitário “Leve grandes sermões por quase nada”, do manual “Expressões 11”	59

Figura 26- Anúncio publicitário “Edição Limitada- Eça de Queiroz”, do manual “Expressões 11”	59
Figura 27- Anúncio publicitário da “Coca - Cola”	61
Figura 28- Slide de powerpoint referente à estrutura do anúncio publicitário	62
Figura 29- Slide de powerpoint referente ao conceito de Publicidade	63
Figura 30- Slide de powerpoint questionando os discentes sobre os objetivos da utilização do imperativo	63
Figura 31- Slide de powerpoint com as terminações do imperativo nos verbos regulares	64
Figura 32- Slide de powerpoint com o vocabulário correspondente aos objetos tecnológicos	65
Figura 33- Slide de powerpoint com tipos de materiais utilizados	66
Figura 34- Slide de powerpoint com as funções dos objetos	66
Figura 35- Anúncio publicitário criado pela docente estagiária Rossana Rocha	67
Figura 36- Slide de powerpoint referente à estrutura interna do “Sermão de Santo António”	69
Figura 37- Slide de powerpoint com as respostas ao questionário do manual “Expressões 11”	70
Figura 38- Slide de powerpoint referente à estrutura interna do “Sermão de Santo António”	71
Figura 39- Slide de powerpoint relativo à correção do questionário, do manual “Expressões 11”	71
Figura 40- Imagem referente ao esquema- síntese das Reflexões do Poeta (Canto I)	72
Figura 41- Anúncio publicitário (com análise da estrutura publicitária), projetado em powerpoint	74
Figuras 42, 43 e 44- Imagens referentes à Escola Secundária Quinta das Palmeiras	76
Figura 45, 46 e 47- Imagens alusivas à comemoração do “Dia Europeu das Línguas”, na Escola Secundária da Quinta das Palmeiras	101
Figura 48- Imagem referente à comemoração do “Día de la Hispanidad”, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	102
Figuras 49 e 50- Imagem alusiva à comemoração do “Dia Internacional das Pessoas com Deficiência”, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	103

Figuras 51 e 52- Imagem alusiva à participação dos discentes na Prova Escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	105
Figuras 53, 54 e 55- Imagem referente à participação dos alunos no Parlamento dos Jovens, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	105
Figuras 56, 57 e 58- Imagens referentes à participação dos alunos no 10º Concurso Nacional de Leitura (Prova Oral), na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	106
Figuras 59, 60 e 61- Imagens alusivas à sessão com o escritor/ ilustrador Pedro Seromenho, no dia 4 de Fevereiro de 2016	106
Figuras 62, 63, 64 e 65- Imagens referentes à sessão com o escritor Sandro William Junqueira, no dia 4 de Março de 2016	107
Figura 66- Figura alusiva ao cartaz anunciando a Semana da Leitura, de 14 a 18 de Março de 2016	107
Figuras 67, 68 e 69- Imagens relativas à dinamização de atividades na Semana da Leitura: “Elos de Leitura” e crachás	108
Figuras 70 e 71- Imagens alusivas à participação de alunos na “Feira do Livro”	108
Figuras 72 e 73- Imagens referentes à realização do Sarau Literário, no dia 16 de Março de 2016	109
Figuras 74 e 75- Imagens referentes à participação dos alunos na sessão da “Banda das Letras”, no dia 18 de Março de 2016	109
Figuras 76, 77, 78 e 79- Imagens alusivas às atividades do “Dia da Poesia”, no dia 18 de Março de 2016	110
Figuras 80, 81 e 82- Imagens referentes às atividades dinamizadas no âmbito do “Dia Mundial da Saúde”	110
Figuras 83 e 84- Imagens referentes à exposição da “Árbol de las sinestésias”, no âmbito da comemoração do “Dia Mundial do Livro”	111
Figuras 85 e 86- Imagens alusivas ao “Dia do Livro”, comemorado no dia 26 de abril de 2016, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras	114
Figuras 87, 88 e 89- Imagens alusivas à realização da atividade “Bancos com sentido”, no dia 26 de abril de 2016	114
Figuras 90, 91, 92 e 93- Imagens referentes à atividade “Mercado Árabe”	116
Figuras 94, 95 e 96- Imagens relativas à atividade “A Cidade e as Serras”, dinamizada pelo pintor João Salcedas	116
Figura 97- Imagem alusiva à realização do workshop “A musicalidade na Poesia”	117

Lista de Tabelas

Tabela 1- Efeitos da retórica da Publicidade _____	12
Tabela 2- A importância do Plano Real e do Plano Simulado na Argumentação _____	20
Tabela 3- O texto argumentativo como célula argumentativa/ sequência argumentativa (Adam 2001: 118) _____	21
Tabela 4- Conteúdos Declarativos de Expressão Oral (11º ano) do PLP (2000; 2002) _____	22
Tabela 5- Conteúdos Declarativos de Escrita (11º ano) do PLP (2000; 2002) _____	24
Tabela 6- Conteúdos Declarativos de Escrita (12º ano) do PLP (2000; 2002) _____	25

Advertência

Por solicitação e exigência da Escola Secundária Quinta das Palmeiras, foram retirados dos comentários das aulas dadas pela professora estagiária Rossana Rocha, todos os elementos que constituíssem meio que permitisse a identificação das respetivas turmas (v. “Comentário das aulas de Espanhol e Comentário das aulas de Português” - itens 2.8. a 2.9.4. inclusive e “Aulas assistidas e planificação das unidades temáticas - itens 3.3. a 3.3.6. inclusive). Adicionalmente, a mesma solicitação e exigência abrange a caracterização das turmas (item 3.2.), não sendo mencionada a turma a que os dados facultados dizem respeito.

Introdução

Nas sociedades atuais, estamos rodeados de Publicidade e de Argumentação, sem as quais não podemos viver, uma vez que estas “ferramentas” nos permitem tomar conhecimento da existência de novos produtos e de informações institucionais. No entanto, o ser humano considera as potencialidades da Publicidade e da Argumentação como restritas, cingindo-se ao universo dos media (televisão, imprensa e internet), para divulgação de mensagens de cariz comercial, com o intuito da venda de produtos e/ ou bens. Urge um novo olhar sobre as potencialidades da Publicidade e da Argumentação. Ao explorarmos mais pormenorizadamente as suas linguagens, no contexto linguístico e no contexto imagético, constatamos que existe uma enorme potencialidade que pode ser transposto para o universo didático, não com objetivos comerciais, mas sim com finalidades pedagógicas, utilizando as suas linguagens: linguística, estilística e imagética para a motivação dos discentes no seu processo de ensino - aprendizagem. Considerando que a motivação dos alunos para a aprendizagem de novos conteúdos programáticos é um desafio para qualquer Docente, em particular para os professores que lidam com faixas etárias que apresentam uma maior complexidade (designadamente o período da adolescência, entre os 12 e os 18 anos), que abrangem o 3º ciclo do ensino básico e o ensino secundário, penso que o Docente deve possuir estratégias apelativas que fomentem a aprendizagem (estratégias que já foram testadas em outros campos, designadamente o publicitário, com efeitos comprovados no público- alvo). A nova geração de alunos nas escolas refletem a vivência do seu tempo: são discentes para os quais a tecnologia (presente nos telemóveis inteligentes) e as redes sociais são o seu mundo e a sua realidade quotidiana. E é neste contexto e neste mundo dos adolescentes, simultaneamente expansivo (porque globalizado) e circunscrito (porque só aqueles que dominam o universo digital a ele têm acesso, os outros são info - excluídos) que os Docentes devem agir primordialmente e ter um papel a desempenhar (uma tarefa que se afigura difícil), para transmitir as mensagens pedagógicas e de conhecimento. Neste mundo, tão próprio dos adolescentes e jovens, não há lugar a linguagens desprovidas de imagens ou de efeitos especiais. Todas as mensagens são demasiado rápidas para uma triagem selectiva, tudo transcorre à velocidade da luz, na fugacidade da vida, escasseando o tempo para discernir e reter a informação do que é realmente importante e estruturante para a personalidade do adolescente, do seu percurso vivencial, das suas experiências pessoais. E nesta avalanche da informação, poucas mensagens terão probabilidade de ganhar eco nos jovens e de os fazer pensar. A mensagem a transmitir não pode ser igual às demais, terá que se diferenciar, seja pela linguagem, pela imagem ou mesmo por ambas (idealmente).

No universo do Ensino, a Publicidade e a Argumentação têm, a meu ver, o potencial para proporcionar um maior envolvimento por parte dos alunos na aprendizagem e

assimilação de novos conteúdos. É fulcral, para além de outros dispositivos pedagógicos que os alunos tão bem já conhecem (o manual do aluno, o caderno de atividades, cd's áudio, fichas de trabalho, vídeos, internet etc), proporcionar-lhes outras linguagens comunicacionais, que, “afastadas” dos seus contextos específicos habituais, podem fazer a diferença no universo educativo, porquanto assumem um valor “surpresa” e “exploram receitas”, com resultados comprovados ao nível da atenção e captação das mensagens que pretendem veicular.

Considero que este tema não tem sido muito abordado em contexto educativo, nem as suas virtudes devidamente aproveitadas. Por esse motivo, proponho-me analisar e refletir sobre a literatura académica existente, verificar qual a relevância, o enquadramento e a utilização da Publicidade e da Argumentação nos manuais de Espanhol e de Português e introduzir a Publicidade e a Argumentação nas aulas que darei, para verificar se estas linguagens permitem uma maior motivação e interesse dos alunos para a aprendizagem de novos conteúdos curriculares.

Deste modo, existem algumas questões que poderão nortear o presente estudo:

- a) Qual a importância que os Programas Curriculares do Ministério da Educação conferem a esta temática nos seus manuais?
- b) Os manuais de Espanhol e de Português recorrem à utilização implícita ou explícita da Publicidade?
- c) Com que frequência?
- d) Os discentes captam corretamente as mensagens publicitárias dos anúncios publicitários que são apresentados?
- e) Os discentes estão conscientes da mensagem subliminar da Publicidade (intuitos comerciais e institucionais)?
- f) Com a utilização da Publicidade e da Argumentação, os discentes estão mais motivados para a aprendizagem e para a compreensão de novos conteúdos programáticos?

Ao longo de três capítulos, pretender-se-á dar as respostas a estas questões. No primeiro capítulo, o enfoque incidirá sobre a literatura académica neste tema; no segundo capítulo, a análise centra-se nos manuais escolares para Espanhol e Publicidade, nos programas curriculares destas disciplinas e nos comentários das aulas de Espanhol e de Português dadas pela professora estagiária, na qual este tema é dominante. Por último, no terceiro capítulo, será feita a caracterização da Escola, das atividades desenvolvidas, a planificação de todas as aulas que foram dadas, entre outros itens, encerrando-se o presente estudo com uma Conclusão.

Capítulo 1

A Argumentação e a Publicidade: Dispositivos Comunicacionais

1.1. A importância da argumentação

A Argumentação é muito relevante na atualidade e encontra-se presente na sociedade, verificando-se uma maior utilização nos domínios políticos e publicitário, considerando o seu entendimento comum, associado à Retórica, como “a arte de convencer alguém”. Deste modo, para “servir os desígnios” políticos e publicitários, a Argumentação assume particular destaque, consubstanciando-se “numa arte de Oratória”, com um enquadramento específico (não se restringe ao âmbito da Oratória) e técnicas próprias, que visa convencer um auditório (na política) ou uma audiência (na publicidade).

Em contexto escolar, a Argumentação constitui-se como um pilar no estudo e funcionamento da língua (aplicável nos idiomas Espanhol e Português) e, dada a sua relevância, é fulcral que os discentes tenham consciência da sua existência, a reconheçam como um domínio cognitivo com técnicas e especificidades muito próprias, com uma utilização mais presente em certos domínios, e tenham uma atitude de crítica construtiva, constatando, se necessário e com o devido distanciamento, os “excessos” da sua utilização.

Perante o exposto, constitui-se como imperioso o enquadramento do conceito de Argumentação. Breton (2003) enquadra este conceito, numa tripla acepção: Argumentação enquanto situação de comunicação que, para se efetivar, necessita de parceiros, uma mensagem e uma dinâmica própria; Argumentação não é convencer alguém a “qualquer preço”, diferenciando-se assim da retórica, que utiliza meios de persuasão e Argumentação enquanto raciocínio, propondo uma opinião às pessoas, fornecendo-lhes explicações plausíveis para que estas adiram a ela.

Refletindo sobre estas três características, o autor defende que a Argumentação pressupõe uma situação de comunicação, traduz-se numa restrição, em nome de uma ética: poderá ser mais simples o ato de convencer um interlocutor, recorrendo às figuras de estilo, raciocínios elaborados, as manipulações psicológicas. A Argumentação faz parte da Retórica, mas o bom uso da Argumentação radica numa rutura com a retórica clássica e com os diversos meios de persuasão que ele apresenta.

Breton (2003) preconiza o “Triângulo Argumentativo”, que articula as seguintes vertentes: Orador, Argumento e Auditório e ainda a Opinião e o contexto de recepção. Este é o entendimento do autor sobre o “Triângulo Argumentativo”: uma opinião integra-se num contexto de recepção, sendo o orador, o argumento e o auditório um conjunto de intermediários deste processo. Estes são os componentes do Triângulo Argumentativo: a opinião do Orador pertence ao domínio do verosímil (pode ser uma tese, uma causa, uma ideia ou um ponto de vista, que existe previamente à sua formulação como argumento). Não tem, necessariamente, que tornar-se num argumento: podemos ter uma opinião, guardá-la para nós próprios, não procurar convencer os outros ou informá-los de que não se adere; o orador que argumenta em seu nome ou em nome de outrem (ex: um causídico). O orador possui uma opinião, apresenta-a a um auditório, submete-a para que o auditório a partilhe e se “aproprie” da opinião e esta opinião enquadra-se num raciocínio argumentativo. O argumento pode ser apresentado por escrito (um recado, uma carta, um livro, uma mensagem informática) pela palavra, direta ou indireta (a rádio, o telefone) ou pela imagem. Existem mais dois componentes fulcrais neste Triângulo Argumentativo: o auditório que o orador quer convencer ou fazer aderir à opinião que lhe propõe: pode ser uma pessoa, um público, um conjunto de públicos ou o próprio orador, quando este procura autoconvencer-se e o contexto de recepção - o conjunto das opiniões, dos valores e dos juízos que um auditório partilha, que existem previamente ao ato de argumentação e que terão um papel na recepção do argumento, na aceitação/ rejeição e na adesão.

Segundo Breton (2003), o objetivo da argumentação é transformar uma opinião em argumento em função de um auditório particular. Argumentar é escolher, numa opinião, os aspetos fulcrais que a convertam em aceitável para um determinado público. Aquando da recepção do argumento, a opinião irá inscrever-se num conjunto de representações, de valores e de crenças próprias ao auditório. A argumentação tem como finalidade alterar o contexto de recepção (as opiniões do auditório). Após o ato argumentativo, o auditório não possui apenas mais uma opinião: deve ter alterado o ponto de vista sobre o assunto em questão. A argumentação articula o domínio da comunicação com o domínio da ação; argumentar é agir sobre a opinião de um auditório, para que se abra um espaço, um lugar para a opinião que o orador propõe. De acordo com o autor, a Argumentação possui uma dimensão ética, alicerçada em três questões basilares: tudo é passível de discussão? ; todos os argumentos são bons para defender uma opinião?; há limites à ação que se pode exercer sobre um auditório? Relativamente à questão sobre se tudo é discutível, o autor faz a distinção entre Opinião e Fé/ Certeza. Caracteriza a Opinião como sendo um conjunto de crenças, de valores, de representações do mundo e de confiança que um sujeito constitui para ele próprio. Segundo o autor, a certeza ou a fé estão fora de discussão, sendo que a ciência, a religião e os sentimentos escapam às opiniões e integram-se na certeza. A opinião e conhecimento científico escapam à opinião. A opinião não produz conhecimentos novos. Os resultados científicos não se discutem, impõem-se e não constituem uma opinião. Deste modo, o conhecimento situa-se do lado da objetividade e da verdade, enquanto a opinião se encontra

do lado da subjetividade. A Opinião e fé religiosa (a religião) constituem um campo que escapa à argumentação. A fé partilha-se, comunica-se, mas não se explica, nem se discute. A Opinião e os sentimentos também escapam à opinião, pressupõe-se a subjetividade.

Segundo o autor, a Argumentação tem como finalidade transmitir ou fazer partilhar uma opinião, veiculando informação. A informação consiste, de acordo com o autor, num olhar sobre o real, que tende a ser único, sendo uma representação do real (pressupõe-se um olhar objetivo). A argumentação é definida como um raciocínio em situação de comunicação. O ato argumentativo pressupõe o raciocínio (predominante) e a minimização do recurso aos sentimentos, ao poder e à demonstração. Para que a Argumentação seja eficaz e, considerando sempre que o orador discursa para um auditório específico, há algumas etapas que o Orador deve respeitar: mobilizar a sua opinião, isolando-a do contexto em que ela é produzida; identificar qual ou quais os seus auditórios; identificar o contexto no qual o(s) argumento (s) serão recebidos (ponto de vista do auditório sobre o assunto); conceber a sua opinião em um ou vários argumentos, adaptando a sua opinião ao auditório; intervir sobre o contexto de receção do auditório para o modificar, com a finalidade de criar espaço para a sua opinião. Utiliza argumentos de enquadramento e associa a opinião que se propõe ao contexto de receção (já modificado), utilizando a segunda categoria de argumentos, os argumentos de ligação.

De entre os motivos para aderir a uma opinião, de acordo com Breton (2003), encontram-se os seguintes: a ressonância (uma nova apresentação de factos pode entrar em ressonância com a visão mais abrangente do mundo. A ressonância suscita a simpatia, tornando-a aceitável para nós); a curiosidade, que nos permite examinar com maior benevolência uma nova forma de ver as coisas, na qual ainda não tínhamos pensado. Um certo gosto pela exploração e o desejo de mudança farão com que haja uma apresentação diferente dos factos e das suas consequências e o interesse, que pode potenciar uma aceitação de uma conceção do mundo, ao permitir-nos avaliar a conveniência no futuro, sendo que o objetivo é ver as vantagens na adesão a uma opinião. O autor distingue dois tipos de argumentos: de autoridade e reenquadramento. Os argumentos de autoridade incluem os argumentos baseados na competência, na experiência e no testemunho. Estes argumentos têm como objetivo o enquadramento do real, criando espaço para os argumentos da autoridade. O real que é descrito consiste no real que é aceitável, porque a pessoa que o descreve tem autoridade para o fazer. O auditório deve aceitar. Outros aspetos são igualmente fulcrais: a competência, que faz apelo às capacidades do orador, da sua competência científica, técnica, moral ou profissional (o orador tido como “competente”, tira proveito de uma espécie de “aura” que reforça/ legitima as suas opiniões); a experiência - este argumento baseia-se numa prática efetiva do orador, consistente com uma certa duração no tempo, no domínio em que este se expressa e o testemunho - este argumento “explora” as potencialidades do orador que esteve presente num acontecimento marcante, numa manifestação, num acontecimento, e que fala com “conhecimento de causa”. O testemunho é pontual, por oposição à experiência (durável no tempo).

Breton (2003) também refere a categoria dos argumentos de reenquadramento, que inclui três tipologias: definição, apresentação e a associação - dissociação. O reenquadramento implica um outro olhar, uma novidade e/ou um deslocamento: não enfrenta o problema, mas contorna-o e vê-o de outra perspectiva. A definição surge como uma construção do real que permite posteriormente argumentar; a apresentação - este tipo de argumentos radica numa comparação, numa analogia de uma representação prévia do mundo; a Associação - este tipo de argumento possibilita a criação de um novo real, através de uma combinação nova de elementos pré-existentes e a Dissociação - desconstrução do real, decomposição de uma noção em universos distintos.

Relativamente aos Argumentos Dedutivos, estes centram-se nas seguintes categorias: Argumentos quase lógicos - estes argumentos usam raciocínios próximos dos raciocínios científicos, o que dificulta a sua distinção face à demonstração e encontram-se no limite da argumentação; de reciprocidade - baseiam-se numa associação dedutiva forte. A dedução faz apelo a uma coerência do real, que é o primeiro termo da argumentação/ enquadramento e a partir dessa coerência deduz-se, num segundo tempo, a necessidade de um tratamento igual para todos os aspetos do mesmo fenómeno. Por último, os Argumentos causais - transformam a opinião que se quer defender numa causa ou num efeito sobre o qual existe acordo. Este tipo de argumento permite uma associação nos dois sentidos: ou porque o acordo se constitui como causa da opinião que se sustenta ou porque a opinião é ela própria a causa de uma consequência sobre a qual se estabeleceu um acordo. Os argumentos analógicos articulam um raciocínio entre duas zonas do real. A comparação analógica é utilizada para convencer e raciocinar, mas não para ilustrar uma posição. A comparação assenta numa associação entre duas realidades, relacionando-as de forma aceitável e transferindo as qualidades de uma para a outra. No Argumento pelo exemplo, induz-se a partir de um caso particular, que se converte no caso exemplar, pois pode aplicar-se a outras realidades. A Metáfora é um argumento quando é utilizado para a defesa de uma tese ou de uma opinião.

1.2. A importância da publicidade

Considerando a importância da Publicidade nas sociedades atuais e globalizadas e a sua “omnipresença” nos meios de comunicação social e no espaço público, urge também analisar e compreender os contributos da mesma, à semelhança do enquadramento epistemológico realizado com a Argumentação.

Dado que os discentes estarão mais conscientes da existência da Publicidade e do seu impacto nas suas vidas (considerando que, enquanto adolescentes e jovens, são públicos- alvo da Publicidade), requerem, por esse motivo, o conhecimento das técnicas publicitárias para adoptarem um posicionamento crítico e construtivo, ao longo do seu natural processo evolutivo. Deste modo, a Escola e, mais particularmente, as disciplinas que são ministradas,

devem contribuir para o conhecimento e esclarecimento dos discentes face às técnicas utilizadas: os alunos deverão ter consciência de que, na Publicidade, não existe “neutralidade” nas palavras e que as mesmas deverão ser lidas, interpretadas e compreendidas na aceção de que lhes subjazem, frequentemente, objetivos de lucro/comerciais e que, nem sempre retratam a realidade dos produtos que anunciam. As disciplinas que se inserem no domínio das línguas (Espanhol e Português) são, no âmbito desta tese, o universo em análise e possuem um lugar de natural relevo e destaque para abordarem estas questões, no sentido de que as palavras e o seu universo são o seu elemento crucial, porquanto se exige uma reflexão crítica em torno da utilização do poder da palavra para a sua eventual “instrumentalização” para atingir objetivos.

Perante o exposto, de acordo com Brochand (1999), urge enquadrar o surgimento da Publicidade, a sua evolução e as conseqüentes mutações que se foram operando ao longo do tempo. Segundo este autor, a Publicidade nasce com o advento da Revolução Industrial, a produção em série, a urbanização, os grandes meios de comunicação social e transportes, mas a sua génese remonta a Pompeia, na Itália. A forma mais popular de Publicidade foi o “pregão”, espontâneo e oral, o pregão dos comerciantes e mercadores para a venda de escravos, gado e outros produtos, ainda antes da Idade Média, com caráter de anúncio/notícia, com utilização para publicitar casamentos, sanções ou prémios. O primeiro cartaz publicitário surge em 1482 em Reims, para anunciar uma manifestação religiosa. A mensagem era de teor marcadamente informativo, com a descrição do produto e não tinha intuítos específicos de “seduzir” o interlocutor. Posteriormente, surgem os anúncios nos jornais, na última página, com o desenho a acompanhar o produto e a apresentá-lo, sendo que o desenho da figura humana só aparece posteriormente.

No final do séc. XIX, assiste-se a um incremento na relevância da Publicidade, com o aparecimento de dispositivos comunicacionais e tecnológicos que lhe conferem uma maior projeção: o telefone, o telégrafo, a máquina de escrever, com um particular destaque para o surgimento da rádio, na segunda década do séc. XX. A importância da Publicidade acompanha o desenvolvimento industrial; da mesma forma que o progresso tecnológico introduz novos produtos e serviços, a Publicidade ganha novo alento e relevância graças aos mass media que vão surgindo, sendo que, a partir de 1950, o suporte televisivo converteu-se no meio de comunicação eleito para as apresentações publicitárias. Em Portugal, o percurso da atividade publicitária centrou-se nas seguintes etapas: etapa inicial: durante séculos, a Publicidade tinha um cunho marcadamente popular, designadamente com a utilização de pregões, tendo alguns perdurado até à atualidade: *“Quentes e boas”* (as castanhas). Nas décadas de 20 e 50 do século XX, os suportes publicitários consistiam na imprensa escrita, na publicidade exterior e no cinema. Em 1927, a Publicidade ganharia um pendor mais institucional, com a criação da agência publicitária Hora, de Manuel Martins da Hora, na qual o poeta Fernando Pessoa trabalhou enquanto copy, tendo ficado célebre o slogan que Pessoa criou para a Coca-Cola: *“Primeiro estranha-se, depois entranha-se”*, bebida proibida que apenas seria permitida na década de 70.

Durante a década de 40 do séc. XX, o maior protagonismo foi concedido ao cartaz publicitário e aos jornais, mas o panorama sofreu alterações, com o advento da rádio e a publicidade radiofónica. A Publicidade passou a patrocinar espetáculos ao vivo; ao mesmo tempo que decorriam os programas, os locutores liam a publicidade. Ficou célebre a publicidade na Rádio Clube Português. A publicidade radiofónica consistia na promoção dos seguintes produtos: chocolates, dentífricos, bâtons, produtos de cabelo e de maquilhagem. A partir da década de 50, surgem anúncios para as marcas Sumol, Yoplait, Vaqueiro, Omo e Tide. Os consumidores poderiam encontrar os produtos nos pontos de venda, embora não se registasse um apelo direto ao consumo e as embalagens não ostentavam um design de pacote atrativo e os produtos a consumir nem sempre se encontravam expostos. Com a entrada das multinacionais em Portugal (ex: Lever, Colgate, Nestlé, Procter and Gamble) foram feitos investimentos no mercado publicitário e apostou-se na promoção de cariz pedagógico/informador do consumidor e do retalhista, para aumentar o consumo. As mensagens publicitárias, com cariz estruturado, apresentavam testemunhos de utilizadores e comparações com produtos semelhantes ao enunciado.

Com o aparecimento em Portugal da televisão em 1957, a Publicidade ganhou ainda uma maior projeção, aliada ao poder e à força das imagens. Nesta época, a importância da Publicidade residia no objetivo de modificar os hábitos de consumo dos portugueses: a introdução de peixe congelado e a campanha dos “ovos carimbados”. Com as multinacionais e uma maior competitividade no mercado, verifica-se uma maior aposta em estudos de mercado para conhecer melhor as necessidades do consumidor, embora ainda fossem bastante relevantes as campanhas promocionais e as informações resultantes dos testes qualitativos e de resultados das degustações. Pretende-se também criar a consciência da marca do produto e a preferência pela mesma, diferenciando os produtos da concorrência. Grandes ícones da literatura e da poesia destacam-se no mundo da publicidade: Alves Redol, Ary dos Santos, Alexandre O’Neill, Sttau Monteiro.

No período compreendido entre a pós- revolução de 1974 e 25 de Novembro de 1974, a publicidade sofreu uma grande quebra. Ressentiu-se da falta de investimento dos grandes anunciantes e a publicidade deixou de ser “bem vista” enquanto atividade empresarial. Com o advento da entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia (em 1986) e o desaparecimento de barreiras alfandegárias e a livre circulação de pessoas e bens, surge a necessidade de introduzir novos produtos para satisfazer um cliente cada vez mais exigente. Em sentido inverso, verificou-se também um esforço das empresas para se expandirem para outros mercados, requerendo esforços adicionais para o desenvolvimento de mensagens publicitárias para outros mercados.

Verificam-se também cada vez mais investimentos publicitários; é o *boom* do investimento publicitário. As mensagens publicitárias não possuem apenas uma função pedagógica/ informativa, mas apresentam uma vertente lúdica, com abordagens mais criativas e inovadoras, na qual os novos dispositivos comunicacionais e as suas potencialidades

assumem uma grande relevância: a força da imagem televisiva com os seus efeitos audiovisuais e uma qualidade de produção do suporte publicitário mais elaborado. Com os novos canais televisivos privados, surgidos nos anos 90 do séc. XX e a tv por cabo e satélite, o consumidor recebe uma profusão de mensagens publicitárias, tornando-se mais esclarecido, mais exigente e mais “infiel” à marca, pelo que as empresas anunciantes e as agências de publicidade tentam “prender” a atenção destes consumidores ao máximo, inovando nas mensagens e nos suportes publicitários. A publicidade não está apenas confinada a produtos, alargando-se aos serviços (banca, seguros, telecomunicações), têm preocupações sociais e ambientais, encontra-se ao serviço das mais diversas instituições, grupos e serviços públicos.

Brochand (1999) considera que a Publicidade age de duas formas diferentes, como uma força social. Por um lado, a Publicidade representa os diversos segmentos da sociedade (os jovens, as minorias, a terceira idade). Com impactos sobre a forma como estas pessoas são tratadas em sociedade e, por outro lado, a Publicidade tem um papel público, quando se insurge e luta contra os abusos contra menores, os fogos florestais, as drogas ou na promoção de hábitos de leitura. No entanto, os objetivos da Publicidade não são “ingénuos”, uma vez que ela pode manipular o consumidor, através da: criação de necessidades - a Publicidade em si mesma, cria necessidades, mas pode estimular aquelas que já existem, ou seja, “dá corpo” às necessidades latentes e não expressas pelos consumidores. Às empresas, cabe o papel de identificarem potenciais necessidades insatisfeitas e conceber os produtos, bens e serviços para satisfazer as necessidades do consumidor; da utilização de apelos emocionais: por vezes, quando a Publicidade recorre às emoções, tirando partido das mesmas, tal facto pode influenciar os consumidores, embora não seja fácil discernir se uma determinada campanha publicitária resulta, porque explora a emocionalidade ou não resulta, porque há consumidores pouco sensíveis aos apelos emocionais. Factores como o nível de instrução, capacidade intelectual, experiência prévia, podem ser determinantes para a influência que uma publicidade mais emocional desencadeia no consumidor. Ressalva-se, no entanto, que certas emoções mais extremas (o medo, a ansiedade), explorados pela Publicidade, podem desencadear distúrbios emocionais ou episódios de ansiedade prolongada e utilização de meios e técnicas poderosas.

Existem duas vertentes que podem contribuir para uma eventual manipulação do consumidor: os estudos de motivação e a publicidade dissimulada. Os estudos de motivação relacionam-se com o conhecimento de motivos/ motivações ao nível do subconsciente dos consumidores e que explicam as suas atitudes de compra. Partindo deste conhecimento, os publicitários poderão criar mensagens publicitárias para agir no domínio do subconsciente do consumidor, designadamente: o conteúdo semântico do texto de um anúncio, a exploração da imagem, das cores, a apresentação tipográfica, a voz, etc. A publicidade dissimulada não possui um cariz óbvio, que a identifique como publicidade real, mas tal não significa que não seja eficaz; coloca, no entanto, questões éticas. Veicula mensagens subliminares: como exemplo, temos, antes da projeção de um filme no cinema, imagens de uma marca de

refrigerantes, para levar os consumidores a beberem algo antes ou durante o intervalo do filme.

A publicidade, pelo seu cariz omnipresente na vida quotidiana e de transmissão persuasiva, possui grandes impactos nos estilos de vida, da sociedade e a nível axiológico. Deste modo, a Publicidade é frequentemente acusada de promover o materialismo e o descontentamento social, bem como a criação de estereótipos e de promoção de produtos nocivos. Todavia, a Publicidade possui também uma vertente de consciência social e pode fomentar o desenvolvimento político, cultural, moral e religioso da sociedade. Contribui para o reforço dos valores sociais, mas não lhe pode ser imputada a responsabilidade pelos valores sociais. No entanto, a curto prazo, a publicidade reflete valores sociais vigentes e a longo prazo, pode reforçar esses valores. Deste modo, o descontentamento do consumidor e o materialismo não provêm da publicidade: são provenientes da sociedade e do sistema económico, uma vez que estes são o fundamento para uma sociedade de consumo. A representação de mulheres e minorias étnicas nos anúncios publicitários possui duas faces: por um lado, pode ajudar a criar certos estereótipos, mas por outro lado, pode justamente corrigir certos estereótipos que se encontram já vigentes na sociedade. A publicidade pode ser considerada como “enganosa”, quando apresenta falhas informativas, com demonstrações enganosas ou falsas. Também pode ser considerada de “mau gosto”, em situações de exagero, quando é aborrecida, barulhenta, repetitiva, interrompe programação interessante e é ofensiva, do ponto de vista normal.

Os publicitários debatem-se com limitações criativas, ao nível da promoção publicitária de certos produtos, nomeadamente ao nível da alimentação e das bebidas alcoólicas. Existem também outras áreas sensíveis: a Publicidade Política é vital para a democracia, porquanto informa os cidadãos ideologicamente e de propostas políticas de partidos e de candidatos e exerce a sua influência. Todavia, ressalva-se que a sua utilização encontra-se regulamentada. As instituições sociais de beneficência ou até mesmo de cariz religioso recorrem à publicidade, para veicular as suas mensagens, embora o façam com alguma “sensibilidade”, ao nível das mensagens e das imagens. Considerando o papel e a relevância da publicidade nos mass media, os publicitários podem ter uma influência positiva sobre os conteúdos mediáticos, ou apoiar produções de qualidade intelectual, cultural ou artística. Os anúncios publicitários que contêm entretenimento têm uma maior longevidade, face ao efeito de repetição.

Verifica-se a existência de campanhas de publicidade direcionada às crianças. Estas estão sujeitas a uma pressão comercial presente em numerosas vertentes: na televisão, nos jogos, nas refeições e na rua. No entanto, as crianças não conseguem discernir os objetivos comerciais que subjazem às campanhas publicitárias. Para as crianças, não se afigura fácil distinguir entre a publicidade e outras mensagens de teor comunicacional, para além de, frequentemente, as crianças não compreenderem os objetivos publicitários e não possuírem uma atitude crítica face às campanhas publicitárias, antes dos onze, doze anos. As campanhas publicitárias para as crianças assentam na primazia de algumas estratégias em detrimento de

outras mais convencionais, que podem, todavia, coexistir. No entanto, as opções geralmente escolhidas pelos anunciantes centram-se nos “clubes de crianças” para a promoção dos produtos e serviços, através de campanhas de “direct mail” para crianças, criação de revistas para divulgar produtos, as promoções, venda com ofertas de brindes, as vendas à distância (tele vendas - “direct mail”), internet, serviços telefónicos de valor acrescentado, publicidade a produtos alimentares, nomeadamente para convencer as crianças de que a comida rápida ou fast food é saudável. A preocupação com a proteção das crianças face às mensagens publicitárias é pertinente, porquanto estudos realizados permitiram constatar que a atenção das crianças à publicidade é superior à dos adultos e que a memorização dos anúncios publicitários nas crianças é três vezes mais elevada que nos adultos.

Brochand (1999) considera que os problemas sociais com que as sociedades se debatem fazem com que seja fulcral sensibilizar os cidadãos para essa realidade. A publicidade é assim utilizada para sensibilizar e levar à ação os indivíduos, as organizações e os governos. Este tipo de campanhas publicitárias pretendem fornecer informação aos cidadãos, consciencializá-los e persuadi-los e levar a uma mudança de atitude ou à inversão de certos comportamentos. As mudanças que se pretendem podem ter efeitos permanentes (ex: deixar de fumar, ou temporários - utilização racional da água em situações de seca). Existem também outras campanhas publicitárias que visam as mudanças de valores: a luta contra o racismo, a xenofobia, o anti-semitismo e a intolerância (ex: campanha “Todos Diferentes, Todos Iguais”). As campanhas para as Causas Sociais centram-se em três grandes domínios: Saúde, Cultura, Educação e Civismo e Direitos Humanos. Estes são alguns exemplos de campanhas na área da Saúde: “*Se conduzir, não beba*”; “*Não fume, pela sua saúde*”; “*Os olhos do pai. O sorriso da mãe. A SIDA dos dois*”; “*Dê sangue. Dar sangue é dar vida.*” Nas áreas de Cultura, Educação e Civismo, destacam-se: “*Melhor formação. Melhor produção. Melhor Emprego.*”; “*Lisboa agradece.*”; “*Dê prioridade à vida.*” E “*Você acha que só acontece aos outros. Os outros pensam o mesmo.*” Nas áreas dos Direitos Humanos, ressaltam-se: “*Todos diferentes, todos iguais.*” e “*Casal que divide as responsabilidades domésticas multiplica a qualidade de vida.*”

No que concerne às linguagens da publicidade, Brochand (1999) enfatiza as seguintes: Criatividade e estilo publicitário, Mix da criatividade: elementos verbais e não-verbais e Força da mensagem. Na elaboração de um anúncio publicitário, o profissional de Publicidade poderá escolher três possibilidades: respeitar, transgredir e inovar. Respeitar pressupõe seguir os estereótipos vigentes para anúncios publicitários referentes a uma certa categoria de produtos. O enfoque centra-se no produto e nas suas características. No caso da transgressão, o objetivo é fazer com que um produto “sobreviva” e como tal, verifica-se a necessidade de ultrapassar a barreira da indiferença, apostando-se numa comunicação, criando-se uma forte personalidade e comunicando-se de forma original. Por último, a inovação consiste em criar estilos únicos e inimitáveis para uma marca, com sinais que as tornem diferentes de todas as outras marcas.

Este autor considera que, na Publicidade, todos os elementos comunicam: as imagens, as cores, os contrastes, os espaços vazios e o texto. A escolha dos elementos constantes num anúncio publicitário é condicionada pelo suporte/ media, pelos custos de produção e o tempo de exposição do anúncio ao público- alvo. Para otimizar o anúncio publicitário, a mensagem que se irá veicular e a forma como se veicula são muito relevantes, pelo que os anúncios publicitários deverão ter uma forte significação explícita e implícita. A mensagem publicitária deve assentar nos seguintes princípios: ser atrativa e chamar a atenção, ser relevante para o público- alvo, evidenciar o benefício do produto, ser de memorização fácil, ser duradoura, intemporal e atual, expressar a personalidade da marca e permitir a rápida identificação da marca. Nos anúncios publicitários, poderão ser escolhidas as seguintes abordagens: abordagem factual: os elementos devem assemelhar-se o mais possível com a realidade e serem orientados para o produto: o que é, como é feito, para que serve, quais as suas vantagens e abordagem imaginária: os elementos reais são combinados com elementos fantásticos e irreais e a abordagem emocional na qual o anúncio apela às emoções (p.ex: o amor, o carinho, a simpatia). Os elementos verbais num anúncio publicitário incluem diversas tipologias de texto: utilização de textos muito curtos, muito longos ou não haver mesmo texto. Relativamente à eficácia da utilização do texto ou não e qual a dimensão mais apropriada, as opiniões dividem-se: certos especialistas consideram os textos longos uma mais- valia, na medida em que estes textos permitem criar uma relação de amizade com o consumidor e por esse motivo, são mais persuasivos; outros especialistas consideram que quanto mais curto for o texto, mais probabilidades haverá de ser lido e a sua mensagem retida.

O autor preconiza que a linguagem a utilizar em publicidade deve ser adaptada ao público- alvo, às suas qualificações e interesses: devem escolher-se palavras que remetam para imagens e que apelem à ação. Os publicitários recorrem à retórica de Aristóteles, a arte do discurso e a arte de convencer. A retórica clássica divide o discurso em cinco partes: a “inventio” - procura de argumentos; a “dispositio” - é a organização das ideias, dos argumentos, das provas; a “elocutio”: escolha da forma mais eficaz do discurso; a “memoria”: os métodos e as técnicas que possibilitam ao orador memorizar o que deve dizer e a “pronunciatio”: é a arte de pronunciar o discurso (tabela 1).

Deste modo, estes são os efeitos da Retórica na Publicidade:

Retórica Clássica	Publicidade
Fase 1: Inventio: procura dos argumentos	Estudo de mercado; Estudos de motivação; Métodos de criatividade; Briefing do anunciante
Fase 2: Dispositivo: organização do discurso	Copy strategy; Métodos diversos da estruturação da mensagem;

	Head line; Subtítulos; Texto do anúncio; Slogan, “base line”
Fase 3- Elocutio: escolha e utilização de uma ou várias figuras	Criação publicitária: concepção, redação da mensagem

Tabela 1: Efeitos da Retórica na Publicidade

O título do anúncio publicitário deve atrair o leitor, dispor um conteúdo e uma forma apelativas, para que o consumidor se identifique com o anúncio e com o produto. Os títulos não devem ser apresentados com linguagem negativa. No título do anúncio, deve ser apresentado, de forma clara, o benefício do produto, para que o leitor não se confunda ou disperse. Como capital identitário da marca, esta pode possuir um slogan, uma construção frásica que se mantém ao longo do tempo. Na escolha de um bom slogan, este deve ser curto, claro e fácil de memorizar e, para lhe conferir mais eficácia, pode ser associado a um “jingle” (música). Cada anúncio, na sua singularidade, deve ser elaborado para captar a atenção do leitor, do espetador ou do ouvinte.

Após a tarefa criativa, o copy deve analisar o seu trabalho: o anúncio está em linha de conta com os objetivos da empresa?, a linguagem é adequada ao público- alvo?, a linguagem está em consonância com o padrão cultural e social do alvo?, o anúncio traduz a ideia de que a agência de publicidade pretende transmitir?, qual a força da ideia para o público?

No que concerne aos elementos não-verbais, as imagens a selecionar devem ser esteticamente atrativas, credíveis e podem ser utilizadas de forma a narrarem uma história, o tipo de letra deve estar em conformidade com a imagem e o posicionamento da marca e deve-se respeitar fatores como a facilidade de leitura, o grau de distinção do anúncio e o efeito estético. Deve-se saber gerir o silêncio e os espaços vazios de um anúncio, pois permitem criar expectativa, “arejar” o discurso ou texto e facilitar a leitura ou compreensão. Nos suportes publicitários que permitem utilizar o movimento, este é utilizado para atrair a atenção e também para, através da justaposição de elementos na ilustração, permitir o desenrolar de narrativas e a criação de uma imagem de dinamismo da marca. A cor constitui-se como um elemento de comunicação com muita força: as cores criam no consumidor associações positivas ou negativas. Através do layout ou da disposição da estrutura gráfica do anúncio, é possível criar zonas de focagem do consumidor, orientá-lo de forma efetiva através da mensagem, possibilitando a boa compreensão da mensagem publicitária. Por último, destaca-se a semiologia, como relevante para a compreensão dos fenómenos de comunicação em geral e das mensagens em particular. A análise semiológica de um anúncio publicitário pressupõe um exame às palavras e imagens, aos objetos, às formas, às situações, aos pormenores, à emissão e/ ou omissão de sinais.

Em suma, um anúncio publicitário, para ter sucesso deve conjugar os elementos verbais e não- verbais, captar a atenção, identificar facilmente a marca, exprimir a personalidade, ser duradouro, memorizável, relevante e transmitir os benefícios do produto ou serviço.

Os elementos verbais e não-verbais assumem particular destaque na mensagem publicitária. Para despoletar a criatividade podem-se recorrer a vários métodos: Bi- seção Simbolizante, Hiperbolização Simpática, Personalização Significante, Referência Inesperada, Conceito oposto ou contrapublicidade, Transfiguração Qualitativa, Expressão contra a Corrente, Suspense Adiado (Teasing) e Reserva Espetacular. Na Bi-seção Simbolizante, verifica-se o encontro de dois ou mais fatores, aparentemente sem ligação entre si, mas que se interligam e formam algo de inesperado e com impacto; na Hiperbolização Simpática, há um exagero da satisfação proporcionada. A mensagem deve ser entendida como uma imagem simbólica e não como um exagero publicitário; na Personalização Significante: a personalização ou fantasia como meio de imprimir força a uma manifestação publicitária, gerando um símbolo para a marca; a Referência Inesperada: figura que proporciona à mensagem uma certa força, originalidade e cria empatia, pegando num facto conhecido e, através de uma pequena alteração, chama a atenção para o produto; o Conceito oposto ou contrapublicidade: confronto com o oposto da mensagem que se pretende transmitir. Choca-se, originando a compreensão da verdadeira imagem. Na Transfiguração Qualitativa: obtenção de força e atenção por meio da beleza visual do anúncio; na Expressão Contra a Corrente: utilização de um modo de expressão não habitual, obtendo deste modo um valor de atenção; no Suspense Adiado ou “Teasing”- engloba o teaser (que gera o suspense) e a solução da campanha. Por último, a Reserva Espetacular: é a comunicação, em silêncio, sem texto escrito, apenas a marca. É um tipo de comunicação eficaz para produtos e serviços bem implantados ou com grande valor de símbolo social.

1.3. O uso da argumentação nas aulas de línguas

Para verificar a utilização da Argumentação nas aulas de línguas e a existência de um eventual “esquema argumentativo” que pré-exista à produção textual do discente, a autora Regina Pinheiro (2007) empreendeu um estudo, cujos *corpus* académico e respetivos resultados expõe no seu artigo “Consciência da Estrutura Argumentativa e Produção Textual”, que a seguir analiso.

A autora, no estudo que empreende, pretende investigar sobre a “suposição cognitivista”, ou seja, a consciência de existir um “esquema argumentativo” que oriente as produções textuais dos indivíduos. Centrou-se na relevância da estrutura argumentativa e sua influência nos elementos que as crianças e jovens inserem nos seus textos. A análise que a autora empreendeu demonstrou que o ponto de vista e a justificação foram os elementos considerados fulcrais para a escrita argumentativa. A utilização de contra- argumentos apenas era considerada importante quando os argumentos eram contestados. O facto de os alunos refletirem sobre elementos da “estrutura argumentativa” não significou necessariamente a

inclusão dos elementos nos textos produzidos, sendo que essa inclusão está mais dependente dos elementos que contribuem para a consecução da finalidade persuasiva do texto-consciência retórica. A autora pretendeu investigar a relação entre a consciência, conhecimento que os sujeitos demonstram possuir sobre a “estrutura prototípica” de textos argumentativos e a presença dos textos em estrutura em textos escritos que produzam. As estruturas prototípicas são consideradas como modelos abstratos de tipos textuais (narração, argumentação), que se distinguem entre si, devido à natureza dos elementos linguísticos que os constituem e determinados modos de articulação que lhes são característicos (segundo a autora).

O pressuposto de que a consciência/ conhecimento de “estruturas prototípicas” seja importante no processo de produção de textos escritos não é uma questão consensual (a autora cita Brassart, 1996, Fayol, citado em Rego, 2005; Stein, 1988). Há autores com posições cognitivistas que consideram as estruturas textuais enquanto representações cognitivistas abstratas- a autora cita: (Adam, 1992, Van Dijk, 1992), prévias aos textos produzidos, constituindo-se como modelos para a elaboração destes textos.

No entanto, segundo Pinheiro (2007), na corrente oposta, estão outros autores, que concebem as estruturas ou protótipos textuais, não como modelos cognitivos, mas como construtos teóricos, que são elaborados com base nas sequências empiricamente observáveis nos textos (Bronckart, 1999, p. 233, citado pela autora). Na eventualidade de reconhecer a estas estruturas um papel de modelo com impactos na produção textual, tal evidência situar-se-á a um nível de generalização de diversas práticas planificadoras observáveis no intertexto (Bronckart, 1999, p.233). Deste modo, a seleção de elementos que entram na composição de um texto seria apenas determinada pela consciência do escritor de aspetos pragmáticos e finalidade comunicativa, tipo de destinatário, etc (Coirier, Andriessen and Chanquoy, 1999, Coirier, Pouit and Golder, 2000; Leitão, 2003).

A autora pretendeu investigar a consciência que os sujeitos teriam dos elementos constituintes da “estrutura prototípica” da argumentação, se esta estaria relacionada com a inclusão, pelos sujeitos, desses elementos nos textos por ele produzidos. Esta eventual relação é investigada, tentando-se responder às seguintes questões: “Em que medida os diferentes elementos que constituem a “estrutura argumentativa” são considerados, pelos escritores, relevantes para atingir a finalidade última da argumentação (segundo a autora, esta finalidade é o convencimento do destinatário). Existe uma relação entre os elementos que os indivíduos julgam ser importantes para a consecução do objetivo comunicativo do texto e os elementos que inserem nos textos que produzem? Quais os elementos que constituem um bom texto argumentativo, considerando a finalidade para a qual o texto é produzido? Em seguida, a autora explicita algumas conceções - chave que constituem o quadro de referência do estudo. A Argumentação é definida como uma atividade de natureza social e discursiva, na qual os indivíduos expressam pontos de vista distintos sobre um determinado tema e defendem os seus pontos de vista, para os tornarem aceitáveis para os seus interlocutores (Van Eemeren e cols. 1996). A autora ressalva o cariz dialógico da

Argumentação, encarada numa aceção de “espaço de tensão” (Faraco, 2003, p.69, citado pela autora) entre perspectivas (não necessariamente entre sujeitos), que se confrontam e respondem uma à outra. O diálogo é, nesta situação, encarado como o modelo que define a estrutura e o funcionamento da argumentação, em diversas situações: interações face-a-face, situações solitárias (na escrita) ou na forma privada do pensamento não - expresso. A argumentação, segundo a autora, torna-se relevante a partir do momento em que um indivíduo defende um ponto de vista oposto/ divergente face ao “pano de fundo” que se constitui de perspectivas distintas, de oposição e de reações críticas de um opositor, real ou potencial.

A autora baseia-se em estudos previamente realizados sobre argumentação infantil, nos quais a gestão da estrutura dialógico - dialética da argumentação é marcado por duas assimetrias. A primeira assimetria parte da constatação de que a justificação de perspectivas e pontos de vista da criança seriam prévios, no desenvolvimento da criança, à utilização e fundamentação discursiva para sustentar pontos de vista distintos e contra- argumentos (a autora cita De Bernardi e Antolini, 1996, Golder e Coirier, 1994), 1996. Leitão e Banks, Leite, 2006). A segunda assimetria parte da constatação das diferenças entre a argumentação oral e a argumentação escrita das crianças: as crianças têm mais facilidade em justificar oralmente os seus pontos de vista do que argumentá-los a nível escrito. De Bernardi e Antolini, 1996, Dolz, 1996 e Golder e Coirier, 1996, Santos e Vasconcelos, 1997). Pinheiro (2007,423) pretende concentrar-se no papel da consciência das “estruturas prototípicas” que a argumentação tem no processo de produção de uma argumentativa. A consciência metatextual surge associada ao termo “metalinguístico”: o funcionamento cognitivo - discursivo que possibilita aos indivíduos perspectivarem a língua não somente como recurso simbólico que permite a produção de sentido sobre fenómenos do mundo físico e social, mas também como reflexão e análise nas diversas vertentes: fonética (consciência fonológica, lexical - consciência metalexical), consciência frasal (consciência sintática) e pragmático (consciência pragmática).

Pinheiro (2007) cita Gombert (1992), que acrescentou o conceito de consciência metatextual: o texto, na sua globalidade, é alvo da atenção e reflexão nos componentes micro- linguísticos (utilização de conectores, pontuação) e nos componentes macro- linguísticos (análise de conteúdos do texto, reflexão sobre formas linguísticas e elementos que caracterizam distintas tipologias de textos). O objetivo do estudo da autora centrou-se em investigar uma possível relação entre a consciência de constituintes básicos da argumentação (que remete para o plano macro- linguístico da consciência metatextual e uma possível tendência para a inclusão desses elementos em textos produzidos.

Para empreender o estudo, Pinheiro (2007,425) selecionou sessenta estudantes: vinte crianças, vinte adolescentes e vinte jovens universitários, provenientes de instituições da rede privada de ensino. Os participantes do estudo foram observados com base em duas atividades: uma de julgamento (para a consciencialização dos constituintes da estrutura prototípica da argumentação e da finalidade persuasiva) e outra de produção textual. Metade

dos participantes iniciou primeiro a atividade do julgamento e a outra metade iniciou a produção e, posteriormente, o julgamento. Na atividade do julgamento, os participantes liam quatro versões distintas de um pequeno texto e teriam que ajuizar a adequação de cada uma delas, considerando a intenção comunicativa do texto: tornar aceitável o ponto de vista do autor. O texto seguia a seguinte estrutura (quatro versões que a investigadora apresenta): Introdução e ponto de vista; Introdução, ponto de vista e justificação; Introdução, ponto de vista, justificação e contra-argumento e Introdução, ponto de vista, justificação e contra-argumento e resposta ao constrangimento/ conclusão. Os elementos do texto eram apresentados em pequenos cartões, de cores e tamanhos variados, que se podiam encaixar como num quebra-cabeças. Aos participantes era também facultado um segundo texto, que funcionava como controlo, com o mesmo tema, mas no qual não surgiam nenhum dos elementos típicos das sequências argumentativas. Com este segundo texto, tentou-se investigar se o tamanho do texto e não a presença de diversas funções argumentativas seria o critério utilizado pelas crianças na análise das diferentes versões textuais.

Na atividade de produção textual, foi pedido aos participantes que opinassem e escrevessem sobre um assunto. Antes da produção do texto, os participantes eram advertidos de que deveriam convencer o leitor, apresentando uma posição plausível. Os resultados obtidos foram analisados em consonância com dois fatores: a atenção dada aos participantes aos elementos constitutivos da estrutura argumentativa, avaliando a eficácia persuasiva das várias versões textuais e a presença/ ausência desses elementos nos textos que produziam. Da análise aos elementos nos quais os participantes se centravam para adequarem as diversas versões à finalidade persuasiva do texto, surgem três categorias: enfoque na dimensão polifónica (é a referência, direta ou indireta, à presença/ ausência de elementos contrários à posição defendida numa determinada versão textual (vozes de oposição) como critério para avaliar se a referida versão é ou não adequada à consecução do objetivo comunicativo do texto (convencer). Constatou-se que os participantes concentram a sua atenção sobre a presença de vozes opostas (dimensão polifónica do texto). Também se verificou que a atenção dos participantes centra-se na presença/ ausência de elementos que dão força ao ponto de vista do autor. A componente que ajuda a tornar o texto persuasivo é a elaboração da estrutura de justificação do texto. No enfoque sobre aspetos extratextuais, o julgamento respeitante à adequação do texto à sua função comunicativa considerando como critérios componentes que não se enquadravam nos elementos do esquema argumentativo, nem com vertentes relacionadas com a argumentação produzida no texto (exemplo: papel social e atributos inerentes ao destinatário do texto).

Na análise aos resultados dos três grupos observados, verificou-se que concentravam a sua atenção sobre os elementos do fortalecimento do ponto de vista, em situação de avaliação da eficácia persuasiva do texto. Em todos os grupos, cerca da maioria dos inquiridos consideravam que a existência de contra-argumentos constituía um obstáculo para o texto atingir a finalidade persuasiva, sendo o valor mais expressivo no grupo das crianças e menos nos jovens universitários. Os adolescentes e os universitários consideraram que a antecipação

do contra- argumento era relevante para avaliar as versões disponíveis, considerando que a confrontação de posições distintas é relevante num texto argumentativo, que visa convencer. Alguns alunos revelaram, deste modo, ter consciência do valor retórico da contra-argumentação (Leitão, 2003), ou seja, de que elementos de oposição ao ponto de vista defendido podem "servir" a finalidade última do texto. Os resultados enfatizaram uma vez mais, que a justificação do ponto de vista surge como o elemento que dá ao texto o efeito persuasivo. Relativamente ao tamanho do texto, este não parece ter influência sobre os julgamentos dos participantes. Também se constatou que a consciência dos elementos constitutivos de "esquema argumentativo" não tem relação com o facto de os indivíduos incluírem aqueles elementos nas produções textuais. Também não foi observada nenhuma relação entre a ordem na qual o julgamento e a produção foram realizados pelos participantes e a tendência ou não a incluir os vários elementos da estrutura argumentativa nos textos produzidos.

Retomando o âmbito do estudo empreendido pela autora, esta pretendia avaliar se os sujeitos possuíam consciência da estrutura argumentativa prototípica (justificação de pontos de vista, consideração de posições contrárias) estaria relacionada com a produção dessa estrutura nos textos por ela produzidos. De acordo com o estudo, a presença de justificações foi considerada por todos os grupos de participantes como fulcral para a estrutura de um texto que tem como finalidade convencer o leitor. A antecipação de eventuais contra-argumentos para o ponto de vista defendido foi considerado como um obstáculo para a consecução da finalidade persuasiva do discurso. A partir do resultado dos três grupos, a autora considerou como indicativo que a contra-argumentação não é considerada como uma estratégia importante na produção de textos argumentativos, mas sim como relevante num contexto pragmático (como a antecipação de contra-argumentos pode ter para alcançar objetivos persuasivos do texto (Leitão, 2003).

A autora também pretendia aferir se os "esquemas prototípicos" orientavam a produção textual, ou seja, se se verificava uma eventual relação entre a consciência metatextual dos participantes (consciência do esquema argumentativo prototípico) e se se verificava a inclusão dos constituintes nos textos produzidos. De acordo com as autoras, não foi possível constatar unicamente que a consciência do esquema argumentativo era determinante para a decisão de incluir, ou não, num texto qualquer dos elementos definidos como integrante do esquema argumentativo prototípico".

Por último, considerando a relevância atribuída pelos participantes à contra-argumentação, num texto que visa convencer e que a antecipação dos argumentos pode ter consequências ao nível do alcance da finalidade persuasiva do texto, permite equacionar a possibilidade de incluir elementos de estrutura argumentativa nos textos que produz. A autora defende que na construção textual, ter os elementos de oposição estaria dependente da consciência retórica (Leitão, 2003) que possibilitasse ao escritor avaliar antecipação ou contestação aos contra-argumentos como uma estratégia retórica com efeitos para alcançar o propósito persuasivo do texto.

Sob um distinto enfoque, Marques (2010) foca o seu objeto de estudo na Argumentação oral formal em contexto escolar, enquadrando a abordagem da mesma num contexto de compreensão dos conteúdos curriculares e orientações programáticas emanadas pelo Ministério da Educação, na observação e análise dos conteúdos constantes nos manuais escolares e os seus impactos na ação pedagógica, bem como na avaliação referente a eventuais diferenças no tratamento da Argumentação Oral Formal e da Argumentação Escrita. Segundo Marques (2010), a relevância concedida à Argumentação Oral, em contexto educativo, requer que a sua realização se efetive através de um plano real e de um plano simulado. Este último plano requer a mobilização de alguns elementos e dimensões, considerando que estes não surgem naturalmente em contexto de aula, designadamente o *jogo escolar*, que é ativado para a produção argumentativa em contexto de aula. A autora considera que é conveniente respeitar algumas etapas prévias à apresentação oral: a planificação (escolha de blocos textuais, relação e articulação entre os mesmos) e o conhecimento da realidade que envolve o tema em discussão.

Marques (2010) considera que a produção de textos argumentativos orais em contexto de aula respeita regras próprias e específicas do ambiente escolar, a salientar, numa fase inicial, o respeito pelas indicações que constam do Programa de Língua Portuguesa para o Ensino Secundário (PLP) e, concomitantemente, o ensino da oralidade específica formal, com regras diferentes das aplicáveis aos discursos informais. Este tipo de argumentação consubstancia-se em géneros escolares, em consonância com objetivos de aprendizagem das diferentes tipologias textuais. Em situação de aula, verifica-se a existência de um plano simulado, uma vez que a Argumentação não surge naturalmente em aula, a sua solicitação é feita pelo docente. A própria condição de produção do texto argumentativo em aula exige que o discente tenha uma posição, o que frequentemente não sucede (o aluno pode nunca ter pensado no assunto ou ter uma opinião formada). A autora considera que a exigência da produção oral na aula, é “*geradora de artificialidade*”, porquanto os seus objetivos têm de ser reconstruídos a partir de uma simulação, isto é, na ausência de um plano real de produção, é fulcral criar um plano de simulação. Conforme anteriormente referenciado, preconiza o *jogo escolar*, enquanto processo de recriação de um conjunto de elementos integrantes da argumentação oral formal. A “*controvérsia*”, gerada a partir de um confronto linguístico, é fulcral para criar as bases de sustentação para a produção argumentativa. Estes são outros dos elementos adicionais do *jogo escolar*: uma produção verbal com dois participantes: um proponente e um oponente. O oponente terá de ser “reconstruído” pelo discente, que deverá empreender um trabalho de pesquisa, para construir os seus argumentos e a sua posição face ao tema.

Para além dos elementos do *jogo escolar*, é crucial a criação de um quadro comunicativo “favorável”, o qual se constrói com as seguintes coordenadas: quadro espaço-temporal, participantes e objetivos da interação. O aluno deverá definir as características do público ao qual se dirige: é um público que se identifica com o oponente ou que ainda não tem uma posição formada? O texto que se irá construir também deve ter em conta estas

questões, para se discernir qual a postura a adotar, respetivamente: contra- argumentação ou reforço de argumentos próprios. O discente deverá “incorporar” todos estes elementos, sob pena de se comprometer o resultado da produção argumentativa oral, com a apresentação de textos incoerentes ou pouco fundamentados.

A produção de textos argumentativos na Escola também tem lugar num plano real, que pode ter impacto ao nível do conteúdo do texto. O plano real é o da sala de aula, com os seguintes elementos: o professor, público efetivo e os colegas de turma. Alguns elementos do plano real não são coincidentes com o plano da simulação: o contexto, o quadro espaço-temporal, os participantes e o público. O plano simulado está encaixado no interior do plano real. No plano real, no quadro espaço- temporal, temos como participantes o locutor (o aluno) e o alocutário 2 (professor e colegas); no plano simulado, temos como participantes o locutor (o aluno) e o alocutário 1 (público imaginado) e os papéis argumentativos (proponente - oponente) (tabela 2).

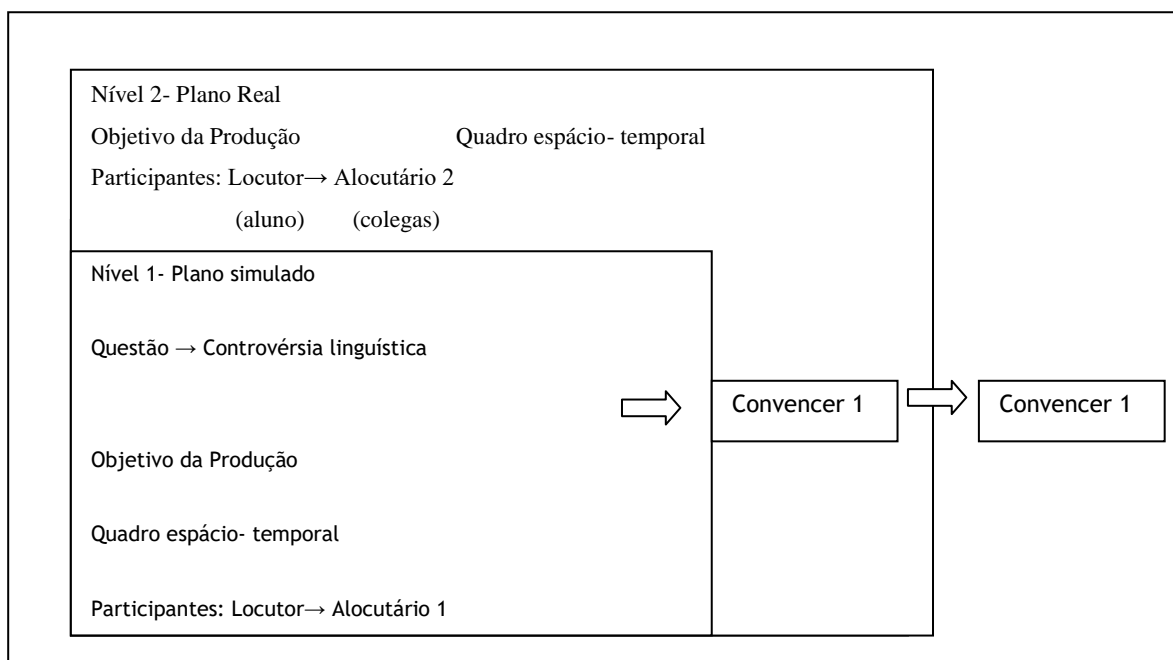
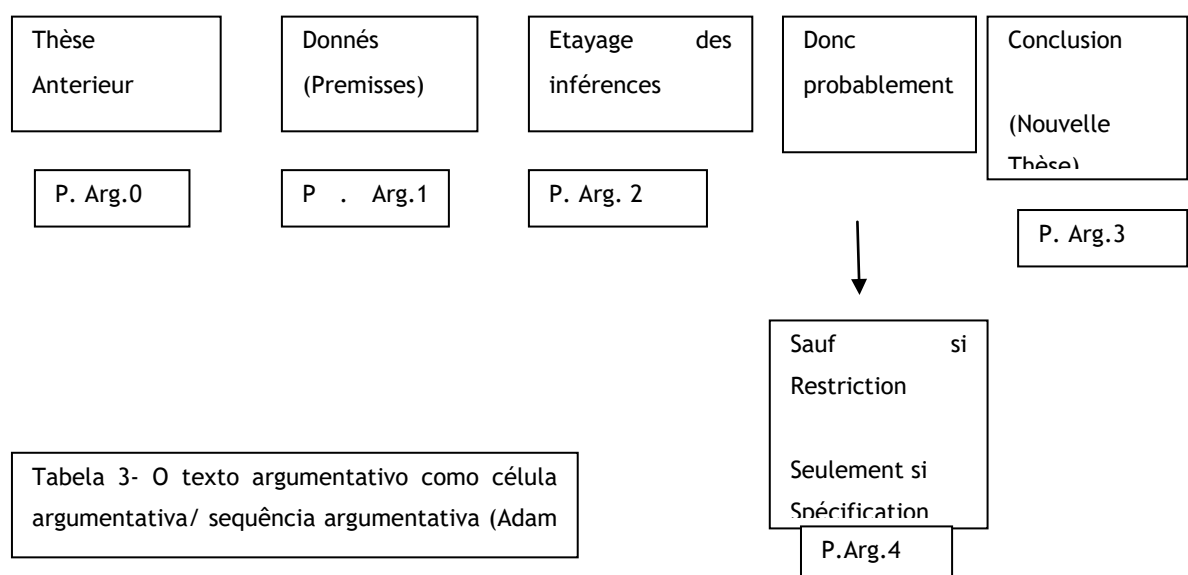


Tabela 2- A importância do Plano Real e do Plano Simulado na Argumentação

No entanto, a consciencialização de que existem estes dois níveis (plano simulado e plano do real) gera dificuldades na execução da expressão oral argumentativa, existem consequências do plano real na gestão do texto argumentativo: um discente terá o papel de proponente de uma conclusão (que terá que defender), com argumentos para a sua defesa. O contexto desta produção oral argumentativa não deve ser descurada, considerando os papéis pré- determinados e assimétricos, de docente e discente e a avaliação e classificação dos discentes, fator que pode condicionar a prestação do discente, podendo este selecionar os argumentos e “orientar” a conclusão a apresentar no sentido de *agradar* ao professor. O discente pode apresentar uma conclusão que realmente não defende. A produção do texto

argumentativo, que inclui os elementos do jogo escolar desenvolve-se num plano simulado: o aluno enquanto locutor dirige um texto argumentativo ao alocutário 1 (que é o público “imaginado” pelo aluno). O discente reúne argumentos que considera válidos para confirmar ou refutar uma conclusão e tenta persuadir o alocutário 1, com um ato de convencer 1 (é uma pretensão virtual, considerando que o texto argumentativo é simulado e construído como plausível). No entanto, este texto argumentativo também funciona no plano real da produção verbal, considerando os participantes, o aluno enquanto locutor e o professor e colegas, como alocutários 2. Em última instância, o aluno ao produzir um discurso argumentativo, realiza um ato de convencer 2, com um argumento a favor da conclusão revela *capacidade de argumentação/ de produção de textos argumentativos* que terá êxito na eventualidade de o professor e os alunos reconhecerem a capacidade/ qualidade do aluno, avaliando a sua prestação como positiva.

A autora conclui, deste modo, que a produção argumentativa oral em contexto escolar é condicionada pelos dois níveis de organização do próprio texto e que, se o peso da avaliação na produção oral for reduzido, as conclusões defendidas e o tipo de argumentos podem permitir a construção de um texto mais rico e diversificado. Os géneros escolares nos quais a produção argumentativa se concretiza são os textos monogerados (apenas criados por um aluno) e poligerados (debates). A autora também considera essencial a natureza textual do texto argumentativo a apresentar, que prevê a planificação textual. Os discentes deverão estar conscientes do caráter dialógico da Argumentação, nomeadamente as posições defendidas num enunciado anterior e os argumentos mobilizados para a sua sustentação. No que concerne ao bloco textual, deverá conter a conclusão e o argumento, alicerçados numa relação de sustentação. A autora considera o texto argumentativo como uma célula argumentativa/ sequência argumentativa e cita Jean- Michel Adam (2001:103-118), adaptação do modelo de Toulmin (1988 (1957)) - (tabela 3).



Relativamente ao sentido da construção argumentativa, esta pode orientar-se em dois sentidos: refutar a conclusão apresentada ou defender a conclusão. O objetivo condiciona a orientação argumentativa: pode ser positiva ou negativa. A ordenação dos blocos textuais, com a ordem do pensamento argumentativo, pode não refletir a ordem discursiva (Dufour, 2008: 34), citado por Marques (2010). Existem duas possibilidades a considerar: ordem progressiva (argumento (s)- → conclusão) ou uma ordem regressiva (conclusão ← argumentação).

Segundo a autora, também é fulcral compreender como se processa a argumentação nos textos pedagógico- didáticos, designadamente através da análise dos documentos que presidem à sua elaboração: o Programa de Língua Portuguesa para o Ensino Secundário (PLP), atribui ao domínio da oralidade uma centralidade, para a consecução do pleno desenvolvimento do discente enquanto cidadão consciente e interventivo, assente na produção, receção e interação. A oralidade concretiza-se, no PLP, nos protótipos textuais (narrativo, descritivo, argumentativo, expositivo- explicativo, injuntivo- instrucional, dialogal- comnversacional). A autora afirma que a Argumentação surge no PLP como conteúdo programático do 11º ano de escolaridade, com prolongamento para o 12º ano de escolaridade, com o intuito de aplicação e aprofundamento dos conhecimentos adquiridos e defende que não existe uma ligação entre o protótipo textual argumentativo e o desenvolvimento deste conteúdo na oralidade. Nos conteúdos declarativos do 11º ano, existe uma referência aos géneros escolares (textos de apreciação crítica e textos publicitários, que se podem inscrever na tipologia textual “Argumentação”. No quadro seguinte, apresenta-se o tipo de abordagem da argumentação oral que o PLP propõe (tabela 4):

Conteúdos Declarativos - Expressão Oral - 11º ano	
<ul style="list-style-type: none"> - situação comunicativa; -estatuto e relação com os interlocutores; - contexto/ intencionalidade comunicativa; - relação entre o locutor e o enunciado; - formas adequadas à situação e intencionalidade comunicativa; - elementos linguísticos e não linguísticos da comunicação oral, 	
Textos	
Apreciação Crítica	<ul style="list-style-type: none"> - Estrutura; - Características; -expressão de pontos de vista e juízos de valor; -estratégias argumentativas; -vocabulário (valorativo ou depreciativo)

Debates	<ul style="list-style-type: none"> - objetivos; - tema; - estrutura; - fórmulas de abertura de encadeamento e de fecho; - funções a desempenhar (moderador, secretários, participantes e observadores); -regulação do uso da palavra; - normas reguladoras (princípios de cooperação e cortesia); - identificação de argumentos e contra-argumentos; - códigos linguísticos utilizados (linguístico, paralinguístico, quinésico e proxémico);
Textos publicitários	<ul style="list-style-type: none"> -Estrutura do anúncio, -anúncio publicitário: elementos constitutivos (produto, cenário, personagens, argumento, banda sonora); - publicidade em vários suportes: códigos utilizados (linguístico, visual e sonoro); - estratégias de argumentação, persuasão e manipulação;
Exposição	<ul style="list-style-type: none"> - a partir de um plano- guia previamente fornecido; - objetivo; - tema; - estrutura;

PLP (2000;2002)

Tabela 4- Conteúdos Declarativos de Expressão Oral (11º ano) do PLP (2000;2002)

A autora considera que os quatro tópicos comuns aos textos argumentativos (texto de apreciação crítica, debate, textos publicitários e exposição), que englobam os seguintes itens: situação comunicativa, estatuto e relação com os interlocutores, contexto/intencionalidade comunicativa, relação entre o locutor e o enunciado, formas adequadas, situação e intencionalidade comunicativa e elementos linguísticos e não linguísticos da comunicação oral, deverão estar em articulação com os conteúdos processuais: a planificação, a execução e a avaliação. A autora preconiza uma articulação ao nível da planificação (construção do tópico, determinação da situação e objetivos de comunicação, determinação do tipo de discurso de texto, elaboração de um plano- guia). Também critica o facto de os itens dos diferentes textos não serem comuns, considerando que, pela sua

tipologia, todos são de natureza argumentativa. Considera que depois se deveriam apresentar as suas especificidades.

Os conteúdos propostos para o desenvolvimento da competência da expressão escrita e os conteúdos declarativos (Escrita- 11º ano de escolaridade) apresentam algumas diferenças e especificidades (tabela 5):

Conteúdos Declarativos (Escrita 11º ano de escolaridade)	
Textos	
<ul style="list-style-type: none"> - tipos de argumento; - progressão temática e discursiva; - conetores predominantes; - figuras de retórica. 	
Apreciação Crítica	Estrutura, características, expressão de pontos de vista e juízos de valor, estratégias argumentativas, vocabulário, valorativo ou depreciativo)
Textos argumentativos/ expositivo-argumentativos	Estrutura canónica de base da argumentação: tese, antítese e síntese; Argumentação e contra- argumentação Estratégia do sujeito

PLP (2000;2002)

Tabela 5- Conteúdos Declarativos de Escrita (11º ano) do PLP (2000;2002)

A autora refere que, no texto argumentativo/ expositivo- argumentativo, são abordados em aula os componentes intrínsecos ao texto argumentativo da estrutura canónica de base da argumentação: tese, antítese e síntese (2001-2002: 40). O PLP também concede relevância aos conteúdos dos “tipos de argumento”, “argumentação” e “contra-argumentação” e “figuras de retórica”. Ressalve-se que, a partir do exposto se depreende que o PLP concede uma maior importância ao tratamento da Argumentação na Escrita.

No 12º ano, na competência da Escrita inclui os “textos de reflexão” como desdobramento dos “textos argumentativos/ expositivo- argumentativos” (tabela 6). Como conclusões a autora considera que o PLP não define como uma prioridade o estudo da argumentação oral formal, na vertente dos conteúdos e das práticas sugeridas, considerando essa lacuna como tendo impacto, limitando a inserção do aluno na sociedade, que se constitui como espaço privilegiado no qual o texto argumentativo é essencial para o sucesso e reconhecimento em diversas vertentes da vida social e profissional.

Conteúdos Declarativos- Escrita- 12º ano Dissertação	Estrutura: introdução, desenvolvimento (tese, antítese, síntese), conclusão; - conteúdo; - relação locutor/ alocutário; - estilos; - tipos de argumento; - progressão temática e discursiva; - conetores predominantes;
---	---

Tabela 6- Conteúdos Declarativos de Escrita (12º ano) do PLP (2000;2002)

É importante compreender também a leitura que os manuais refletem das orientações programáticas emanadas pelo PLP, considerando que o mesmo se reveste de centralidade na ação pedagógica, podendo condicionar a atuação do professor. Como conclusão, a autora considera que a expressão oral não é muito trabalhada (comparativamente às competências da Leitura e da Escrita, a compreensão e a expressão oral surgem em último lugar). A autora considera que, se a prática pedagógica refletir as orientações do manual, a argumentação oral não será uma vertente muito explorada e trabalhada em aula e não existe uma progressão na reflexão da prática oral (aspectos paraverbais, particularidades textuais), porque se cinge apenas à apresentação oral propriamente dita. A autora também critica o facto de os manuais escolares não darem relevância às especificidades do oral formal e ao oral informal e não distinguem ambas, reduzindo a oralidade ao espaço do improvisado e da falta de rigor textual; também outras lacunas: os textos de apreciação crítica e os textos publicitários não são associados a atividades de expressão oral ou a momentos de reflexão e também o facto do enquadramento da Argumentação Escrita- Introdução (tese); desenvolvimento - onde se apresentam os argumentos e a Conclusão (onde se retoma a tese inicial) - ser diferente do enquadramento da Argumentação Oral .

De acordo com a autora, os manuais escolares concedem maior relevância à Argumentação Escrita, o conceito e as implicações (noções de tese, tipos de raciocínio, tipos de argumento- positivo- negativo, clássico (falácia), organização do texto argumentativo (dedutivo- indutivo), conetores a utilizar, adequação do texto ao objetivo e destinatário, descurando a Argumentação Oral, refletindo uma atitude semelhante à veiculada no PLP.

1.4. O uso da publicidade nas aulas de línguas

Em conformidade com o previamente exposto, decorrente dos contributos epistémicos de Brochand (1999), a Publicidade dispõe de múltiplos recursos e potencialidades que, com as devidas reservas, não devem ser descurados nas vertentes didática e pedagógica.

A publicidade, enquanto dispositivo comunicacional valioso, poderá ser utilizada em contexto de aula, para diversas finalidades: como motivação para a introdução de um tema, como suporte para a criação de outras atividades pedagógicas, etc. Para além desta visão,

não podemos esquecer o potencial da Publicidade, enquanto eventual “instrumento” para “servir” desígnios comerciais/ lucrativos, pelo que urge consciencializar os discentes de que, como anteriormente referido nesta tese, o seu cariz não é neutro.

Para analisar o eventual impacto da Publicidade na produção textual dos alunos, Thereza Soares (2003) empreendeu um estudo em contexto escolar, que pretendia aferir se o modo de organização discursiva dos filmes publicitários, narrativo e/ ou descritivo, produzia efeitos no plano cognitivo, visíveis na produção textual dos alunos. De acordo com a autora, a Publicidade é um meio de persuasão e de construção identitária dos sujeitos, através da criação, frequentemente, de necessidades ou de auto- sugestão das mesmas. A linguagem assume uma grande relevância, considerando que é um veículo para as suas representações ideológicas do universo da publicidade. A autora selecionou anúncios publicitários televisivos, dado o seu impacto na vida quotidiana dos jovens, para compreender a eventual influência dos filmes publicitários na formação ideológica dos jovens estudantes e os potenciais efeitos na organização do discurso produzido em sala de aula. O estudo empreendido pela autora intitula-se: “A influência da televisão na produção de textos dos alunos do ensino fundamental” e pretende aferir se as mensagens dos filmes publicitários influenciam os estudantes quando estes constroem os seus textos em sala de aula. Em que aspetos? Como verificar as hipóteses levantadas para responder a estas questões? O estudo foi levado a cabo durante dois anos e consistiu na análise de redações escolares, na análise de discurso narrativo e nas qualificações com categorias de língua. A autora pretende, com os dados obtidos, avaliar a importância de uma potencial crítica às mensagens publicitárias em contexto escolar (2003,42).

Para empreender o seu estudo e fundamentar a sua análise, a autora selecionou a Semiolinguística de Charaudeau (1992), que fornece explicações objetivas relativas à relação entre língua e discurso, tendo sido adoptados os seguintes conceitos: Qualificação- consiste em atribuir propriedades aos seres. As qualificações, enquanto categoria de língua, dividem-se em dois tipos: caracterização (atribuição de propriedades de conteúdo específico)- ex: “Ela tem muito dinheiro” e definição (atribuição de propriedades de conteúdo analógico) - ex: “Eu era o mordomo do apartamento.”; modo de organização do discurso narrativo: relaciona os componentes da estrutura do discurso narrativo e segue os seguintes princípios da coerência (concerne a sequência das ações) e o princípio da intencionalidade (atribui ao ato de linguagem e às ações de um modo geral, uma motivação e um propósito). Estes dois princípios vão servir de critério para a caracterização de modo de organização da narrativa, segundo Charaudeau. Com base neste pressuposto, a autora fará a seleção das redações consideradas textos narrativos. Por último, os Actantes- são categorias de base de estrutura narrativa, vazias de conteúdo, mas preenchidas semanticamente por uma ou mais personagens. Os actantes são actantes agenciados (sujeito que age em busca do objeto desejado) e o actante vítima, sujeito que sofre a ação de um outro actante).

Posteriormente, a autora pretendeu interpretar esses dados para encontrar relações entre os valores ideológicos veiculados pelos filmes publicitários. Para definir o conceito de

ideologia, a autora recorre a Fiorín (1988) que define a ideologia como um conjunto de ideias que justificam a ordem social; a Rocha (1995) - a lógica da publicidade estabelece uma relação entre a ideologia social vigente (estilos de vida, identidades, grupos e os produtos anunciados), construindo uma realidade relacional e, dentro dessa realidade, os indivíduos são classificados como parte de um todo, ocupando uma posição complementar e não autónoma. Para Sodré (1994), citado por Soares (2003), no mundo dos mass media electrónicos, as relações sociais organizam-se através da telerealidade, produzida pela indústria cultural, que se articula com as formações ideológicas sociais para atribuir a bens de consumo valores ideológicos identificáveis com as expectativas e desejos dos consumidores, efetivando-se assim a manipulação dos consumidores.

O *corpus* da pesquisa consubstancia-se em duzentas e trinta redações de alunos de três turmas de uma instituição de ensino público no Rio de Janeiro- Soares (2003,43). Verifica-se uma homogeneidade ao nível da escolaridade e da classe social (alunos com bom rendimento escolar e pertencentes à classe média). Cerca de 70% dos alunos vê, em média, 4 horas de televisão por dia e lêem em média, 5 livros por ano. O estudo foi dividido em duas etapas e cada etapa tinha duas fases. Na primeira fase, ainda sem exibir o filme publicitário, os alunos redigiam um texto narrativo e na segunda fase, após a exibição do filme, era feita a mesma proposta, sendo realizadas duas redações por cada aluno, em momentos distintos. Na primeira etapa, cada turma tinha um filme diferente e na segunda etapa, era exibido apenas um único filme. Os filmes atribuídos foram: Turma G01- anúncio publicitário do produto “Coca-Cola Light” (diferentes pessoas na rua ou na estrada em diversas circunstâncias); Turma G02- anúncio publicitário do produto “Fanta” (casais de diferentes nacionalidades numa sala de cinema) e Turma G06 - anúncio publicitário de produto “Wellaton” (a apresentadora brasileira Xuxa explica o que as jovens devem fazer para se integrarem na turma delas). Na segunda etapa, o filme publicitário para as três turmas foi o do produto “Gatorade” (um grupo de jovens a praticar desporto de alto risco).

No anúncio da *Coca - Cola Light*, não há uma sequência narrativa coerente. Consiste numa sucessão de quadros, com um jingle musical, com diferentes imagens de pessoas em distintas situações. O modo de organização predominante neste filme é o descritivo, uma vez que os recursos visuais, que conferem relevância ao produto, constroem um perfil de consumidor através das imagens exibidas (pessoas saudáveis, descontraídas e bonitas) mas não tomando em conta as suas experiências. *Fanta*: Neste anúncio publicitário, encontram-se dez pessoas em situação semelhante, a assistir a um filme no cinema. São cinco casais de distintas nacionalidades. As cenas seguem uma sequência de ações coerentes e motivadas intencionalmente. Os modos de organização predominantes são o narrativo e o descritivo. *Wellaton*: Neste anúncio publicitário, a apresentadora Xuxa informa os critérios para selecionar as raparigas para a sua equipa. As cenas exibidas no anúncio ilustram o percurso das adolescentes até formarem parte da equipa da apresentadora. Xuxa tornar-se a narradora das ações das suas assistentes. Os modos de organização neste filme são o narrativo e o descritivo. *Gatorade*: Neste filme publicitário, temos um narrador que justifica as suas ações,

ilustradas com imagens. Ele participa também como personagem, informa as suas intenções sobre as motivações para a prática de desportos radicais, os modos de organização são o narrativo e o descritivo. Ressalva-se que a metodologia consiste no tratamento de dados qualitativo e quantitativos.

Como principais conclusões, destacam-se: na turma 601, perto de 90% dos alunos, perante o exercício de contar uma história, depois da apresentação do anúncio publicitário da *Coca - Cola Light*, que apresenta uma estrutura descritiva, são inconscientemente levados a redigir textos não narrativos. Na segunda etapa, da primeira fase para a segunda fase, verifica-se o predomínio do modo narrativo em ambas as fases, considerando a visualização do anúncio ao produto *Gatorade*, que também possui estrutura narrativa.

Relativamente às qualificações como categorias de línguas: na primeira etapa, verifica-se uma redução do número de relações com qualificações. Na turma 601, há uma maior redução, porque o anúncio da *Coca - Cola Light*, a sequência não apresenta uma intenção narrativa.

Considerando o conceito de ideologia, as personagens do anúncio construíram as relações com o meio sociocultural externo, partilhando todas a mesma característica: o gosto por aquela bebida. Na turma 602, o tema da globalização, presente no anúncio do produto *Fanta*, proporcionou um menor número de redações com qualificações na segunda fase da primeira etapa. Com a Globalização, as particularidades são ignoradas. Influenciados pelo filme, uma parte dos alunos deixou de caracterizar e definir as personagens.

Na turma 606, quase todos os alunos apresentam qualificações nas redações. Como o filme do produto *Wellaton* possui estrutura narrativa, ele leva os alunos a qualificar a personagem após a exibição do filme, evidenciando assim a correlação entre narração e qualificação das personagens. Aquando da exibição do filme do produto *Gatorade*, também com estrutura narrativa, foi possível constatar um alto índice de qualificações na segunda fase, pelo que a utilização de qualificações está ligado ao modo de organização narrativo.

A Identificação de valores semânticos está associada aos temas comuns às qualificações. A autora apresenta alguns dos temas e exemplos de qualificações encontrados nas redações. Depois, a autora pretende verificar a correspondência de cada tema com alguns aspetos do anúncio publicitário. Os temas são: identidade, condição financeira, medo, felicidade, tristeza, vaidade, desleixo, beleza, fealdade.

Como principais conclusões, segundo a autora, a frequência de qualificações pode estar relacionada com o modo do discurso narrativo. Se há redução na diversidade dos valores semânticos, é pelo facto de haver uma redução do número de qualificações. Os valores semânticos que constam nas redações parecem estar em linha de conta com os valores veiculados pelo anúncio: no anúncio *Fanta*, destaca-se o Medo e a Identidade. No anúncio do produto *Wellaton*, ressaltam-se os valores de Vaidade e Beleza. No anúncio ao *Gatorade*, destacam-se os valores de Felicidade, Liberdade, realização dos desejos e busca por grandes emoções. Como conclusões do estudo, a autora considera que ficou evidente, pelo estudo realizado, que a estrutura do filme publicitário tem efeitos no plano da cognição, porque

pode afetar a organização dos elementos do discurso na produção textual. Na estrutura do filme não narrativo, estimulam-se como resposta modos de organização diversificados. Por outro lado, a estrutura do filme narrativo leva à prática do modo narrativo nos textos dos alunos que conhecem esse modelo. As qualificações aparecem relacionadas com o modo de organização do discurso narrativo. No que concerne às formações ideológicas, a autora considera que as redações refletem a construção de um universo social semelhante ao dos mass media.

Soares (2003,53) conclui, com este estudo, que a Publicidade tem efeitos na produção de textos escolares. Ela considera que se deve incluir na aula a análise dos filmes publicitários, para avaliação dos planos ideológicos e dos valores semânticos e para estudar os modos de organização discursivos e os efeitos sobre os sujeitos destinatários, permitindo aos alunos consciencializarem-se da eventual manipulação ideológica da publicidade.

Guareschi et alii (2008) identificam e analisam os mecanismos psicológicos subjacentes à publicidade veiculada e também os seus aspetos ideológicos. O estudo pretende facultar conhecimentos da Psicologia aplicáveis ao campo da Educação, designadamente no que se refere a uma leitura crítica da Publicidade. Os autores analisaram anúncios publicitários provenientes de suportes radiofónicos e televisivos e constataram a utilização da Psicologia na elaboração dos anúncios.

Os autores salientam a centralidade de que os meios de comunicação social se revestem nas sociedades modernas, sendo que as diversas dimensões da sociedade (a economia, a educação, a religião, o desporto e a cultura) não são passíveis de entendimento sem um enquadramento dos meios de comunicação social. Ressalvam a relevância dos mass media na construção da realidade. Apenas o que é “apresentado” ao mundo pela comunicação social existe, sendo que o que “existe” possui sempre uma inerente carga valorativa, influenciando condutas e atitudes. Paradoxalmente, da mesma forma que os mass media fazem “existir” factos, também têm capacidade para os “silenciar”. Os autores irão analisar a Publicidade, os recursos da Psicologia empregues nos anúncios e como a Psicologia encara a componente valorativa e ética das estratégias utilizadas pelos mass media. Os autores definem Ideologia, citando Thompson (2005), como sendo a utilização de formas simbólicas, para criar ou sustentar relações de dominação, é uma forma de agir. As formas simbólicas incluem ações, manifestações verbais e objetos significativos de diversa tipologia, a partir dos quais os indivíduos comunicam entre si, partilham experiências, concepções e crenças. As formas simbólicas são de natureza intencional, convencional, estrutural, referencial e contextual. Os autores fazem também a distinção entre “Poder” e “Dominação”. Poder é a capacidade, a qualidade de pessoas singulares ou grupos “poderem” fazer algo. Os que podem “fazer” algo têm poder. A Dominação é a relação que se materializa em alguém tirar, expropriar, de maneira injusta e desigual, os poderes dos outros. Dominação implica uma dimensão ética, implica um algo valorativo.

A ética é, segundo Anjos (1996), citado por Guareschi et alii (2008), a instância crítica e propositiva de como as coisas devem ser no que concerne às relações humanas, sendo

instituída e construída através da ação comunicativa, numa ação dialógica, estando os atores em situações de igualdade e onde ninguém é constrangido ou forçado a colocar determinadas ações. Esta ética é denominada ética do discurso, estabelecendo as condições de comunicação em circunstâncias igualitárias, para se alcançar um acordo ou um consenso. Os seres humanos constituem-se como sujeitos nas diversas práticas quotidianas, enquadráveis em contexto de comunicação, ideologia e ética: a imitação (geralmente inconsciente) dá-se de cima para baixo e de dentro para fora (Tarde, 1976), citado pelos autores (2008); a sugestão ou auto-sugestão: um ato psicológico automático, nas quais se inspira uma ideia por métodos quase hipnóticos; a persuasão: a insistência sobre a sensibilidade, enfatizada por motivações afetivas; a pressão moral- processo pelo qual se leva alguém a agir, apelando ao sentimento de culpa e outras motivações morais e a percepção subliminar (quando os estímulos não são percebidos de uma maneira consciente), e a manipulação (processo que leva à transformação, adaptação ou conformação do sujeito, que implica a falta de plena liberdade da parte do sujeito manipulado e o condicionamento forçado, da parte do manipulador. Existem duas formas principais de manipulação: uma racional, mais consciente, que se dirige ao cognitivo, no campo da informação, e outra para as esferas não conscientes, que se dá sobre a vontade, através da manipulação dos sentimentos. Nestas circunstâncias, as pessoas agem sem ter a plena consciência e sem poderem questionar e criticar as informações recebidas. Muitas vezes, aqueles que elaboram os anúncios publicitários ocultam os seus verdadeiros objetivos publicitários, impedindo, desta forma, a reflexão e a crítica.

Guareschi et alii (2008) distinguem entre Propaganda e Publicidade. Definem, citando Michaelis, 1998, a Publicidade como tendo na sua génese, o termo “público”, entendido como “estado ou qualidade do que é público, divulgação de factos ou informações a respeito de pessoas, ideias, serviços, produtos ou instituições, utilizando-se os veículos normais de comunicação.” A Propaganda é um tipo de comunicação com base numa argumentação, com a finalidade de convencer, que se utiliza essencialmente na política e na religião.

Guareschi et alii (2008) abordam os anúncios publicitários de teor informacional, testemunhal e merchandising. Os anúncios publicitários informacionais são a prática mais generalizada; é a opção mais barata para os anunciantes, porque é a que tem menos retorno. Veicula informações sobre o produto (preços, vantagens). Os anúncios publicitários de teor testemunhal possuem como característica o facto de terem um comunicador (um ator ou locutor) de viva voz, que fala nos benefícios do produto, “testemunhando” a favor do mesmo. Pode fazer uma demonstração, utilizar o produto, prová-lo, com o objetivo de estimular o telespetador ou ouvinte a consumi-lo. Subjacente a esta estratégia, existe um processo de influência social assente em mecanismos de identificação: quando os indivíduos pensam que são parecidos ou querem imitar modelos, a influência destes comunicadores é maior (Moscovici, Mugny y Pérez, 1991), citados por Guareschi et alii (2008). Merchandising é quando o anúncio publicitário do produto ou serviço é introduzido propositadamente durante a exibição de um programa de televisão, filme ou novela. Quanto mais disfarçado e natural o merchandising for, melhor. É o anúncio publicitário mais caro. Nesta situação, as pessoas

estão desprevenidas, não têm consciência de que o merchandising é um anúncio publicitário, a informação é assimilada pelas pessoas, sendo que os mecanismos da crítica não estão ativados (o que acontece no anúncio publicitário informacional). Para o estudo, foram selecionados três tipos de anúncios publicitários televisivos (um informacional, um testemunhal e um de merchandising e cinco tipos de anúncios publicitários radiofônicos (todos de natureza testemunhal).

O anúncio informacional é o seguinte: durante a apresentação do programa brasileiro “Malhação”, direcionado para jovens, é apresentado merchandising, no qual um grupo de jovens, num bar, conversa e bebe Coca-Cola. Na cena, os jovens estão alegres, dançam, divertem-se, bebem Coca-Cola e escutam um cd. No intervalo do programa, é exibido o anúncio publicitário informacional, que explica a promoção que a Coca-Cola está a fazer, para os espetadores ganharem cd’s. A linguagem do anúncio publicitário reflete a camada jovem, utilizando-se a gíria, para atingir o público-alvo. Os jovens são apresentados como se pertencessem a uma “tribo” e a marca identifica-se com a aceitação dos jovens na sociedade.

No anúncio publicitário testemunhal televisivo, o apresentador brasileiro Netinho apresenta as vantagens de um produto para o cabelo “*Hair Life*”, que permite alisar os cabelos. É apresentada uma jovem mulher, de raça negra, que aparece no programa televisivo, com o cabelo alisado e brilhante. É feita uma retrospectiva, apresentando a jovem antes de utilizar o produto, constatando-se as diferenças. O novo visual é aprovado pelo marido, que não tem ciúmes da esposa, porque, segundo ela afirma: “ele sabe que isso é tudo para ele.” Segundo os autores, há considerações de natureza ética importantes a tecer: a mensagem é a de que as pessoas são o resultado de produtos: ou mudam ou não mudam a aparência, consoante utilizam o produto, sendo que o ser humano é “reduzido” ao consumo. Também se torna evidente o conceito de “mulher-objeto”, a mensagem de que é necessário a mulher cuidar da sua aparência para agradar a alguém e ser valorizada, para poder “ter um marido”; os autores dizem que, neste conceito de “mulher objeto”, a mulher deve ser um objeto “bonito e bem enfeitado” para “ter um homem”. O espetador é iludido, porque a protagonista não só aparece com o cabelo liso, mas também com roupa bonita e elegante. A beleza é associada à eficácia do produto; preconiza-se que, para que as mulheres estejam bem e se sintam bem, com liberdade, devem utilizar este produto, mas para isso é preciso utilizar este produto obrigatoriamente, não havendo, por isso, liberdade de escolha.

No anúncio publicitário testemunhal radiofónico, ao longo da narração de um jogo de um futebol, feito através da rádio, o locutor introduz vários anúncios publicitários a diversos produtos. A narração é feita em ritmo acelerado, acompanhando o ritmo do jogo e nem sempre as palavras são entendidas. Frequentemente, o discurso é interrompido quando há golos ou algo de relevante acontece. A propaganda é rápida (cinco a dez segundos). A vantagem deste tipo de anúncio publicitário reside no facto de haver uma identificação entre o narrador do jogo e o anúncio. É aceite que o narrador narre objetivamente o jogo e com credibilidade, pelo que a informação que o narrador publicita também deve ser credível. Os autores referem técnicas psicológicas utilizadas nestes anúncios publicitários são as de

similaridade (alia-se uma sensação positiva à hipótese de vitória, à hipótese de ter sorte com o produto vendido e a estratégia de imitação), que conduz as pessoas a identificarem-se com pessoas ligadas a tais produtos.

Os autores destacam o valor da Publicidade: os produtos adquirem valor como produtos “naturais” do quotidiano das pessoas e um valor simbólico. A publicidade também pode criar novos sentidos simbólicos e transformar atributos de objetos materiais em atributos das pessoas. Também pode transformar objetos em seres humanos e seres humanos em objetos, conforme análise ao anúncio do produto “*Hair Life*”. Na publicidade, também não podem ser esquecidos os locutores e apresentadores dos programas: o seu “capital” (credibilidade, simpatia, aceitação dos espetadores) pode ser “utilizado” para as pessoas consumirem.

Segundo os autores, a Publicidade explora frequentemente o inconsciente humano, constituído pelos desejos, impulsos ou tendências do psiquismo, que não estão ao alcance do pensamento consciente, mas que podem produzir efeitos conscientes. As mensagens publicitárias incidem sobre as zonas menos conscientes da personalidade humana. O facto de as pessoas desconhecerem os mecanismos de persuasão e sedução dos meios, em conjunto com as ideias pré- concebidas de que podemos controlá-los, levam as pessoas a influências inadvertidas. Os autores ressalvam o papel da investigação motivacional, porque utiliza técnicas para chegar ao inconsciente ou subconsciente, tendo em conta que, geralmente, as preferências são determinadas por fatores de que o indivíduo não tem consciência. Ao comprar, o consumidor age de forma emotiva e compulsiva, reage inconscientemente às imagens e às ideias associadas no subconsciente com o produto (Packard, 1973, p.14). Os autores consideram que não se deve “acabar” com a Publicidade, mas que esta se deve cingir à capacidade de informar e não à capacidade de restringir a capacidade de crítica humana, de questionar, de garantir a liberdade ou de criar processos que obstem à consciência humana.

Como conclusão, Guareschi et alii (2008) consideram que um meio de comunicação pode ser educativo, informando as pessoas de forma diversa e oferecendo diversas possibilidades de escolha e decisão. Mas o que se constata na realidade é que isso não acontece atualmente. Educar não é dar respostas, condicionar, manipular as pessoas. Educar é questionar as pessoas para que tenham consciência dos seus atos, para que possam ter uma consciência crítica. Esta consciência crítica permite a emancipação das pessoas, concedendo-lhes poder. Os autores fazem referência a Paulo Freire e à relevância da consciência dos processos educativos, sendo a prática pedagógica libertadora da opressão e democratizadora da cultura. Os autores enfatizam o contributo de que a Psicologia pode ter na formação de uma consciência crítica na Educação, uma tarefa fulcral para a construção de cidadãos críticos, autónomos e participativos.

Esta realidade apresentada, embora não seja a portuguesa (e com os devidos distanciamentos), tem semelhanças com a situação no panorama publicitário português e permite compreender os efeitos da Publicidade e ter consciência que as mensagens publicitárias podem ter como destinatários os adultos, mas serem visionadas pelos

adolescentes e jovens estudantes e, pela menor consciência crítica que caracteriza este público-alvo, terem efeitos muito maiores e abrangentes do que quando visam o público adulto, pelo que é essencial dotar os discentes deste posicionamento crítico, mormente em contexto educativo e nas aulas de línguas.

Em síntese, o enquadramento académico da Argumentação e da Publicidade permite retirar algumas ilações relativas às potencialidades da Argumentação e da Publicidade em contexto de aula. No que concerne à Argumentação, Pinheiro (2007) constata, através de um estudo realizado, que o ponto de vista e a justificação são os elementos mais importantes para uma boa Argumentação, na conceção dos alunos, e não necessariamente o esquema argumentativo e uma consciência metatextual. Os discentes tentam “apenas” cumprir a finalidade persuasiva na produção textual, considerando que os contra-argumentos são somente relevantes se os argumentos inicialmente apresentados forem contestados. Marques (2010) reconhece a importância da Argumentação para a formação de futuros cidadãos, dotando-os de valências para uma melhor vivência em sociedade, em diversos domínios: profissional, social, pessoal, etc, que vê plasmada no Plano de Língua Portuguesa para o Ensino Secundário (PLP). No entanto, ao analisar o PLP e os manuais escolares desse nível de ensino constata uma preferência pela Argumentação Escrita, sendo a Argumentação Oral relegada para um plano secundário relativamente à Argumentação Escrita. Esta autora também critica os pressupostos sobre os quais são criadas as condições para o exercício da Argumentação: são espaços de simulação, que requerem a criação de condições que não existem em sala de aula, com condicionantes (designadamente a avaliação e classificação por parte do docente), com impactos ao nível da fundamentação argumentativa utilizada pelos discentes.

Relativamente à Publicidade, Soares (2003) conclui, com o estudo realizado, que a estrutura dos filmes publicitários exibidos em aula apresenta efeitos na vertente da cognição, porque pode afetar e condicionar a organização dos elementos do discurso na produção textual (se o filme é não narrativo, a resposta constitui-se em modos de organização diversificados; se é um filme publicitário narrativo, a tendência é a prática do modo narrativo nos textos). Preconiza a avaliação do cariz ideológico e dos valores semânticos dos filmes publicitários e a consciencialização dos efeitos sobre os discentes, para que estes estejam cientes de uma eventual manipulação ideológica. Como conclusão do seu estudo, Guareschi et alii (2008) consideram que a Publicidade pode ser educativa, informando as pessoas de forma diversa e oferecendo diversas possibilidades de escolha e decisão. No entanto, consideram que educar não é dar respostas, condicionar, manipular as pessoas, é possuir uma consciência crítica. A prática pedagógica deve ser libertadora da opressão e democratizadora da cultura. Os autores ressaltam o contributo de que a Psicologia pode ter na formação de uma consciência crítica na Educação, uma tarefa fulcral para a construção de cidadãos críticos, autónomos e participativos, pelo que se constitui como essencial dotar os discentes deste posicionamento crítico, mormente em contexto educativo e nas aulas de línguas.

Capítulo 2

A Argumentação e a Publicidade nos Manuais Escolares de Português e de Espanhol

2.1. Breves considerações

Este segundo capítulo centra-se na análise aos documentos oficiais que norteiam o ensino de Português e de Espanhol, nos ensinos básico e secundário, com o objetivo de avaliar a pertinência que a Argumentação e a Publicidade assumem nos programas curriculares difundidos pelo Ministério da Educação. No âmbito dos documentos oficiais, constam na disciplina de Português: “Programa e Metas Curriculares de Português”- Ensino Secundário, aplicável no contexto das turmas às quais lecionei (apenas Ensino Secundário). No que concerne à disciplina de Espanhol, os documentos oficiais que serão analisados são os seguintes: “Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas” (QECRL) -Aprendizagem, Ensino e Avaliação”, “Espanhol- Programa e Organização Curricular (Iniciação)”- Ministério da Educação e “Programa de Espanhol- Nível de Continuação (7º, 8º e 9º anos de escolaridade)”. Os documentos serão analisados em consonância com os níveis de ensino das professoras orientadoras de Espanhol e de Português, genericamente, e no que concerne ao aproveitamento didático e pedagógico da Argumentação e Publicidade.

Para a disciplina de Português, serão igualmente alvo de análise os manuais escolares adotados pela Escola Secundária Quinta das Palmeiras para os 10º e 11º anos de escolaridade e, para Espanhol, serão analisados os manuais de 8º e 9º anos de escolaridade, bem como os livros de exercícios e materiais de apoio ao Professor, em ambas as disciplinas, para atestar a presença da Argumentação e da Publicidade, entre os capítulos e textos selecionados e também outras referências e/ou atividades, suscetíveis de aproveitamento pedagógico para o tratamento da Argumentação e da Publicidade: léxicos, gramaticais, de expressão oral, de produção escrita e oral, etc. Esta análise será complementada pelas imagens retiradas dos manuais escolares, bem como pela descrição das atividades e uma reflexão sobre essas propostas.

O objetivo é compreender a presença da Argumentação e da Publicidade nos manuais escolares referenciados, a exploração didática que é realizada, a sua relevância e

enquadramento no contexto dos conteúdos programáticos para o ano escolar em análise. Para se atingir esta finalidade, a professora estagiária fará uma descrição dos conteúdos de argumentação e publicidade constantes nos manuais analisados, complementada com imagens e uma reflexão pessoal sobre os conteúdos apresentados e propostas pedagógicas.

Finda esta análise, a professora estagiária Rossana Rocha apresentará as propostas de algumas atividades didáticas, no campo cognitivo da argumentação e publicidade, desenvolvidas no decurso das aulas assistidas.

2.1.1. Análise dos documentos oficiais para a disciplina de Espanhol

Conforme acima referido, as diretrizes pedagógicas para lecionação da disciplina de Espanhol são provenientes do: “Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas”, do “Programa de Espanhol (Ensino Básico e 3º ciclo- Iniciação) - Programa e Organização Curricular”. Da análise a estes documentos, ressaltam-se algumas linhas orientadoras, nas quais a Argumentação e a Publicidade assumem um papel crucial e é neste *corpus* que a análise ao documento se centra primordialmente. Acrescente-se que, neste Relatório de Estágio, não é alvo de análise o “Programa de Espanhol - Nível de Continuação - 7º, 8º e 9º anos de escolaridade”, considerando que não foram lecionadas aulas de Espanhol no 3º ciclo do Ensino Básico, de nível de Continuação, porque a Professora Orientadora não dispunha de turmas de nível de Espanhol (Continuação).

Relativamente ao “Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas”, este documento preconiza a exploração pedagógica de “Temas de Comunicação”, tópicos que estruturam e mobilizam os discursos, a conversa, a reflexão, que se constituem como atos comunicativos. Estes Temas de Comunicação são os seguintes: 1- Identificação e caracterização pessoal; 2- Casa, lar, ambiente; 3- Vida quotidiana; 4- Tempo livre e diversões; 5- Viagens; 6- Relações com os outros; 7- Saúde e cuidados pessoais; 8- Educação; 9- Compras; 10- Comida e bebida; 11- Serviços; 12- Lugares; 13- Língua; 14- Meteorologia.

Em cada uma destas áreas temáticas, existem subcategorias. Analisemos, por exemplo, o tema de comunicação: 4- Tempo livre e diversões e as suas subcategorias: 4.1. lazer; 4.2. Passatempos e Interesses; 4.3. Rádio e Tv; 4.4. Cinema, Teatro, Concertos, etc; 4.5. Exposições, museus, etc; 4.6. Iniciativas Intelectuais e Artísticas; 4.7. Desporto; 4.8. Imprensa.

A partir destes temas de comunicação, a Publicidade poderá ser utilizada como “ferramenta pedagógica”; atente-se na mesma para divulgar determinados temas de comunicação, designadamente: 4- Tempo livre e diversões; 5- Viagens; 9- Compras; 10- Comida e bebida. Para além deste contributo didático, existe também outra vertente: a componente lúdica, em aula, para fomentar a aprendizagem. Este documento preconiza a utilização da Publicidade em aula, ilustrando, como exemplos, os trocadilhos, jogos de

palavras na Publicidade, dando como exemplo: “um cigarro mal apagado pode apagar a floresta”.

Nas atividades de produção e estratégia, que incluem atividades de escrita e oralidade, prevê-se, por seu turno, a Argumentação. Nas atividades de produção oral (falar), o utilizador produz um texto oral para um auditório de um ou mais ouvintes. Nestas atividades, enquadram-se: anúncios públicos (informações, instruções, etc.); apresentações públicas (discursos em reuniões públicas, palestras, sermões, espectáculos, comentários desportivos, apresentação de produtos para venda, etc.). Estas atividades fazem apelo ao desenvolvimento de estratégias: ler um texto em voz alta; falar com base em notas ou comentar dados visuais (diagramas, imagens, quadros, etc.); desempenhar um papel estudado; falar espontaneamente; cantar. O “Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas” fornece escalas exemplificativas para: a produção oral geral; o monólogo em sequência: descrever uma experiência; o monólogo em sequência: argumentar (p. ex.: num debate); anúncios públicos e exposições públicas, concedendo, assim, importância também à Argumentação.

Eis os descritores para o “monólogo em sequência: argumentar (p.ex. num debate):

MONÓLOGO EM SEQUÊNCIA: ARGUMENTAR (p. ex.: num debate)

C2 Não há descritor disponível.
C1 Não há descritor disponível.
B2 É capaz de desenvolver uma argumentação de forma metódica, destacando as questões significativas e os pormenores e exemplos mais pertinentes. É capaz de desenvolver uma argumentação clara, alargando e defendendo os seus pontos de vista com recurso a informações complementares e a exemplos pertinentes. É capaz de construir uma cadeia de argumentos com lógica.

É capaz de explicar um ponto de vista acerca de um problema, mostrando as vantagens e as desvantagens das várias opções.
B1 É capaz de desenvolver suficientemente bem uma argumentação para ser seguido sem dificuldade na maior parte do tempo. É capaz de fornecer, de forma breve, razões e explicações para opiniões, planos e acções.
A2 Não há descritor disponível.
A1 Não há descritor disponível.

DIRIGIR-SE A UM AUDITÓRIO

<p>C2 É capaz de expor um assunto complexo articuladamente e com confiança a um auditório que com ele não está familiarizado, estruturando e adaptando a exposição de forma flexível para ir ao encontro das necessidades desse auditório.</p> <p>É capaz de lidar com perguntas difíceis ou mesmo hostis.</p>
<p>C1 É capaz de fazer a exposição de um assunto complexo de forma clara e bem estruturada, desenvolvendo e defendendo longamente pontos de vista, aduzindo informações complementares, razões e exemplos pertinentes.</p> <p>É capaz de lidar bem com as objecções do auditório, respondendo espontaneamente e quase sem esforço.</p>
<p>B2 É capaz de fazer uma apresentação clara, desenvolvida de forma sistemática, destacando as questões mais significativas, fornecendo pormenores pertinentes.</p> <p>É capaz de partir espontaneamente de um texto preparado e seguir questões interessantes levantadas pelos membros do auditório, mostrando frequentemente fluência e facilidade de expressão notáveis.</p> <p>É capaz de fazer uma exposição clara, preparada com antecedência, dando razões a favor ou contra um ponto de vista específico e mostrando as vantagens e desvantagens das várias opções.</p> <p>É capaz de responder a uma série de questões com um grau de fluência e espontaneidade que não causa tensão nem a ele nem ao auditório.</p>
<p>B1 É capaz de fazer uma exposição simples, antecipadamente preparada, sobre um assunto que lhe é familiar dentro da sua área, suficientemente clara para ser seguido sem dificuldades na maior parte do tempo, explicando as questões principais com uma precisão razoável.</p> <p>É capaz de responder a questões, mas poderá ter que pedir que repitam se o discurso for rápido.</p>
<p>A2 É capaz de fazer uma exposição curta, ensaiada, acerca de um assunto pertinente para a sua vida diária, dando brevemente razões e explicações para as suas opiniões, planos e acções.</p> <p>É capaz de lidar com um número limitado de perguntas directas feitas subsequentemente.</p> <p>É capaz de fazer uma exposição curta, ensaiada e elementar sobre um assunto que lhe é familiar.</p> <p>É capaz de responder a perguntas subsequentes se puder pedir que repitam e se tiver ajuda na formulação das respostas.</p>
<p>A1 É capaz de ler uma declaração muito curta e ensaiada, p. ex.: apresentar um conferencista, propor um brinde.</p>

No que concerne ao documento: “Programa de Espanhol (Ensino Básico e 3º ciclo- Iniciação) - Programa e Organização Curricular”, este também prevê o enfoque na compreensão de textos orais e escritos, de natureza diversificada e de acessibilidade adequada ao desenvolvimento linguístico, psicológico e social dos discentes.

Ao nível da Compreensão Oral, este documento centra as atenções na compreensão das mensagens orais de diferentes fontes, designadamente: Professor, colegas, falantes nativos que levem em linha de conta a comunicação com um estrangeiro, meios de comunicação social e meios de reprodução (vídeos), pelo que a Publicidade, enquanto dispositivo comunicacional veiculado pelos mass media se constitui como relevante na exploração didáctica em aula das mensagens orais. Da mesma forma, ainda dentro da

Compreensão Oral, assume-se como um procedimento determinante em aula distinguir os dados das opiniões e dos argumentos.

Na componente da Compreensão Escrita, este documento também centra os procedimentos na compreensão global dos seguintes textos escritos: notas, anúncios publicitários, guias, programações cartazes de espectáculos, mapas de cidades, cartas, artigos de revistas ou jornais, textos humorísticos ou literários e na compreensão mais detalhada, das informações mais relevantes dos textos acima elencados. Também o paratexto assume uma importância vital na compreensão da mensagem escrita, preconizando-se que os discentes utilizem os elementos gráficos (fotografias, desenhos, etc) e de outros tipos, para formularem hipóteses sobre o significado do texto, situação particularmente presente nas mensagens publicitárias. Deste modo, neste nível de iniciação da língua espanhola, o recurso a diversos materiais pedagógicos com utilização de fotografias (os anúncios publicitários poderão ser considerados uma destas componentes imagéticas, com relevância, a explorar em contexto de aula) são particularmente importantes, porquanto propiciam as inferências, a formulação de hipóteses e extrair informações que nem sempre constam nos textos, de forma explícita, para desenvolvimento deste tipo de raciocínio nos discentes, vertentes que são fortemente enfatizadas no “Programa de Espanhol (Ensino Básico e 3º ciclo- Iniciação) - Programa e Organização Curricular”.

Na vertente de aspectos socioculturais, este documento prevê o enquadramento socio- cultural dos países nos quais se fala o idioma espanhol, devendo o Professor facultar aos discentes, sempre que possível, materiais pertinentes, alusivos às temáticas socioculturais e com pertinência, considerando a faixa etária em questão (adolescentes). Deverão ser abordados em aula os seguintes temas: caracterização física das cidades e das povoações, ruas, serviços públicos, comércio e lojas, habitação, alimentação; consumo; a qualidade de vida; a conservação do meio ambiente. Dentro dos conteúdos, pretende-se também aferir a presença do idioma castelhano no nosso país: filmes, canções, notícias, anúncios em jornais e estabelecimentos públicos, pelo que a Publicidade a estes suportes comunicacionais para o tratamento destes temas curriculares poderá constituir uma importante “ferramenta” pedagógica. Ao nível dos procedimentos, o enfoque centra-se na mobilização dos conhecimentos linguísticos para a interpretação de mensagens do meio (anúncios em jornais, em estabelecimentos públicos, mediatizados por locutores espanhóis).

Nas orientações metodológicas para este nível de ensino, confere-se primazia a situações de comunicação oral e escrita, pelo que se preconiza que o docente proporcione aos discentes o contato com materiais pedagógicos e didáticos autênticos, que evidenciem aspetos socioculturais. Privilegiam-se os seguintes tipos de textos: narrativos, descritivos, expressivos, lógico- argumentativos e prescritivos.

Como objeto de avaliação, o presente programa curricular pretende que se exercitem em aula as competências básicas de comunicação. Para esse efeito, deverão ser abordadas em aula a compreensão de distintos textos de natureza oral e escrita, pelo que esta sugestão metodológica oferece a oportunidade de o docente explorar as potencialidades da

Publicidade em aula. O programa curricular do Ministério da Educação prevê a utilização de alguns instrumentos para “potenciar” o Oral e o Escrito, podendo a Publicidade ser “explorada” na Compreensão Escrita, designadamente a partir da descrição de imagens.

2.1.2. Análise dos documentos oficiais para a disciplina de Português

Conforme acima referido, as diretrizes pedagógicas para a lecionação da disciplina de Português são provenientes do “Programa e Metas Curriculares de Português- Ensino Secundário”, do Ministério da Educação. Da análise a este documento, ressaltam-se algumas linhas orientadoras, nas quais a Argumentação e a Publicidade assumem um papel crucial e é neste *corpus* que a análise ao documento se centra primordialmente. Acrescente-se que, nesta Tese de Mestrado, não é alvo de análise o “Programa e Metas Curriculares de Português do Ensino Básico”, considerando que não foram lecionadas aulas de Português no 3º ciclo do Ensino Básico, porque a Professora Orientadora não dispunha de turmas nesse nível de ensino. Deste modo, o programa curricular do ensino secundário para Português estrutura-se nos seguintes pilares: Oralidade, Leitura, Escrita, Educação Literária e Gramática, pretendendo-se uma articulação curricular horizontal e vertical de conteúdos, adequada ao público - alvo, para a concomitante promoção da cidadania. No domínio da Oralidade, Leitura e Escrita, com a exploração pedagógica de textos de natureza predominantemente não- literária, o enfoque incide no reforço de operações cognitivas complexas, para as quais se exige a estruturação do pensamento e do discurso, a partir das quais se possibilitam eventuais formas de intervenção e de socialização. As experiências pessoais dos discentes são um potencial para a exploração, em aula, de universos com os quais os alunos já se encontram familiarizados: reportagens, anúncios publicitários, artigos de divulgação científica. O objetivo fulcral é explorar a capacidade dos discentes exporem informações e opiniões oportunas e pertinentes, de modo objetivo e comprovadas por exemplos e factos, e também a construção de argumentos lógicos para apresentação de um raciocínio e, posteriormente, uma conclusão.

Os objetivos gerais do programa curricular do ensino secundário preconizam a compreensão de textos orais de complexidade crescente e de diferentes géneros (nos quais se inclui o texto publicitário), para apreciação da sua intenção e da sua eficácia comunicativa, a utilização de uma expressão oral correta, fluente e adequada a diversas situações de comunicação, a produção de textos orais, de acordo com os géneros definidos no programa e o desenvolvimento do espírito crítico, pelo que se depreende a relevância que a Publicidade irá assumir no programa.

No 10º ano de escolaridade, no domínio da Oralidade, na compreensão do Oral, o Anúncio Publicitário integra uma das marcas de género específicas (a par da reportagem e do documentário), sendo que se pretende que o Professor explore em aula o carácter apelativo dos anúncios publicitários (tempos e modos verbais, entoação, neologismos), a multimodalidade (conjugação de diferentes linguagens e recursos expressivos, verbais e não verbais), a eficácia comunicativa e o poder sugestivo.

Nos domínios da Expressão Oral, Leitura e Escrita, para o 10º ano de escolaridade, nas marcas de género específicas, destaca-se a importância da Apreciação Crítica, na qual se pretende a descrição sucinta de um objeto, acompanhada de um comentário crítico, para o qual se preconiza uma estruturação e apresentação de argumentos.

Relativamente às Metas Curriculares, para o 10º ano de escolaridade, no domínio da Oralidade, pretende-se que o aluno interprete textos orais de diferentes géneros: identificar o tema dominante, justificando, explicitar a estrutura do texto, distinguir informação subjetiva de informação objetiva, fazer inferências, distinguir diferentes intenções comunicativas, verificar a adequação e a expressividade dos recursos verbais e não verbais e explicitar, em função do texto, marcas dos seguintes géneros: reportagem, documentário e anúncio publicitário. Também se pretende que o discente registe e trate a informação, tomando notas e organizando-as e registando em tópicos, sequencialmente, a informação relevante. Ressalve-se, igualmente, a pertinência da produção de textos orais de distintos géneros e com diferentes finalidades, designadamente a produção oral da Apreciação Crítica, respeitando as marcas de género do texto a produzir e o tempo disponível para apresentação (dois a quatro minutos para a Apreciação Crítica).

No domínio da Leitura, preconiza-se a Leitura e interpretação de textos de distintos géneros e graus de complexidade e que os discentes reconheçam as marcas de uma Apreciação Crítica. Também se pretende que os alunos leiam para apreciar criticamente textos variados, exprimindo pontos de vista suscitados por leituras diversas, fundamentando. Por último, ao nível da Escrita, as Metas Curriculares para o 10º ano de escolaridade preveem a Escrita de textos diversos, respeitando as marcas de género, no caso em análise, da Apreciação Crítica.

No 11º ano de escolaridade, no domínio da Oralidade, na compreensão do Oral, o Discurso Político, com a sua componente argumentativa, integra uma das marcas de género específicas (a par da Exposição sobre um tema e do Debate), sendo que se prevê que o Docente explore o discurso político, o seu carácter persuasivo, informação seletiva, capacidade de expor e de argumentar (coerência e validade dos argumentos, contra-argumentos e provas), dimensão ética e social, eloquência (valor expressivo dos recursos mobilizados).

No domínio da Leitura, a tónica mantém-se no Discurso Político, com as mesmas marcas de género específicas, uma vez que no programa curricular do 11º ano de escolaridade, mais concretamente no domínio da Educação Literária, consta a obra: “Sermão de Santo António”, de Padre António Vieira. “Pregado na cidade de S. Luís do Maranhão, ano de 1654”, com a análise aos capítulos I e V e excertos dos restantes capítulos.

Na Educação Literária, na obra literária “Sermão de Santo António”, o Professor deverá fazer a contextualização histórico-literária, destacando os objetivos da eloquência (*docere, delectare, movere*), a intenção persuasiva e exemplaridade, a crítica social e alegoria, a linguagem, estilo e estrutura: a visão global do Sermão e estrutura argumentativa,

o discurso figurativo: a alegoria, a comparação, a metáfora e outros recursos expressivos: a anáfora, a antítese, a apóstrofe, a enumeração e a gradação.

As Metas Curriculares, para o 11º ano de escolaridade, no domínio da Oralidade, centram-se na interpretação de textos orais de diferentes géneros: identificar o tema dominante, justificando, explicitar a estrutura do texto, distinguir informação subjetiva de informação objetiva, fazer inferências, reconhecer diferentes intenções comunicativas, verificar a adequação e a expressividade dos recursos verbais e não verbais e explicitar, em função do texto, marcas dos seguintes géneros: discurso político, exposição sobre um tema e debate. Pretende-se, ainda, que os discentes registem e tratem informação, selecionando e registando as ideias-chave.

Ao nível da Leitura, pretende-se que os alunos leiam e interpretem textos de diferentes géneros e graus de complexidade, identificando temas e subtemas, justificando, fazer inferências, fundamentando, explicitar a estrutura do texto: organização interna, identificar universos de referência ativados pelo texto, explicitar o sentido global do texto, fundamentando, relacionar aspetos paratextuais com o conteúdo do texto e explicitar, em textos apresentados em diversos suportes, marcas dos seguintes géneros: artigo de divulgação científica, discurso político, apreciação crítica e artigo de opinião, sendo de destacar o que particularmente é alvo de análise para o presente Relatório de Estágio (o discurso político, pelo seu cariz argumentativo).

Na Educação Literária, o enfoque é na leitura e interpretação de textos orais: ler expressivamente em voz alta textos literários, após preparação da leitura, ler textos literários portugueses de diferentes géneros, pertencentes aos séculos XVII a XIX, identificar temas, ideias principais, pontos de vista e universos de referência, justificando, fazer inferências, fundamentando, analisar o ponto de vista das diferentes personagens, explicitar a estrutura do texto: organização interna, estabelecer relações de sentido, reconhecer e caracterizar os elementos constitutivos da narrativa, identificar e explicitar o valor dos recursos expressivos mencionados no programa, reconhecer e caracterizar textos quanto ao género literário: o sermão, o drama romântico e o romance.

2.2. Análise dos manuais de Espanhol

Relativamente aos manuais escolares para os 8º e 9º anos de escolaridade, estes foram os títulos adoptados: “¡Ahora Español! 2” e “¡Ahora Español! 3”, da Areal Editores, cujos autores são: Luísa Pacheco e Maria José Barbosa, com revisão científica e linguística de Teresa Corredoira, que incluem os seguintes materiais pedagógicos e didáticos: Manual do Professor, Dossiê do Professor, Caderno de Atividades, dois CD Áudio, cinco cartazes temáticos, “¡Ahora diviértete!” 2, coleção de sessenta e quatro flashcards, E- Manual Premium grátis: pen drive, EV e-manuais e acesso a sites: www.profareal.pt e www.escolavirtual.pt.

O manual do 8º ano de escolaridade é constituído por dez unidades: Unidad 1- “¿Te conoces bien?”, Unidad 2- “Con los amigos”, Unidad 3- “En contacto”, Unidad 4- “¡Buen viaje!”, Unidad 5- “Buena estancia”, Unidad 6- Periodista por un día”, Unidad 7- “Las compras”, Unidad 8- “¡Qué rico!”, Unidad 9- “Sentirse bien” e Unidad 10- “Muchos lugares”.

O manual do 9º ano de escolaridade é composto por oito unidades: Unidad 1- “¿A qué te dedicas?”, Unidad 2- “En cartelera”, Unidad 3- “Un mundo de tecnologías”, Unidad 4- “¿En qué puedo ayudarlo?”, Unidad 5- “Compras a distancia”, Unidad 6- “¡Vamos a viajar!”, Unidad 7- “Tierra, solo hay una”, Unidad 8- “Otros mundos, otras gentes”. Os autores do manual do 9º ano de escolaridade são os mesmos, mas os materiais de apoio ao Professor divergem ligeiramente: Manual do Professor, Dossiê do Professor, Caderno de Atividades, Cartaz España/ El Español en América, 1 CD Áudio, “¡Ahora Diviértete! 3”, Pen Drive (que inclui: e-manual Premium, e- caderno de Atividades, Aulas digitais, Recursos Editáveis, Recursos Multimédia, Jogo Interativo- Quiz).

2.3. Análise dos manuais de Português

Relativamente aos manuais escolares para os 10º e 11º anos de escolaridade, estes foram os títulos adotados: “Mensagens”- Português 10º ano, da Texto Editora, cujos autores são: Célia Cameira, Fernanda Palma e Rui Palma e “Expressões 11”- Português 11º ano, cujos autores são: Pedro Silva, Elsa Cardoso e Maria da Céu Pereira, da Porto Editora. Ambos os manuais escolares têm como público- alvo os adolescentes.

O manual do 10º ano de escolaridade inclui os seguintes materiais didáticos e pedagógicos: Manual do Professor + Desdobrável, 2 CD áudio do Professor, Caderno de Apoio ao Professor, DVD (representação da Farsa de Inês Pereira) e Caderno de Atividades, para além da “Aula Digital Professor” (que inclui uma “pen”, “App 20 Manual”, “CD online”). O manual do 11º ano de escolaridade inclui: Manual do Professor, CD Áudio do Professor, Caderno de Atividades, Caderno de Apoio ao Estudo, powerpoint didáticos, CD Recursos do Professor.

O manual do 10º ano de escolaridade é constituído por seis unidades didáticas: Unidade 1- “Poesia trovadoresca”, Unidade 2- “Fernão Lopes- “Crónica de D. João I”, Unidade 3- Gil Vicente- “Farsa de Inês Pereira”, Unidade 4- “Luís de Camões, Rimas”, Unidade 5- “Os Lusíadas” e Unidade 6- “História trágico- marítima”. A Publicidade é abordada na Unidade 1- “Poesia trovadoresca”, na componente da oralidade (Compreensão de anúncio publicitário).

Relativamente ao manual do 11º ano de escolaridade, este inclui: o Livro do Professor, o Caderno de Apoio ao Estudo, o CD Áudio, o CD de Recursos, o e-manual do Professor e o Guia do Professor (nas margens laterais). Este manual é constituído por seis unidades didáticas: Unidade 1- “Eu e os outros”, Unidade 2- “Eu com o mundo”, Unidade 3- “(Con) Venço eu”, Unidade 4- “ (M)eu drama”, Unidade 5- “Eça” história e eu” e Unidade 6- “M(eu) sentimento de ocidental”. A Argumentação é abordada na Unidade 3- “(Con) Venço eu”.

2.4. A presença da argumentação nos manuais de Espanhol

A Argumentação está presente nos manuais de Espanhol do 8º e 9º anos de escolaridade, embora não lhe seja conferida tanta importância quanto é atribuída à Publicidade. A exploração pedagógica da Argumentação centra-se essencialmente na vertente da utilização de argumentos para a apresentação fundamentada e consistente de reclamações face a serviços prestados.

Deste modo, no manual do 8º ano de escolaridade, nas páginas 74 e 75, na unidade “Buena estancia” são apresentados serviços hoteleiros, passíveis de crítica pelo alegado não cumprimento das condições oferecidas inicialmente. O texto do manual apresenta as críticas e os argumentos defendidos; na compreensão, os discentes têm que reconhecer e distinguir os serviços anunciados e as reclamações apresentadas (Figs. 1 e 2).

UNIDAD 5 BUENA ESTANCIA

¿LO HAS CAPTADO?

1 Observa los símbolos de este apartotel y di qué servicios ofrece.

Ofertas especiales	FICHA	Financiación	Habitaciones	Instalaciones	Estorno
<p>A su disposición: 3 restaurantes Gimnasio Aparcamiento privado Contacto Localización</p>		<p>Habitaciones: Limpieza diaria (excepto cocina) Cambio de sábanas: 1 vez a la semana Cama de matrimonio Televisión satélite Balcón y vistas al mar Lámparas de mesa</p> <p>Baños: Bañera con mampara Ducha Inodoro suspendido Grifos termostáticos Secador de pelo Espejo de aumento Cambio de toallas: 3 veces a la semana</p>		<p>Cocina: Pequeña cocina Nevera Horno Microondas Platos y vasos Cubierta para 4 personas</p>	

PROFESORA
Sugerencia
Los alumnos:
- subrayen los verbos usados para describir las habitaciones y los servicios del hotel;
- identifiquen el pretérito imperfecto.

Ej. 2
a. V. h. P. c. V.
d. F. e. F. f. V.
g. V. h. P. l. F.
j. R.

Ej. 3
Distancia de la playa - 150 m / 1 kilómetro
Aire acondicionado - funcionaba mal; hacía un calor insoportable
Televisión satélite - solo tenía tres canales
Cubierta para 4 personas - solo había una cuchara, dos tenedores y dos cuchillos
Secador de pelo - no funcionaba
Grifos termostáticos - de los grifos salía poca agua
Limpieza diaria - camas sin hacer, bañera sucia; suelo por aspirar
Cambio de toallas - toallas por cambiar
Gimnasio - estaba casi siempre cerrado
Internet - servicio muy lento

Estimados señores:
Me llamo José Luis Guardiola. El mes pasado estuve alojado en su establecimiento hotelero, entre los días 10 y 15, en el apartamento 13.
Dos semanas antes de mi estancia, llamé para pedir algunas informaciones. Me enviaron muy amablemente un folleto con detalles relativos a las instalaciones. Me agradaron muchísimo las habitaciones y los servicios que ofrecen por lo que hice la reserva de una habitación. Dejé mi tarjeta de crédito para garantizar la reserva según me pidieron.
Así pues, el pasado día 10, hice un largo viaje para pasar algunos días en un lugar que parecía de ensueño. Sin embargo, lo que nos esperaba era, ni más ni menos, una auténtica pesadilla.
Por eso, quiero manifestarles mi insatisfacción por los servicios que nos ofrecieron.
Desde la limpieza y la calidad de la habitación elegida, que dejaba mucho que desear, hasta el precio final que me facturaron, han ocurrido una serie de situaciones no esperadas que han empañado, en cierta medida, mi estancia en la ciudad.
Para empezar, el hotel está situado a 1 kilómetro de la playa. Así que todas las mañanas teníamos que caminar durante media hora con toallas, mochila, sombrilla y sillas, y al final del día hacer el mismo camino cuatro veces, soportando temperaturas altísimas.
En segundo lugar, pedimos una habitación con vistas al mar y nos dieron una con vistas a la calle. Queríamos una cama de matrimonio, pero había dos camas individuales. Así que pagamos una habitación más cara, pero no la disfrutamos. Los colchones eran muy malos con nudos por todas partes. Pedimos que nos cambiaran de habitación, pero nos dijeron que el hotel estaba completo y lo peor es que ya habíamos pagado las diez noches.
Pero esto no es todo. El apartamento era un desastre. La habitación era pequeñísima y solo había una mesa con dos sillas, una estaba rota. Hacía un calor insoportable porque el aire acondicionado funcionaba mal. Además, hacía un ruido que no nos dejaba dormir. No había cortinas y, por eso, la luz entraba muy temprano por lo que no conseguimos descansar lo que queríamos. La televisión solo tenía tres canales con muy mala señal y el mando no funcionaba, así

74 setenta y cuatro

Fig. 1- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”

BUENA ESTANCIA UNIDAD 2

que teníamos que levantarnos para cambiar de canal. En la cocina solo había una cuchara, dos tenedores y dos cuchillos. La nevera estaba averiada, por eso las bebidas estaban siempre calientes y había un cierto olor a humedad. En el cuarto de baño, el secador no funcionaba y de los grifos salía poco agua.

Varias veces al llegar al hotel, la habitación estaba todavía como la habíamos dejado por la mañana, camas sin hacer, bañera sucia, toallas por cambiar y suelo por aspirar.

Además, el gimnasio estaba casi siempre cerrado y el servicio de Internet era muy lento.

En el hotel no respondían a nuestras quejas.

Expuesto esto, espero que me devuelvan todo el dinero que pagué.

Sin otro particular,
José Luis Guardiola

adaptado de Internet

2 Lee el texto y di si las siguientes afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F).

- José Luis Guardiola fue de vacaciones a un hotel en verano.
- Se alojó en el hotel durante una semana.
- En fotografías el hotel parecía realmente bueno.
- José Luis hizo una transferencia para reservar una habitación.
- Para ir a la playa desde el hotel tenía que andar durante una hora.
- Si quería ir a almorzar en el hotel, tenía que caminar dos horas cargado y al sol.
- José Luis tuvo que abonar el precio de una habitación en la que no se alojó.
- El aire acondicionado del hotel no funcionaba, ni siquiera encendía.
- Todas las mañanas se despertaban con el ruido de la calle.
- Nunca tenían hecha la cama cuando volvían al hotel.

3 Completa el siguiente cuadro según la información del folleto y del correo electrónico.

Servicios anunciados	Reclamaciones presentadas

Fig. 2- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”

Na unidade “Las compras”, na página 101, do mesmo manual, os discentes, partindo de uma atividade de compreensão auditiva, têm que preencher uma ficha de devolução, com a indicação do motivo para a devolução de um produto (Fig. 3).

LAS COMPRAS UNIDAD 7

e. Escucha los diálogos en las tiendas y ayuda a los dependientes a completar las fichas de devolución.

FICHA DE DEVOLUCIÓN

Producto devuelto: _____

Motivo: _____

Operación deseada:

devolución del importe

cambio del producto

FICHA DE DEVOLUCIÓN

Producto devuelto: _____

Motivo: _____

Operación deseada:

devolución del importe

cambio del producto

¡ATENCIÓN!

PIENSA BIEN

Rj. 2: **Impresora** – el vendedor le dijo que era compatible con cualquier sistema operativo, es incompatible con versiones anteriores a Windows XP; **cambio del producto.**

Gasantes – no tienen fecha; **devolución del dinero.**

C.

Rj. 3: **Mabel** – Sí; 5 euros a la semana; **intenta guardar lo antes de la pesa (10 euros al mes).**

Lorenzo – No; guarda algún dinero en una bolsa.

Diego – Sí; 7 euros a la semana; **No ahorra.**

2 Has comprado uno de estos objetos/productos y vas a la tienda para reclamar. Imagina el diálogo.



Fig. 3- Exercício de devolução de produto, do manual “¡Ahora Español! 2”

No manual do 9º ano de escolaridade, na unidade “Compras a distancia”, na página 79, os alunos têm que completar um texto lacunar de uma reclamação e aprendem a estrutura de uma carta e de um correio eletrónico formal (cumprimentar, indicar o motivo da carta- argumentando-, concluir e despedir-se), para poderem apresentar uma reclamação. Na mesma unidade, na página 85, os discentes têm uma atividade na qual são apresentados dois objetos e têm que elaborar um correio eletrónico de reclamação, respeitando a seguinte estrutura: cumprimentar, explicar a razão do correio eletrónico, indicar uma solução para o problema (argumentando), concluir e despedir-se (Fig.4).

2 Has comprado uno de estos objetos, pero no estás satisfecho. Escribe un correo electrónico de reclamación. Debes:

- saludar
- explicar la razón de tu correo electrónico
- indicar una solución para el problema
- concluir
- despedirte

Portátil en perfecto estado. Pantalla de 15,6", disco duro de 65 Gb; sistema operativo Windows 8.

Bicicleta de montaña usada. Cuadro de aluminio. Seis marchas. Frenos nuevos.

ochenta y cinco **85**

Fig. 4- Exercício de expressão escrita de correio eletrónico, do manual “¡Ahora Español! 2”

2.5. A presença da publicidade nos manuais de Espanhol

Ao longo do manual “¡Ahora Español! 2”, o recurso à Publicidade, para introdução de conteúdos programáticos nas diversas unidades, é bastante evidente. Na unidade 2- “Con los amigos”, cujos conteúdos léxicos giram em torno das atividades de ócio, desporto e cinema, são apresentadas atividades do interesse dos jovens, em cartazes publicitários de teor informacional e comercial. Os autores, ao invés de escreverem um texto descritivo informando as distintas atividades que os adolescentes podem aprender, consideraram que, com a Publicidade, o mesmo objetivo poderia ser atingido, apresentando os cartazes publicitários, com os quais os discentes estão já “familiarizados” na língua materna. A Publicidade às atividades de ócio é algo que surge “naturalmente” no contexto desta unidade temática, porquanto estas mesmas atividades permitem conhecer novos amigos e conviver com eles. São utilizados elementos típicos da Publicidade: recurso a imagens atrativas, para suscitar o interesse, a utilização do imperativo: “Ven a la escuela de música”, “¡Entra, intérate y apúntate!, “Para mantenerte en forma”, “Anímate”. A Publicidade constitui-se, nesta unidade, como um mecanismo fulcral para informar e para “vender” um serviço, que carece da Publicidade para se dar a conhecer. Os autores pretendem que os alunos saibam inferir, a partir de frases, quais os locais que disponibilizam determinadas atividades de ócio (Fig. 5).

¡ASÍ SE HABLA!

A ¿QUÉ HACES?

1 Observa los siguientes carteles.

Ahora actividades p. 14

CLUB DE AJEDREZ
El ajedrez nos muestra la vida, desentrañarlo nos enseña a resolverla. Es el gimnasio de la mente.
Para mejorar:
- la atención y la concentración
- la toma de decisiones de manera divertida
Horario sábados de 12:00 a 13:00 y de 13:30 a 14:00
Precio Trimestre - 85 €

CENTRO MUNICIPAL DE JUVENTUD
Entre 12 y 28 años
¡Entra, entérate y apúntate!
Biblioteca juvenil
Actividades:
Danza y pintura
Interpretación y baile
Fotografía y vídeo
Abierto todos los días, excepto los días de 9:00 a 19:00

MUSIKLIK
¿Te gusta bailar o cantar? ¿Te gusta aprender idiomas? ¿Te gusta practicar deportes?
¡Ven a practicar con nosotros!
Actividad:
Bailar, cantar y aprender idiomas.
Horario: sábados de 10:00 a 12:00 y de 13:00 a 15:00
Precio: 10 € por sesión

CENTRO DEPORTIVO PARA MANTENERTE EN FORMA
6 campos de fútbol,
2 campos de fútbol, ping-pong, pista de tenis, pista de tenis, artes marciales.
Horario de apertura (piscina):
Abril - 8:00 a 10:00 y de 10:00 a 12:00
Verano (apertura y cierre):
Lunes a viernes 9:00 a 20:00
Sábados (apertura y cierre): 9:00 a 14:00

a. Lee las siguientes frases y di a qué centro se refieren. Escribe, A, B, C o D.

- Se aprende a captar imágenes.
- Ayuda a pensar y a reflexionar.
- Se puede frecuentar por la noche.
- Se aprende a representar.
- Solo funciona una vez por semana.
- No funciona los fines de semana.
- Se paga cada tres meses.
- El precio varía según la edad.
- Ayuda a elegir entre dos o más opciones.
- Es posible frecuentar distintos niveles.

b. Luna, Pepe, Ángel y Nuria frecuentan estos centros. Escucha el diálogo y di a qué centro va cada uno/a.

Figura 5- Exercício de compreensão de texto, do manual “¡Ahorá Español! 3”

Na unidade 4 “¡Buen viaje!”, na p. 62, a publicidade é novamente utilizada como recurso didático, para publicitar uma excursão de cinco dias aos Pirenéus, informando as condições em que decorre a viagem. Mais uma vez, a Publicidade surge enquadrada na unidade temática, uma vez que, habitualmente, os serviços turísticos requerem uma divulgação publicitária para a venda dos mesmos. Os autores apresentam este folheto informativo, com informação útil e elucidativa da viagem de estudo da protagonista, utilizando a descrição detalhada (característica típica da Publicidade) para, em seguida, solicitarem aos discentes que escrevam um correio eletrônico, empregando verbos no pretérito indefinido.

Também na unidade 5- “Buena estancia”, a publicidade surge num contexto de dar a conhecer as condições de alojamento numa pousada. Assume um cariz informativo e, simultaneamente, comercial, ao indicar os eventuais preços praticados para este tipo de serviços. Utiliza também a adjetivação, com bastantes adjetivos que permitem qualificar o serviço. A exploração temática que é realizada pelos autores do manual surge num contexto de interpretação das informações constantes numa publicidade informativa, para que os discentes saibam analisar e discernir a informação que é relevante num anúncio publicitário. Na mesma unidade, é também divulgado um anúncio publicitário, constante em suporte Web, com um descritivo dos serviços que o “Hotel Paraíso” oferece, relativamente às condições dos quartos, da cozinha, etc. é um anúncio que utiliza a adjetivação. O anúncio é complementado

com um texto (uma reclamação) apresentada por um cliente e a exploração temática que é feita pelos autores deste manual centra-se na comparação entre as qualidades elencadas no anúncio publicitário e a realidade vivenciada pelo cliente e permite que os discentes se consciencializem que o conteúdo publicitário pode não corresponder, na íntegra, às características do bem ou serviços.

Na Unidade 7- “Las compras”, os conteúdos culturais e semânticos centram-se nos estabelecimentos comerciais, nos produtos, nos seus materiais e formas e na aquisição lexical decorrente do contato com esta nova realidade. Para os discentes compreenderem o papel que a Publicidade desempenha nas compras, o próprio manual apresenta um texto sobre a relevância da publicidade na televisão e os seus objetivos, atividade acompanhada de um questionário de compreensão (Figs. 6 e 7).

1 ¿Te gustan los anuncios de la televisión? ¿Por qué?

La publicidad en la televisión

En la televisión no están solo los programas. Hay algo muy importante que no debe pasarnos desapercibido: la publicidad. ¿Pero “eso” tiene alguna importancia? preguntará. Pues mucha más de la que te imaginas. Los anuncios no son espacios de entretenimiento. Tienen una finalidad clara y es que compremos los productos que nos presentan.

Las empresas se gastan muchísimo dinero en la publicidad, porque saben que si hacen un anuncio con gancho, conseguirán vender mucho mejor su producto. En los 15 o 20 segundos que dura un anuncio de televisión, nos llega una música pegadiza, unos colores atractivos, un entorno apetecible, unos personajes a los que nos gustaría parecernos, un logotipo divertido, una frase que nos queda... todo eso durante muy poco tiempo, pero varias veces al día... y eso, al final puede llevarnos a elegir ese producto solamente por lo que hemos visto en el anuncio... sin otro criterio que el anuncio de la tele... ¿No te ha pasado nunca?

Y en cada momento del día aparecen anuncios diferentes. Si te fijas bien, en la parte del día destinada a los niños y jóvenes salen los anuncios de juguetes, postres, dulces, helados, meriendas, desayunos... Todo eso con colores alegres, música divertida y frases destinadas a niños y a jóvenes. Sin embargo, en otros momentos del día nos encontramos con anuncios de productos de limpieza, comida rápida, marcas de perfumería... y eso es porque van destinados a los mayores. En este caso, los colores no son tan llamativos, ni la música tan pegadiza. La publicidad que sale en televisión debe cumplir ciertos objetivos importantes al tratarse de un recurso que debe llegar a la mayor cantidad de gente en un tiempo mínimo... ¡y eso es todo un arte!

Se pretende que con mensajes rápidos y fugaces, el consumidor capte, de forma consciente o inconsciente, lo que se le quiere vender. Para ello es importante la utilización de la imagen. Como sabes, la televisión es sobre todo un medio audiovisual. Si el anuncio nos cuenta algo, debe estar bien ilustrado para que conveza y llegue lo más directamente posible al consumidor.

Tiene que ser algo sencillo y directo. De esta forma, cuando los espectadores lo vemos, no tenemos ninguna dificultad en comprender el mensaje que ellos nos quieren hacer llegar.

Además, en la publicidad se utilizan personajes semejantes a los posibles consumidores de los productos. Si un anuncio va dirigido a gente como tú, saldrán jóvenes haciendo algo que tú sueles hacer.

También es muy importante el escenario donde tiene lugar esa acción. Generalmente son lugares atractivos para el público al que va dirigido el anuncio, utilizan colores, situaciones, música, paisajes que llaman la atención de los consumidores.

El eslogan también es fundamental. Un buen eslogan y un logotipo que enganche pueden captar la atención del público en unos segundos. ¿Ves como en todo lo que rodea a un anuncio hay una intención clara de vender el producto? Ellos piensan cómo pueden captar el interés de quienes podrían consumir ese producto. Lo estudian meticulosamente y luego hacen el anuncio.

adaptado de Internet

2 Lee el texto y encuentra sinónimos de las siguientes palabras o expresiones.

a. pequeña pantalla (l. 1-4) _____ e. que puede agrandar (l. 18-24) _____
b. comerciales (l. 1-6) _____ f. de corta duración (l. 20-24) _____
c. mercancías (l. 3-8) _____ g. similares (l. 30-35) _____
d. compañías (l. 5-8) _____ h. lugar (l. 36-39) _____

3 Di si estas afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F).

a. Los anuncios están hechos para distraer a los televidentes.
b. El objetivo principal de los anuncios es presentar los productos.
c. Los anunciantes invierten una gran cantidad de capital en publicidad televisiva.
d. Un anuncio televisivo dura, por norma general, algo menos de medio minuto.
e. Los anuncios deben pasarse en televisión pocas veces al día para no saturar a las personas.
f. Un anuncio destinado a adultos podemos verlo en cualquier franja horaria.
g. El producto que se vende debe quedar solo en el subconsciente.
h. El anunciante busca que te identifiques lo máximo posible con los actores.
i. La localización del anuncio no tiene gran importancia.
j. Es importante que el anuncio tenga una buena frase que identifique al producto.

4 Lee estas expresiones y elige el significado correcto.

a. con gancho (l. 8) _____ b. algo sencillo y directo (l. 30)

1. atractivo _____ 1. sincero y directo
2. cómico _____ 2. simple y sin rodeos
3. que te hace pensar _____ 3. inteligente y en línea recta

5 Explica cuál es la diferencia entre los anuncios para jóvenes y para adultos.

PROFESORA
Ej. 2
a. televisivo; b. anuncios; c. productos; d. empresas; e. pegadiza; f. minutos; g. semejantes; h. escenario
Ej. 3
a. F; b. F; c. V; d. V; e. F; f. V; g. F; h. V; i. F; j. V
Ej. 4
a - 1; b - 2

Figs. 6 e 7- Texto do manual “¡Ahora Español! 2”

O manual “¡Ahora Español 2!” confere bastante relevância à publicidade nesta unidade, com um exercício para completar slogans de anúncios publicitários de diversos produtos e bens e exercícios para completar anúncios publicitários com as formas corretas do imperativo (Figs. 8 e 9).

2 Completa los eslóganes siguiendo el modelo y usando los adjetivos de la lista.

Exercício de completar eslóganes para diferentes produtos. A lista de adjetivos é: veloz, elegante, fresco, cómodo, ligero, rico.

- Nuestra sopa no es rica y es riquísima.
- Nuestro nuevo modelo
- Nuestras verduras
- Nuestras prendas
- Nuestros zapatos
- Este coche

1 Jaime ha oído estos anuncios publicitarios en la radio. Complétalos con las formas verbales de la lista.

ven • venga • piense • visite • visita

En el restaurante El Solar, sabemos hacer de tu boda un día inolvidable. ¡¹ a vernos!

No necesitas ir lejos. ² Castilla y León. En una escapada, verás mundo.

Excelsus le ofrece vajillas, cristalerías, cuberterías y cerámica. A la hora de hacer sus regalos, ³ en Excelsus.

Para celebrar con éxito la comunión de su hijo, ⁴ al restaurante Mesón Mediterráneo.

Si busca un chalé de sueño, ⁵ la Urbanización Las Conchas.

Figs. 8 e 9- Exercício do manual “¡Ahora Español! 2”

O manual termina a unidade “Las compras” com uma tarefa final, para a criação de um anúncio publicitário, depois de escolhido um objeto da preferência dos alunos (Fig. 10).

¡AHORA TÚ! UN ANUNCIO PUBLICITARIO

1 Completa la ficha a partir del anuncio.

Producto: _____
 Funciones: _____
 Características: _____
 Destinatario: _____

Bolígrafo Mágico
 Mientras tú estás en las nubes en las clases, este bolígrafo de diseño moderno toma notas. Basta pulsar el botón y el Bolígrafo Mágico escribe lo que tu profesor dice con una letra clara y bonita. Podrás comprarlo en cualquier papetería a un precio asequible. Si eres estudiante y te cuesta escribir, ¡no te lo pierdas!

2 En grupos, elegid uno de estos productos y completad la ficha.

Producto: _____
 Funciones: _____
 Características: _____
 Destinatario: _____

3 Cread un anuncio para vuestro producto.
 4 Grabad vuestro anuncio y haced un podcast.

Fig. 10- Tarefa final da unidade 7, do manual “¡Ahora Español! 3”

Por último, na unidade 10- “Muchos lugares”, é apresentado um anúncio publicitário para divulgação de excursões a diversos lugares do mundo hispânico. Este anúncio integra diversos componentes da Publicidade, designadamente: recurso a várias imagens, linguagem

apelativa: “Aguas azules, inmensos areales” e título apelativo: “¡Todo está al alcance de tu mano!”, utilização do imperativo: “¡Reserva ya!- 10% de descuento”. O manual faz a exploração temática do anúncio publicitário e, mais concretamente das imagens, introduzindo exercícios de correspondência das imagens vs a descrição das mesmas, o reconhecimento de características das paisagens e elementos que constam nas imagens.

No manual “¡Ahora Español! 3”, a Publicidade também está presente ao longo das unidades, nomeadamente na Unidade 2- “En cartelera”, na Unidade 6- “¡Vamos a viajar!” e na Unidade 8- “Otros mundos, otras gentes”. Na Unidade 2- “En cartelera”, a Publicidade é utilizada num contexto de divulgação de espetáculos, através de um anúncio da Web, que dá a conhecer os espetáculos (concertos de música, teatro e exposições de arte). Verifica-se a utilização de imagens atrativas e elucidativas dos diversos espetáculos e a utilização do imperativo: “¡No te lo pierdas y consigue ya tus entradas aquí!”, “Visita algunas de las obras de arte más importantes del mundo.” A finalidade da atividade é a audição dos anúncios para completar com as palavras que estão ausentes do texto. Existe também uma atividade, ainda na mesma unidade, para os discentes verem as apresentações e cartazes publicitários dos filmes e identificarem a categoria dos mesmos (se se trata de filmes de ação, de drama, de terror, de suspense, de ficção científica, etc)- Fig. 11.

The image shows a screenshot of a website titled "ESPECTÁCULOS" (Spectacles). It is divided into three columns of advertisements. The first column has two ads: "GRAN CONCIERTO" (Great Concert) and "CONCIERTO DE FLAMENCO" (Flamenco Concert). The second column has two ads: "TEATRO" (Theater) and "EXPOSICIÓN DE ARTE" (Art Exhibition). Each advertisement contains text in Spanish with several words missing, indicated by lines. Small images are included for each ad: a person playing a guitar for the concert, a flamenco dancer, a theater stage, and a painting.

Fig. 11- Exercícios do manual “¡Ahora Español! 3!”

Na unidade 6- “¡Vamos a viajar!”, a publicidade é apresentada num contexto de divulgação de meios de transporte, servindo como propósito dar a conhecer os meios que permitem às pessoas viajarem, anunciando os serviços de transporte para esse efeito (publicidade ao InterRail, à Eurolines e aos voos lowcost). Os anúncios recorrem aos mecanismos típicos da Publicidade: imagens atrativas dos serviços de transporte (veículos novos e/ ou com boa aparência), linguagem apelativa e adjetivação (“Vehículos de alta calidad, climatizados y com asientos reclinables, ventanas panorámicas y aseos”), utilização do imperativo: (“Descubre Europa con Interrail”, “¡Europa sin límites!”, “¡Reserva ahora y paga en el alojamiento!”)- Fig. 12.

Observa los siguientes anuncios.

InterRail



¡DESCUBRE EUROPA CON INTERRAIL!
Con un pase InterRail, puedes coget todos los trenes que quieras durante cada día de viaje.

INTERRAIL GLOBAL PASS
Desde 184 €
30 países

PRECIOS DEL INTERRAIL - 2ª CLASE
5 días en 10 días - 194 €
15 días seguidos - 345 €
1 mes seguido - 442 €

¡Sácale el máximo partido a tu pase InterRail con los viajes en ferry gratis o con descuento para varios cruceros en Europa.

EuroLines



¡EUROPA SIN LÍMITES!
El "Pass" de EuroLines pone Europa al alcance de su mano. Elige dónde y cuándo desea viajar.

EUROLINES PASS
le permite viajar de forma ilimitada durante 15 o 30 días consecutivos.

EUROLINES PASS
15 días - desde 185 €

EUROLINES PASS
30 días - desde 250 €

Vehículos de alta calidad, climatizados y con asientos reclinables, ventanas panorámicas y más.

Vuelos low cost



VUELOS LOW COST
Elige tu ciudad y ¡vuelo!

VUELOS BARATOS A PRECIOS INCREÍBLES.
Desde sólo 33 € por trayecto.

Se acabaron las colas. Asientos asignados.

Añade una maleta por tan sólo 17 €.

HOTELES hasta un 50% de descuento.
(Reserva ahora y paga en el alojamiento)
Cancelación GRATUITA.

Fig. 12- Anúncios do manual “¡Ahora Español! 3”

Ainda ao longo da mesma unidade, são utilizados anúncios para divulgar os serviços de comboios “El Transcantábrico” e “Al Andalus” da empresa espanhola Renfe, informando e dando a conhecer as características deste serviço, anúncios acompanhados de imagens atrativas dos serviços prestados, com linguagem apelativa: “¿Se imagina usted ocho días de viaje en Tren y aún quedarse con ganas de prolongar el camino?”, “... al viajero le espera toda la magia del norte de España”, “Disfrute de un viaje inolvidable por Andalucía en el legendario tren Al Andalus, aquel en que originariamente viajaba la familia real británica”, “A bordo de este lujoso palácio “Belle Epoque” recorrer y visitar Andalucía se transforma en una experiencia única, marcada por la elegancia”, “con todas las comodidades, una atención exquisita y una gastronomía de primera”. Esta publicidade é aproveitada para os alunos fazerem a interpretação dos dois textos. Na unidade 8- “Otros mundos, otras gentes”, a Publicidade é utilizada no contexto comercial, em suporte web, para “vender” alguns destinos turísticos: Isla de Pascua e Ushuaia. Mais uma vez, são utilizadas imagens atrativas e elucidativas da realidade exótica que os viajantes podem encontrar, com textos descritivos e uso de adjetivação: “playas de arenas de color rosa, volcanes y praderas para recorrer a pie o a caballo”, “gigantescas y misteriosas estatuas de piedra”, “inolvidables excursiones nocturnas en la nieve” e utilização do imperativo: “Ten tu pasaporte listo y prepara tu equipaje ...”, “Descubre los Moái”, “Ven a Ushuaia, la ciudad más astral del mundo.” (Fig. 13).

LUGARES EXOTICOS

Observa la siguiente página web.

Destinos

Precios

Ayuda

TEN TU PASAPORTE LISTO Y PREPARA TU EQUIPAJE...
Después que hayas terminado de leer esto, saldrás corriendo por tu puerta.

ISLA DE PASCUA
Sorpréndete con la Isla de Pascua, la isla habitada más remota del planeta. Playas de arenas de color rosa, volcanes y praderas para recorrer a pie o a caballo. Flora y fauna marina para descubrir buceando.



USHUAIA
Ven a Ushuaia, la ciudad más austral del mundo, Tierra del Fuego, Patagonia. Participa en inolvidables excursiones nocturnas en la nieve. No te pierdas un recorrido en el tren del Fin del Mundo. Sube a bordo de uno de las impresionables cruceros que recorren fiordos, glaciares, bahías y acantilados.



Descubre los Moái,
gigantescas y misteriosas estatuas de piedra.

Visita la feria de artesanía de Rapa Nui y llévate un recuerdo: moáis de madera, de piedra, de coral rojo y negro; llaveros; máscaras, collares de conchitas de mar, llamadas pipi urí urí; tablas de Rongo Rongo; máks; taks taks.

Prueba los sabores de la isla: atún, langosta, langostinos, mahi mahi, kana kana, rape rape, camote, taro, coña de azúcar.

Saborea la centalla, la merluza negra y las especies exóticas de las bosques y estepas patagónicas.

Visita la Feria Artesanal: Cestos, vestijas de arilla y de barro, tejidos de lana, ponchos, prendas de cuero, collares djips, pulseras, anillos, cadenas de oro, plata o acero.



Fig. 13- Texto do manual “¡Ahora Español! 3”

Ainda na mesma unidade, um anúncio da web publicita as “férias solidárias”, proporcionando imagens elucidativas e atrativas (de outros povos e de outras realidades), com textos bastante descritivos das atividades que os jovens podem fazer: “trabajo social, conservación y medio ambiente, medicina y salud, enseñanza ...”, “horario diurno que incluye trabajo voluntario, actividades culturales y viajes a los alrededores de la comunidad.” O anúncio é complementado com outros anúncios de “férias solidárias” presentes na internet, para os seguintes países: Nepal, Vietname, Ilhas Fiji, México. A exploração temática dos autores centra-se em questões de compreensão do anúncio e comentar as opções de férias solidárias, utilizando expressões “típicas” para esse efeito: “¿Te gustaría?”, “¡Por supuesto!”, “¿Por qué no?”, “¡Qué no!”, “Me da igual” etc).

2.6. A presença da argumentação nos manuais de Português

No que concerne à presença da Argumentação no manual do 10º ano de escolaridade (“Mensagens”), esta está particularmente evidente na “Apreciação Crítica”, que é uma matéria curricular particularmente patente ao longo do presente programa curricular do 10º ano de escolaridade de Português, que visa, essencialmente, que os discentes façam comentários críticos, para apresentação e análise de obras, música, exposições, peças de teatros, filmes, documentários, entre outras expressões artísticas. A inerência da Argumentação está sempre presente pelo facto de a descrição / informação do objeto em apreciação pressupor um posicionamento, por parte dos discentes, que contempla a apresentação de juízos de valor (argumentos a favor e/ ou contra), que têm que ser devidamente fundamentados com exemplos ilustrativos. Todavia, não existe especificamente um capítulo dedicado à Argumentação, embora a sua relevância seja reconhecida, justamente pela sua transversalidade patente ao longo do programa curricular (Fig. 14).

E Apreciação crítica

Uma apreciação crítica é um comentário crítico, que visa apresentar e analisar manifestações culturais, como um livro, uma música, uma exposição, uma peça de teatro, um filme, um documentário ou outro. É um texto subjetivo e valorativo que parte da análise do objeto para a formulação de um juízo de valor. Pode revestir uma forma oral ou escrita.

APRECIACÃO CRÍTICA ESCRITA OU ORAL

• O QUE DEVO FAZER?

1. Conhecimentos

- Descrever sucintamente o objeto, acompanhado-o de um comentário crítico.
- Registrar os sentimentos e as emoções suscitados pelo objeto.

2. Expressão/discurso

- Usar uma linguagem valorativa (depreciativa ou apreciativa) através do uso de adjetivos, advérbios, repetições, etc.
- Utilizar um registo de língua corrente, de forma que o leitor comum compreenda a mensagem que se pretende veicular.
- Utilizar a primeira ou a terceira pessoa gramaticais e o presente do indicativo.
- Utilizar predominantemente frases declarativas e exclamativas.
- Utilizar recursos expressivos (metáfora, hipérbole, comparação, eufemismo, ironia, etc.).
- Usar articuladores do discurso (consultar a página 330).
- Mobilizar adequadamente os recursos da língua, nomeadamente vocabulário adequado ao tema.

Para a apreciação crítica oral:

- Utilizar adequadamente os recursos verbais e não verbais: postura, tom de voz, articulação das palavras, ditação, entoação, ritmo e expressividade (ACO).
- Utilizar adequadamente, sempre que oportuno, ferramentas tecnológicas de suporte à intervenção oral (ACOD).

QUAL A ESTRUTURA?

Introdução: apresentação/descrição do objeto a apreciar.

Desenvolvimento: descrição/informação do objeto em apreciação; posicionamento com apresentação de juízos de valor (argumentos a favor e/ou contra), fundamentados com exemplos ilustrativos.

Conclusão: síntese do que foi apresentado e reforço do ponto de vista pessoal.

Fig. 14- Conteúdo “Apreciação Crítica” do manual “Mensagens”

Deste modo, a “Apreciação Crítica” que se enquadra no domínio da Oralidade das Metas Curriculares do programa de 10º ano de escolaridade aparece logo na Unidade 1- “Poesia Trovadoresca”, com uma atividade na qual se solicita aos alunos que, após a audição da crónica “Mixórdia de temáticas”, intitulada “Níveis prejudiciais de amor”, de Ricardo Araújo Pereira, os discentes elaborem uma descrição do documento, a tese que é defendida no mesmo, um argumento a favor, dois exemplos de literatura, relação tese defendida/ assunto da cantiga analisada em aula “Ai flores, ai flores do verde pino” e um comentário crítico. Também se pedem apreciações críticas sobre uma manifestação cultural (Fig. 15).

Apreciação crítica

Agora é a tua vez de escreveres uma **apreciação crítica** sobre uma manifestação cultural à tua escolha (música, CD, cinema, exposição, livro...).

1. Num texto bem estruturado, utilizando entre cento e vinte e cinco e cinquenta palavras, faz a descrição sucinta do objeto em apreço, acompanhada do teu comentário crítico, fundamentando-o com, pelo menos, um argumento ilustrado com um exemplo significativo.
Deverás organizar as tuas ideias preenchendo no teu caderno um plano de texto como este.

Introdução:
1.º parágrafo – descrição sucinta da manifestação cultural em apreço;

Desenvolvimento:
2.º parágrafo, 3.º parágrafo e 4.º parágrafo – comentário crítico (argumentos positivos/negativos acompanhados de exemplos);

Conclusão:
5.º parágrafo – síntese e reforço do teu ponto de vista.

2. No final, faz uma revisão cuidada do texto que produziste.
Não te esqueças de identificar as fontes a que recorreste, de cumprir as normas de citação e de utilizar as notas de rodapé (se necessário).

Fig. 15- Exercício de Escrita (Apreciação Crítica), do manual “Mensagens”

Na Unidade 3- “Gil Vicente”, no domínio da Oralidade, solicita-se aos alunos uma apreciação crítica oral, de dois a quatro minutos, com base na apresentação do cartoon. Pede-se que os discentes procedam à descrição de um cartoon, o papel que as redes sociais desempenham no relacionamento amoroso, as vantagens e desvantagens das redes sociais e o comentário crítico do cartoon. Na Unidade 4- “Luís de Camões”, a apreciação crítica incide sobre o domínio da Escrita. Pretende-se que os alunos elaborem uma apreciação crítica sobre o tema da mudança, com base numa imagem, estruturando-se numa introdução, desenvolvimento e conclusão, sendo que a conclusão incide num comentário crítico sobre a veracidade/ falsidade da mensagem transmitida. Esta atividade foi desenvolvida em aula pela Professora Orientadora de Português (Fig. 16).

Apreciação crítica

1. Tendo presente o verso do poema - *Todo o mundo é composto de mudança* -, observa atentamente a imagem e elabora sobre ela uma **apreciação crítica**.

Segue o plano apresentado para a redação do teu texto. No fim, deves rever o teu trabalho.

Introdução:
1.º parágrafo – identificação do objeto, do título e do seu autor.

Desenvolvimento:
2.º parágrafo – descrição sucinta do objeto;
3.º parágrafo – mensagem veiculada.

Conclusão:
4.º parágrafo – comentário crítico sobre a veracidade/falsidade da mensagem transmitida.

Trayko Popov, «O futuro das redes sociais», World Press Cartoon, 2013, p. 2528.

Fig. 16- Exercício de Escrita (Apreciação Crítica), do manual “Mensagens”

Por último, na Unidade 6- “História Trágico- Marítima”, a apreciação crítica, ao nível da Escrita, baseia-se na análise da pintura “História trágico- marítima”, de Helena Vieira da Silva. Pedem-se aos alunos a apreciação crítica, com cento e vinte a cento e cinquenta palavras, para descrição do quadro, comparação com os excertos que foram estudados ao longo da obra História trágico- marítima e um comentário crítico sobre a época dos Descobrimentos.

No que diz respeito à presença da Argumentação no manual de 11º ano de escolaridade de Português, esta está particularmente patente na Unidade 3- “(Con) Venço eu”, na qual o Texto Argumentativo se estrutura como o grande pilar temático, acompanhado do Discurso Político e da obra “Sermão de Santo António”, de Padre António Vieira. Na página 90, dá-se início ao capítulo com um texto: “(Con) Vencer com palavras”, definindo-se a Argumentação, dando-se também especial ênfase a outro texto, complementar, no qual se fala da Retórica. Na página 91, destaca-se o cariz argumentativo da obra de Padre António Vieira, com o texto “Avassaladora onda de palavras” (Figs. 17 e 18).

(Con)Vencer com palavras

A espada vence e a palavra convence. *Falar é semear, ouvir é colher.*

Provérbios populares

A argumentação, sendo uma atividade eminentemente intelectual, baseada no exercício da razão, é também e sempre uma atividade verbal, e consiste basicamente na defesa de um enunciado através da sua relação com outros enunciados. No cerne de uma argumentação, há sempre uma opinião expressa que, sendo controversa, suscita uma justificação e abre um espaço de contestação, efetiva ou virtual. A atividade argumentativa, centrada na justificação ou refutação de opiniões, pressupõe, assim, uma interação dinâmica entre interlocutores, e as estratégias lógico-discursivas desenvolvidas tendem a provocar ou a reforçar a adesão do auditório, individual ou coletivo.

LOPES, Ana Cristina Macário, 1995. "Argumentação" in *Bíblia – Enciclopédia Verbo das Literaturas de Língua Portuguesa*, vol. 1. Lisboa: Verbo

Avassaladora onda de palavras

Aquele dia é como se fosse o hoje em que o lembro. A tarde estava no fim e eu tinha chegado da escola. Agarrei o livro que me haviam recomendado, abri-o e comecei a ler. Aquela avassaladora onda de palavras ergueu-se: a sua forma é a sua força; o seu ímpeto é o seu sentido; a sua altura é a sua verdade; a sua perfeição é o seu poder. [...] Nesta escrita-dita, ao mesmo tempo ordenada e tumultuosa, eu vi que a língua não tinha medo de si, nem da sua audácia.

Os Sermões e as Cartas do padre António Vieira são dos grandes textos da vida de quem os lê. As suas palavras altas, rápidas e sonoras regressam como uma música que nos persegue. Tornam-se a outra voz: a que nos falta e a que nos fala. A que temos, não tendo. Vieira leva a língua aos limites, fá-la delirar, alucina com ela a realidade. [...] Nesse vaivém de palavras plenas, há voracidade e veemência, afirmação e negação, fogo e fervor, diferença e repetição, imprecisão e pedido. Há vontade e persuasão, silogismo e sofisma, argumento e visão, pena e absolvição, razão e loucura, alvo e seta, fúria e medida. Este jogador compulsivo do grande casino das palavras aposta tudo no seu jogo: o tempo e a eternidade, Deus e os homens, os reis e os escravos, a terra e o céu, os santos e os pecadores, os vivos e os mortos, as pedras e os peixes, os ventos e as searas, o passado e o futuro.

Aquele hora é como se fosse a de hoje, em que a recordo.

SANTOS, José Manuel dos. "Vieira", in *Atual (Expresso)*, n.º 1840, 2 de fevereiro de 2008

Figs. 17 e 18- Textos: “(Con) vencer com palavras” e “Avassaladora onda de palavras”, do manual “Expressões 11”

Na página 94, é apresentada uma súmula do Texto Argumentativo, no qual se elucidam os discentes sobre os tipos de argumentos (dedutivos, indutivos, por analogia, de autoridade), as características do registo linguístico e a estrutura do texto argumentativo (introdução/ tese; desenvolvimento/ corpo argumentativo; conclusão)- Fig. 19.

TEXTO ARGUMENTATIVO

Um texto argumentativo  um texto que expressa uma opinião – uma tese – fundamentada, segundo diferentes estratégias, em argumentos diversos, ou seja, em razões usadas para agir sobre um recetor. Assim, qualquer texto argumentativo parte da apresentao de uma crença, de uma ideia ou de um parecer e assenta na intenção de atuar sobre opiniões, atitudes ou comportamentos de um interlocutor ou de um auditório.

As operações fundamentais de um texto argumentativo são, portanto, essencialmente, afirmar teses, apresentar argumentos, justificar pontos de vista a defender e refutar opiniões contrárias.

■ **Argumentos**

Um argumento  um raciocínio destinado a provar ou refutar uma afirmação ou, ainda, uma afirmação destinada a fazer admitir outra. Os argumentos são, portanto, elementos abstratos, cuja disposição no discurso dependerá da sua força argumentativa, aparecendo, assim, no texto, numa disposição crescente, decrescente ou dispersa.

REI, José Esteves, 1995. Curso de Redação II – O Texto. Porto: Porto Editora

Alguns tipos de argumentos

- Argumentos dedutivos (particularizações);
- Argumentos indutivos (generalizações, previsões ou probabilidade);
- Argumentos por analogia (aproximações; semelhanças);
- Argumentos de autoridade (recurso às ideias de alguém que, reconhecidamente, domina a matéria).

■ **Características do registo linguístico**

- recurso a frases declarativas e interrogativas;
- predomino do presente do indicativo (com valor universal e intemporal);
- presença de verbos declarativos, como *afirmar, considerar, alegar, declarar, etc.*;
- utilização frequente do verbo *ser* ou equivalente na elaboração da tese;
- recurso a verbos que indicam a relação entre a causa e o efeito (*causar, motivar, ocasionar, originar, provocar...*);
- uso de conectores: aditivos (*mais, além disso...*); confirmativos/exemplificativos (*de facto, com efeito, por exemplo...*); contrastivos (*mas, no entanto, embora...*); de causa-consequência (*pois, com efeito, por conseguinte, porque...*).

■ **Estrutura do texto argumentativo**

Introdução/Tese – apresentação clara da ideia/opinião que se pretende defender.

Desenvolvimento/Corpo argumentativo (argumentos) – momento de apresentação de provas ou razões que sustentem a tese, devendo ser fidedignas, autnticas e relevantes (podem constituir argumentos; exemplos, ilustrações, estatísticas, comparações, referências históricas, etc.) A apresentação dos argumentos obedece, frequentemente, a uma ordem gradativa crescente, partindo-se dos mais frágeis para os mais fortes e irrefutáveis.

Conclusão – Surge na sequência dos argumentos.  a demonstração clara da tese defendida.

Fig. 19- Texto argumentativo do manual “Expressões 11”

Na página 173, solicita-se aos alunos uma tarefa de escrita de um texto argumentativo, para comentar a relevância do *Destino* na obra Frei Luís de Sousa, “exercitando-se”, deste modo, a elaboração do texto argumentativo em contexto da obra “Frei Luís de Sousa.” (Fig. 20).

1. O destino é a força irremovível que determina as ações das personagens na tragédia (cf. p. 150)... E na vida? Lê atentamente o excerto do verbete.

destino [dɔʃ'tinu] *n.m.* 1. poder superior à vontade do homem que se supõe fixar de maneira irrevogável o curso dos acontecimentos; fatalidade; 2. sucessão de factos que constituem a vida de alguém e que se crê serem independentes da sua vontade; fado [...].

AA. VV., 2010. *Grande Dicionário – Língua Portuguesa*. Porto: Porto Editora

1.1. Tendo em conta os sentidos de destino apresentados, escreve um texto argumentativo, de duzentas e cinquenta a trezentas palavras, em que te posicionares relativamente à sua existência e ao seu poder.

Fundamenta o teu ponto de vista recorrendo, no mínimo, a dois argumentos e ilustra cada um deles com, pelo menos, um exemplo significativo.

Fig. 20- Exercício de expressão escrita de um texto argumentativo, do manual “Expressões 11”

A Argumentação assume novamente importância (p. 218), para uma tarefa escrita (reflexão), na qual se pede aos discentes uma reflexão sobre a relevância do mito sebastianista na cultura portuguesa, com uma fundamentação com recurso a dois argumentos. Por último, na pág. 263, solicita-se aos discentes a redação de um texto expositivo-argumentativo, para reflexão de aspetos sociais e culturais do episódio das corridas no hipódromo de Belém, da obra “Os Maias”.

2.7. A presença da publicidade nos manuais de Português

O manual do 10º ano de escolaridade “Mensagens”, da Texto Editora, dedica uma Ficha Informativa (que a seguir se apresenta) para a Publicidade. Nesta ficha informativa, define-se a Publicidade, a sua finalidade, os suportes, as características (imagem, slogan e texto argumentativo), mecanismos linguísticos e estilísticos e referem-se algumas curiosidades, nomeadamente o facto de a Publicidade ser uma área com a qual, frequentemente, os escritores colaboram, deixando os seus contributos, citando-se, para o efeito, alguns escritores: Fernando Pessoa, com o slogan: “Primeiro estranha-se. Depois, entranha-se.”; Alexandre O’Neill: “Há mar e mar, há ir e voltar.” e Ary dos Santos: “Mais Seguro, mais Futuro.” (Figs. 21 e 22)

Publicidade

1. O que é?

A **publicidade** consiste na promoção de um produto ou serviço de forma sedutora, surpreendente, inovadora e eficaz, através dos meios de comunicação social.

Jacques Lendrevie *et al.*, *Publicizar*, Alfragide, Dom Quixote, 2010, p. 109 (texto adaptado)

O **anúncio** é a mensagem que publicita um produto ou um serviço.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (online)

2. Qual é a sua finalidade?

A publicidade tem como objetivo despertar e captar a atenção, o interesse e o desejo de potenciais consumidores ou simpatizantes, levando-os a memorizar a sua mensagem e a agir, adquirindo o produto ou aderindo a um determinado conceito ou causa.

A sigla **AIDMA** traduz as etapas da «arte de seduzir e convencer» que é a publicidade:

- (despertar a) **A**tenção;
- (criar) **I**nteresse;
- (provocar) **D**esejo;
- (permitir a) **M**emorização;
- (desencadear a) **A**ção.

Se atendermos ao seu objetivo, a publicidade pode ser dividida em dois tipos:

- comercial, a que visa a venda de um produto ou de uma marca (fins lucrativos);
- não comercial/institucional, a que visa a adesão a uma ideia ou a uma causa (fins sociais, informativos, solidários, preventivos, etc.).

3. Quais são os seus suportes?

Desde os primórdios da Publicidade que tudo tem mudado: o cartaz pintado à mão dizendo «compre aqui» evoluiu até se chegar ao *multi* moderno ou ao painel eletrónico do estádio de futebol; a página de imprensa deixou de ter apenas texto e passou a ter ilustração, fotografia, *pop-ups*; os anúncios deixaram de ser meras explicações das vantagens dos produtos e, com criatividade, tornaram-se peças de entretenimento que não só explicam produtos como permitem que nos liguemos às marcas e nos tornemos seus consumidores, seus embaixadores, seus fãs. A net veio alargar as fronteiras daquilo que é possível obrigando a Publicidade a pensar em novas linguagens e a adequar-se a novas técnicas.

Toda a evolução da história da Publicidade tem conduzido a que se encontrem formas mais eficazes, mais abrangentes e mais sofisticadas de chamar a atenção.

A Publicidade foi, é e sempre será a Arte de Chamar a Atenção.

Jacques Lendrevie, *op. cit.*, p. 108 (texto adaptado)

201 AULA DIGITAL

PowerPoint
Ficha Informativa n.º 4



4. Quais são as suas características fundamentais?

Na publicidade, conjugam-se diferentes linguagens: verbal (palavra) e não verbal: gráfica (imagem); musical; gestual e atitudinal (postura, tom de voz, articulação, entoação, expressividade, etc.).

Texto icónico	Texto linguístico	
Imagem	Slogan	Texto argumentativo
<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes elementos visuais (ilustração ou fotografia, arranjo gráfico, cor, caracteres...) que despertam a atenção do consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frase ou expressão original, breve, concisa, simples e fácil de memorizar capaz de despertar a simpatia pelo produto ou campanha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto que dá credibilidade ao anúncio, apresentando as qualidades e vantagens do produto ou campanha que levam à ação do consumidor (compra/adesão).

Para obter a simpatia e a adesão do público, o texto publicitário recorre a vários mecanismos linguísticos e estilísticos:

- tempos e modos verbais, como o imperativo ou o conjuntivo;
- entoação;
- neologismos;
- recursos expressivos abundantes: hipérbole, metáfora, anáfora, repetição, trocadilho...;
- aforismos e expressões idiomáticas;
- adjetivos em grande número;
- rima, ritmo e métrica.

CURIOSIDADE

1. A publicidade é uma área que requer destreza e à-vontade com as palavras e, nesse tempo, os escritores sentem-se no seu «habitat». Há *slogans* que ficaram na memória coletiva e que foram criados por autores consagrados. Por exemplo:



2. A primeira agência de publicidade em Portugal chamava-se J. Walter Thompson. O *slogan* de Fernando Pessoa acima referido foi criado para esta agência em 1927, para a marca *Coca-Cola*.

Figs. 21 e 22- Texto da Ficha Informativa de Publicidade, do manual “Mensagens”

O manual “Mensagens” confere relevância à Publicidade, particularmente na componente da Oralidade, apresentando alguns questionários de compreensão de anúncios publicitários (em suporte vídeo, centrado-se na mensagem publicitária oral), para recolha e preenchimento de dados, designadamente: o produto publicitado, informação significativa e slogan, identificação do tema, estrutura de anúncio publicitário, tipos de linguagem (verbal e não-verbal), identificação de recursos expressivos e de aspetos da componente gramatical.

Relativamente ao 11º ano, no manual “Expressões”, a Publicidade é abordada na Unidade 2 “Eu com o mundo”, na qual constam os textos dos media, o texto publicitário e um artigo de apreciação crítica. Nas páginas 62 e 63 são apresentadas informações referentes à Publicidade: os agentes, os meios, a ação, o processo publicitário, as características do registo linguístico e a estrutura da mensagem publicitária. (Figs. 23 e 24).

PUBLICIDADE

Genericamente, o termo publicidade enquadra várias formas de comunicação, que vão de anúncios não comerciais a simples anúncios de emprego. Num sentido mais específico, publicidade designa o conjunto de meios usados para tornar conhecida uma empresa, para reforçar ou renovar a sua imagem, ou para divulgar produtos ou serviços, estimulando o interesse pela sua aquisição.

Agentes
As mensagens publicitárias são atualmente desenvolvidas por agências nacionais ou internacionais que transformam a informação de forma a torná-la apetecível, estimulando as necessidades do público-alvo no sentido da aquisição ou da adesão ao que é publicitado, com intuídos económicos, sociológicos ou outros.
As equipas das grandes agências incluem psicólogos, sociólogos, economistas, especialistas em comunicação audiovisual e peritos na arte da sedução e do convencimento, que baseiam o seu trabalho em profundos estudos de mercado, em sondagens de opinião e no conhecimento das características dos seus públicos. Tão planificada, a publicidade (comercial), como um processo comunicativo intencional, unilateral e que procura resultados imediatos, tem como finalidades informar, persuadir e dirigir as decisões do universo a que se destina – publicidade de massas ou para públicos específicos (grupos profissionais, classes economicamente privilegiadas, público feminino ou masculino, de diferentes faixas etárias ou zonas geográficas...).

Meios
Os mais importantes meios de publicidade são a imprensa, a rádio, a televisão, o cinema, os cartazes e a Internet. É através dos *media* que a publicidade chega a muita gente; apesar de o acesso ser caro, o custo por contacto é bastante reduzido; funciona através da multiplicação e continuidade de contactos; oferece uma mensagem simples, forte e única para todos os públicos.
Mas hoje os meios de difusão multiplicam-se, através também do marketing relacional e da publicidade nos locais de venda, o qual quer objeto serve de suporte: camisolas, estereógrafias, porta-chaves...

Ação
Apresenta-se como tendo o poder de satisfazer os impulsos, expectativas, desejos mais ou menos conscientes, emoções e sonhos, conotando a sua mensagem com segurança, imagem positiva, notoriedade, prestígio, êxito, prazer, facilidade, estatuto social, fama...

PROCESSO PUBLICITÁRIO

A Fórmula AIDMA
AIDMA é o acrónimo do guião que procura sintetizar os elementos do processo publicitário:
Atenção – captar a atenção do público destinatário;
Interesse – despertar a simpatia pelo que é publicitado;
Desejo – desencadear a necessidade de ter ou usufruir do que é anunciado;
Memorização – facilitar a retenção da mensagem, através do *slogan*, rimas, da associação do produto a sensações positivas;
Ação – incitar o destinatário à aquisição ou adesão ao que é publicitado.

Características do registo linguístico
A linguagem argumentativa no discurso publicitário visa despertar sentidos, procurando criar estímulos dirigidos às emoções. Assim, verifica-se frequentemente o recurso a:
– ambiguidades de sentido (conotação/polissémia);
– recursos expressivos: metáfora; antítese e paradoxo; hipérbole; anáfora e repetição; aliteração e assonância; onomatopéias; adjetivos e advérbios [...];
– paralelismo e permutas sintáticas;
– métrica, ritmo e rima;
– construção e desconstrução vocabular e frásica;
– modificação de provérbios e expressões idiomáticas;
– diferentes registos de língua (formal e informal).

Estrutura da mensagem publicitária
A mensagem publicitária segue de um modo geral a seguinte estrutura:
Título – apresenta o essencial da mensagem e procura atrair a atenção do destinatário; muda de campanha para campanha;
Slogan – frase/expressão que define o produto ou a marca; mais estável que o título, pode identificar a marca ao longo de várias campanhas ou manter-se imutável;
Corpo do texto – informa, argumenta, sintetiza e apela à ação;
Imagem (linguagem icónica) – complementa ou provoca a leitura do texto.



Imagem

Título

Corpo do texto

Slogan

Figs. 23 e 24- Texto informativo da Publicidade e Processo Publicitário, do manual “Expressões 11”

Nas páginas 60 e 61, são apresentados três anúncios publicitários, para os discentes analisarem, nomeadamente de dentífricos “Pasta Medicinal Couto” e “Colgate” e campanhas contra a Obesidade, promovendo o consumo de fruta “Maçãs de Alcobaça”. São enfatizados os componentes de análise imagética destes anúncios e as características do registo linguístico, devendo os alunos responder a um questionário que destaca a análise dos aspetos acima referidos. Na página 64, são introduzidos mais anúncios: da marca *Skip*, da *Vodafone*, da *Câmara Municipal de Sintra* e do *Banco Alimentar*. Pretende-se que os alunos identifiquem, em cada um dos anúncios, os elementos estruturais (título, corpo do texto e imagem), as estratégias linguísticas que são utilizadas nos títulos de cada anúncio para chamar a atenção do consumidor. Na página 66, os anúncios são da empresa *Cytothera* (criopreservação de células estaminais) e o enfoque da compreensão dos mesmos centra-se na relevância dos elementos imagéticos e no processo publicitário (acrónimo AIDMA, que sintetiza os elementos do processo publicitário: Atenção, Interesse, Desejo, Memorização e Ação). Na página 68, a tónica dominante é a audição de registos de anúncios publicitários radiofónicos e o visionamento de anúncios publicitários televisivos, para os discentes identificarem os seguintes elementos: marca, empresa, instituição; título da campanha; slogan; uma estratégia linguística persuasiva/ atrativa; um argumento; a expressividade da banda sonora; aspetos mais positivos; opinião pessoal sobre o anúncio. Também se solicita aos alunos a criação de um anúncio publicitário (a partir de uma banda desenhada), com os seguintes elementos: elaboração de corpo do texto (com utilização de recursos linguísticos típicos da Publicidade), descrição de imagem do anúncio, criação de título e de slogan.

Como se depreende pelo exposto, Publicidade assume, neste ano de escolaridade e nesta unidade, em particular, uma grande relevância, com a apresentação de diversos tipos de anúncios publicitários (radiofónicos e televisivos), de teor comercial e não- comercial, publicitando diferentes categorias e produtos, explorando a estrutura publicitária e o processo publicitário. No entanto, a importância que o manual confere à Publicidade não se “esgota” nesta unidade; o “aproveitamento” publicitário é utilizado no capítulo 1 “Eu e os outros”, mais concretamente nos textos do domínio transacional e educativo (Reclamação, Comunicado e Artigo Científico e Técnico), como complemento do Comunicado, como é possível verificar na página 40, no anúncio de uma campanha da APAV (Associação Portuguesa de Apoio à Vítima), no qual é realizada uma exploração pedagógica semântica. Na página 45, para suscitar a análise do Artigo Científico e Técnico, é apresentado um anúncio publicitário da EDP, no qual constam, no corpo do anúncio, características do registo linguístico, que os discentes terão que identificar, designadamente: emprego de um registo formal com recurso a termos científicos e/ ou técnicos.

Na página 100, já no capítulo 3- “(Con) Venço eu”, que inclui o Texto Argumentativo, o Discurso Político e o “Sermão de Santo António aos Peixes”, a introdução e motivação para esta obra do Padre António Vieira é efetuada através de um anúncio publicitário do jornal *Correio da Manhã*, por meio de um jogo de palavras: “Leve grandes sermões por quase nada”, solicitando-se aos alunos a análise do conteúdo do anúncio. (Fig. 25)

LEVE GRANDES SERMÕES POR QUASE NADA.

APRIL 2010

QUATRO PEÇAS DIA E DE EXCELENTE POR APENAS 1,10€ + I.V.A.

Na comemoração dos 100 anos do nascimento de Padre António Vieira, o Conselho de Admissão lançou um livro que não irá querer perder: Padre António Vieira – o Imperador da Língua Portuguesa. Conheça a vida e a obra de uma das personalidades mais importantes do século XVII, celebre pelas suas sermões, orações, panfletos de caridade, sendo domínio do português e a sua luta incessante pelas liberdades humanas.

LEITURA COMPREENSIVA

- O *slogan* do texto publicitário assenta numa estratégia de exploração do valor polissémico da palavra “sermão”.
 - Explica essa mesma estratégia a partir da leitura do verbete de dicionário abaixo reproduzido.

sermão [sɐr'mõw] *m.* 1. discurso sobre um assunto religioso, proferido do púlpito; 2. *[fig.]* qualquer prática feita a alguém com um fim moral; 3. *[pop.]* admoestação; descompostura; repreensão de sermão e *missa cantada* grande sermão e De latim *sermōne*-, “conversação”
AA.VV., 2010. “Sermão”, in *Grande Dicionário Língua Portuguesa*. Porto: Porto Editora
 - Indica o acontecimento que motivou a edição da obra publicitada.
 - Destaca do anúncio as facetas da vida e da obra de Padre António Vieira que, de acordo com o corpo do texto do anúncio, o tornam uma figura ímpar da cultura portuguesa.
 - Investiga a origem da expressão “*Imperador da Língua Portuguesa*”, utilizada na apresentação de Padre António Vieira.

Fig. 25- Anúncio publicitário “Leve grandes sermões por quase nada”, do manual “Expressões 11”

Na página 138, na unidade 4 “(M)eu drama”, para introdução da obra *Frei Luís de Sousa*, de Almeida Garrett, é apresentado um anúncio, do *Teatro Nacional D. Maria II*, para comentar em aula, considerando a unidade temática cuja centralidade é o Texto Dramático. Por último, na Unidade 5 “Eça” história e eu, capítulo dedicado ao Romance(s) de Eça de Queirós “As Maias” e “A Cidade e as Serras”, a compreensão, num momento de pré-leitura, do anúncio publicitário da marca *Omega*, pretende que os discentes retirem duas características da obra de Eça de Queirós que estão patentes no corpo do anúncio. (Fig. 26).

1. Observa atentamente o anúncio.

**EDIÇÃO LIMITADA
EÇA DE QUEIROZ
A PALAVRA CERTA, NO TEMPO CERTO**

Falção especial, renovada e limitada a 48 peças, comemorativa da 100.ª edição em homenagem a Eça de Queiroz, clássico do mundo e autor brasileiro a quem que dedicou para sempre a *Ulysse* com uma produção única e uma visão de sustentação que se mantém absolutamente atual. A irreversibilidade de sua obra e o olhar minucioso e perspicaz que a caracterizam otimizam claramente sua valorização. Omega nesta edição honra e realça.

OMEGA

ANÚNCIO Omega

- Identifica o(s) modificador(es) do nome “Eça de Queiroz” utilizado(s) na primeira frase do corpo do texto.
 - Explicita a sua funcionalidade.
- Destaca as duas características da obra de Eça de Queirós que fundamentam, de acordo com o enunciado, a ligação do autor à marca publicitada.
- Procede à leitura do texto da página seguinte e, a partir das informações nele contidas, justifica a pertinência do *slogan* do anúncio.

Fig. 26- Anúncio publicitário “Edição Limitada- Eça de Queiroz”, do manual “Expressões 11”

Na página 69, a compreensão centra-se na identificação do público-alvo e na interpretação do conteúdo dos anúncios. Estes anúncios apresentam a particularidade de serem anúncios não comerciais.

2.8. Comentário das aulas de Espanhol

Relativamente às aulas lecionadas pela professora estagiária Rossana Rocha, esta procede à seleção de três aulas, que mais de destacam, porquanto se inserem na temática do presente Relatório de Estágio: a Argumentação e a Publicidade. As aulas foram lecionadas no segundo período letivo, na primeira turma do 8º ano, e enquadraram-se na unidade 7- “Las compras.” Nesta unidade, os conteúdos léxicos centram-se na aquisição do vocabulário referente aos estabelecimentos comerciais (nomes dos diferentes tipos de estabelecimentos e lojas), nos produtos que são vendidos e nos materiais e formas dos produtos/ bens. Os conteúdos funcionais incidem sobre a descrição dos objetos, dar conselhos e elaborar uma reclamação. Os conteúdos gramaticais focam-se no Imperativo Afirmativo e Negativo e nos Superlativos. Relativamente aos textos selecionados para esta unidade temática, são de índole bastante diversa, mas complementares entre si: “La Publicidad en la televisión”, “En las tiendas”, “¿Cuánto ahorras?”, “Anuncios” e “Canción: Bastante hay”. A tarefa final centra-se na criação de um anúncio publicitário.

Partindo destes pressupostos temáticos, e uma vez que a própria unidade temática do manual inclui a Publicidade, com anúncios publicitários e aborda especificamente a importância da Publicidade, com textos, a inclusão da Publicidade enquanto dispositivo comunicacional, como meio para informar/ sensibilizar e também com intuitos comerciais surgiu “naturalmente”, porquanto os discentes compreendem a relevância da mesma para aquisição de produtos de uso quotidiano e de produtos/ bens/ serviços que implicam investimentos mais avultados e também porque a Publicidade se reveste de importância para auxiliar na definição das compras, produtos, bens e serviços que o consumidor pretende adquirir. Pretendeu-se, com o enfoque dado nas aulas lecionadas, alertar os discentes para o “poder” da Publicidade, para as “técnicas” que são utilizadas para convencer a audiência, e para um processo de “compra consciente”, baseada nas reais necessidades dos consumidores, discernindo a informação e os objetos e bens que são ou não úteis ao consumidor, considerando os seus gostos e preferências.

2.8.1. Primeira aula de Espanhol

A primeira aula, no âmbito da publicidade, um bloco de noventa minutos, foi lecionada no dia 22 de janeiro de 2016. Como introdução à unidade “Las compras” foi projetado um vídeo, com a duração de 1 minuto, que consistia num anúncio publicitário espanhol, da marca Coca-Cola, intitulado “¡Estás aquí para ser feliz!”, com o slogan “destapa la felicidad” e o logótipo da marca. Foi considerado um dos melhores anúncios publicitários dos últimos

tempos, da marca norte- americana. Relata a história de um ancião, de cento e dois anos, que se desloca a Madrid, para conhecer uma bebé, que acaba de nascer, e que pretende compartilhar com a recém- nascida, toda a sua sabedoria e a experiência da sua já longa vida, dando-lhe conselhos para viver uma vida plena e feliz. A mensagem de vida que o ancião pretende transmitir é acompanhada, obviamente, por um percurso de vida no qual a bebida Coca - Cola esteve presente (durante alguns segundos, é exibida uma imagem na qual o ancião bebe Coca - Cola), inclusive a bebida é partilhada em cenários de festas e reuniões com amigos (imagens também exibidas, já no final do anúncio). Ainda que a mensagem a transmitir não seja óbvia, depreende-se pelas imagens que a Coca - Cola fez e faz parte da vida das pessoas, independentemente da sua idade (mesmo as pessoas com uma idade mais avançada consomem a bebida) ou, pelo menos, a mensagem a veicular poderá centrar-se nessa ideia- uma bebida transversal a todas as faixas etárias. Para além dessa mensagem publicitária implícita, com este anúncio constrói-se a ideia de que a Coca - Cola contribui para a felicidade.

Aparte as considerações que se possam tecer sobre os eventuais objetivos publicitários deste anúncio (aumento das vendas da bebida, incremento da notoriedade da marca, criação da imagem de uma bebida que é humana e sensível, entre outros objetivos), ressalta a evidente emocionalidade do anúncio, que mostra uma pessoa de propecta idade, com algumas limitações físicas, a fazer um longo trajeto de carro para conhecer uma recém- nascida, que acaba de nascer num hospital e conhecer o milagre da vida. No encontro entre os dois protagonistas, é evidente a magia da vida, um ser humano que acaba de nascer, com uma vida inteira para viver, e um ser humano que já viveu a quase totalidade da sua vida e que continua a trilhar o seu caminho e que, humildemente, deixa os seus conselhos a quem se encontra tão vulnerável a um novo mundo de vivências. (Fig. 27)



Fig. 27- Anúncio publicitário da “Coca - Cola”

O anúncio publicitário pretendia aferir as reações dos discentes. No final da primeira visualização, a emocionalidade do anúncio tinha deixado a turma “sem palavras”, embevecidos pelo contexto real e marcante do anúncio. Questionei os alunos se gostariam de ver novamente o anúncio, tendo a resposta sido afirmativa, pelo que o mesmo foi exibido uma segunda vez. Tornou-se evidente, em contexto de aula, a Publicidade enquanto

instrumento pedagógico e didático, um “mecanismo” com infinitas possibilidades, corroborando, assim, o que a literatura de referência (analisada na primeira parte desta tese de mestrado) já constatará. Deste modo, salienta-se o interesse que um anúncio publicitário pode despertar, reunindo a atenção de todos os alunos e como o mesmo pode ser explorado para a introdução de uma temática (qualquer que ela seja). A força da imagem e das palavras centra atenções, suscita emoções, envolve os alunos no mundo que é criado e lhes é apresentado, eles são “imersos” num universo muito próprio, que despoleta neles vivências pessoais, emoções, expectativas, anseios, interesses. Após o segundo visionamento, e com a turma “rendida” a este anúncio publicitário, foi a vez de explorar a mensagem do anúncio (explicando aos discentes que, apesar da mensagem “humana” do anúncio, que toca todos os presentes, a marca tem sempre um intuito lucrativo ou de notoriedade da imagem e que deverão adotar uma postura crítica face à mensagem publicitária) e apresentar a estrutura dos anúncios publicitários (Fig. 28):

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DEL ANUNCIO?

logotipo (Coca- Cola)

- identidad de la empresa
Ej: Coca- Cola

eslogan

- versión escrita del logotipo
Ej: “destapa felicidad”

encabezado

- titular para llamar la atención y atraer la curiosidad del lector
-Ej: “Estás aquí para ser feliz.”

ilustraciones

-para crear interés en el producto y para comunicar el mensaje del anuncio
Ejemplo: las fotos de Aitana y de Josep

cuerpo del anuncio

- fornece la información sobre lo que se ofrece, sea producto o servicio.
Ejemplo: “Refresca tu salud emocional.”



Fig. 28- Slide de powerpoint referente à estrutura do anúncio

Questionei os discentes se já tinham dado a Publicidade na disciplina de Português no 8º ano (pois tinha conhecimento de que a mesma consta do programa de Português), tendo obtido uma resposta afirmativa, pelo que, o prévio conhecimento deste conteúdo programático noutra disciplina facilitou a compreensão do mesmo na disciplina de Espanhol. Os alunos já se tinham familiarizado com a estrutura do anúncio, tendo facilmente identificado os elementos constitutivos da estrutura do anúncio e preenchido uma folha para esse efeito (em anexo).

Em seguida, foram abordados, em powerpoint, a definição da Publicidade, os seus objetivos (os discentes recordavam-se de alguns conteúdos que tinham aprendido na disciplina de Português e puderam participar ativamente em contexto de aula), e as estratégias publicitárias mais utilizadas, designadamente: a linguagem apelativa, o uso do imperativo, o recurso à utilização de recursos expressivos (metáforas, comparações etc), jogos de palavras. Foram exibidos diversos anúncios publicitários espanhóis, publicitando produtos, marcas, bens ou serviços distintos, para os discentes se “familiarizarem” com as

técnicas publicitárias de “nuestros hermanos” e adquirirem um panorama “comercial” da realidade de Espanha. (Fig. 29).

PUBLICIDAD

→ Sirve para:

- Informar y sensibilizar;
- Vender los productos o bienes

→ Medios:

Comunicación hecha por las personas y por las compañías, a través de la:

- prensa;
- radio;
- televisión;
- internet





Fig. 29- Slide de powerpoint referente ao conceito de Publicidade

Após a análise e comentário aos distintos anúncios publicitários (e respetivas estratégias publicitárias subjacentes), foi feito o “aproveitamento” dos anúncios para ser dado o conteúdo gramatical referente ao Imperativo Afirmativo, tendo-se utilizado as expressões no Imperativo, que constavam nos anúncios, para sintetizar os usos do imperativo em contexto (Fig. 30):



- ◉ ¿Con qué objetivo se utiliza “comparte”?
- ◉ ¿Qué tiempo verbal es este?

Fig. 30- Slide de powerpoint questionando os discentes sobre os objetivos

Posteriormente, foi explicado aos alunos o mecanismo de formação do Imperativo Afirmativo dos verbos regulares, irregulares de mudança vocálica e muito irregulares, aplicando sempre os exemplos dos anúncios analisados em aula (Fig. 31):



- Quitamos la terminación “-ar”, “-er”, “-ir” y sustituimos por las terminaciones de abajo:

Verbos Regulares	Verbos terminados en “ar”	Verbos terminados en “er”	Verbos terminados en “ir”
tú	habl + a	com+ e	viv+ e
usted	habl + e	com+ a	viv+ a
vosotros/as	habl+ ad	com+ ed	viv+ id
ustedes	habl+ en	com+ an	viv+ an

Fig. 31- Slide de powerpoint com as terminações do imperativo nos verbos regulares

Foi fornecida aos alunos uma ficha de atividades, com a sistematização dos conteúdos referentes ao Imperativo (usos, formação) e uma ficha de exercícios, que se anexam. Os discentes levaram para trabalho de casa os exercícios com o imperativo.

2.8.2. Segunda aula de Espanhol

A segunda aula, também no âmbito da publicidade, um bloco de quarenta e cinco minutos, decorreu no dia 25 de janeiro de 2016. A professora estagiária deu início à segunda aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno. De seguida, a professora estagiária procedeu à sistematização de conteúdos da aula anterior, solicitando aos discentes a sua participação, no sentido de resumirem os conteúdos abordados na aula anterior. Posteriormente, a professora estagiária elucidou os alunos relativamente às atividades que os aguardavam para esta segunda aula. A primeira tarefa consistiu na correção da ficha de exercícios do Imperativo, tendo a professora verificado quais os alunos que tinham realizado a atividade em casa. Os discentes corrigiram o exercício no quadro, tendo a professora estagiária solicitado a participação voluntária dos alunos para a correção e esclarecido algumas dúvidas sobre o mesmo.

Em seguida, foram projetados alguns slides de powerpoint, nos quais constavam adivinhas, sobre objetos tecnológicos, peças de vestuário e instrumentos musicais, com o intuito de os alunos acertarem na adivinha, recordando assim o nome dos objetos, das peças de vestuário e dos instrumentos musicais e de aprenderem, igualmente, novos vocábulos. Deste modo, alternadamente, a professora estagiária leu as adivinhas, solicitando também o contributo dos alunos no sentido de também participarem e lerem também algumas adivinhas. Em seguida, a professora estagiária perguntava qual era o objeto, os alunos respondiam, e depois era projetada a imagem e o nome respetivo do objeto (mediante a utilização de animações personalizadas do powerpoint, que projetavam primeiro a adivinha, depois a imagem e depois o vocábulo em espanhol). A receptividade à tarefa foi bastante boa,

com grande mobilização e participação da turma. Os alunos mostraram-se bastante interessados e aderiram facilmente à tarefa, gerando-se um momento lúdico e pedagógico, que facilitou o ambiente de aprendizagem. Os slides foram concebidos para lhes agradarem visualmente e apelarem à atenção dos alunos (imagens elucidativas e reais, com cores apelativas), com quadras, com vocabulário simples e acessível aos discentes desta faixa etária. Eis os slides projetados (Fig. 32):



Fig. 32- Slide de powerpoint com o vocabulário correspondente aos objetos tecnológicos

No final desta atividade, foi cedida aos alunos uma ficha de vocabulário, com as mesmas imagens, que haviam sido projetadas em powerpoint, para eles completarem com os nomes corretos e ficarem com um registo/ sistematização dos conteúdos aprendidos. Depois da ficha de vocabulário ter sido preenchida, os conteúdos foram testados, com a realização de um jogo. Foram constituídos grupos de quatro alunos, aos quais a professora estagiária distribuía uma palavra, referente ao novo vocabulário, e os discentes tinham que escolher um membro do grupo para desenhar a imagem correspondente e os colegas de outros grupos poderem adivinhar. A atividade mobilizou, mais uma vez, os discentes, suscitando interesse, tendo sido possível todos os grupos participarem e cumprindo-se, deste modo, na íntegra, o plano de aula previsto.

2.8.3. Terceira aula de Espanhol

A terceira aula, última aula no âmbito da publicidade, um bloco de noventa minutos, decorreu no dia 29 de janeiro de 2016. A professora estagiária deu início à segunda aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno. De seguida, a professora estagiária procedeu à sistematização de conteúdos da aula anterior, solicitando aos discentes a sua participação, no sentido de resumirem os conteúdos abordados na aula anterior. Posteriormente, a professora estagiária elucidou os alunos relativamente às atividades que os aguardavam para esta terceira aula.

A primeira tarefa consistiu na projeção de slides de powerpoint, com novo vocabulário, referente aos materiais, aos padrões, às formas e às cores, vocabulário que se

constituiu como complemento às novas palavras aprendidas na segunda aula, designadamente às peças de vestuário. O esquema de apresentação deste novo conteúdo programático aos discentes seguiu o modelo da segunda aula, com as adivinhas, lidas alternadamente pela professora estagiária e pelos alunos, tendo a professora estagiária questionado os discentes sobre qual podia ser a resposta correta, estes respondiam e eram projetadas as imagens e, posteriormente, os nomes. Considerando a boa aceitação deste tipo de atividade, a professora estagiária decidiu continuar com o mesmo tipo de apresentação, que continuou a ter uma boa receptividade junto da turma, permitindo aliar a componente lúdica à aprendizagem prática (Fig. 33).



Fig. 33- Slide de powerpoint com tipos de materiais utilizados

A participação da turma foi bastante pertinente e interessada, tendo alguns discentes colocados algumas dúvidas relativamente a alguns vocábulos que não constavam nos slides (e que os discentes não tinham que saber), mas, considerando o grau de interesse, de empenho e de trabalho desta turma, esta etapa de “querer ir mais além” no conhecimento e aprendizagem surgiu como algo “natural” (considerando as características da turma) e até salutar, permitindo à professora estagiária ir além do âmbito estritamente previsto para aquela aula, elucidando outras questões corretamente e estabelecendo, deste modo, uma empatia e profissionalismo, mostrando aos alunos a sua capacidade para responder a outras questões não previstas no plano de aula original.

Depois desta aprendizagem, foi facultada a ficha de vocabulário aos alunos, para sistematização de conteúdos, para que estes registassem as novas palavras ao lado da imagem correspondente. Em seguida, foram projetados novos slides, com exercícios referentes às funções dos objetos, aproveitando o facto de os alunos terem aprendido uma nova expressão, aquando da aquisição do vocabulário: “Sirve para ...”/ “Se usa para ...”. Os alunos resolveram, com celeridade, o exercício proposto (Fig. 34)

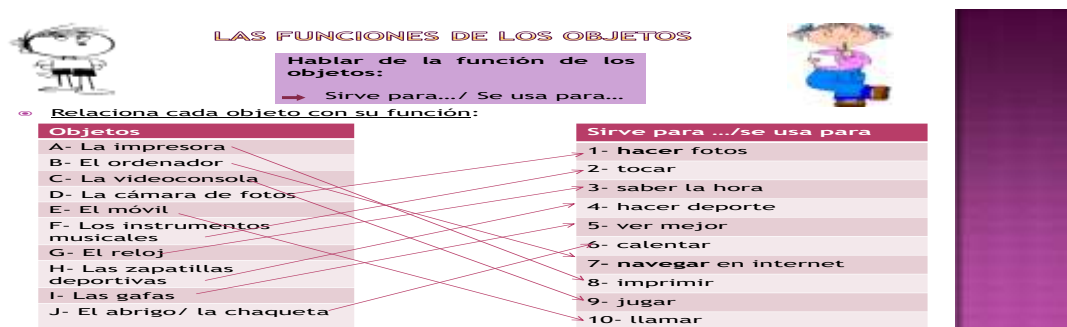


Fig. 34- Slide de powerpoint com as funções dos objetos

Em seguida, para testar os conhecimentos dos alunos sobre as novos conteúdos programáticos da primeira, segunda e, inclusive, da terceira aula, são constituídos grupos, que têm que selecionar um objeto, escrever as suas características, para que servem, qual a sua cor, o material de que é feito e, depois de registarem por escrito esta descrição, apresentá-la, em grupo, à turma, para que os diferentes grupos acertem nas palavras. Esta atividade permitiu uma maior interação entre alunos e professora estagiária- alunos, permitindo que esta se inteirasse de eventuais dúvidas e esclarecê-las, corrigindo também alguns erros escritos. Os discentes foram bastante rápidos na resolução desta tarefa, tendo a professora estagiária passado à atividade seguinte.

A nova tarefa consistia na projeção de um anúncio publicitário, da autoria da professora estagiária, respeitando a estrutura do anúncio publicitário (logótipo, título, corpo do anúncio, imagens e slogan), com a utilização de estratégias publicitárias (uso do imperativo, de adjetivação etc), com o objetivo de analisar o anúncio e fazer recordar aos alunos o conteúdo programático dado na primeira aula, com o intuito de os discentes criarem a tarefa final, que consistiu na criação de um anúncio publicitário, partindo da escolha de um objeto da preferência de cada grupo, tendo cada grupo a tarefa de criar um logótipo, um título, um corpo de anúncio, recorrendo à utilização de argumentos para fundamentar a importância da aquisição do produto, um slogan e uma imagem, tendo como sugestão o anúncio criado pela docente estagiária (Fig.35):



Fig. 35- Anúncio publicitário criado pela docente estagiária Rossana Rocha

A tarefa final foi iniciada pelos alunos com entusiasmo, tendo a professora estagiária acompanhado a realização da tarefa, o esboço da mesma, tendo os grupos terminado a tarefa na aula seguinte, já com a Professora Orientadora de Espanhol, uma vez que a tarefa não

poderia ser terminada na terceira aula, pois os alunos criaram o anúncio publicitário e ilustraram-no numa cartolina.

2.9. Comentário das aulas de Português

2.9.1. Primeira aula de Português

A primeira aula da primeira turma de 11º ano, no âmbito da argumentação, um bloco de noventa minutos, na qual se fez a exploração deste conteúdo programático do 11º ano de escolaridade) decorreu no dia 3 de dezembro de 2015. A professora estagiária deu início à primeira aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno. De seguida, a professora estagiária elucidou os alunos relativamente às atividades que os aguardavam para esta primeira aula, designadamente a análise do capítulo V do Sermão de Santo António aos Peixes, enquadrado no capítulo “O Texto Argumentativo”, que consta do manual do 11º ano de escolaridade de Português. Para o efeito, solicitou a sistematização dos conteúdos referentes à obra dados nas aulas da Professora Orientadora de Português, e o enquadramento do capítulo V na estrutura do Sermão de Santo António. A motivação utilizada consistiu na leitura, pela professora estagiária, do poema “Porque”, de Sophia de Mello Breyner Andresen, no qual eram abordados os defeitos humanos, que seriam simultaneamente abordados também no capítulo V de O Sermão de Santo António, tendo solicitado aos alunos para comentarem o poema. Os discentes sugeriram algumas linhas orientadoras da interpretação do poema, tendo tido participações pertinentes. Em seguida, foram projetadas imagens para os alunos tentarem recordar-se de provérbios alusivos ao campo semântico dos peixes, para sensibilizar os discentes para a análise e leitura a empreender em aula. Os discentes participaram ativamente e revelaram interesse pela atividade, conseguindo acertar em alguns provérbios. Por último, para complementar este powerpoint de motivação, o capítulo V foi enquadrado na estrutura interna da obra “O Sermão de Santo António”, no desenvolvimento e no capítulo referente à repreensão dos peixes, em particular (Fig.36).

Sermão de Santo António

- Estrutura Interna

Introdução (Exórdio) - Cap.I

Desenvolvimento (Exposição e confirmação) Caps. II, III, IV, V

Conclusão (peroração)- Cap. VI

- Capítulo V- Repreensão dos peixes em particular (vícios dos peixes)



Fig. 36- Slide de powerpoint referente à estrutura interna do “Sermão de Santo António”

A professora estagiária informou os discentes relativamente à relevância que a Argumentação assume neste Sermão, especificamente porque a arte da Oratória é exercida pelo Padre António Vieira para argumentar contra os vícios dos humanos (a corrupção, a vaidade, a soberba, o orgulho), personificados nos quatro peixes, argumentando que estes peixes eram alvo de repreensão pelos seus comportamentos erráticos (e que refletiam as atitudes do povo português ao colonizar o Brasil). A argumentação surge como uma “arte” oratória para convencer um público (neste caso, os peixes), apresentando-lhes argumentos para modificarem a sua conduta.

Em seguida, para se proceder à leitura do capítulo V, e considerando a sua extensão e temática (vícios dos peixes), foram constituídos quatro grupos, correspondentes a quatro filas. A cada fila eram atribuídas algumas questões de compreensão, as quais os alunos teriam que resolver, mediante a leitura atenta da parte referente aos vícios do peixe que lhes tinha sido atribuído (ex: roncadores, pegadores, voadores e polvo). O questionário incidia, entre outras perguntas, na sistematização dos argumentos de crítica a cada “peixe”, pelo que os discentes tinham que identificar os argumentos. Esta tarefa permitiu à professora estagiária orientar o trabalho em cada grupo, ver se o mesmo estava a ser bem realizado, dissipar dúvidas e interagir, com maior proximidade, junto dos discentes, tendo-se gerado uma boa dinâmica professora estagiária - alunos. A turma mostrou-se sempre bastante empenhada e atenta na consecução do trabalho a desenvolver. Após a cedência de alguns minutos para a realização da tarefa em grupo, deu-se início à leitura orientada, por grupos, dando-se assim a oportunidade, a vários voluntários, de lerem excertos do texto do capítulo V. A professora estagiária esclareceu dúvidas sobre o desconhecimento de alguns vocábulos, destacou a presença de figuras de estilo e explicou alguns episódios teológicos/ bíblicos, aos quais o Padre António Vieira recorre, para fundamentar a sua argumentação. No final do excerto de

cada peixe, a professora estagiária solicitava as respostas do grupo e projetava, posteriormente, a possível resolução das mesmas (Fig. 37).



o Roncadores

- o a) São peixes pequenos e roncam muito.
- o Representam a arrogância, a altivez, a soberba, a vaidade e o orgulho.
- o b) Roncam bastante.
- o Querem fazer-se de grandes, apesar de serem peixes pequenos;
- o Deus abate e humilha os que muito roncam.
- o Exemplos: S. Pedro, que negou Deus e que perdeu.
- o Caifás, tentando demonstrar o seu saber, acusando Jesus de blasfémia,
- o Pilatos, que condenou Jesus Cristo à morte na cruz, exibia assim o seu poder.

Fig. 37- Slide de powerpoint com as respostas ao questionário do manual “Expressões 11”

Os alunos foram retirando tópicos de resposta, embora a professora estagiária os tenha informado que os slides seriam disponibilizados na plataforma da escola. Foi possível ler os excertos correspondentes aos três peixes (roncadores, pegadores e voadores), mas não foi concluída a leitura do excerto correspondente ao quarto peixe, nem o questionário de compreensão, pelo que esta parte transitou para a aula seguinte.

2.9.2. Segunda aula de Português

A segunda aula da turma do primeiro 11º ano, também no âmbito da argumentação, um bloco de noventa minutos, decorreu no dia 7 de dezembro de 2015. A professora estagiária deu início à segunda aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno. Em seguida, solicitou a sistematização dos conteúdos abordados na aula anterior, atividade na qual os alunos participaram ativamente.

Posteriormente, a professora estagiária elucidou os alunos relativamente às atividades que os aguardavam para esta segunda aula, designadamente a conclusão da análise do capítulo V do Sermão de Santo António aos Peixes, do “Polvo”, tendo o grupo respetivo lido o excerto, respondido oralmente e em voz alta às questões de compreensão. Foram projetadas, em seguida, as respostas em powerpoint, tendo os discentes tomado algumas notas e, por último, a sistematização, com os conteúdos referentes aos vícios/ defeitos dos peixes, os argumentos utilizados e os exemplos de homens que lhe correspondiam.

No seguimento do capítulo V, foi analisado o capítulo VI, correspondente à Conclusão (Peroração), tendo a professora estagiária projetado um powerpoint com a estrutura interna da obra, na qual se inseria o capítulo VI, para os alunos poderem compreender (Fig. 38).

• **Estrutura Interna do Sermão de Santo António**

Capítulo VI- Conclusão (Peroração)
Desfecho para impressionar o auditório, para este praticar os ensinamentos.

➔ **Peixes não podem ser oferecidos para o sacrifício, não podem ser oferecidos como “mortos” a Deus. Apenas sacrificam o seu respeito e a reverência.**

Orador	Peixes
Tem inveja dos peixes.	
Ofende a Deus com as palavras.	A sua “bruteza” é melhor do que a razão do orador.
Ofende a Deus com as suas palavras e pensamentos.	Não ofendem a Deus com palavras, nem com a memória.
Possui livre arbítrio, mas ...	O instinto dos peixes é melhor.
Não alcança o fim para que Deus o criou.	Alcançam sempre o fim para que Deus os criou.

Fig. 38- Slide de powerpoint referente à estrutura interna do “Sermão de Santo António”

Após a projeção deste powerpoint, deu-se início à leitura do capítulo VI, com a participação voluntária de vários discentes neste momento de leitura, uma leitura que foi comentada pela professora estagiária, ao nível de vocábulos que os alunos desconhecessem, de recursos estilísticos, de enquadramento do capítulo na obra, tendo a professora estagiária solicitado aos alunos para sublinharem algumas expressões constantes no texto, procedimento seguido pelos discentes. Posteriormente à leitura, a professora estagiária efetuou a resolução do questionário em conjunto com os alunos, considerando que o referido questionário era de pequena dimensão, gerando-se um momento de interação professora estagiária e alunos, na qual os alunos participaram ativamente e de forma pertinente.

A professora estagiária considera que as aulas decorreram de forma salutar e que promoveu a aprendizagem dos conteúdos programáticos em contexto de aula (Fig. 39).

CORREÇÃO DO EXERCÍCIO 1 (P.131)

- 1.
- a) V
- b) V
- c) V
- d) V
- e) F
- Correção: Os peixes não ofendem a Deus (I.23).
- f) V
- g) F
- Correção: As exortações finais ao louvor a Deus, numa estrutura paralelística, reforçam os aspetos positivos dos peixes (II.38-46).
- h) F
- Correção: O sermão termina com uma alusão à incapacidade de “graça” e “glória” dos peixes (II.46-47) e, por analogia, do seu auditório real.




Fig. 39- Slide de powerpoint relativo à correção do questionário, do manual “Expressões 11”

2.9.3. Terceira aula de Português

A terceira aula de Português, a primeira de Publicidade, na qual se fez a exploração deste conteúdo, correspondeu à primeira aula da turma de 10º ano e consistiu num bloco de noventa minutos, tendo decorrido no dia 26 de abril de 2016. A professora estagiária deu início à terceira aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno.

De seguida, a professora estagiária elucidou os alunos relativamente às atividades que os aguardavam para esta aula, designadamente as Reflexões do poeta, inseridas no contexto da obra: “Os Lusíadas”, de Luís de Camões. Nesta aula, a análise centrou-se nas Reflexões do poeta no final do Canto I, da referida obra, bem como na leitura de um excerto do Canto I e resolução de um questionário. Paralelamente, e porque consta do programa de Português do 10º ano de escolaridade, foi analisada a Publicidade. Para uma “transição” mais suave e para um encadeamento mais lógico desta temática, a associação foi feita entre as Reflexões do poeta para o Canto I (a fragilidade humana) e as oportunidades que a Publicidade oferece (em termos de bens e produtos) para solucionar as dificuldades e as limitações dos seres humanos, designadamente a aquisição de seguros (figura 40).

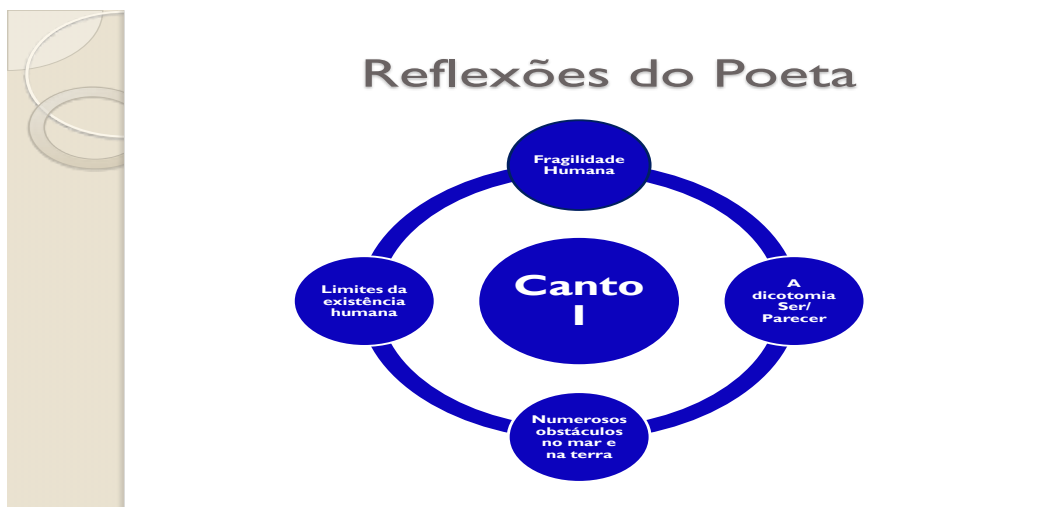


Fig. 40- Imagem referente ao esquema- síntese das reflexões do poeta (Canto I)

No início da aula, e após o registo do sumário nos cadernos, a professora estagiária questionou os alunos relativamente à sistematização dos conteúdos abordados com a Professora Orientadora de Português, momento no qual os discentes participaram ativamente. Em seguida, foi analisado o resumo do canto I de “Os Lusíadas”, constante no manual, bem como o enquadramento do Plano do Poeta. Posteriormente, os discentes realizaram a leitura expressiva e orientada das estâncias 105 e 106 do canto I, tendo a professora estagiária analisado as estâncias e esclarecido alguns vocábulos que suscitavam dúvidas. A professora estagiária cedeu alguns minutos para os alunos resolverem o questionário, a pares, tendo

circulado entre as mesas para ver como decorria a atividade, esclarecer dúvidas dos discentes, fator que proporcionou uma interação entre a professora estagiária- alunos. Findo o tempo disponível para realizarem esta tarefa, a professora estagiária questionou os discentes e, mediante as respostas obtidas e alguma correção às mesmas (quando necessário), projetou, em suporte powerpoint, as respostas corretas.

Após a correção do questionário, a professora- estagiária abordou o conteúdo programático (a Publicidade), designadamente com a leitura da Página Informativa sobre Publicidade (abordando o conceito, a finalidade, os suportes publicitários).

2.9.4. Quarta aula de Português

A quarta aula de Português, segunda aula dedicada à Publicidade, da turma de 10º ano, teve lugar no dia 3 de maio de 2016, com a duração de noventa minutos. A professora estagiária deu início à terceira aula escrevendo o sumário no quadro, que os alunos copiaram para o caderno. Em seguida, solicitou o contributo dos discentes (que participaram) na sistematização dos conteúdos dados na aula anterior, já com a professora estagiária.

Considerando que os conteúdos referentes à Publicidade ainda não tinham sido todos dados em aula, a professora estagiária retomou esta temática e abordou as características fundamentais da Publicidade, designadamente o Texto Icónico (imagem) e o Texto Linguístico (o Slogan e o Texto Argumentativo), bem como os mecanismos linguísticos e estilísticos (tempos e modos verbais, entoação, recursos expressivos, aforismos, expressões idiomáticas, rima, ritmo e métrica). Para análise destes elementos publicitários, a professora estagiária apresentou um anúncio publicitário, em suporte powerpoint, referente a uma marca de seguros (“Liberty Seguros”), tendo analisado com os discentes a estrutura do referido anúncio (título, imagem, logótipo, texto argumentativo e slogan) e a presença dos mecanismos linguísticos e estilísticos (fig. 41).



Fig. 41- Anúncio publicitário (com análise da estrutura publicitária), projetado em powerpoint

A professora estagiária denotou preocupação na escolha criteriosa de um anúncio que contemplasse a estrutura publicitária o mais completa possível, bem como um anúncio constituído por uma panóplia de distintos mecanismos linguísticos e estilísticos. A análise, efetuada em conjunto com os discentes, permitiu uma boa interação professora estagiária-discentes. Aos alunos, foi-lhes cedida uma ficha de trabalho com o anúncio publicitário, sendo que no verso da mesma constava uma proposta de criação de um anúncio publicitário, uma atividade a realizar em grupos. Nesta atividade, aos discentes era-lhes facultada uma imagem, referente a situações quotidianas, que remetia para a contratualização de seguros em diversas áreas (seguro de habitação, de automóvel, de vida, de saúde e de viagem). Os alunos tinham que criar os seguintes elementos publicitários: marca (nome), logótipo, texto argumentativo e slogan. Cada grupo possuía uma imagem diferente. A professora estagiária apoiou os discentes na realização desta atividade, circulando entre os grupos, esclarecendo dúvidas e interagindo com os alunos. Finda a atividade, um membro de cada grupo apresentou, perante a turma, o trabalho realizado, num momento de apresentação oral de um anúncio publicitário. De uma maneira geral, as criações publicitárias foram bastante originais e alusivas à temática, tendo os alunos evidenciado um potencial bastante criativo na área da Publicidade.

Após esta atividade, a professora estagiária retomou o estudo das Reflexões do poeta, especificamente para o Canto V (referente ao desprezo dos portugueses pela cultura e artes), com uma análise ao resumo deste canto e às temáticas para as Reflexões do poeta, para o Canto V. Em seguida, vários discentes procederem à leitura das estâncias 92- 100 do Canto V, tendo a professora estagiária salientado alguns aspetos importantes na análise das referidas estrofes e esclarecido alguns vocábulos fulcrais para a boa compreensão destas estâncias. A resolução do questionário de compreensão foi realizado em conjunto, tendo a professora

estagiária apelado à participação de diferentes alunos. As respostas foram sendo corrigidas pela professora estagiária, que esclareceu também dúvidas, e foram depois projetadas as respostas em suporte powerpoint, tendo a professora estagiária sugerido aos discentes que tomassem algumas notas. No entanto, “tranquilizou-os”, assegurando-lhes que o conteúdo completo das respostas ficaria disponível na plataforma da escola, para que o pudessem consultar posteriormente e em maior detalhe, caso o pretendessem. Considerado o cumprimento integral do plano previsto para esta aula, a professora estagiária atribuiu à turma algumas questões do manual para realização de trabalho de casa, conforme lhe tinha sido solicitado pela Professora Orientadora de Português.

Em suma, a utilização pedagógica da Argumentação e da Publicidade permitiu constatar algumas das evidências de estudos académicos realizados e da literatura académica da primeira parte deste relatório, designadamente a importância da Publicidade na motivação dos discentes, que reagem emocionalmente às mensagens veiculadas (o que constatei na aula de Espanhol da primeira turma do 8º ano), bem como o facto de os alunos não terem consciência do poder de manipulação da Publicidade, a que Guareschi et alii (2008) aludiram no seu estudo, sendo fulcral alertá-los para a aquisição de uma consciência crítica, algo que fiz junto da turma. A Publicidade também teve um efeito apelativo junto da turma do 10º ano, com a mobilização dos discentes para a criação de um anúncio publicitário e a apresentação oral do mesmo. Apesar de Marques (2010) salientar a quase ausência de exposições orais argumentativas, previstas nos manuais, nomeadamente no texto publicitário, a professora estagiária colmatou essa lacuna (pontualmente na sua aula), enriquecendo a argumentação que, de um pendor escrito, adquiriu vida numa exposição argumentativa oral.

Relativamente à Argumentação, como conteúdo constante no programa curricular do 11º ano de escolaridade, a mesma é abordada num contexto marcadamente mais escrito do que oral, tal como Marques (2010) enfatizara no seu estudo dos manuais escolares, embora os alunos aprendam os tipos de argumentos (dedutivos, indutivos, por analogia, de autoridade) e a estrutura do texto argumentativo (introdução/tese, desenvolvimento/corpo argumentativo e conclusão). Nas duas aulas que lecionei ao primeiro 11º ano, integradas na unidade: “Texto Argumentativo”, o essencial era que os discentes reconhecessem na estrutura do texto argumentativo “Sermão de Santo António aos Peixes” o corpo argumentativo (argumentos), o que foi realizado com sucesso em aula, não tendo havido mais tempo disponível para recriar em contexto de sala de aula um espaço argumentativo.

Capítulo 3

Estágio Pedagógico

3.1. Contextualização e Caracterização da Escola

3.1.1. A Escola: espaço físico e recursos humanos



Figs. 42, 43 e 44- Imagens referentes à Escola Secundária Quinta das Palmeiras

A prática pedagógica foi realizada, ao longo deste ano letivo, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras (Figs. 42, 43 e 44), um estabelecimento de ensino com Contrato de Autonomia. Em conformidade com o Projeto Educativo, esta escola foi criada em 1987, numa fase que se caracterizou pelo alargamento da escolaridade, massificação do ensino e redimensionamento das estruturas educativas, pelo que, ao longo destes anos, a Escola Secundária Quinta das Palmeiras se deparou com dificuldades, mas também oportunidades. Os discentes desta escola são oriundos de bairros e de zonas rurais da cidade.

No que concerne à caracterização da escola e aos seus recursos físicos/ instalações, a mesma dispõe das seguintes valências: bibliotecas, sala de estudo, laboratórios de Física, Química, Biologia, Fotografia, Vídeo, Som/ Rádio, Línguas, Matemática, Informática, Pavilhão Desportivo/ Polivalente, Polidesportivo/ Polivalente ao “Ar livre”, balneários, sanitários com condições, Refeitório, Bufete/ Bar, Auditório, Sala de Informática, Sala de Professores, Sala de Diretores de Turma, Sala de Associação de Estudantes, Sala de Associação de Estudantes, Sala de Convívio de Alunos e Sala de Pessoal Não Docente. Os níveis de ensino leccionados neste estabelecimento de ensino são: o 3º ciclo do Ensino Básico, o Ensino Secundário e o Ensino Profissional, em regime de manhã e tarde. Em consonância com o Projeto Educativo elaborado para 2013-2017, o número total de alunos (anual) rondava um milhar de discentes, sendo que cerca de 20% do total beneficiavam do apoio social escolar.

No que toca aos Recursos Humanos, o quadro de pessoal docente é bastante estável, com cerca de oitenta por cento dos docentes como Professores do Quadro de Nomeação Definitiva, com um número bastante residual de Professores Contratados, fatores com impacto na reorganização do serviço docente e na continuidade pedagógica. O Pessoal Não-Docente integra uma Psicóloga Educacional, Assistentes Técnicas e Assistentes Operacionais,

uma Equipa de Saúde Escolar (com um médico e dois enfermeiros), Associação de Estudantes e Associação de Pais.

Relativamente à caracterização da Comunidade Educativa alargada, a Escola Secundária Quinta das Palmeiras estabeleceu parcerias com as seguintes instituições exteriores à Escola: *AFTEBI, Agrupamento de Escolas Pêro da Covilhã, APPACDM da Covilhã, Beira Serra, Bombeiros Voluntários da Covilhã, BR- Análises Ambientais e Alimentares Lda, Câmara Municipal da Covilhã, Centro de Saúde da Covilhã, Centro Hospitalar Cova da Beira, Coolabora, Criamove, Escola Superior de Artes Aplicadas, ESTCB, Federação de Desportos de Inverno de Portugal, iZone, Intralab, Instituto Politécnico da Guarda, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Instituto Politécnico de Leiria, Joalpe International, jornais locais, Juntas de Freguesia, Modatex, Museus da Região, ParkUrbis, Parque Natural da Serra da Estrela, PT Inovação, rádios locais, Região de Turismo da Serra da Estrela, SelfTech, Universidade Católica Portuguesa Porto e Universidade da Beira Interior*. As parcerias, com as diversas instituições já citadas, foram estabelecidas em diversas vertentes: humanas, materiais ou financeiras e, em alguns casos, cumulativamente nos três domínios (por exemplo, com a Câmara Municipal da Covilhã).

No que concerne à Política Educativa da Escola, o paradigma educativo preconizado é o paradigma humano, tendo a Escola Secundária Quinta das Palmeiras como lema: “Promover a Escola como espaço educativo e cultural, facilitador do sucesso escolar dos alunos e da realização profissional de docentes e não docentes. Deste modo, o enfoque pretendido centra-se nos seguintes aspectos:

- promoção da formação integral dos alunos (considerando os vetores humanos, de defesa e salvaguarda da vida, integridade física, psicológica e moral, o respeito por si e pelos outros, valores de justiça, honestidade, liberdade e verdade;
- desenvolvimento de atitudes de autoestima, respeito mútuo, convivência para fomentar a tolerância, a autonomia, a organização, o civismo de futuros cidadãos;
- proporcionar a formação escolar adequada aos interesses e características dos discentes e ao seu contexto cultural e social;
- promoção do trabalho colaborativo e da construção autónoma do conhecimento;
- promoção de igualdade de oportunidades de sucesso escolar, esbatendo as dificuldades de aprendizagem de integração escolar e as desigualdades culturais, económicas e sociais;
- promoção de hábitos de vida saudáveis, para melhorar a qualidade de vida;
- disponibilizar espaços de formação para a comunidade escolar;
- apoiar na promoção tecnológica para garantir a melhoria das aprendizagens;
- fomentar na comunidade discente o hábito e o prazer da leitura, da aprendizagem e da utilização das Bibliotecas, contribuir deste modo, para uma maior literacia;
- facultar aos discentes a informação e chaves para facilitar o seu sucesso na sociedade atual (uma sociedade de informação e conhecimento);

- defesa de valores locais, nacionais e europeus.

A Escola Secundária da Quinta das Palmeiras também estabeleceu princípios orientadores da Ação Educativa que norteiam as suas atuações em contexto escolar: princípio da abertura (à sociedade, ao meio, à inovação e a si própria, princípio da comunicação (enfoque nas interações e nas relações interpessoais), princípio da implicação (todos os agentes estão implicados e são responsáveis, existem redes de cooperação e solidariedade pessoal e institucional); princípio do contexto/ enquadramento dos conteúdos programáticos e aplicabilidade dos mesmos na vida quotidiana; princípio da metacognição (consciência dos discentes relativamente à sua própria aprendizagem); princípio da qualidade de vida (partilha pessoal, de expressões culturais), princípio da sabedoria (valorização do saber, do saber- ser e do saber- fazer). Como corolário do Projeto Educativo da Escola Secundária Quinta das Palmeiras, são estes os lemas: “Ensinar para o sucesso de todos os alunos: o sucesso na Escola” e “Ensinar para a auto- aprendizagem num mundo em mudança: o sucesso na vida”.

Os objetivos gerais/ objetivos operacionais estão em consonância com o Contrato de Autonomia da Escola e do percurso escolar do aluno. Os objetivos gerais centram-se na qualificação das aprendizagens, na qualidade do sucesso educativo, na valorização dos saberes e da aprendizagem, na visão integrada de Currículo e Avaliação, a valorização das componentes e áreas de Currículo, enfoque na Biblioteca Escolar para a promoção do sucesso escolar dos discentes, promoção da participação e cidadania dos discentes, articulação entre distintos grupos disciplinares e entre ciclos de ensino, valorização das vertentes experimentais, artísticas, culturais e sociais, proporcionar equidade e justiça, articulação eficaz com as famílias, conformidade entre atividade educativa e linhas orientadoras do Projeto Educativo, gestão eficiente dos Recursos Humanos, disponibilização de recursos com maior qualidade e acessibilidade, promoção da motivação e empenho, incremento de mais parcerias, protocolos e projetos, a nível nacional e internacional, proceder à avaliação interna e externa. A nível operacional, a escola pretende manter o grau de satisfação face ao serviço educativo, práticas de ensino, monitorização e avaliação do ensino e das aprendizagens, apresentar resultados sociais, aumentar a quantidade e a qualidade de equipamento na escola.

Ao nível do 3º ciclo, os objetivos da Escola Secundária Quinta das Palmeiras centram-se: na erradicação do absentismo e do abandono escolar, na diminuição em 10% da taxa global de insucesso escolar, na diminuição de 10% do número de alunos que transitam com níveis inferiores a três, redução no 7º e 8º anos de escolaridade, da taxa de insucesso em 10% na disciplina de Matemática, redução no 9º ano de escolaridade, da taxa de insucesso em 10% nas disciplinas de Matemática e Língua Portuguesa.

No Ensino Secundário, o objetivo deste estabelecimento escolar é erradicar a taxa de abandono escolar, diminuir a taxa global de insucesso escolar em 10% nos cursos científico-humanísticos, manter uma taxa global de sucesso superior a 80%, diminuir a taxa de insucesso em 10% na disciplina de Matemática e Físico- Química A, obter nas classificações externas, médias iguais ou superiores às médias das classificações externas nacionais, aumentar em 10%

o número de requisições na Biblioteca Escolar e também de documentação da Biblioteca Escolar para as salas de aula/ espaços escolares. Os objetivos gerais operacionais articulam-se num triplo eixo: articulação curricular (entre diferentes departamentos), a interação escola-comunidade e Cidadania.

Como Estruturas Pedagógicas de Apoio, a Escola Secundária Quinta das Palmeiras conta com a Biblioteca Escolar (Centro de Recursos Educativos/ BECRE) para promoção da Leitura, Literacia, competências de informação, ensino - aprendizagem e cultura, com o Observatório da Qualidade (para monitorização e implementação da autoavaliação da escola), o D.A.P. (Departamento de Apoio Psicopedagógico), que compreende os Serviços de Psicologia e Orientação (SPO), o corpo de Educação Especial e a Equipa da Saúde Escolar, o Projeto Ser 3x Mais +++ (para promoção do sucesso educativo), o PROJETO Ser + Pessoa (que inclui o Parlamento dos Jovens), “Bologta- a bolota que tem um blog”- plantação de carvalhos, Desporto Escolar, entre outros: Projeto Ser + Comunicante (Orientação Escolar e Profissional), Aprender compensa, APAIS- Medidas de Apoio ao Estudo e “Ser + Empreendedor” (Clube de robótica, Museu/ Guarda roupa).

3.2. Caracterização das turmas

3.2.1. Espanhol

No que concerne ao plano de trabalho, definido com a Professora Orientadora de Espanhol para o 1º período, foi-me atribuída uma turma do 9º ano. No que concerne à residência, cerca de metade dos alunos deste 9º ano habita na Covilhã. A restante metade da turma distribui-se pela área rural geográfica circundante.

Relativamente ao enquadramento familiar, setenta e cinco por cento dos alunos da turma vivem com ambos os pais e vinte e cinco por cento dos restantes discentes residem com a mãe. No que concerne às habilitações literárias dos pais destes discentes, o panorama é diverso e bastante heterogéneo: existem pais com o 1º ciclo, com o 2º ciclo, com o 3º ciclo, o ensino secundário e o ensino superior. Na vertente socioeconómica, esta é bastante heterogénea, verificando-se que o perfil da maioria dos pais destes discentes é o de trabalhadores de serviços bastante diversificados, podendo considerar-se a mesma como média.

Para o 2º período, foram-me atribuídas duas turmas de 8º ano. Cerca de 2/3 dos alunos da primeira turma de 8º ano residiam na cidade da Covilhã e 1/3 dos restantes alunos, habitam em zonas limítrofes. No que se refere ao enquadramento familiar, a grande maioria dos alunos, que constitui a primeira turma, reside com os respetivos pais. Relativamente às habilitações literárias dos pais destes discentes, predomina, em cerca de 2/3 dos pais, uma escolaridade que se situa ao nível do Ensino Superior e, no restante 1/3 dos pais, as habilitações enquadram-se ao nível do Secundário, e, em menor número, no 3º ciclo. Não se verificam nos pais níveis de escolaridade no 1º e 2º ciclos. Ressalva-se, no entanto, uma eventual margem de erro nos dados facultados, considerando o facto de três discentes não

mencionarem as habilitações literárias dos pais. Na componente socioeconómica, os dados são bastante homogéneos. Verifica-se que a maioria dos pais dos alunos pertence à categoria de trabalhadores bastante qualificados. Os discentes são oriundos de famílias com um nível socioeconómico médio- alto.

A segunda turma de 8º ano apresenta uma média de idades nos treze anos, sendo de destacar que a quase totalidade dos discentes frequentam o oitavo ano pela primeira vez. A maioria dos alunos desta turma reside na Covilhã. Relativamente ao nível socioeconómico, este pode considerar-se médio baixo. A maioria dos alunos pretende prosseguir estudos de nível superior. No que concerne à ocupação dos tempos livres, revelam interesse por jogos, televisão, leitura e prática desportiva. Para o 3º período, a lecionação das aulas manteve-se na segunda turma de 8º ano.

3.2.2. Português

Relativamente à composição das duas turmas de 11º ano, a primeira turma que me foi atribuída para o primeiro período apresentava uma média de idades que ronda os dezasseis anos. No que concerne à residência, 1/3 da turma (dez alunos) vivem na Covilhã, sendo que os restantes 2/3 da turma distribuem-se equitativamente pelas zonas rurais.

No que diz respeito ao enquadramento familiar, a quase totalidade dos discentes deste 11º ano residem com ambos os pais e com irmãos (nas situações aplicáveis). Apenas uma minoria pouco expressiva - cerca de quatro alunos- residem só com a sua progenitora. Ao nível das habilitações literárias, os pais dos discentes deste 11º ano têm, na sua grande maioria, qualificações habilitacionais que vão desde o 3º ciclo até ao Ensino Superior. Com o Ensino Secundário, há onze mães e nove pais. O Ensino Superior é o nível habilitacional que mais se destaca: dezasseis mães (uma com doutoramento, seis com mestrado e oito com licenciatura) e onze pais (três com doutoramento, três com mestrado, quatro com licenciatura e um com bacharelato).

Deste modo, na componente socioeconómica, constata-se uma grande diversidade de profissões que são exercidas pelos pais destes alunos, pelo que o nível socioeconómico se pode considerar médio. Relativamente a expectativas profissionais, os discentes da primeira turma de 11º ano pretendem prosseguir estudos de nível superior e obter uma formação académica de nível superior, para o desempenho das seguintes profissões: veterinários, médicos, pediatras, ortopedista, fisioterapeuta, psiquiatra, farmacêutica, enfermeiros, biólogos/ bioquímicos, nutricionista, cientista, engenheiros, engenheiros de informática, engenheiro físico/ nuclear, futebolista, gestor, gestora hoteleira, psicóloga, etc.

Para o segundo período, foi-me atribuída a segunda turma de 11º ano. A maioria dos alunos apresenta um percurso escolar sem retenções e tem, em média, dezasseis anos. Relativamente à residência, quase 2/3 da turma reside na Covilhã (vinte alunos), o restante 1/3 reside nas zonas rurais circundantes. No que concerne ao enquadramento familiar, mais de 2/3 dos discentes residem com os pais. O nível habilitacional dos pais dos discentes é

bastante heterogêneo. Apesar da heterogeneidade habilitacional, há um claro predomínio de pais com o ensino secundário.

Este panorama de diversidade a nível de habilitações literárias reflete-se, também, na diversidade das profissões dos pais. Os discentes do segundo 11º ano pretendem, na sua maioria, prosseguir estudos de nível superior, embora oito alunos ainda não tenham decidido a profissão que pretendem exercer.

Para o terceiro período, foi-me atribuída uma turma de 10º ano. Relativamente à idade destes discentes, a maioria tem quinze anos. No que concerne à residência, quase metade da turma reside na Covilhã (dez alunos), sendo que os restantes discentes se dividem de forma equitativa pelas zonas rurais.

No tocante às habilitações literárias dos encarregados de educação, verifica-se uma grande homogeneidade: há apenas a assinalar um ligeiro predomínio para o ensino secundário (doze mães e pais) e para o ensino básico (também doze mães e pais), embora a prevalência de habilitações literárias ao nível do ensino superior também seja de assinalar (onze mães e pais). Verifica-se uma grande diversidade no que concerne às profissões que os pais desempenham. Cerca de setenta e cinco por cento dos alunos reside com os pais e irmãos (sendo que somente vinte e cinco por cento reside com a mãe e irmãos. Os discentes desta turma têm como ambições o desempenho de atividades profissionais na área da Saúde (médicos e veterinários) e na de Engenharia. Cerca de metade da turma não manifestou (ainda) preferências profissionais.

3.3. Aulas assistidas e planificação das unidades didáticas

3.3.1. Espanhol - 1º período

No que concerne ao trabalho desenvolvido com a turma do 9º ano, num primeiro momento, assisti às aulas da Professora Orientadora de Espanhol, para conhecer os discentes, a turma, a sua dinâmica em contexto de sala de aula, as atividades pedagógicas em aula e as reações dos discentes, a participação, com a finalidade de planificar e lecionar” as aulas refletindo um “modelo” de aulas com o qual os discentes já se “encontrassem familiarizados”, de continuidade pedagógica, evitando, deste modo, ruturas e eventuais reações adversas dos discentes, na eventualidade de se planificarem e lecionarem aulas de índole bastante diversa da sua realidade letiva.

A turma era participativa (cerca de metade da turma destacava-se claramente em termos participativos), mas a outra metade da turma não se oferecia, voluntariamente, para participar. Em conjunto com a Professora Orientadora, planifiquei, para esta turma, quatro tempos letivos de quarenta e cinco minutos (duas aulas de noventa minutos). As aulas foram lecionadas, sem interrupção, nos dias 6 e 13 de Novembro de 2015. Para as três aulas lecionadas, foram sempre produzidos materiais, supervisionados pela Professora Orientadora de Espanhol, de gênese documental autêntica. Ao longo das duas aulas lecionadas, foram

trabalhadas as diversas competências: compreensão oral, expressão oral, compreensão escrita, expressão escrita, interação oral e funcionamento da língua.

Os conteúdos lecionados centraram-se na unidade didática “En Cartelera”. Foi escolhido o enfoque por tarefas, tendo a tarefa final consistido na elaboração de uma ficha técnica de um filme, com a elaboração do argumento, considerando o visionamento de um fragmento de um filme. Para dotar os discentes dos conhecimentos fulcrais para a consecução desta tarefa, foram selecionados materiais e tarefas, em articulação constante, num fio condutor. Para a primeira aula, como motivação, foram apresentados cartazes publicitários de diversas tipologias de filmes espanhóis, anunciando que os mesmos estavam disponíveis nas salas de cinema. O objetivo consistiu em divulgar estes cartazes publicitários dos filmes espanhóis, mostrar a relevância deste suporte publicitário para dar a conhecer as novidades cinematográficas e suscitar o interesse nos discentes deste 9º ano. Os alunos foram “convidados” a descrever o que viam nas imagens (conteúdo textual, cor, imagem) e tentar adivinhar a tipologia dos filmes (aventura, ação, drama, histórico, documentário, romântico, ficção científica, terror, policial, fantástico, desenhos animados). Na globalidade, a turma aderiu e comentou os diversos cartazes publicitários, tendo vários alunos opinado e, quando se verificavam divergências relativas à classificação dos filmes, a professora estagiária promovia o debate, ouvindo ambas as partes e instando outros discentes a darem o seu contributo. Os discentes foram registando no seu caderno as definições das diversas tipologias de filmes. Em seguida, foi distribuído um jogo didático, para realização a pares, no qual os discentes tinham que fazer corresponder as imagens com as tipologias. Este momento foi aproveitado pela professora estagiária para circular entre as mesas, estabelecer uma interação mais próxima com os alunos, ajudando-os nesta tarefa. Para a correção do jogo, foram chamados alguns alunos ao quadro, tendo os pares verificado se tinham feito bem a correspondência entre a imagem e a tipologia. Na sequência desta atividade e uma vez já introduzidas as tipologias cinematográficas, foi facultado aos alunos uma ficha constituída por dois filmes, de duas tipologias diferentes (fantástico e ação) e respetivas fichas técnicas (ano, realizador, elenco, país), para familiarizar os discentes com a informação que é disponibilizada para divulgar as novidades do mundo da sétima arte. Foi analisada a estrutura e depois foram lidos ambos os textos, por alunos voluntários, tendo a professora estagiária o cuidado de questionar os discentes relativamente a eventuais dúvidas, a nível de vocabulário que se encontrava no texto. As dúvidas lexicais foram esclarecidas (quando surgiram), tendo a professora estagiária escrito no quadro as palavras que suscitavam dúvidas. A professora estagiária introduziu, em seguida, os conteúdos gramaticais (o pretérito imperfeito e o pretérito indefinido), tirando “partido” dos textos, entretanto analisados, que constavam das fichas técnicas dos filmes, tendo estes conteúdos gramaticais sido trabalhados em contexto: os alunos foram questionados relativamente aos verbos que já se encontravam sublinhados no texto, para os poderem identificar, qual o tempo verbal e qual o seu infinitivo. Os discentes começaram a identificá-los, mas, entretanto, com o toque de saída, a tarefa foi atribuída

para casa, tendo os alunos que fazer o trabalho de casa, referente ao reconhecimento de quais os verbos que eram regulares e irregulares e quais os tempos verbais a que pertenciam.

Na segunda aula, a professora estagiária perguntou à turma os conteúdos dados na aula anterior, sistematizou-os e foi verificar quais os alunos que tinham ou não realizado os trabalhos para casa. Como uma parte considerável da turma não os tinha realizado, a professora estagiária resolveu chamar estes alunos e ajudá-los na resolução do exercício, uma vez que alguns alunos reconheciam ter dúvidas, pelo que, alguns elementos que não tinham tido uma participação ativa na aula anterior foram “convidados” a participarem. Após a correção, no quadro, do trabalho para casa, foi projetado um powerpoint, no qual eram relacionados exemplos de fichas técnicas da primeira aula e os discentes tinham que distinguir entre os usos de cada tempo verbal. Os alunos identificaram os tempos verbais (que se constituíam como revisão de conteúdos adquiridos nos anos letivos anteriores), tendo a professora estagiária explicitado como se formavam os tempos verbais e as respetivas terminações. Em powerpoint, foram disponibilizados os verbos regulares e os alunos tinham que completar com as terminações corretas. Posteriormente, para sistematização, foi distribuído um exercício gramatical, no qual era necessário utilizar os tempos verbais, tendo o trabalho sido realizado a pares e a professora estagiária circulado entre as mesas para auxiliar os alunos nas suas dúvidas. Os exercícios gramaticais foram corrigidos no quadro. Para a tarefa final, foi exibido um excerto do filme: “*Tres metros sobre el cielo*” (sete a oito minutos), para que os alunos pudessem “aproveitar” o excerto e recriar o filme, escolhendo a tipologia e utilizando textos gramaticais para o argumento a realizar.

3.3.2. Português - 1º período

Para as duas aulas lecionadas, nos dias 3 e 7 de Dezembro de 2015, da primeira turma do 11º ano, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A turma era bastante participativa, empenhada, trabalhadora, curiosa, não apresentava problemas comportamentais e esteve sempre muito atenta à aula dada pela professora estagiária, colocando questões pertinentes sobre os conteúdos programáticos das aulas.

A professora estagiária deu início à primeira aula, situando o capítulo que iria abordar, contextualizando-o na obra *Sermão de Santo António aos Peixes*, de Padre António Vieira e estabelecendo uma sequência didática e lógica com as aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora. A professora estagiária privilegiou a utilização de powerpoints, com recurso a imagens temáticas e alusivas à unidade 3- “(Con) Venço eu”, para suscitar o interesse dos alunos. Foram disponibilizados slides com o poema *Porque*, de Sophia de Mello Breyner Andresen, alusivo aos vícios e defeitos humanos, e provérbios com o campo semântico dos peixes, com a finalidade de introduzir em aula o capítulo V do *Sermão de Santo António*, não só para familiarizar os discentes com a nova realidade temática, mas também para os “despertar” para a atualidade de que se reveste a

esta obra de Padre António Vieira, designadamente os vícios e defeitos humanos que persistem no seio da sociedade portuguesa, quase quatro séculos depois do *Sermão de Santo António* ter sido escrito. A professora estagiária selecionou o poema *Porque* de Sophia de Mello Breyner Andresen, para sensibilizar ainda mais para a leitura do Capítulo V do *Sermão*, pedindo aos alunos que analisassem o seu conteúdo semântico, complementando, numa fase posterior, com provérbios de peixes e imagens correspondentes. A professora estagiária apelou à participação global da turma, tendo os discentes proposto possíveis interpretações para os mesmos. Na minha opinião, com esta exploração semântica e imagética da unidade, foi alcançada uma maior motivação dos discentes para a tarefa seguinte, que consistia na leitura do Capítulo V do *Sermão de Santo António*. Considero que a motivação, através da realização deste powerpoint, foi um aspeto muito positivo, pelo facto de ter conseguido a adesão da turma, que começou a participar, gerando-se um momento de aula mais descontraído “quebrando-se” assim algum gelo inicial entre a professora estagiária e os discentes, fruto da situação esporádica e pontual de lecionação daquela aula. Concluído o visionamento do powerpoint e, considerando a extensão do texto do Capítulo V, a turma foi dividida em quatro grupos (por sugestão da Professora Orientadora, baseando-se em estratégias pedagógicas que tinham anteriormente resultado com a turma, cuja divisão proposta prontamente acolhi), sendo a cada grupo atribuído um “peixe”, para análise dos seguintes tópicos: apresentação dos defeitos do “peixe”, desenvolvimento da crítica (argumentos) e exemplos e ideia síntese sobre a repreensão feita. A professora estagiária informou que os discentes dispunham de cerca de quinze minutos para a realização desta atividade pedagógica, à qual se seguiria a leitura integral do capítulo V, em consonância com os grupos e os “peixes” atribuídos. Esta atividade didática caracterizou-se pela exploração deste capítulo, proporcionando um contato mais direto e uma maior aproximação entre a professora estagiária e os alunos desta primeira turma de 11º ano, uma vez que a docente circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, orientar a própria dinâmica do grupo (para nenhum membro ficar excluído ou auto-excluir-se do trabalho a realizar), para ver se existiam dúvidas, esclarecê-las e ainda corrigir as respostas dos alunos. Em seguida, findo o tempo para a realização da atividade, seguiu-se um momento de leitura, por grupos, tendo todos os alunos da turma seguido atentamente a leitura. Gerou-se uma dinâmica diferente em aula: ao trabalho de cada grupo, sucedeu um momento de concentração global de turma na leitura do capítulo V. Posteriormente, foi dada a oportunidade aos membros de cada grupo participarem, respondendo às questões referentes ao peixe que lhes tinha sido atribuído. Após as respostas orais dos discentes, eram facultadas, em suporte escrito (powerpoint), as respostas corretas, tendo a professora estagiária alertado toda a turma para registar no caderno os tópicos referentes a todos os peixes, independentemente do “peixe” que lhes tinha sido atribuído para analisar. Concomitantemente, a professora estagiária informou os alunos que não era preciso copiar exhaustivamente todos os tópicos constantes do powerpoint, dado que o mesmo iria ser disponibilizado na plataforma da escola, mas os discentes demoraram algum tempo a escrever

as suas notas, tendo a professora estagiária respeitado o seu tempo pessoal e o seu ritmo de aprendizagem. Após ter sido possível ler em aula os excertos referentes aos “*roncadores*”, “*pegadores*” e “*voadores*” e, corrigido o questionário relativo a estes peixes, foi adiada para a aula seguinte a leitura do “*polvo*” e respetivas respostas ao questionário, considerando o término da aula de noventa minutos. Foi facultada aos alunos uma ficha de trabalho, para realização de tpc.

Relativamente à segunda aula, a professora estagiária deu início à aula, pedindo a participação dos alunos, no sentido de se lembrarem dos conteúdos abordados na aula anterior. Na generalidade, os discentes recordavam-se dos peixes que tínhamos analisado na aula anterior, os seus defeitos e vícios, a crítica e os exemplos e a ideia síntese da reprensão feita. Para finalizar o capítulo V, o grupo, encarregue da leitura do *polvo*, dedicou-se a essa tarefa, respondendo, posteriormente, ao questionário. Mais uma vez, para sistematização dos conteúdos abordados, a professora estagiária projetou, em powerpoint, as respostas, que incluíam um quadro- resumo com a informação sobre todos os peixes, tendo os discentes tomado notas nos seus cadernos. Terminada esta tarefa, seguiu-se a correção da ficha de trabalho, com conteúdos gramaticais, tendo a professora estagiária tido o cuidado de, previamente a esta tarefa, perguntar e tomar nota dos alunos que tinham efetuado o trabalho de casa. A professora estagiária apelou à participação geral dos alunos, respondendo estes às diversas questões da ficha de trabalho, e esclareceu dúvidas. Após a participação dos alunos, eram projetadas as respostas no powerpoint, tirando os alunos notas do mesmo. Em seguida, a leitura, em voz alta, do capítulo VI do *Sermão de Santo António* foi realizada através da audição de uma versão incluída no manual. A professora estagiária leu, em voz alta, o questionário do capítulo VI e os alunos foram respondendo às diversas questões. Mais uma vez, a professora estagiária recorreu à projeção em powerpoint, disponibilizando, em suporte escrito, a correção do questionário, à medida que os alunos iam respondendo. A segunda aula ficou concluída com a análise e resolução do questionário.

A professora estagiária considera que a utilização de diferentes estratégias didáticas (trabalho de grupo e trabalho individual) e de distintos materiais (powerpoint, manual, ficha de trabalho e powerpoint) proporcionou um ambiente dinâmico de aula, tendo contribuído para manter os discentes interessados na aula.

3.3.3. Espanhol - 2º período

No que concerne ao trabalho desenvolvido com a primeira turma do 8º ano, num primeiro momento, assisti às aulas da Professora Orientadora de Espanhol, para conhecer os discentes, a turma, a sua dinâmica em contexto de sala de aula, as atividades pedagógicas em aula e as reações dos discentes, a participação, com a finalidade de planificar e lecionar” as aulas refletindo um “modelo” de aulas com o qual os discentes já se “encontrassem familiarizados”, de continuidade pedagógica, evitando, deste modo, ruturas e eventuais

reações adversas dos discentes, na eventualidade de se planificarem e lecionarem aulas de índole bastante diversa da sua realidade letiva.

A turma era bastante participativa, empenhada, trabalhadora, receptiva a novas e diversas atividades pedagógicas. Na generalidade, os discentes eram bastante curiosos, desejosos de aprender sempre mais, colocando questões pertinentes face aos conteúdos lecionados. Com este tipo de atitude, era possível aferir o grande interesse e a motivação dos alunos para as atividades pedagógicas. Um aluno revelou algumas dificuldades pontuais, essencialmente na componente da compreensão de alguns conteúdos lecionados, requerendo, por vezes, uma atenção mais redobrada e uma explicitação mais pormenorizada e personalizada, especificamente para ele, cuidado que foi tido pela professora estagiária.

Para esta turma, planifiquei, em conjunto com a Professora Orientadora de Espanhol, um total de cinco tempos letivos (duas aulas de noventa minutos e uma de quarenta e cinco minutos). As aulas foram lecionadas, sem interrupções, no período compreendido entre 22 e 29 de Janeiro de 2016. Os conteúdos lecionados centraram-se na unidade didática “Las Compras”, na qual se abordava o consumo e a vertente lexical decorrente (lojas e produtos). Considerando o tema deste Relatório de Estágio (a Argumentação e a Publicidade) foi conferida à leção desta unidade curricular um novo olhar, que se revestiu de complementaridade. Partindo do tema “Las Compras” a trabalhar em contexto de sala de aula, foi introduzido o conteúdo da Publicidade, enquanto dispositivo comunicacional relevante para despoletar e potenciar o consumo. Ao longo das três aulas lecionadas, foram trabalhadas as diversas competências: compreensão oral, expressão oral, compreensão escrita, expressão escrita, interação oral e funcionamento da língua.

Para as três aulas lecionadas, foram sempre produzidos materiais, supervisionados pela Professora Orientadora de Espanhol, de génese documental autêntica. Para a primeira aula, de noventa minutos, foi selecionado, como motivação para a introdução da unidade “De Compras”, um anúncio da Coca-Cola, exibido em formato vídeo, com a duração de cerca de um minuto, que mostrava um idoso, com uma idade bastante avançada (cento e dois anos), a partilhar a sua sabedoria e experiência de vida com uma bebé, recém-nascida. Este idoso bebia Coca-Cola e este produto ilustrava também situações do mundo social, nas quais os idosos com quem convivia, faziam um brinde à vida, bebendo Coca-Cola. O anúncio, bastante emotivo, cumpriu a função para o qual foi selecionado: despertar o interesse pela unidade temática “Las Compras”. A partir desse momento, a professora estagiária explorou a mensagem publicitária deste anúncio e também a estrutura do anúncio publicitário (logótipo, título, corpo do anúncio, ilustrações e slogan). Este conteúdo já era, de alguma forma, familiar aos discentes, uma vez que já o tinham estudado no âmbito da disciplina de Português, já no início do 8º ano de escolaridade. Em seguida, foram exibidos vários anúncios publicitários espanhóis, em suporte powerpoint, de diversas marcas conhecidas: “Telepizza”, “Head & Shoulders”, “McDonald’s”, “Ministerio de Turismo”, “Volkswagen”, “Burger King”. Cada anúncio possuía, pelo menos, uma característica da linguagem publicitária, de entre as que a seguir se elencam: uso do imperativo, figuras de estilo (repetições, comparações),

linguagem apelativa e uso de adjetivos. Foi pedido aos alunos que, mediante o anúncio que visionavam, identificassem, em cada anúncio, uma característica da linguagem publicitária. Foi adoptada uma metodologia comunicativa para promover a participação de todos os discentes e também a interação docente- discentes e vice- versa, em idioma castelhano. A adesão dos discentes e o concomitante interesse foram bastante evidentes, tendo os alunos tido intervenções pertinentes e adequadas, promovendo-se a aprendizagem pela descoberta. Depois de concluírem quais as características da linguagem publicitária e, mantendo-se o fiocondutor e a sequencialidade das diversas atividades pedagógicas, centrou-se a atenção dos discentes num slogan de um dos anúncios publicitários exibidos e solicitou-se aos alunos a identificação do tempo verbal, que rapidamente os alunos reconheceram como sendo o imperativo (este tempo verbal já tinha sido alvo de aquisição gramatical no ano letivo anterior): a partir dos diversos anúncios publicitários, era possível constatar a utilização do imperativo nos verbos regulares, irregulares de mudança vocálica e verbos muito irregulares. Os alunos foram questionados relativamente à formação do imperativo e respetivas terminações. Conforme respondiam corretamente, era projetado no powerpoint a resposta e, complementarmente, os alunos preenchiem a ficha gramatical que fora disponibilizada pela docente estagiária. No final da aula, foi facultado aos alunos uma ficha com exercícios gramaticais, para trabalho para casa.

Na segunda aula, de quarenta e cinco minutos, manteve-se a sequência e o fio condutor: foram corrigidos no quadro os exercícios de trabalho para casa. De seguida, a professora estagiária optou pelo enriquecimento lexical, introduzindo novo vocabulário: de instrumentos tecnológicos, instrumentos musicais, roupa e acessórios, tendo em conta facultar aos alunos vocabulário para a elaboração da tarefa final. Ressalve-se, no entanto, que a aprendizagem do novo vocabulário foi concebida de forma lúdica: a professora estagiária lia as adivinhas, que se apresentavam em quadras, e perguntava aos discentes qual poderia ser o objeto. Foram selecionados as quadras que apresentavam um nível mais básico do idioma espanhol, para facilitar a compreensão, e quando não existiam quadras para se adivinharem determinados objetos, a professora estagiária elaborou algumas. A turma aderiu ao conceito de adivinhar o vocabulário, manifestando interesse: quando respondiam acertadamente, a professora estagiária projetava a imagem do instrumento ou peça de roupa/ acessório correspondente e, posteriormente, o respetivo nome. No final, a professora estagiária realizou a sistematização dos conteúdos lexicais aprendidos em aula, facultando-lhes uma ficha de vocabulário com os objetos que tinham estudado, sendo a mesma realizada em conjunto. No final da aula, foi realizado um jogo didático em grupo, no qual os alunos desenhavam no quadro o objeto cujo nome lhes tinha sido facultado pela professora estagiária, e os alunos dos outros grupos tinham que adivinhar de que objeto se tratava. Mais uma vez, a turma revelou-se sempre interessada.

Na terceira aula, de noventa minutos, mantendo-se o fio condutor das duas aulas anteriores, procedeu-se à ampliação lexical, designadamente ao nível dos materiais (madeira, metal, plástico, couro), formas (oval, retangular, quadrada, redonda) e padrões (às riscas, às

bolas, às flores, aos quadrados). Em suporte powerpoint, eram projetadas imagens e os discentes tinham que reconhecer, respetivamente, os materiais, as formas e os padrões. Considerando o bom desempenho escolar dos discentes desta primeira turma de 8º ano, as respostas dadas eram, maioritariamente, corretas. Os alunos preenchiam depois, na ficha de vocabulário, os nomes corretos, a partir da resposta exibida em powerpoint.

Para a revisão do conteúdo lexical das cores, foram projetadas imagens dos instrumentos dados na aula anterior, mantendo-se, deste modo, a sequencialidade da aula. O duplo objetivo foi conseguido: os alunos não só identificaram as cores, como reconheceram de imediato os objetos e os instrumentos estudados na aula anterior. Finda esta atividade, era o momento oportuno para introduzir as funções às quais se destinavam os objetos/instrumentos utilizados: foram projetadas duas colunas no powerpoint, nas quais constavam os objetos/instrumentos e, na segunda coluna, a sua utilidade. Antes mesmo de fazerem a correspondência entre as duas colunas, foi introduzido um novo conteúdo lexical: a expressão “*se usa para*”/ “*sirve para*”. Os discentes rapidamente resolveram o exercício, em pares, tendo a correção sido feita no quadro, com a correspondente letra (de uma coluna) e número (de outra coluna), para dissipar eventuais dúvidas.

Para sistematizar os conteúdos abordados, foi realizado um jogo didático, em grupos de três alunos, os quais tinham que escolher uma imagem do objeto (facultada pela professora estagiária) e descrever o objeto escolhido (quais as características, o material de que era feito, qual a sua funcionalidade). Cada grupo deveria expor perante a turma o resumo com as respostas a estas questões e os outros grupos tinham que adivinhar. Depois do jogo, seguiu-se a apresentação de um “modelo” para os alunos poderem desempenhar a tarefa final: foi apresentado em powerpoint um anúncio da autoria da professora estagiária, com os elementos da estrutura do anúncio publicitário, já dados em aula e devidamente identificados (slogan, logótipo, corpo do anúncio, título e ilustrações), para que os alunos se recordassem dos conteúdos na primeira aula e depois pediu-se aos discentes que identificassem as características da linguagem publicitária (uso de imperativo, de adjetivos, linguagem apelativa e figuras de estilo (comparação e repetição) que os discentes rapidamente identificaram.

Para concluir, na tarefa final, os alunos tinham que criar o seu próprio anúncio publicitário, escolhendo um dos objetos ou instrumentos que tinham aprendido nas aulas, respeitando a estrutura dos anúncios (logótipo, título, corpo do anúncio, ilustrações e slogan), bem como utilizar linguagem publicitária (linguagem apelativa, uso de adjetivos, uso de imperativo, uso de recursos estilísticos). Durante esta aula, os alunos criaram o esboço do anúncio publicitário para a tarefa final, redigiram o corpo do anúncio, tendo terminado a tarefa na aula seguinte (dado que a tarefa final requeria algum tempo), já com a Professora Orientadora.

No que concerne ao trabalho desenvolvido com a segunda turma do 8º ano, num primeiro momento, assisti às aulas da Professora Orientadora de Espanhol, para conhecer os discentes, a turma, a sua dinâmica em contexto de sala de aula, as atividades pedagógicas

em aula e as reações dos discentes, a participação, com a finalidade de planificar e lecionar” as aulas refletindo um “modelo” de aulas com o qual os discentes já se “encontrassem familiarizados”, de continuidade pedagógica, evitando, deste modo, ruturas e eventuais reações adversas dos discentes, na eventualidade de se planificarem e lecionarem aulas de índole bastante diversa da sua realidade letiva.

A turma, na sua globalidade, era participativa, com discentes interessados, empenhados, trabalhadores e com bom aproveitamento. Em conjunto com a Professora Orientadora, planifiquei, para esta turma, para o segundo período, dois tempos letivos de quarenta e cinco minutos (uma aula de noventa minutos). A aula foi lecionada no dia 3 de março de 2016.

Os conteúdos lecionados centraram-se na unidade didática *“Ir de compras”*. Foi escolhido o enfoque por tarefas. Para dotar os discentes dos conhecimentos basilares para a consecução desta tarefa, foram selecionados materiais e tarefas, supervisionados pela Professora Orientadora de Espanhol, de génese documental autêntica, em articulação constante, num fio condutor. Ao longo da aula lecionada, foram trabalhadas as diversas competências: compreensão oral, expressão oral, compreensão escrita, expressão escrita, interação oral e funcionamento da língua.

Para esta única aula deste segunda turma de 8º ano, do segundo período, de noventa minutos, foi selecionado, como motivação para a introdução da unidade *“Ir de Compras”*, um anúncio que ilustrava uma situação- tipo, que ocorre frequentemente em lojas de roupa, exibido em formato vídeo, com a duração de cerca de dois minutos, que mostrava duas senhoras (a empregada e a cliente), na qual a cliente solicitava informação sobre se existiria um determinado tamanho de roupa para uma peça de vestuário e se poderia experimentar essa e outras peças de roupa. No final do vídeo, a cliente demonstrava interesse na aquisição das peças de vestuário e questionava a empregada relativamente aos meios de pagamento. O anúncio, relevante, cumpriu a função para o qual foi selecionado: suscitar o interesse por uma situação relativamente comum no dia-a-dia e dotar os discentes de vocabulário e expressões corretas a utilizar num país de idioma espanhol. A partir desse momento, a professora estagiária explorou os conteúdos do referido vídeo, nomeadamente quais as expressões que eram utilizadas numa situação numa loja de roupa (os alunos indicavam as expressões utilizadas e preenchiam uma ficha com essas informações). Posteriormente, após o preenchimento do quadro com as expressões utilizadas no vídeo (que se encontravam a azul), os discentes eram questionados relativamente a outras expressões que conhecessem e que se poderiam hipoteticamente adequar e utilizar, que depois completavam o quadro (constam a vermelho), tendo os discentes que registar as expressões de ambas as cores. No seguimento deste quadro, constava um exercício, com um diálogo, no qual era necessário utilizar as expressões que os alunos tinham acabado de aprender, para além de este exercício ter uma mais- valia, que consistiu em mostrar em versão escrita, um diálogo semelhante, em contexto de loja de roupa.

Em seguida, o vocabulário referente à roupa foi dado de forma particularmente sugestiva, visando sempre despertar o interesse e a motivação: com o recurso à utilização de adivinhas, em idioma espanhol, em suporte powerpoint, às quais os alunos respondiam. Posteriormente, após responderem acertadamente, eram exibidas a imagem e a palavra escrita. Os alunos da segunda turma de 8º ano também aprenderam alguns adjetivos para poderem descrever a roupa (“cara”, “barata” etc). No final desta atividade, os discentes preenchem a ficha de vocabulário, na qual constavam as mesmas imagens e espaços em branco, nas palavras, para serem completados. As imagens eram projetadas, a partir do powerpoint, e alguns alunos voluntários completaram-nas no quadro. Em seguida, os conhecimentos adquiridos foram testados, designadamente através da realização de um exercício de verdadeiro/ falso, no qual os alunos tinham que saber quais eram as peças de roupa para poderem ajuizar se as afirmações se adequavam ou não às peças de vestuário. O exercício foi projetado no quadro e alguns discentes voluntariaram-se para o corrigir. As respostas ao exercício eram sempre registadas, pelos discentes, nas suas respetivas fichas de vocabulário (que continham os exercícios).

Após a correção do exercício e, consolidadas as aquisições lexicais, procedeu-se à realização da tarefa final, que consistiu na elaboração de um diálogo, a pares, numa situação de loja de roupa (mediante a utilização da informação contida no envelope distribuído a cada par), empregando a aquisição vocabular aprendida em aula, designadamente o nome das peças de vestuário e as expressões a utilizar neste tipo de contexto (perguntar se existe determinado tamanho de roupa, se é possível experimentar a peça de roupa, quais os meios de pagamento aceites), redigindo um diálogo escrito. Esta foi uma boa oportunidade para a professora estagiária circular por entre as mesas, verificar como decorria a realização da atividade, orientar a própria dinâmica do trabalho a pares (para nenhum membro ficar excluído ou auto- excluir-se do trabalho a realizar), acompanhar mais de perto o trabalho que realizavam, aferir dificuldades e esclarecer dúvidas, incentivando os alunos a trabalhar em contexto de pares. Como nem todos os alunos conseguiram finalizar a atividade nesta aula, a tarefa final transitou para a aula seguinte, a terminar já com a Professora Orientadora.

3.3.4. Português- 2º período

Para as cinco aulas lecionadas à segunda turma de 11º ano, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, em constante articulação e no estreito cumprimento das sequências lógica e didática, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A leção de alguns capítulos da obra *Os Maias*, de Eça de Queirós, requereu uma preparação pedagógica intensiva e aprofundada por parte da professora estagiária. A docente estagiária iniciou a primeira aula com um enquadramento essencialmente cultural e histórico, inserindo a obra *Os Maias* na corrente literária respetiva (Realismo), contrapondo as características desta obra realista às de Frei Luís de Sousa (Romantismo) e pedindo aos alunos que se recordassem das

características do Romantismo que tinham aprendido em aulas anteriores, estabelecendo, deste modo, uma sequência didática e lógica com as aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora. No que concerne aos materiais didáticos utilizados em contexto de aula, pela professora estagiária, foi dada primazia à utilização do manual escolar *Expressões 11*, da Porto Editora, nomeadamente ao nível dos excertos dos capítulos da obra *Os Maias* e respetivos questionários para aferição de leitura, bem como à utilização de alguns powerpoints didáticos, profusamente ilustrados e esquematicamente elucidativos. No entanto, a professora estagiária recorreu também ao uso de powerpoints (por ela elaborados), para o enquadramento cultural e histórico de *Os Maias* e para sistematizar as características do Realismo, uma vez que o manual não conferia grande destaque a esse aspeto e a professora estagiária considerou relevante o enquadramento da presente obra, designadamente para facilitar a compreensão aos alunos da existência de distintas correntes literárias, com características diferentes entre si, e respetivas obras literárias. Este powerpoint continha imagens alusivas à época (segunda metade do séc. XIX), bem como tabelas e esquemas, com informação pormenorizada, para facilitar a aprendizagem de novos conteúdos, especificamente numa obra que se reveste de complexidade, considerando a sua extensão. A professora estagiária analisou também com os alunos o powerpoint didático do manual, que estabelecia a distinção entre dois níveis narrativos: a história da família Maia (à qual o título aludia) e a crónica de costumes (constante no subtítulo). Na minha opinião, com esta exploração semântica e imagética dos powerpoints, foi alcançada uma maior motivação dos discentes para a tarefa seguinte, que consistia na leitura de dois textos alusivos à importância do título e subtítulo da obra. Após o enquadramento histórico e cultural, a explicitação das características do Realismo e a “ponte” como enquadramento histórico e cultural e as características do Realismo presentes em *Os Maias*, a professora estagiária apelou à participação global da turma, designadamente na vertente de leitura e análise de dois textos acima referenciados, tendo alguns alunos se voluntariado para esse efeito. A professora estagiária esclareceu dúvidas lexicais, ao nível dos textos lidos, considerando alguns vocábulos que, pela sua natureza mais linguística, poderiam ser eventualmente desconhecidos para os alunos, dificultando a sua compreensão do texto. Por último, ao nível da primeira aula, foram lidos dois textos, referentes a excertos dos capítulos I e XVIII, tendo a professora estagiária dado oportunidade a diversos discentes para um momento de leitura. Foi realizada a leitura orientada destes textos, tendo a professora estagiária enfatizado aspetos relevantes, decorrentes da análise dos textos. Deu-se início à resolução do questionário referente à compreensão destes textos. Como não foi possível terminar a resolução do questionário, algumas questões ficaram para trabalho de casa, para correção na segunda aula.

Deste modo, na segunda aula, a professora estagiária verificou quais os alunos que tinham realizado os trabalhos de casa, registando, para o efeito, o nome dos discentes que tinham cumprido a tarefa pedida pela professora estagiária. Em seguida, solicitou aos discentes um resumo oral dos conteúdos dados na primeira aula (para sistematização dos

mesmos). O início da segunda aula consistiu na correção do questionário referente aos textos com excertos do capítulo I e capítulo XVIII. Os alunos respondiam às questões e depois a professora estagiária projetava, em powerpoint, as respostas, tendo os alunos sido informados para retirarem apenas alguns apontamentos pontuais, considerando que os respectivos powerpoints ficariam disponíveis na plataforma da escola. Finalizada esta atividade, foi exibido um pequeno excerto cinematográfico de uma adaptação da obra *Os Maias*, mais concretamente de um episódio do capítulo II da obra, como motivação para suscitar mais interesse nos alunos, fornecendo pistas para a leitura do excerto que constava no manual dos discentes. Posteriormente, iniciou-se a leitura do excerto: “*Uma sombria tarde de dezembro*”, tendo a professora estagiária efetuado a análise orientada do texto, com esclarecimento de vocábulos, solicitando a participação dos alunos na referida análise. Em seguida, para permitir o cumprimento do plano de aula, a resolução do questionário do texto foi realizada em conjunto (professora estagiária- alunos), tendo sido projetados em powerpoints os tópicos de resolução do questionário. A professora estagiária considera que a diversidade de materiais pedagógicos utilizados em contexto de aula (excerto cinematográfico, powerpoint, manual) foi salutar, funcionando como um facilitador da aprendizagem, gerando estímulos distintos e complementares entre si. Como não foi possível concluir a resolução do questionário da página 251, o mesmo transitou para a terceira aula.

Na terceira aula, a professora estagiária retomou, mais uma vez, os conteúdos programáticos que tinham sido dados na segunda aula, pedindo a colaboração dos discentes para efetuarem a referida sistematização de conteúdos. Foi efetuada a resolução do questionário (que tinha ficado pendente da segunda aula), com recurso à projeção dos tópicos em powerpoint (slides que iriam posteriormente ser disponibilizados na plataforma da escola). Em seguida, para facilitar a leitura de excertos dos capítulos I, II e III, criteriosamente selecionados para introduzir a temática da Educação em *Os Maias*, foi disponibilizada uma versão em pdf, que permitia ultrapassar eventuais dificuldades na gestão da leitura dos referidos capítulos, considerando a profusão de livros editados por distintas editoras, com diferentes formatos e a consequente não correspondência entre as páginas. Deste modo, foi possível “uniformizar” o processo de leitura, em torno de uma única versão, à qual todos os discentes tiveram acesso, tendo os referidos excertos sido projetados e sido lidos em aula (posteriormente também disponibilizados na plataforma). À semelhança da leitura orientada que tinha sido utilizada como estratégia pedagógica para análise dos excertos dos textos do manual, a professora estagiária assumiu a continuidade desta estratégia pedagógica, efetuando o mesmo tipo de análise, comentando e esclarecendo dificuldades de léxico e enfatizando as características do Realismo presentes na obra, nomeadamente ao nível do estilo queirosiano. A leitura dos excertos dos capítulos foi atribuída a diferentes discentes, alguns que se voluntariaram para o efeito, outros foram designados pela professora para efetuarem a leitura, permitindo assim dar a oportunidade de participação ao maior número de alunos. Após a leitura dos referidos excertos sobre a Educação em *Os Maias*, foi feita a sistematização dos dois tipos de educação (Educação

Tradicional Portuguesa e Educação Inglesa) e seus representantes (respetivamente, Pedro da Maia/ Eusebiozinho e Carlos da Maia), com a análise e projeção de conteúdos em powerpoint, que ficou disponível na plataforma. Foi ainda distribuída uma ficha, da autoria da professora estagiária, com a sistematização de aspetos relevantes da obra que já tinham sido abordados nas aulas anteriores, para ajudar os alunos na compreensão e na visão da obra. O plano de aula previsto foi integralmente cumprido.

Na quarta aula, a professora estagiária solicitou aos discentes um resumo oral dos conteúdos dados na primeira aula (para sistematização dos mesmos). Em seguida, deu-se início à aula, com a leitura e análise orientada do episódio “*Jantar no Hotel Central*”, da obra *Os Maias*, tendo a professora estagiária esclarecido dificuldades de léxico e enfatizado as características do Realismo presentes na obra, nomeadamente ao nível do estilo queirosiano. Posteriormente, para a resolução do questionário, a professora estagiária constituiu grupos (por filas), aos quais foram atribuídas algumas questões da compreensão do texto. A professora estagiária “aproveitou” esta situação para poder interagir mais pessoalmente com os discentes, circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, orientar a própria dinâmica do grupo (para nenhum membro ficar excluído ou auto- excluir-se do trabalho a realizar), acompanhar mais de perto o trabalho que realizavam, aferir dificuldades e esclarecer dúvidas, incentivando os alunos a trabalhar em grupo. Relativamente à resolução do questionário, a professora estagiária questionou os alunos, por grupos/ fila, relativamente às suas respostas, corrigiu verbalmente algumas respostas e projetou as opções corretas, com recurso ao powerpoint elaborado para o efeito. Em seguida, procedeu-se à leitura e análise orientada de alguns excertos do capítulo VI, tendo sido projetado o pdf da obra, em aula, para todos os alunos poderem acompanhar a leitura, tendo vários discentes lidos os excertos. Os alunos ainda principiaram a resolução do questionário da página duzentos e cinquenta e oito, mas não foi possível corrigi-lo, tendo o mesmo transitado para a aula seguinte. A professora estagiária distribuiu aos alunos uma ficha informativa, para auxiliar os discentes na preparação para o teste que iriam realizar, com a sistematização de alguns dos aspetos mais relevantes da obra, designadamente: o título, o subtítulo, a visão crítica da época, o tempo narrativo, o espaço físico, personagens (caracterização), personagens (relações e oposições) e resumo do episódio: “*Jantar no Hotel Central*”.

Na quinta e última aula, foram lidos, por diversos discentes, os últimos excertos relevantes do capítulo VI e corrigido o questionário da página 258, que requeria a leitura prévia destes últimos excertos do capítulo VI. Procedeu-se à leitura do excerto “*A Toca*”, constante no manual, uma leitura orientada e com esclarecimento de vocábulos, complementada com particular destaque para as marcas do estilo queirosiano. Em seguida, foi corrigido o questionário respetivo, com recurso ao powerpoint, disponibilizando, em suporte escrito, a correção do questionário, à medida que os alunos iam respondendo. O plano de aula previsto foi cumprido na íntegra.

A professora estagiária considera que a utilização de diferentes estratégias didáticas (trabalho de grupo e trabalho individual) e de distintos materiais (powerpoints- da sua autoria, powerpoints didáticos do manual *Expressões 11*, pdf, manual, fichas informativas de sistematização de conteúdos da obra *Os Maias*) proporcionou um ambiente dinâmico de aula, tendo contribuído para manter os discentes interessados na aula. Constituiu um “desafio” dar em aula a obra *Os Maias*, considerando a sua extensão, mas penso que, de alguma forma, consegui que os discentes se consciencializassem da relevância e da atualidade da obra e assimilassem este novo conteúdo programático, atingindo, assim, os objetivos e metas propostos para este nível de escolaridade.

3.3.5. Espanhol - 3º período

Para as aulas lecionadas para o segundo 8º ano (três blocos de 90 minutos), foram selecionados diversos materiais didáticos, visando a complementaridade dos mesmos e para suscitar o interesse e a motivação dos alunos, através do encadeamento de tarefas conduzindo à Tarefa Final, como corolário das aprendizagens.

Na primeira aula lecionada, a professora estagiária fez com os alunos uma revisão dos conteúdos dados nas aulas anteriores com a Professora Orientadora de Espanhol, enquadrando a nova unidade “¡Qué rico!” como uma continuidade dos conteúdos dados na unidade prévia “De compras”, na qual se abordava o consumo de diversos bens (entre os quais os alimentos), tendo a professora estagiária dado um bloco de noventa minutos. Foi explicitado aos alunos que, na nova unidade, iriam adquirir conhecimentos sobre os alimentos e ver receitas de como confeccionar os alimentos. Para a aquisição vocabular das diversas categorias de alimentos (“verduras”, “carnes y embutidos”, “pescado y mariscos”) e ainda utensílios de cozinha, apresentaram-se diversas adivinhas, em suporte powerpoint, uma espécie de “brincadeira” com jogos de palavras e associações semânticas (considerando a faixa etária destes discentes), na generalidade bastante simples, para potenciar a compreensão da mensagem subjacente e facilitar a compreensão do seu conteúdo e também para conferir mais dinâmica na gestão da aula e maior interesse e participação dos discentes. Este tipo de atividade privilegiava uma sequência lógica e didáctica, surgindo em aula de forma natural, encadeada numa sequência e num fio condutor que os alunos rapidamente “agarraram”, participando ativamente, verificando-se, a meu ver, uma boa interação docente- discente. As adivinhas foram lidas, algumas delas por alunos que se voluntariaram para esse efeito; a seguir a professora estagiária perguntou aos alunos quais poderiam ser os alimentos e os utensílios de cozinha e os alunos, de uma forma geral, foram respondendo corretamente. Por último, foram projetadas as imagens e o nome. Concomitantemente, e depois de os alunos já terem respondido a todas as adivinhas, a professora- estagiária facultou uma ficha de vocabulário, na qual à imagem disponibilizada, os alunos fizeram corresponder a palavra correta. Esta ficha de vocabulário apenas foi disponibilizada no final da atividade, para os alunos não saberem “de antemão” as respostas às diversas adivinhas. Para o preenchimento

da ficha de vocabulário, participaram diversos alunos, que foram ao quadro escrever, voluntariamente, na ficha de vocabulário, projetada em powerpoint, as respostas corretas. Para suscitar, mais uma vez, o interesse e a motivação dos alunos, os nomes dos alimentos e dos utensílios de cozinha eram escritos em espaços lacunares, com algumas indicações de vogais ou consoantes, utilizando as mesmas imagens que os alunos tinham visionado na apresentação e powerpoint. As adivinhas permitiram uma aquisição vocabular através de um elemento lúdico, que os discentes destas faixas etárias bem conhecem e com o qual se identificam. Este “jogo lúdico” também facilitou a interação entre professora- estagiária e alunos, fomentando a participação dos alunos que se revelaram, na generalidade, bastante interessados e participativos. Em seguida, para aferição da boa sistematização destes conteúdos lexicais, foi-lhes disponibilizado um exercício, que consistia na disponibilização de várias imagens de alimentos e utensílios, tendo os alunos que “caçar o intruso”, escrevendo numa “estrela” a resposta, o nome do intruso. Este exercício permitia verificar se os alunos tinham compreendido bem a inserção dos alimentos nas diversas categorias e se tinham “retido” bem os nomes na sua memória. O exercício correu bem, tendo a professora-estagiária circulado entre as mesas, para verificar se havia dúvidas e esclarecer as mesmas, para além de esta atividade ter o condão de ter potenciado a aproximação professora-estagiária- alunos. Depois, para “familiarizar” os alunos com a aplicação do novo léxico aprendido e para verificar a utilização do mesmo em contexto situacional, foi lida uma receita de uma sandes, tendo os alunos que completar alguns espaços lacunares com o nome dos ingredientes, que os alunos tinham acabado de aprender (eram facultadas imagens correspondentes do alimento). A leitura desta receita permitiu que os alunos se “familiarizassem” com a utilização do novo léxico e ver também verbos que se utilizavam no contexto das receitas. A professora- estagiária teve o cuidado de esclarecer vocábulos que constavam da receita, que os alunos desconheciam. Os materiais projetados, em powerpoint, bem como os que foram cedidos aos alunos, eram profusamente ilustrados, com diversas animações, com “bonecos”, visando apresentar-lhes um conteúdo interessante, adequado à sua faixa etária, despertando-lhes o interesse para os novos conteúdos vocabulares e gramaticais. Por último, na primeira aula, foram ainda introduzidos os conteúdos gramaticais referentes aos conetores temporais de anterioridade (“antes de ...”, “antes de que ...”), de simultaneidade (“mientras...”) e de posterioridade (“después de ...”, “después de que ...”), em contexto- situação, isto é, partindo da utilização de exemplos constantes na receita, que fôra previamente lida e analisada. A professora- estagiária questionou os alunos sobre as frases, nomeadamente sobre o número de ações que a mesma continha, bem como a ordem pelas quais as ações decorriam, para que os alunos chegassem, eles próprios, à conclusão de quando eram utilizados os conetores e para que finalidade. Os alunos foram participativos, tendo sido possível analisar as frases em conjunto, tornando mais simples a aquisição destes novos conteúdos. Para facilitar a compreensão deste novo conteúdo gramatical, a professora-estagiária introduziu, numa fase inicial, o conector temporal “mientras”, de simultaneidade,

uma vez que este era o conector de mais simples e fácil compreensão e utilizava o presente do indicativo, tempo verbal já bem conhecido dos discentes.

Na segunda aula, a professora- estagiária fez a revisão, com os alunos, dos conteúdos dados na aula anterior. O objetivo, nesta aula, foi o de dar continuidade aos conteúdos lecionados na primeira aula, nomeadamente os conectores temporais “*antes de*” e “*después de*”. A professora- estagiária, logo no início da aula, esclareceu os discentes relativamente à realização da Tarefa Final, agendada para a terceira aula, para que estes compreendessem bem a importância e o encadeamento das diversas atividades implementadas ao longo das três aulas (redação de uma receita com uma imagem de um alimento que o envelope continha). Retomando os conteúdos gramaticais, com recurso ao powerpoint, foram apresentados exemplos dos conectores em frases, devidamente contextualizados, aplicando-se o vocabulário sobre a unidade “¡Qué rico!” e, inclusive, alguns exemplos de frases constantes nas receitas. Os exemplos foram explicados em aula, no quadro, decompondo-se a frase em duas orações, questionando-se os alunos sobre os sujeitos de ambas as orações e quais os tempos verbais que tinham sido empregues. Depois desta explicação, na qual os alunos foram respondendo corretamente, e esclarecidas as dúvidas, os discentes praticaram a aquisição desta matéria gramatical nas fichas que lhes tinham sido distribuídas na aula anterior, através do preenchimento lacunar dos conectores temporais, atividade realizada a pares e na qual a professora estagiária pôde circular entre as mesas, acompanhando o trabalho dos discentes e esclarecendo as suas dúvidas, numa interação salutar entre professora- estagiária- alunos. A professora estagiária procedeu à correção dos referidos exercícios, através do completamento de espaços, no powerpoint que havia sido projetado no quadro, solicitando a diversos alunos o seu contributo, para fornecerem a resposta correta, pretendendo-se dar a possibilidade ao maior número de alunos de participarem em aula (considerando o facto de serem vinte e nove alunos).

Na terceira aula, após a sistematização da aula anterior com os discentes, e, como complemento aos conectores temporais de anterioridade (verificando-se a necessidade da utilização do presente de conjuntivo) “*Antes de que*” e de posterioridade “*Después de que*”, os alunos aprenderam este tempo verbal. Antes de avançar para este conteúdo, a professora estagiária questionou os alunos para saber se existiam dúvidas dos conteúdos aprendidos nas duas aulas anteriores, tendo alguns alunos solicitado o esclarecimento de dúvidas. A docente estagiária aceitou a tomar alguns minutos da sua aula para dissipar as dúvidas, considerando que esse tempo foi vital para depois se avançar mais facilmente na aquisição do presente do conjuntivo. Foi distribuída uma nova ficha gramatical, com a súmula dos conteúdos que iriam ser dados em aula, com a utilização de quadros simples com este tempo verbal, para tornar a sistematização dos conteúdos mais simples. Para facilitar a compreensão deste novo conteúdo gramatical, a professora estagiária apelou aos conhecimentos prévios e basilares adquiridos na disciplina de Português, para estabelecer o paralelismo entre o presente do conjuntivo e o “presente de subjuntivo”, solicitando o contributo dos discentes para completarem os espaços em branco na conjugação dos verbos regulares do “presente de subjuntivo”,

informando-os que as terminações dos verbos regulares do presente do conjuntivo eram bastante semelhantes às de Português, “agilizando”, deste modo, a aquisição deste novo conteúdo gramatical. Os alunos, recordando as terminações do presente do conjuntivo na sua língua materna, aderiram, conseguindo completar os verbos do presente do conjuntivo. Em seguida, para testarem os conhecimentos adquiridos, praticaram um exercício lacunar. A professora estagiária chamou alguns alunos ao quadro, para corrigir os exercícios, tendo o cuidado de alternar alunos voluntários com alguns alunos “não voluntários”, visando uma distribuição imparcial da participação dos alunos em aula. Foram também dados alguns verbos irregulares do “presente de subjuntivo”.

Para alternar, posteriormente, o tipo de atividades realizadas, pareceu importante à professora estagiária, “quebrar” um pouco o mesmo registo de atividade, tendo introduzido uma atividade diferente: de compreensão auditiva. A mesma baseava-se no visionamento e audição de uma receita, típica de uma sandes, mostrando, “em tempo real”, não só a confeção da sandes, mas também o vocabulário dos alimentos e dos utensílios de cozinha que os alunos adquiriram na primeira aula (permitindo uma revisão a esse conteúdo vocabular). A docente estagiária considera que o referido vídeo utilizava uma linguagem simples e clara, sugestiva da realização de receitas, com “expressões- chave” que se utilizam neste tipo de situações. O visionamento deste vídeo permitiu fazer a exploração do mesmo. Tornou-se aliciante o apelo à imagem, à compreensão da mensagem, “aproveitando-se” o interesse dos alunos no vídeo para a introdução de novos conteúdos gramaticais, designadamente os verbos típicos da confeção de receitas e a “Pasiva Refleja”. Aos discentes, foi-lhes facultada uma ficha de compreensão auditiva, a qual iam preenchendo com as respostas corretas, dos verbos típicos das receitas. Para “incrementar” a motivação dos discentes, a ficha que lhes foi facultada continha algumas “imagens” alusivos à temática, permitindo-lhes inferir mais facilmente qual o verbo a colocar no espaço em branco. Após o visionamento do vídeo duas vezes, a professora estagiária procedeu à correção do exercício, que consistia em completar os espaços lacunares com alguns verbos típicos da confeção de receitas, e a professora estagiária esclareceu o significado desses verbos e de alguns vocábulos que os alunos desconheciam. Mais uma vez, a professora estagiária chamou alunos ao quadro para corrigir este exercício, que ainda não tinham participado em aula. Alguns exemplos da “Pasiva Refleja”, constantes na receita que tinha sido visionada, foram “aproveitados” para introduzir este tópico gramatical. Em seguida, a professora estagiária procedeu à explicitação da “Pasiva Refleja”, da sua formação e quais as terminações da mesma, nos verbos regulares e irregulares. Os alunos consultaram a ficha de gramática que tinha sido distribuída no início da aula e onde constavam todos os conteúdos gramaticais, com quadros elucidativos e de fácil compreensão. Este conteúdo gramatical foi testado com recurso a uma ficha, na qual era apresentada uma receita, tendo os alunos que completar os espaços em branco com a “Pasiva Refleja”, alternativamente, dos verbos regulares e irregulares, podendo os alunos consultar a ficha de gramática, onde constavam alguns verbos regulares e irregulares que se utilizam na “Pasiva Refleja”. A ficha com o exercício da “Pasiva Refleja” era apelativa, com alguns

“bonecos”, permitindo que os alunos se identificassem com o material didático que foi especialmente concebido para eles, considerando a sua faixa etária. Relativamente à Tarefa Final, que se constitui como o corolário das aprendizagens destas três aulas assistidas, apesar de a mesma ter sido concebida para ser aplicada em aula, tal não se afigurou possível, dada a contingência de tempo, uma vez que foi necessário incluir mais alguns minutos (não previstos), no início da aula, para explicitar alguns conteúdos que não tinham ficado claros para os alunos. Esta atividade não tinha sido programada, aquando da planificação da aula, mas teve impacto na gestão do tempo disponível para o cumprimento das atividades previstas para a terceira aula. A professora estagiária não “lamenta” a utilização deste tempo, em prol do esclarecimento das dúvidas dos alunos, considera que o mesmo até foi útil para fomentar a interação professora- estagiária- alunos e uma proximidade maior docente- discentes. Relativamente ao cumprimento da tarefa final, que consistia na elaboração da receita de uma sandes, a pares, utilizando uma imagem de um alimento (a incluir na receita), e pressupunha a utilização da aquisição vocabular desta unidade e utilização de conectores e da gramática correspondente, a professora estagiária considera que os alunos desta segunda turma de 8º ano não ficaram “lesados” nos seus interesses, uma vez que a Tarefa Final, como corolário das aprendizagens das três aulas dadas pela professora estagiária, foi levada a cabo na aula seguinte, já com a Professora Orientadora de Espanhol, tendo a professora- estagiária estado presente e acompanhado a tarefa, a exemplo de outras aulas no segundo período, nas quais tinha participado junto dos alunos, por solicitação da Professora Orientadora de Espanhol. Na opinião da professora estagiária, esta circunstância permitiu um momento em aula bastante “salutar”: os discentes beneficiaram do facto de estarem duas pessoas a prestarem-lhes ajuda na consecução da tarefa (sempre útil, considerando a dimensão da turma) e tiveram um acompanhamento mais personalizado.

A professora estagiária considera que a exploração temática desta unidade realizada e respetivos recursos concomitantemente disponibilizados, relativamente a este conteúdo programático, foi positiva, considerando a exploração vocabular e imagética da unidade, procurando suscitar o interesse e a motivação na faixa etária destes discentes e o apelo às imagens e à utilização de suportes e materiais diversificados, para uma maior motivação dos alunos. Considero que o visionamento de uma receita foi um aspeto muito positivo, por ter conferido mais “vivacidade” e “utilidade” à aquisição vocabular e gramatical, em situação de contexto, tendo conseguido a adesão da turma, que seguiu atentamente o vídeo, tendo o “aproveitamento didático” do mesmo contribuído para facilitar a realização da tarefa final.

3.3.6. Português - 3º período

Para as duas aulas lecionadas na turma do 10º ano, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, em constante articulação e no estreito cumprimento das sequências lógica e didática, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A leção das Reflexões do

Poeta (Cantos I e V), da obra “Os Lusíadas”, de Luís de Camões, requereu uma preparação pedagógica intensiva e aprofundada por parte da professora estagiária e um “desafio”, uma imersão na poesia.

A docente estagiária iniciou a primeira aula com o enquadramento da presente aula, articulando-a com a sequência didática e lógica das aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora de Português. Em seguida, a docente estagiária procedeu à análise e resumo geral do Canto I, da obra “Os Lusíadas” considerando a informação constante do manual, para o enquadramento das reflexões do poeta no final deste canto. Partindo da leitura dos conteúdos do manual, referentes às reflexões do poeta (Canto I), a professora estagiária pediu aos discentes, inicialmente, para sublinharem aspetos relevantes que sintetizassem a reflexão do Canto I, indicando-lhes, posteriormente, quais eram. Para proporcionar uma visão global das reflexões do poeta para o Canto I, a professora estagiária projetou um slide em powerpoint, explicitando-o, com recurso a um esquema, com os eixos primordiais das reflexões do Canto I. O powerpoint elaborado pela professora estagiária continha imagens alusivas à época e ao enquadramento da obra, bem como o referido esquema, com informação pormenorizada, para facilitar a aprendizagem de novos conteúdos. Posteriormente, a docente estagiária leu, com expressividade, em voz alta, as estâncias 105 e 106, para motivar os alunos para a grande obra literária, valorosa, um dos expoentes máximos da literatura e cultura portuguesas: “Os Lusíadas”. Finda a leitura, para facilitar a compreensão as referidas estrofes, a professora estagiária esclareceu alguns vocábulos e ideias-chave de alguns versos que suscitavam algumas dúvidas, bem como fez uma síntese de cada estrofe, solicitando aos alunos que anotassem as ideias principais ao lado de cada estância, no manual. Após estas etapas, a docente estagiária atribuiu a seguinte tarefa aos alunos: a resolução do questionário de compreensão, atividade a ser realizada a pares. A docente estagiária circulou entre as mesas, acompanhando o trabalho dos alunos, esclarecendo as dúvidas existentes e interagindo com os discentes, tendo acompanhado com mais atenção alguns alunos que mostravam algumas dificuldades, não tendo descurado (nem sido alheia) à situação particular destes alunos no contexto da turma. Em seguida, após alguns minutos para realização da tarefa em aula, a docente estagiária questionou os alunos, para a obtenção das respostas, tendo depois projetado em powerpoint as respostas corretas e informado os alunos que apenas deveriam retirar alguns tópicos das respostas, uma vez que os slides de powerpoint ficariam mais tarde disponíveis na plataforma. De uma maneira geral, os alunos foram respondendo acertadamente, mostrando que estavam a acompanhar o conteúdo dado em aula. Depois da resolução do questionário, a docente estagiária abordou um novo conteúdo programático (a Publicidade), constante no manual. A professora estagiária articulou a Publicidade com a temática das reflexões do Canto I (o tema da fragilidade humana, os limites da existência, os obstáculos no mar e na terra), no sentido em que a mesma pode cumprir intuítos comerciais e institucionais. No caso em concreto, a Publicidade pode apresentar produtos e bens comerciais que sirvam para “colmatar” as fragilidades, os medos e as inseguranças que assolam a existência humana. Nesta primeira aula, foram

abordados: o conceito da Publicidade, os objetivos e os suportes. A aula terminou neste ponto da matéria.

Na segunda aula, a professora retomou, mais uma vez, os conteúdos programáticos que tinham sido dados na segunda aula, pedindo a colaboração dos discentes para efetuarem a referida sistematização de conteúdos, tendo alguns alunos se voluntariado para esse efeito. Posteriormente, retomou o conteúdo da Publicidade, constante no manual, tendo solicitado a alguns alunos para o lerem, explicitando em seguida alguns aspetos referentes às principais diferenças entre texto icónico e texto linguístico, bem como alguns mecanismos linguísticos e estilísticos típicos da Publicidade. A docente estagiária destacou algumas informações a partir dos textos lidos, solicitando aos discentes para sublinharem algumas indicações importantes. Em seguida, a professora estagiária projetou em powerpoint um anúncio da marca de seguros *Liberty*, no qual os alunos identificaram os elementos estruturantes do mesmo, designadamente: o título, a imagem, o texto argumentativo, o logótipo e o slogan. Partindo desta análise prévia, a docente estagiária analisou em conjunto com a turma os mecanismos linguísticos e estilísticos (uso do Imperativo, de trocadilhos e de recursos expressivos) constantes neste anúncio publicitário. Após a referida análise, a docente estagiária constituiu a turma em grupos de quatro e cinco alunos, atribuindo-lhes um trabalho de grupo: a análise de uma imagem (alusiva a situações quotidianas, para as quais é aconselhável a aquisição de seguros- seguros dos seguintes ramos de seguros: de habitação, automóvel, vida, saúde, habitação e de viagem) e “desafiou” os discentes e criarem o seu próprio anúncio publicitário, com os elementos estruturantes da Publicidade e os mecanismos linguísticos e estilísticos. Considerando que todas as imagens eram distintas, cada grupo pôde criar um anúncio publicitário, em termos de conteúdo, sempre diferente do de outros grupos, tendo-o apresentado perante a turma. A turma, na sua generalidade, deu largas à sua criatividade, apresentando trabalhos com anúncios publicitários constituídos por textos argumentativos e slogans bastante apelativos e recorrendo a diversos mecanismos linguísticos e estilísticos. Aquando da apresentação, a professora analisou, em conjunto com cada grupo, os mecanismos linguísticos e estilísticos constantes no anúncio publicitário que os discentes haviam criado, destacando para a globalidade da turma alguns dos aspectos mais relevantes. Concluída a apresentação dos trabalhos de grupo, a professora estagiária retomou as Reflexões do Poeta, no Canto V, com o enquadramento geral do resumo do Canto V e as reflexões suscitadas no final deste canto. Projetou um slide em powerpoint com um esquema das ideias principais do final do Canto V (à semelhança do procedimento já adoptado na primeira aula), para os discentes terem ainda uma visão mais clara e objetiva, tendo-os informado que o referido powerpoint ficaria posteriormente disponível na plataforma. Em seguida, alguns alunos leram os poemas desde a estância 92 até à estância 100 (inclusive) do Canto V. Foi realizada uma leitura orientada destes textos, tendo a professora estagiária enfatizado aspetos relevantes e esclarecido alguns vocábulos. Também procedeu a um resumo das principais ideias de cada estrofe e solicitou aos alunos para anotarem as mesmas, à margem das estrofes. Para facilitar a “gestão” do questionário, a docente estagiária articulou

o momento de leitura com a resolução da pergunta correspondente, questionando os discentes. A professora estagiária apelou à participação global da turma. Deste modo, para otimizar o tempo disponível e para fomentar uma maior interação professora estagiária-alunos, a resolução do questionário foi realizada em conjunto. Após a intervenção dos alunos, foram projetadas em slide as respostas corretas, recorrendo ao powerpoint (no qual também constavam imagens elucidativas e complementares da obra “Os Lusíadas” e das estrofes analisadas) tendo a docente estagiária solicitado que os alunos anotassem alguns tópicos de resposta, considerando que o powerpoint iria ser disponibilizado na plataforma. A aula terminou com o cumprimento da planificação inicialmente prevista.

A docente estagiária considera que a diversidade de materiais pedagógicos utilizados em contexto de aula (o powerpoint, aficha de trabalho sobre o anúncio publicitário- da autoria da professora estagiária, o manual, recurso a trabalhos de grupo) foi salutar, funcionando como um facilitador da aprendizagem, gerando estímulos distintos e complementares entre si. A professora estagiária também espera que as suas aulas tenham contribuído para que os discentes se tenham consciencializado da importância das Reflexões do Poeta, designadamente as do Canto I e Canto V, da obra “Os Lusíadas” e tenham assimilado este novo conteúdo programático, alcançando os objectivos e metas propostos para este nível de escolaridade.

3.4. Atividades desenvolvidas ao longo do ano letivo

As atividades desenvolvidas no âmbito do PAA (Plano Anual de Atividades) foram diversas, ao longo dos três períodos letivos, tendo algumas dessas atividades agrupado as disciplinas de Espanhol e Português, com o conseqüente contributo do Núcleo de Estágio de Português- Espanhol.

3.4.1. Espanhol - 1º período



Figs. 45, 46 e 47- Imagens alusivas à comemoração do “Dia Europeu das Línguas”, na Escola Secundária da Quinta das Palmeiras

Comemorou-se o “Dia Europeu das Línguas”, no dia 28 de Setembro de 2015 (por questões de calendário, não pôde ser celebrado no dia 26 de Setembro de 2015) - figs. 45, 46 e 47, com a exibição de curtas-metragens no idioma espanhol, bem como com a

disponibilização de “menus literários”, a escrita de mensagens, pela comunidade educativa, no espaço criado para esse efeito: “Message on the Wall” e o tradicional “Almoço Europeu”.

“Día de la Hispanidad”

Comemoração do “Día de la Hispanidad”, no dia 12 de outubro de 2015, efeméride que assinala a chegada de Cristóvão Colombo à América, com a realização de uma exposição na Biblioteca, com a apresentação de obras de referência do idioma de Cervantes (Figs. 48).



Fig. 48- Imagem referente à comemoração do “Día de la Hispanidad”, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

3.4.2. Português - 1º período

Dia Internacional das Pessoas com Deficiência

A professora estagiária Rossana Rocha participou, em colaboração com o grupo de Educação Especial, mais especificamente com a Professora de Educação Especial, Dr.^a Célia Pratas e com a Professora Orientadora de Português, Dr.^a Alice Carrilho, na elaboração de uma Carta para a comemoração do Dia Internacional da Pessoa com Deficiência (3 de Dezembro de 2015), visando consciencializar a comunidade escolar para esta problemática, alertando consciências para a mudança de atitudes face aos discentes internos e adultos externos à comunidade educativa, portadores de deficiência, para a adopção de comportamentos de aceitação do outro, o outro como igual a nós, dotado de direitos e deveres, que merece respeito, entreaajuda e compreensão. A carta elaborada pela professora estagiária foi lida nas aulas, nas turmas dos diversos anos de escolaridade, sendo a sua mensagem transversal aos discentes de diferentes faixas etárias e à comunidade educativa, em geral (foram distribuídos exemplares na Sala de Professores, Reprografia, Secretaria etc), para a mensagem constante na carta ser difundida ao maior número de destinatários, tendo também sido publicada no jornal da escola. No dia 3 de Dezembro de 2015, a docente estagiária participou também numa sessão, na qual os jovens portadores de deficiência da APPACDM da Covilhã, se deslocaram à Escola Secundária Quinta das Palmeiras, para uma atuação, na qual evidenciaram que as limitações das suas patologias não os impedem de se dedicarem “de corpo e alma” a atividades físicas e de se exprimirem de uma forma muito própria. Eis aqui algumas das fotografias deste evento (Figs. 49 e 50), bem como o teor da carta redigida pela professora estagiária Rossana Rocha, que foi igualmente publicada no jornal da escola:



Figs. 49 e 50- Imagem alusiva à comemoração do “Dia Internacional das Pessoas com Deficiência”, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

Dia Internacional das Pessoas com Deficiência

3 de dezembro de 2015

São aparências. São rostos. São humanos. Parecem ser diferentes. Mas não são.

Estão entre nós. Na sociedade, na comunidade, na escola. São alunos, colegas e adolescentes. Todos (as) os (as) conhecemos, mas nem sempre lhes damos a devida atenção. A sua presença escapa-nos nas exigências da vida quotidiana. Por vezes, poderíamos estender-lhes a mão, dizer-lhes as palavras certas nos momentos exatos, ajudá-los e compreendê-los, mas, confessemos, pouco esforço fazemos nesse sentido.

Poderíamos ter parado, observado e ajudado quem precisava. Desculpamo-nos com a falta de disponibilidade para com o outro e com o receio da sua reação. No entanto, o “Outro” não nos vai fazer mal. Apenas nos vai agradecer com um sorriso, um aperto de mão, o gesto de bondade humana. Sim, porque ele (a) acredita que o mundo pode ser um lugar melhor para (con) viver.

Neste Dia Internacional das Pessoas com Deficiência, não se limite a passar ao lado de quem precisa de si. Ultrapasse a diferença. Abra o seu coração para novas realidades humanas, estenda voluntariamente a mão aos que dela precisam e sinta a gratificação. A sua ... e a deles. E verá que o mundo poderá ser um local bem mais agradável. Cabe-lhe a si, em particular, e a todos, no geral, vencer as limitações da sociedade. Hoje são os “Outros”, amanhã pode ser a realidade bem perto de si: a sua família, os seus amigos, os vizinhos.

Por isso, está na altura de modificarmos o nosso modo de pensar, agirmos e incluirmos todos, sem exceção, na escola, na comunidade e na sociedade.

Comecemos já hoje essa tarefa. Na Escola. Dê o primeiro passo.

Contamos consigo. Ultrapasse a diferença!

O Núcleo de Estágio Português- Espanhol

Rossana Rocha

Prova Escrita do Concurso Nacional de Leitura

A professora estagiária Rossana Rocha também participou na elaboração da prova escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura para o 3º ciclo do ensino básico, a decorrer em janeiro, com um questionário à obra “O Príncipezinho”, de Antoine Saint Exupéry, em conjunto com a Professora Orientadora de Português e restante grupo disciplinar de Português.

3.4.3. Espanhol - 2º período

“S. Valentín”

A professora estagiária Rossana Rocha participou na atividade de S. Valentim, que consistiu na afixação de imagens e definições da palavra Amor nas portas de todas as salas de aula dos pavilhões. O objetivo desta atividade era destacar a relevância deste dia, que os discentes desta faixa etária tão bem conhecem, mostrando como o amor é idealizado e vivenciado pelos jovens e algumas das expressões-chave utilizadas na língua de Cervantes. Os alunos, de todos os níveis de escolaridade- do 3º ciclo ao ensino secundário, ao entrarem na sala de aula (como habitualmente), depararam-se, no dia 15 de Fevereiro 2016 (segunda-feira, a seguir ao dia de S. Valentim), com as diferentes imagens nas portas da sala de aula e, quando se fechava a porta, constatava-se a existência de um envelope, no qual se encontravam definições (pessoais) do Amor, escritas em idioma castelhano. Para além de ter colaborado na afixação das imagens, na sexta-feira, prévia à realização da atividade, dia 12 de Fevereiro 2016, a professora estagiária Rossana Rocha também auxiliou os alunos da turma 8º A, no dia 11 de Fevereiro 2016, em colaboração com a Professora Orientadora de Espanhol, Dr.ª Verónica Cruz, na elaboração das mensagens de amor, na correção de erros e na sugestão de ideias para os discentes colorirem os postais, para estes ficarem mais sugestivos e alusivos à temática. A professora estagiária também participou ativamente na divulgação desta atividade, uma vez que a primeira aula da manhã de dia 15 de Fevereiro, ao assistir à aula de Português da turma 11º A da Professora Orientadora de Português, Dr.ª. Alice Carrilho, esta lhe pediu para explicitar, perante a turma, em que consistia esta iniciativa, os objetivos e traduzir a mensagem constante no envelope, tendo a professora estagiária dado o seu contributo nesse sentido, divulgando assim a atividade.

Intercâmbio com escola de Badajoz (Espanha)

A professora estagiária Rossana Rocha também participou na dinamização de atividades para o intercâmbio de uma escola de Badajoz (Espanha) com a Escola Secundária Quinta das Palmeiras, que foram levadas a cabo, na sua maioria, no Clube de Espanhol, com o contributo de todos os professores estagiários do Núcleo de Português- Espanhol e dos alunos que integram o Clube de Espanhol e que consistiram na elaboração de cartazes e de jogos,

para facilitar o acolhimento e a aceitação dos jovens estudantes espanhóis. A professora estagiária Rossana Rocha também esteve presente no dia de realização do intercâmbio (24 de Fevereiro de 2016), acompanhando sempre de perto e estando envolvida na gestão, participação e acompanhamento nas diversas atividades desenvolvidas nesse dia especificamente para esse efeito.

“Clube de Espanhol”

A Professora Estagiária também participou sempre em todas as atividades semanais levadas a cabo no Clube de Espanhol, que se realizava às terças-feiras, das 16:45h às 18:15h.

3.4.4. Português - 2º período

Correção da Prova Escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura

A professora estagiária Rossana Rocha participou na correção da prova escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura para o 3º ciclo do ensino básico, em conjunto com a Professora Orientadora de Português e restantes membros do júri, que se realizou no dia 13 de Janeiro 2016. Também esteve presente na prova escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura para o ensino secundário, que decorreu no dia 14 de Janeiro 2016 (Figs. 51 e 52).



Figs. 51 e 52- Imagem alusiva à participação dos discentes na Prova Escrita (fase eliminatória) do Concurso Nacional de Leitura, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

A professora estagiária também esteve presente na sessão do “Parlamento dos Jovens”, subordinada ao tema: “Ensino Público e Privado- Que Desafios?” que decorreu no dia 13 de Janeiro de 2016 (imagens 102, 103 e 104), na qual participaram as turmas A, B, C e D, do 10º ano, turma D do 11º ano e as turmas B e C do 12º ano. A professora estagiária acompanhou, nesta atividade, a Professora Orientadora de Português e as turmas que a sua Orientadora leciona (10º B e 10º C). Nesta Sessão Escolar, foi aprovado o Projeto de Recomendação da Escola e foram igualmente eleitos os discentes que representarão a Escola na Sessão Distrital/ Regional. (Figs. 53,54 e 55)



Figs. 53, 54 e 55- Imagem referente à participação dos alunos no Parlamento dos Jovens, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

10º edição do Concurso Nacional de Leitura (Prova Oral)

A professora estagiária Rossana Rocha esteve presente, no dia 20 de Janeiro 2016, na 10º edição do Concurso Nacional de Leitura (Prova Oral, a nível de escola) no apuramento para a Fase Distrital (imagens 105, 106 e 107), na qual os discentes procederam à leitura, em voz alta, dos excertos das obras a concurso e responderam às questões relativas às mesmas. Foram selecionados três alunos para o 3º ciclo do ensino básico e três alunos para o ensino secundário. (Figs. 56, 57 e 58)



Figs. 56, 57 e 58- Imagens referentes à participação dos alunos no 10º Concurso Nacional de Leitura (Prova Oral). na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

“ À conversa com o escritor/ ilustrador Pedro Seromenho”

A professora estagiária também esteve presente no encontro: “*A conversa com o escritor/ ilustrador Pedro Seromenho*”, autor de diversos livros, tais como: “As gravatas de meu pai”, “Porque é que os animais não conduzem?”, “Felismina Cartolina e João Papelão”, entre outras obras. O encontro direcionava-se para o seguinte público- alvo: os 7º e 8º anos de escolaridade e decorreu no dia 4 de Fevereiro de 2016 (Figs. 59, 60 e 61):



Figs. 59, 60 e 61- Imagens alusivas à sessão com o escritor/ ilustrador Pedro Seromenho, no dia 4 de Fevereiro de 2016

“ À conversa sobre Frei Luís de Sousa”

No mesmo dia, decorreu uma outra atividade relevante, para um público- alvo diferente: os alunos do ensino secundário, designadamente os discentes do 11º ano. A iniciativa “*À conversa sobre Frei Luís de Sousa*” contou com a presença do Professor Doutor Gabriel Magalhães, da UBI e centrou-se no olhar à obra “*Frei Luís de Sousa*”, que é parte integrante do currículo da disciplina de Português no 11º ano de escolaridade.

“ À conversa com Sandro William Junqueira”

Em março, realizou-se mais um encontro com um escritor, neste caso concreto com Sandro William Junqueira, autor de livros como: “No céu não há limões”, “O caderno do algoz”, entre outros títulos, direcionado para discentes do ensino secundário, especificamente para 11º e 12º anos de escolaridade (11º C, 12º C, 12º D e 12º E), tendo a professora estagiária acompanhado a turma 11º C a esta atividade, em conjunto com a Professora Orientadora de Português. Ressalve-se que o escritor tem também um percurso ligado ao teatro (encenador, ator e professor). A atividade decorreu no dia 4 de Março de 2016 (Figs. 62, 63, 64 e 65).



Figs. 62, 63, 64 e 65- Imagens referentes à sessão com o escritor Sandro William Junqueira, no dia 4 de Março de 2016

Ainda no mês de Março de 2016, decorreu a “Semana da Leitura”, com diversas atividades nas quais a professora estagiária dinamizou atividades e/ ou participou (Fig. 66).

SEMANA DA LEITURA

ESCREVER — OUVIR — PENSAR — CRIAR — SONHAR — CONHECER — EXPLORAR

14 a 18 de março de 2016

“Elos de leitura”

PROGRAMA:

2ª Feira	3ª Feira	4ª Feira	5ª Feira	6ª Feira
<p>Manhã</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inauguração Feira do Livro - Exposição: Figuras dos Descobrimientos - Exposição: Cartografia nos séculos XVI e XVII - Decoração da BE/Escola Elos de Leitura - Dia do PI Almoço temático 	<p>Manhã</p> <ul style="list-style-type: none"> - Do Livro à tela (sessões de cinema) <p>10h00</p> <ul style="list-style-type: none"> - À conversa com os leitores do Clube de Leitura “Banda das Letras” (7ºE e 8ºB) 	<p>Manhã</p> <ul style="list-style-type: none"> - Viva a Leitura Pseudo-Manifestações - Ciclo de curtas metragens <p>21h00</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sarau Literário “Apanhados a Ler” - Momento Musical (alunos do ensino articulado em colaboração com o Conservatório R. M. da Covilhã) - Lançamento do Livro <i>O Indomável estêvão... de Jorge Ivanovich Salazar</i>, com a chancela da “Editorial oficina” - Momento Musical 	<p>Durante todo o dia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado Árabe - SOCO <p>Manhã</p> <ul style="list-style-type: none"> - À Cidade e as Serras - o olhar do pintor esvilhanense, João Salcedas - Pé de Livro (Paddy papper) <p>Tarde</p> <ul style="list-style-type: none"> - À conversa com a escritora Dulcineia (8ºano) - Palestra: Os amigos da axiomática nas letras de Sérgio Godinho 	<p>Durante todo o dia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vai um poema? <p>Manhã</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concurso: Descobrimientos de Astronomia (7ºano) <p>10h00</p> <ul style="list-style-type: none"> - À conversa com os leitores do Clube de Leitura “Banda das Letras” (7ºB e 7ºD)

Fig. 66- Figura alusiva ao cartaz anunciando a Semana da Leitura, de 14 a 18 de Março de 2016

“Elos de Leitura”

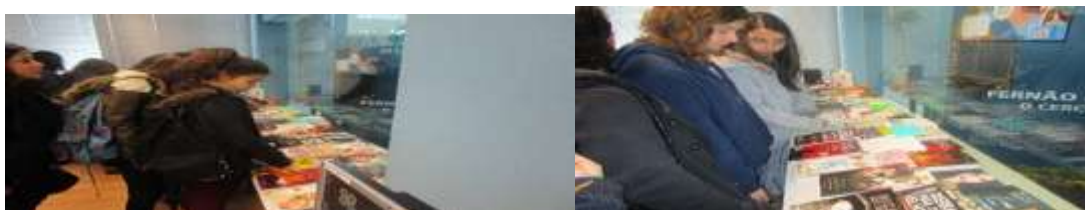
Para sensibilizar os discentes, a comunidade educativa e conferir mais visibilidade à iniciativa da “Semana da Leitura”, o departamento de Línguas criou a seguinte atividade: os alunos dos diversos anos de escolaridade procederam à elaboração de “elos”, escrevendo em cada elo o que significava para cada um dos discentes a leitura, utilizando palavras em português, inglês, espanhol e francês. A professora estagiária também participou nesta atividade, designadamente nas turmas 8º A e 8º C, em Espanhol, ajudando os alunos a selecionarem a palavra que pretendiam utilizar como “elo”. Os elos foram montados em “cadeias”, nos pavilhões e na biblioteca. Foram também elaborados “crachás” de sensibilização para a iniciativa, com a seguinte mensagem: “*Apanhados a ler.*” (Figs. 67,68, 69).



Figs. 67, 68 e 69- Imagens relativas à dinamização de atividades na Semana da Leitura: “Elos de Leitura” e crachás.

“Feira do Livro”

De ressaltar que decorreu também, ao longo da “Semana da Leitura”, a “Feira do Livro”, para sensibilizar os discentes para incrementarem os seus hábitos de leitura. A professora estagiária acompanhou os alunos do 11º A, juntamente com a Professora Orientadora de Português, à biblioteca, para verem as novidades editoriais e obras pertinentes da “Feira do Livro.” (Figs. 70 e 71)



Figs. 70 e 71- Imagens alusivas à participação de alunos na “Feira do Livro”

“Sarau Literário”

No dia 16 de março de 2016, a professora estagiária Rossana Rocha esteve presente na “noite literária”, no “Sarau Literário” e no lançamento do livro: “*O indominável colchão estupidamente sensual*”, da autoria dos discentes da Oficina de Escrita, atividade levada a cabo pelo professor estagiário Jorge Ferreira (Figs. 72 e 73).



Figs. 72 e 73- Imagens referentes à realização do Sarau Literário, no dia 16 de Março de 2016

Peddy paper “Pé de livros”

No dia 17 de março de 2016, às 15 horas, a professora estagiária Rossana Rocha participou na realização do Peddy Paper “Pé de livros”, uma iniciativa conjunta dos Núcleos de Estágio de Português- Espanhol e de Educação Física, com atividades nas disciplinas de Português, Espanhol e Educação Física. Os discentes “colocaram à prova” os seus conhecimentos gerais de Português e Espanhol, bem como “testaram” a sua condição física. As turmas participantes neste peddy paper foram 7^{os} e 8^{os} anos de escolaridade. Sagrou-se vencedora a equipa “Apanhados a ler”, com a classificação de quatrocentos e treze pontos.

“Banda das Letras”

No dia 18 de março de 2016, a professora estagiária esteve presente na atividade da “Banda das Letras”, dinamizada pela professora estagiária Manuela Aguilar, tendo como público- alvo os 8^{os} anos de escolaridade. Esta iniciativa pretendeu abordar o livro: “*A lua de Joana*”, de Maria Teresa González, focando-se na abordagem de algumas temáticas constantes do livro (a toxicodependência) e que constituem preocupações, típicas do complexo universo do mundo dos adolescentes (Figs. 74 e 75)



Figs. 74 e 75- Imagens referentes à participação dos alunos na sessão

“Vai um poema?”

Por último, no dia 18 de Março de 2016, a professora estagiária Rossana Rocha dinamizou e participou na atividade: “*Vai um poema?*”, iniciativa alusiva à comemoração (antecipada) do Dia Mundial da Poesia (21 de Março), considerando que o 2^o período letivo terminava no dia 18 de Março 2016. A professora estagiária Rossana Rocha participou nesta

atividade e também na sua organização, em conjunto com a Professora Bibliotecária, Dr^a. Albertina Leitão e com a Professora Orientadora de Português, Dr^a. Alice Carrilho. Esta iniciativa consistiu na distribuição de cerca de quinhentos poemas, subordinados ao tema da Poesia, de diversos poetas portugueses (Miguel Torga, Antero de Quental, Florbela Espanca, Fernando Pessoa, Sophia de Mello Breyner Andresen), pelos Professores da escola (na Sala de Professores), pelos Assistentes Operacionais e Funcionários dos pavilhões e alunos de todos os níveis de escolaridade. A adesão a esta iniciativa foi bastante significativa e excedeu mesmo as expectativas, tendo sido distribuídos os quinhentos poemas em cerca de vinte minutos, no intervalo das 09:50h- 10:05h, sensivelmente. A distribuição dos poemas contou também com a presença de algumas alunas do 12º ano de escolaridade, que integram a “Oficina de Poesia”, atividade dinamizada pela professora estagiária Rossana Rocha (Figs. 76, 77, 78 e 79).



Figs. 76, 77, 78 e 79- Imagens alusivas às atividades do “Dia da Poesia”, no dia 18 de Março de 2016

3.4.5. Espanhol - 3º período

A professora estagiária participou na realização de uma atividade da disciplina de Espanhol, alusiva ao Dia Mundial da Saúde (7 de abril), que consistiu na realização de marcadores para livros, em forma de alimentos, com mensagens que apelavam ao seu consumo, considerando os benefícios para a saúde. Os referidos marcadores foram depois disponibilizados no Dia Mundial da Saúde, na mesa onde os alimentos foram colocados, durante o pequeno - almoço saudável, que se realizou no intervalo das 09:50h- 10:05h, aberto à Comunidade Escolar, visando sensibilizar os alunos para o consumo destes alimentos saudáveis (por exemplo: alface, laranjas, maçãs, entre outros produtos). A professora estagiária também participou nesta atividade, tendo elucidado alguns alunos sobre o benefício de adquirir novos hábitos alimentares (Figs. 80, 81 e 82).



No âmbito da disciplina de Espanhol, a professora estagiária Rossana Rocha também participou na Sessão de Sensibilização “Educação Alimentar- SPO”, juntamente com a Professora Orientadora de Espanhol e com as suas turmas 8º A e 8º C.

A professora estagiária também participou na atividade subordinada ao “Dia Mundial do Livro”, que consistiu na conceção e montagem de uma árvore em cartão “Árbol de las sinestesias literarias”, decorada com “folhas” nas quais constavam citações alusivas a obras de escritores hispânicos. As citações escritas nas folhas espelham a atividade realizada pelos alunos do “Clube de Espanhol”. A professora estagiária Rossana Rocha, para além de ter colaborado nesta iniciativa do ponto de vista de uma atividade dinamizada pelo “Clube de Espanhol”, também se associou a esta atividade, com a participação dos seus alunos da “Oficina de Poesia”, que selecionaram poemas alusivos à importância do livro e da leitura (Figs. 83 e 84).



Figs. 83 e 84- Imagens referentes à exposição da “Árbol de las sinestesias”, no âmbito da comemoração do “Dia Mundial do Livro”

A professora estagiária Rossana Rocha colaborou também com a redação de três notícias referentes a atividades dinamizadas no âmbito da disciplina de Espanhol.

CREACIONES DEL CLUB DE ESPAÑOL

El club Español para Todos, una iniciativa de los profesores de esta asignatura, ocurre todos los martes (de las 16:45h hasta las 18:15h, en el aula 22).

Aquí, sus miembros aprenden, de forma lúdica, el idioma de Cervantes y también aspectos culturales de los países de lengua española, en un entorno marcado por la amistad y por las sonrisas.

Además, se inventan muchos textos divertidos, como las “greguerías”(mensajes [críticos o humorísticos](#) que presentan una [visión de la realidad sorprendente](#)). A continuación, se presentan algunas relacionadas con el cuerpo humano:



- ❖ *La danza de las caderas.*
- ❖ *Las **piernas** son los pilares.*
- ❖ *El **cuello** es amigo de la jirafa.*
- ❖ *Tú te crees el **ombligo** del mundo.*
- ❖ *La **cabeza** es un casco.*
- ❖ *Las **manos** son los pies de los brazos.*
- ❖ *El **cuerpo** es un gran signo de exclamación.*



Artículo escrito por la profesora en prácticas Rossana Rocha

Intercambio de Español

Se realizó, el día 24 de febrero de 2016, el intercambio con el instituto de Badajoz (España). “Nuestros hermanos” nos han visitado, para conocer un instituto portugués, sus instalaciones y también para conocer a Covilhã y a la “Serra da Estrella”. Los estudiantes españoles, del nono y décimo cursos, han sido recibidos, con entusiasmo, por muchos estudiantes, en nuestro instituto.

Además de un almuerzo, durante lo cual han podido convivir con nuestros estudiantes de varios cursos, han podido también participar en las diversas actividades creadas por el Club de Español.

Antes de regresar a España, “nuestros hermanos” han escrito una dedicatoria, un testimonio de su pasaje por nuestro instituto, en la cual comprobaran que les había gustado muchísimo conocer a los estudiantes portugueses.

Artículo redactado por la profesora en prácticas Rossana Rocha

SALIDA DE ESTUDIO A MADRID

Los días 1, 2 y tres de abril de 2016, los alumnos del séptimo, octavo y noveno cursos que estudian la lengua española realizaron un viaje a Madrid, para conocer los lugares y aspectos culturales más importantes de la capital española: la Gran Vía, el Estadio Santiago Bernabéu, el Palacio Real, la palpitante Puerta del Sol y el Museo del Prado.

Los alumnos fueron guiados por el profesor Jorge Pombo y tres “hadas madrinas” (las profesoras Verónica Cruz, Ivone Martinho y Célia Prata).

Esta salida ha permitido a los estudiantes, por una parte, conocer la realidad castellana in loco: la vida cultural, el ritmo frenético y cosmopolita de Madrid, la gastronomía española; por otra parte pudieron disfrutar las atracciones del Parque Warner. Hay que subrayar también la buena convivencia entre alumnos y profesores y las inolvidables “tertulias”...

Las vivencias de este fin de semana alargado seguramente permanecerán en la memoria de todos los que han participado en el viaje. ¡Ahora, las clases de Español tendrán un “sabor” especial al recordar los buenos momentos compartidos en Madrid!

Artículo escrito por la profesora en prácticas Rossana Rocha

3.4.6. Português - 3º período

A professora estagiária Rossana Rocha participou com a redação de um artigo jornalístico para o Jornal Escolar da escola, referente à realização do peddy- paper de dia 17 de Março de 2016, evento que decorreu na “Semana da Leitura”, no penúltimo dia de aulas.

Notícia

No passado dia 17 de março de 2016, realizou-se na nossa escola o peddypaper “Pé de livros”. A atividade, que decorreu no âmbito da “Semana da Leitura”, constituiu-se como uma iniciativa conjunta dos Núcleos de Estágio de Educação Física e de Português - Espanhol, do Departamento de Línguas, da BECRE e contou com a participação de turmas dos 7º e 8º anos de escolaridade, que aderiram entusiasticamente.

Na atividade, os alunos responderam a questões de conhecimento geral de Português e Espanhol, para além de terem “testado” a sua condição física nas diversas provas do peddypaper.

A iniciativa pautou-se por uma tarde bem animada, com uma participação bastante renhida entre todas as dez equipas participantes. Estas obtiveram bons resultados, demonstrando, deste modo, o evidente interesse no peddypaper. A equipa quatro (“Apanhados a Ler”) sagrou-se como a grande vencedora desta atividade, tendo obtido a pontuação de quatrocentos e treze pontos. Parabéns a todos pela participação!

Núcleo de Estágio de Português- Espanhol

Professora Estagiária Rossana Rocha

Para assinalar o Dia Mundial do Livro, a professora estagiária participou no evento que assinalou os “parabéns ao livro”, que decorreu no dia 26 de Abril, às 10h, na Biblioteca do CTE, com a presença da Professora Orientadora de Português, Dr^a Alice Carrilho, e da Professora de Português Goreti Martins e da turma 11º D (Figs. 85 e 86).



Figs. 85 e 86- Imagens alusivas ao “Dia do Livro”, comemorado no dia 26 de abril de 2016, na Escola Secundária Quinta das Palmeiras

A professora estagiária também participou na atividade “Bancos com sentido”, no mesmo dia, conforme agendado, no âmbito da comemoração do Dia Mundial do Livro (que não pôde ser assinalado na data correta, considerando o facto de coincidir com um fim de semana). Esta atividade consistiu na gravação de citações de escritores (enfatizando a relevância da leitura e dos livros) nos bancos do recinto escolar. Para além de ser um local de passagem para os alunos se deslocarem para as salas de aula, potenciando a leitura das citações, o facto de as mesmas terem sido gravadas permite que perdurem no tempo, contribuindo para veicular uma mensagem a diferentes gerações de alunos. Esta atividade foi dinamizada pela professora estagiária Rossana Rocha, no âmbito da Oficina de Poesia, com o apoio da Professora Orientadora de Português, Dr^a Alice Carrilho, da professora Alcina Santos, que contribuiu com a realização dos moldes para a gravação e com alguns alunos capazes de desempenharem esta tarefa, do Curso Profissional de Multimédia, da professora bibliotecária Albertina Leitão, da BECRE e do contributo de alguns alunos da Oficina de Poesia (Figs. 87, 88 e 89).



Figs. 87, 88 e 89- Imagens alusivas à realização da atividade “Bancos com sentido”, no dia 26 de abril de 2016

A professora estagiária também elaborou a notícia, divulgada no blog da BECRE, alusiva à comemoração da data:

Dia Mundial do Livro

O Dia Mundial do Livro é comemorado, desde 1996 e por decisão da UNESCO, a 23 de abril. É uma data bastante importante para a literatura, porque se assinala também a morte de dois grandes escritores, Shakespeare e Cervantes, que nos deixaram um legado valioso nas letras. Este ano comemoram-se os 400 anos da morte de Shakespeare, um poeta, dramaturgo e ator inglês, autor das peças Romeu e Julieta e Hamlet. Cervantes foi um poeta castelhano, romancista e também dramaturgo, autor do romance Dom Quixote de la Mancha.

Na BECRE, não nos esquecemos deste dia e associámo-nos às comemorações; inaugurámos a exposição “Árbol de las sinestesias”, uma “árvore” com citações de escritores hispânicos, uma iniciativa do “Clube de Espanhol”, e também “decorada” com poemas de poetas portugueses e de expressão portuguesa, uma atividade dinamizada pelos alunos da “Oficina de Poesia”.

Para assinalar o Dia Mundial do Livro cantámos os “parabéns ao livro” e, nos bancos do recinto escolar, gravámos mensagens sobre a importância da leitura e dos livros com a colaboração dos alunos do Curso Profissional Técnico de Multimédia.

“Muitas felicidades, muitos anos de vida!” ...

Núcleo de Estágio Português - Espanhol

Professora estagiária Rossana Rocha

3.5. Participação em outras atividades

A professora estagiária também marcou presença em alguns eventos que, não derivando diretamente da sua área disciplinar, permitiram, no entanto, acompanhar e envolver-se mais nas atividades desenvolvidas transversalmente na escola, sentindo o “pulsar” da mesma. Estas foram algumas das atividades:

“Mercado árabe”

No dia 17 de março de 2016, a sua participação no “Mercado árabe”, uma iniciativa de diversos grupos disciplinares (História, Físico- Química, Biologia), onde eram apresentados objetos e a cultura de origem árabe, provenientes do norte de África: Marrocos, Tunísia, Argélia etc. Os artigos expostos incluíam diversos objetos de uso quotidiano (almofadas, tapeçaria, candeeiros, vestuário, sapatos), bem como produtos (várias especiarias típicas do norte de África). Para além de ter visitado o “Mercado Árabe”, a professora estagiária também contribuiu com alguns objetos pessoais que adquiriu em viagens efetuadas a Marrocos e à Tunísia (designadamente: um “camelo” e um candeeiro), objetos provenientes destes países árabes do norte de África, para ajudar a dar “corpo” à iniciativa, respondendo, assim,

ao repto lançado pelos grupos disciplinares organizadores da iniciativa, que tinham solicitado o contributo de todos os docentes da escola (Figs. 90, 91, 92 e 93).



Figs. 90, 91, 92 e 93- Imagens referentes à atividade “Mercado Árabe”

“A Cidade e as Serras”- o olhar covilhanense do pintor João Salcedas

Ainda no dia 17 de março de 2016, no período da manhã, o pintor covilhanense João Salcedas partilhou com os professores e alunos o seu olhar sobre *A Cidade e as Serras*, de Eça de Queirós, mostrando que, através da Pintura, é possível vivenciar a plenitude e as impressões sinestésicas de um texto literário. Considerando que a obra de Eça de Queirós, acima referida, consta do programa atual do 11º ano de escolaridade, a professora estagiária achou que deveria comparecer na referida sessão, para também se “inteirar” dos olhares de outras artes sobre a Literatura (Figs. 94, 95 e 96).



Figs. 94, 95 e 96- Imagens relativas à atividade “A Cidade e as Serras”, dinamizada pelo pintor João Salcedas

Jantar de Encerramento da “Semana da Leitura”

No dia 18 de março de 2016, a professora estagiária participou também no Jantar de encerramento da “Semana da Leitura”, momento no qual foi possível efetuar um balanço das atividades desenvolvidas ao longo desta semana, bem como uma oportunidade para fomentar o convívio entre os docentes não só do Departamento de Línguas, bem como com docentes de outras áreas disciplinares.

Visita de estudo a Mérida (Espanha)

No âmbito de solicitação do grupo de História, a professora estagiária Rossana Rocha acompanhou as turmas do 7º ano de escolaridade na visita a Mérida, a 15 de Abril de 2016.

Esta atividade permitiu-lhe interagir com os alunos num contexto de grande responsabilização, decorrente do facto de os discentes estarem ausentes no estrangeiro e de terem conhecimentos muito básicos de Espanhol (existiam alunos que nem sequer tinham Espanhol como língua, mas sim Francês). A professora estagiária considerou que era útil acompanhar os restantes colegas nesta visita de estudo, para a eventualidade de surgir algum problema e ser necessário alguém falar o idioma espanhol.

Adopção de manuais escolares

No âmbito da adopção do manual escolar para o 11º ano de escolaridade, para o ano letivo 2016/2017, a professora estagiária participou no evento com a editora ASA, no dia 13 de abril 2016, juntamente com a Professora Orientadora de Português e com outras Professoras do grupo de Português, que se realizou na escola, no qual foi elucidado o projeto desta editora e atribuídos os manuais. A presença da professora estagiária neste evento permitiu-lhe “inteirar-se” dos novos conteúdos programáticos e das alterações para o nível de escolaridade acima enunciado, algo que lhe parece relevante, considerando o exercício futuro da profissão docente. Na mesma linha de eventos, a professora estagiária participou no evento com a editora Raíz, que se realizou no dia 29 de Abril de 2016, no Hotel Tryp da Covilhã, no qual foi igualmente apresentado o projeto e cedido o manual escolar, bem como na apresentação de dois projetos escolares da Porto Editora, no dia 4 de maio de 2016.

Workshop : “A musicalidade na poesia”

A professora estagiária compareceu no referido workshop, com a presença do Professor Doutor Gabriel Magalhães, numa sessão direccionada para os alunos da “Banda das Letras”, do 3º ciclo do ensino básico, da professora estagiária Manuela Aguilar (figura 95).



Fig. 97- Imagem alusiva à realização do workshop “A musicalidade na Poesia”

3.6. Conclusão

O ano letivo de 2015/2016 foi muito relevante para mim, enquanto professora estagiária de Espanhol e de Português. Esta experiência profissional e académica constituiu um desafio, na medida em que permitiu um contato direto com os discentes, num ambiente escolar, nas múltiplas vivências do dia-a-dia. O professor estagiário, na ânsia de captar cada momento, de perceber a sua singularidade, de ver alunos em vez de uma “massa homogénea” de jovens em idade escolar, vive intensamente cada dia passado na escola, as aulas que decorreram, as atividades que se desenvolveram. O meu quotidiano de professora estagiária não foi exceção. Colocada na Escola Secundária Quinta das Palmeiras, na Covilhã, deparei-me com um cenário escolar diferente. Tendo eu raízes geográficas distintas, confesso que não sabia o que esperar. Considerei que a melhor atitude era a de ser recetiva às novas realidades e vivências. E não me dececionei. Apresentei-me “ao serviço” a 1 de Setembro de 2015, tendo travado conhecimento com a Professora Orientadora de Espanhol, Dr.^a Verónica Cruz, e com a Professora Orientadora de Português, Dr.^a Alice Carrilho. Ambas deram as suas “boas vindas” ao grupo de estagiários, que incluía três elementos, e elucidaram-me em vários aspetos, designadamente o trabalho de professora estagiária que teria que desenvolver ao longo do ano letivo, os parâmetros pelos quais seria avaliada e os contributos profissionais que eram esperados da minha parte. A Professora Orientadora de Espanhol possuía turmas do 3º ciclo do ensino básico (8º e 9º anos de escolaridade), pelo que a minha prática letiva passaria por dar aulas a esse nível de ensino. No entanto, a Professora Orientadora de Português tinha turmas do ensino secundário, designadamente turmas do 10º e 11º anos de escolaridade. Deste modo, o facto de ambas as Orientadoras terem níveis de ensino que se “complementavam” permitiu-me adquirir alguma experiência pedagógica tanto no 3º ciclo do ensino básico, como no ensino secundário.

Conheci as diferentes turmas que ambas as Orientadoras tinham e, apesar de não lecionar em todas elas, preocupei-me em assistir às aulas de todas as turmas, de Espanhol e de Português, embora reconheça que acompanhei mais de perto as turmas nas quais lecionei.

Durante este ano letivo, planifiquei três unidades didáticas para Espanhol e três unidades didáticas para Português (uma por cada período), as quais foram devidamente analisadas e orientadas com comentários e sugestões, pelas Professoras Orientadoras. Considerando o tema do presente Relatório de Estágio e o *corpus* académico que foi desenvolvido ao longo da primeira parte, pretendi enquadrar a Publicidade e a Argumentação em algumas das aulas que dei. Constatei que a Publicidade tem uma presença bastante pertinente nos manuais de Espanhol de 8º e 9º anos de escolaridade, que permite e potencia um bom aproveitamento didático, quer numa componente introdutória de uma unidade, quer no desenvolvimento da unidade curricular, apesar de não se constituir, “ela própria”, uma temática em si mesma neste nível de ensino. Para o 3º ciclo do ensino básico, em língua estrangeira (neste caso concreto), a Argumentação, também em si mesma, não é muito explorada, embora seja “utilizada” em conjunto com a Publicidade. No entanto, a utilização

da Publicidade em aulas para discentes do 3º ciclo de ensino básico apresenta um potencial bastante elevado, porque motiva os alunos para a aprendizagem, através da utilização de um dispositivo comunicacional com poder nas componentes linguísticas e icónicas, que os discentes conhecem bem, tendo em conta outros suportes (televisivo, imprensa, radiofónico). O inegável interesse na apresentação didática de conteúdos recorrendo à Publicidade e à Argumentação que constatei na primeira turma de 8º ano de Espanhol permite-me compreender que um Professor poderá e deverá recorrer a esta “ferramenta” para motivar (ainda mais) os alunos. Considero que o desafio que se apresenta à geração presente e futura de professores é a da motivação, uma vez que creio que os novos discentes, porquanto enquadrados numa sociedade de contornos marcadamente tecnológicos, são alvo de uma receção massiva de mensagens e imagens de diverso teor, presentes em sites de internet, nas redes sociais e têm uma tendência para assimilar em poucos minutos, o manancial de informação que se lhes apresenta, mas têm dificuldades em destrinçar o mesmo, em manter a atenção e em compreender o que é verdadeiramente relevante, necessitando de um professor para os orientar nessa experiência. Os discentes, vivendo neste mundo tecnológico, também têm uma maior propensão para prestarem atenção a estímulos visuais (para os quais a vivência numa era tecnológica, de telemóveis inteligentes, com conexão à internet os predispõe) nos quais as imagens têm uma presença bastante forte, pelo que creio que, se um professor pretende captar-lhes a atenção para a aprendizagem de um determinado conteúdo programático, deverá recorrer a dispositivos comunicacionais com imagens que lhes sejam apelativas, com mensagens marcantes e com impacto, para que não se percam na “avalanche” da informação que “escoa entre os dedos”. Uma vez captada a atenção dos discentes, através do recurso à Publicidade e à Argumentação, caberá ao Docente “orientá-la” para os fins didáticos a que estes dispositivos comunicacionais se destinam. No entanto, considerando também a Publicidade e a Argumentação enquanto dispositivos comunicacionais que não são neutros e que podem “servir” interesses comerciais, é fulcral fazer compreender aos alunos que a Publicidade nem sempre assume um “cariz neutro” ou apenas fins institucionais. Todavia, em termos globais considero que a minha prática letiva neste ano de estágio, recorrendo à utilização da Publicidade e da Argumentação, me permitiu compreender que existe potencial nestes dispositivos didáticos, mas que essa “gestão didática” deverá ser feita de forma equilibrada e consciente, por parte do Professor.

Relativamente à Argumentação, compreendi que tem bastante relevância para o ensino secundário (para além do conteúdo programático, inclui-se mesmo uma obra literária - “Sermão de Santo António”), porque consta dos atuais *curricula* de Português do ensino secundário (no 11º ano de escolaridade), para além de se abordar a Argumentação no contexto de Apreciações Críticas (conteúdo do 10º ano de escolaridade) e do Texto Argumentativo, (11º ano de escolaridade) conferindo-se bastante ênfase a este tópico, visando preparar os discentes para uma futura vida profissional e pessoal e uma melhor vivência em sociedade (para que possam fazer apreciações críticas de teor cultural, argumentar em apresentações de reclamações). No ensino secundário, a Publicidade é

abordada como conteúdo curricular, com maior especificidade e conferindo primazia aos mecanismos linguísticos e estilísticos. O anúncio publicitário é abordado enquanto gênero textual não literário. Na turma do 10º ano, na qual abordei a Publicidade, estabelecendo uma “ponte” com os conteúdos programáticos previamente abordados (as Reflexões do Poeta), explicando-lhes que, considerando a temáticas das reflexões do Canto I (a fragilidade humana, os perigos e obstáculos que rodeiam o Homem, os limites da existência humana), a Publicidade já apresenta produtos e bens para resolver estas questões), creio que os discentes compreenderam e assimilaram melhor o conteúdo das Reflexões do Canto I. A criação de um anúncio publicitário a partir de uma imagem (em contexto de trabalho de grupo) permitiu igualmente assimilar mais facilmente o conteúdo programático da Publicidade, praticando em contexto os mecanismos linguísticos e estilísticos, mantendo a língua portuguesa no seu “registro vivo”.

Considero que este trabalho de planificação e de dar as aulas a Espanhol e a Português, tentando sempre enquadrar a Publicidade e a Argumentação, contando com a orientação das Professoras Orientadoras, foi bastante relevante, uma vez que as críticas construtivas de ambas as Orientadoras me permitiram adquirir uma versão mais “docente” dos materiais planificados e construídos, de maior sensibilidade face a eventuais focos de dificuldade na compreensão de alguns conteúdos programáticos e também de maior experiência pedagógica. Considero que estas críticas permitiram, adicionalmente, um maior crescimento intelectual e profissional. Todas as turmas, nas quais lecionei ambas as disciplinas, tinham características distintas em diversas vertentes (dimensão da turma, idades, características socio- económicas, ambições pessoais e profissionais etc), pelo que a experiência de lecionação se traduziu numa experiência muito gratificante e enriquecedora, possibilitando-me um maior conhecimento das diferentes realidades dos jovens adolescentes. Considero que as planificações das unidades didáticas e as aulas assistidas foram momentos muito marcantes e de inegável valor, neste segundo ano de Mestrado, uma vez que penso que me ajudaram a “criar” a minha prática pedagógica, partindo da observação de práticas pedagógicas que se constituíram como “modelos”. Creio que é fulcral um professor estagiário ter um referencial de práticas pedagógicas, para mais facilmente “conceber” a “sua” prática pedagógica. A participação em atividades na escola também é importante, porquanto nos permite ter uma visão dos interesses e motivações que movem os jovens que estudam num determinado estabelecimento de ensino e, nesse sentido, tentei participar “ao máximo” nas numerosas atividades que decorreram na Escola Secundária Quinta das Palmeiras e dinamizar também as minhas próprias atividades.

Apesar da extraordinária experiência neste estabelecimento de ensino, penso que esta é apenas uma etapa (a mais importante) para um futuro docente. Considero que o processo formativo não termina aqui. Ao longo do tempo, a profissão docente confronta-se com novos desafios e exigências. Caberá ao docente acompanhar a par e passo as novas mutações. Desejo sinceramente que este seja o ponto de partida basilar para que eu possa estar à altura das expectativas que se depositam na nova geração de professores.

Bibliografia

ABCHI, Verónica Sanchez et alii, “Escribir Textos Argumentativos desde el inicio de la escolaridad. Un análisis de textos producidos a partir de una secuencia didáctica”. In: *Trab. Ling. Aplic.*, Campinas, n (51.2), jul./dez. 2012, pp. 409-432.

ALAMEDA- GARCÍA, David et alii, “El sector publicitario en su triple vertiente económica, estructural y cultural”. In: *Palabra-Clave*, Vol. 16, Nº 1, Abril de 2013, pp.182- 214.

BENTHAM, Jeremy, “Da Publicidade”. In: *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 6, Brasília, Julho-Dezembro 2011, pp. 277- 294.

BRETON, Philippe, *A Argumentação na Comunicação*, Publicações D. Quixote, Lisboa, 2003.

BROCHAND, Bernard et alii, *Publicitor*, Edições D. Quixote, Lisboa, 1999.

CAMPOS, Maria Inês, “Textos Argumentativos em materiais argumentativos: que proposta seguir?” In: *COR_PR3_delta_27-2_miolo.indd* 223.

CORREDOR, Felipe Parrado, “J. B. Watson e a Publicidade, o Começo da Psicologia do Consumidor”. In: *Revista Colombiana de Psicología* Vol. 22, nº 2- Julio- Diciembre 2013.

DURAND, José Carlos, “Educação e ideologia do talento no mundo da Publicidade”. In: *Cadernos de Pesquisa*, v. 36, n. 128, Fundação Getúlio Vargas, Centro de Estudos da Cultura e do Consumo, maio/agosto 2006.

ECHEVARRÍ, Gerardo, “La transposición didáctica como estatuto epistemológico fundante de los saberes académicos del profesor”. In: *Folios*, Segunda época, Nº 37, Primeiro semestre de 2013, pp. 83-93.

ESPÍNDOLA, Lucienne, “Funções semântico-discursivas de expressões linguísticas que materializam metáforas conceituais em gêneros discursivos”. In: *D.E.L.T.A.*, 26: especial, Universidade Federal da Paraíba, 2010, pp.571-585.

GOMES, Maria Carmen, “Ação social midiaticizada: analisando a recontextualização de um evento social”. In: *Linguagem em (Dis)curso*, Palhoça, SC, v. 10, n. 2, p. 293-313, maio/agosto 2010, pp. 293-313.

MAGALHÃES, Izabel, “Critical Discourse analysis: the semiotic construction of gender identities”. In: *D.E.L.T.A.*, 21, Especial, 2005, pp. 179- 205.

MARQUES, Carla Maria, *A Argumentação Oral Formal em Contexto Escolar*, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2010. (Tese de doutoramento).

MOREIRA, Alberto, “Cultura Midiática e Educação Infantil”. In: *Educ. Soc.*, Campinas, vol. 24, n. 85, p. 1203-1235, dezembro 2003, pp. 1203-1235.

NAVARRO- BAILÓN, María Ángeles et alii, “Efectos de la consistencia estratégica del Mensaje en el Consumidor”. In: *Cuad. Adm.*, Bogotá (Colombia), 22 (38), enero- junio de 2009, pp. 73- 100.

PEREIRA, Rita, “Infância, Televisão e Publicidade: uma metodologia de pesquisa na construção.” In: *Cadernos de Pesquisa*, n. 115, Março de 2002, pp. 235- 264.

PINHEIRO, Regina e LEITÃO, Selma, “Consciência da “Estrutura Argumentativa” e Produção Textual”. In: *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Out-Dez 2007, Vol. 23 n. 4, Universidade de Campinas, pp. 423-432.

PIPIKIN, Mabel, “Producción escrita como función epistémica. Reflexión y re-escritura de textos argumentativos en contextos de interacción”. In: *Ciencia, Docencia y Tecnología* nº 37, Año XIX, noviembre de 2008.

SANTOS, Tarcyanie C. “Publicidade e Consumo Responsável”. In: *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 26, dez. 2013, p. 201-213.

SOARES, Doris, “Elementos básicos para a análise de Textos Argumentativos em Língua Portuguesa”. In: *Trab. Ling. Aplic.*, Campinas, 48(1), Jan./Jun. 2009, pp. 71-86.

SOARES, Thereza, “Narrativa escolar e publicidade”. In: *Rev. Brasileira de Linguística Aplicada*, v.3, n. 1, 41-184, 2003 41, (PIBIC / UERJ).

TRINDADE, Eneus, PEREZ, Clotilde, “Os múltiplos sujeitos da publicidade contemporânea”. In: *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Out/Dez. 2009.

Documentos Orientadores da Prática Pedagógica

Manuais Escolares

CAMEIRA, Célia et alii, *Mensagens- Português 10º ano*, Texto Editora, Lisboa, 2015.

PACHECO, Luísa e BARBOSA, Maria José, *¡Ahora Español! 2*, AreaL Editores, Lisboa, 2014.

PACHECO, Luísa e BARBOSA, Maria José, *¡Ahora Español! 3*, AreaL Editores, Lisboa, 2015.

SILVA, Pedro et alii, *Expressões 11- Português 11º ano*, Porto Editora, Porto, 2011.

Programas

Ministério da Educação, *Espanhol - Programa e Organização Curricular- Ensino Básico (3º ciclo)*, DGIDC, Lisboa, 1997.

Ministério da Educação, *Programa e Metas Curriculares de Português-Ensino Secundário*, DGIDC, Lisboa, Janeiro de 2014.

Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas-Aprendizagem, Ensino e Avaliação, Edições ASA, Lisboa, 2001.

ANEXOS

 Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

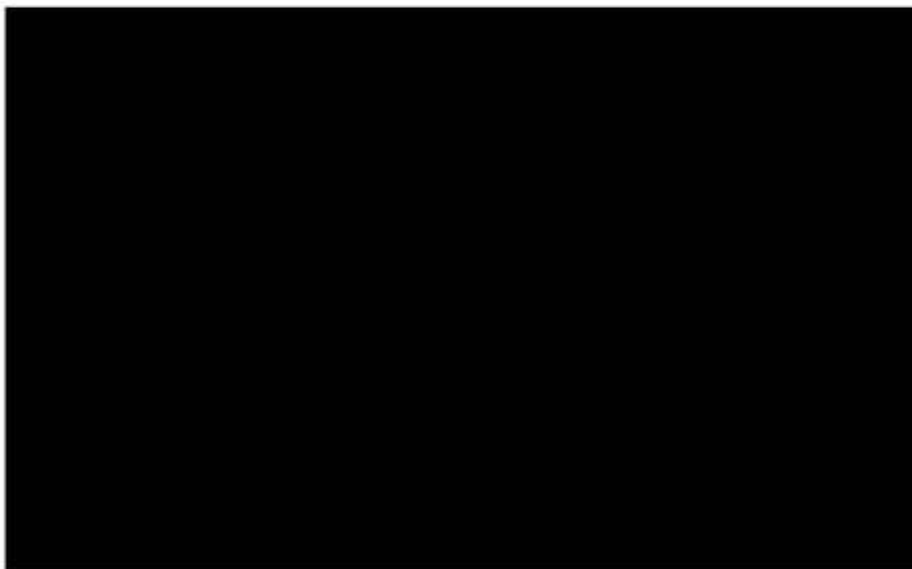


Español-8º E

Unidad "Las Compras"

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

ANUNCIO DE COCA-COLA (2009)



¿CUÁL ES EL MENSAJE DEL ANUNCIO?

Un hombre
viejo -
Josep
Mascaró

Una
bebé -
Aitana
Martínez

Josep viaja a
Madrid para
conocerla



Aitana
escuchará
unas palabras
de sabiduría
y los consejos
del anciano

⇒ El anciano da consejos a Aitana para que sea feliz y Coca-Cola forma parte de la felicidad.

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DEL ANUNCIO?

logotipo (Coca-Cola)

- identidad de la empresa

Ej: Coca-Cola

eslogan

- versión escrita del logotipo

Ej: "destapa felicidad"

encabezado

- titular para llamar la atención y atraer la curiosidad del lector

-Ej: "Estás aquí para ser feliz."

ilustraciones

-para crear interés en el producto y para comunicar el mensaje del anuncio

Ejemplo: las fotos de Aitana y de Josep

cuerpo del anuncio

- fornece la información sobre lo que se ofrece, sea producto o servicio.

Ejemplo: "Refresca tu salud emocional."



Anexo II- Slides de powerpoint da primeira aula de Espanhol do 8º E (Unidade “Las Compras”), em 22/01/2016

 Escola Secundária
Quinta das Palmeiras



Español- 8º E

Unidad - “Las Compras”

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

LAS COMPRAS Y LA PUBLICIDAD

¿Qué es la publicidad?



PUBLICIDAD

→ Sirve para:

- Informar y sensibilizar;
- Vender los productos o bienes

→ Medios:

Comunicación hecha por las personas y por las compañías, a través de la:

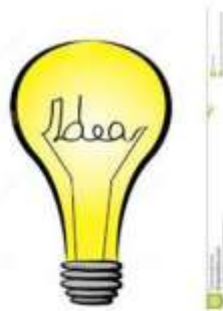
- prensa;
- radio;
- televisión;
- internet



PUBLICIDAD



⊙ ¿Cuáles son las estrategias de lenguaje publicitario para llamar la atención del público?



LLAMA LA ATENCIÓN PARA UNA INVITACIÓN



Lenguaje apelativo

“comparte tu sofá con los Simpson”

LLAMA LA ATENCIÓN DE LOS ESPAÑOLES PARA DESCUBRIR A SU PAÍS



Analogía:

-Relación de semejanza: los españoles y los paisajes se mezclan como se fuesen una misma realidad.

Juegos de palabras:

“conoces sin conocerlo”

LLAMA LA ATENCIÓN PARA LAS VENTAJAS DE PODER COMPRAR MÁS CON MENOS DINERO

McDonald's
i'm lovin' it®

MENU 4
4 productos por menos de 4 euros

3,90€

Elige 2 de estos productos y añade patatas y bebida*

4

*No se permite la combinación de bebidas azucaradas y bebidas azucaradas sin azúcar.

Repetición

" 4 productos (...) 4 euros"

LLAMA LA ATENCIÓN PARA LOS DIFERENTES TIPOS DE CHAMPÚS

h&s

NUEVA FÓRMULA

Encuentra el h&s perfecto para ti y consigue tu muestra ¡GRATIS!

Puedes elegir entre Classic, Mentol, Citrus Fresh y Suave y Sedoso. Seguro que entre ellas encontrarás la solución perfecta para tu tipo de cabello.

¡Además ahora podrás probar la crema hidratante refrescante de Gillette!

ELIGE TU MUESTRA GRATIS >

Uso de varios adjetivos

"H & S perfecto"

"nueva formula"

"crema hidratante refrescante"

LLAMA LA ATENCIÓN HACIA UN COCHE CASI TAN INTELIGENTE
COMO LOS HUMANOS

Comparación

**“Tan avanzado
como ...”**



Destaca el ahorro

**Uso de
Imperativo**

Las ventajas de
utilizar los
cupones de
descuento

“Ahorra ...”

**“Descárgalos
...”**

**“Imprímelos
...”**

“Empieza ...”

**AHORRA
CON NUESTROS CUPONES
DESCUENTO.
¡ES MUY SENCILLO!**

1. Descárgalos
2. Imprímelos
3. Empieza a ahorrar

2 x WHOPPER Jr.®
2 MENÚS WHOPPER® MEDIANOS 9'99€
MENÚ BIG KING® MEDIANO + KING NUGGETS® x6 5'99€



**COMPARTE TU SOFÁ
CON LOS SIMPSON.**

- ¿Con qué objetivo se utiliza “comparte”?
- ¿Qué tiempo verbal es este?

USOS DEL IMPERATIVO

Se usa para	Ejemplos
Dar órdenes	“¡Pague en caja!”
Dar consejos	“Use los cupones de descuento.”
Dar instrucciones	“Primero imprima el cupón...”
Dar permiso	“Pasa, pasa.”
Invitar	“Comparte tu sofá con los Simpson”



- Quitamos la terminación “-ar”, “-er”, “-ir” y sustituimos por las terminaciones de abajo:

Verbos Regulares	Verbos terminados en “ar”	Verbos terminados en “er”	Verbos terminados en “ir”
tú	habl + a	com+ e	viv+ e
usted	habl + e	com+ a	viv+ a
vosotros/as	habl+ ad	com+ ed	viv+ id
ustedes	habl+ en	com+ an	viv+ an

Encuentra el h&s perfecto para ti y consigue tu muestra ¡GRATIS!

Verbos irregulares de cambio vocálico

	Conseguir e>i	Volver o>ue	Jugar u>ue	Pensar e>ie	Construir i>y
tú	consigue	vuelve	juega	piensa	construye
usted	consiga	vuelva	juegue	piense	construya
vosotros/as	conseguid	volved	jugad	pensad	construid
ustedes	consigan	vuelvan	jueguen	piensen	construyan

Ven de vacaciones al país que conoces sin conocerlo.

Los verbos muy irregulares

- Como en el ejemplo, hay más verbos irregulares que necesitaréis utilizar:

	hacer	venir	ir	poner	salir	tener	ser	decir
tú	haz	ven	ve	pon	sal	ten	sé	di
usted	haga	venga	vaya	ponga	salga	tenga	sea	diga
vosotros/as	haced	venid	id	poned	salid	tened	sed	decid
ustedes	hagan	vengan	vayan	pongan	salgan	tengan	sean	digan

IMPERATIVO AFIRMATIVO

- ⦿ Ahora, ¡vamos a practicar en clase el imperativo!





La Publicidad

Estructura del anuncio publicitario

Mira la estructura del anuncio y pon el nombre de cada parte en la caja adecuada:

Logotipo

- es la identidad de la empresa.

Ej: Coca-Cola

Eslogan

- es la versión escrita del logotipo.

Ej: "destapa felicidad".

Encabezado

- titular para llamar la atención y atraer la curiosidad

- Ej: "Estás aquí para ser feliz."

Ilustraciones

- para crear interés en el producto y para comunicar el mensaje del anuncio

- Ej: las fotos de Aitana y de Josep,

Cuerpo del anuncio

- fornece la información sobre lo que se ofrece, sea producto o servicio.

- Ej: "Refresca tu salud emocional."



¿Qué es la Publicidad?

- La Publicidad es la comunicación hecha por las personas, por las compañías, a través de los siguientes medios: _____, _____, _____, _____ y otros medios.

Los objetivos:

- _____ los _____ y _____
- _____ y _____

Estrategias publicitarias





El Imperativo Afirmativo

¿Cuándo se utiliza el imperativo?



Para pedir acciones a otras personas:

Dar órdenes	"¡Pague en caja!"
Dar consejos	"Use los cupones de descuento."
Dar instrucciones	"Primero imprima el cupón."
Dar permiso	"Pasa, pasa."
Invitar	"Comparte tu sofá con los Simpson."

❖ Hay cuatro personas en el Imperativo: "tú", "usted", "vosotros/as", "ustedes".

❖ "Tú" y "vosotros"-tratamiento informal.

❖ "Usted" y "ustedes"- tratamiento formal



Verbos Regulares

- Quitamos **las terminaciones "-ar", "-er" o "-ir"** y sustituimos por las siguientes:

	Verbos terminados en "ar"	Verbos terminados en "er"	Verbos terminados en "ir"
tú	habl	com e	viv
usted	habl e	com	viva
vosotros/as	hablad	comed	viv id
ustedes	habl	com	viv

Los verbos irregulares de cambio vocálico

- Tienen irregularidades vocálicas en presente de indicativo:

	Conseguir e>i	Volver o>ue	Jugar u>ue	Pensar e>ie	Construir i>y
tú	consigue	v <u>ue</u> lve	ju <u>e</u> ga		construy <u>e</u>
usted	consiga		ju <u>e</u> gue		construy <u>a</u>
vosotros/as		volved		pensad	
ustedes				pi <u>e</u> nsen	

NOTA: Las terminaciones de los verbos irregulares de cambio vocálico son las mismas de los verbos regulares en imperativo.



Algunos verbos muy irregulares

	hacer	venir	ir	poner	salir	tener	ser	decir
tú	haz	ven	ve	pon	sal	ten	sé	di
usted								
vosotros/as	haced	venid	id	poned	salid	tened	sed	decid
ustedes								



El Imperativo Afirmativo- Ejercicios

1. Completa las frases con los verbos regulares en imperativo afirmativo:

Informal	Formal
1- ¡_____ (vivir, tú) un día de cada vez!	5- _____ (comprar, usted) la impresora.
2- _____ (comparar, tú) los precios en las tiendas de informática.	6- _____ (beber, ustedes) el zumo de naranja.
3- _____ (correr, vosotros) juntos.	
4- ¡_____ (mirar, vosotros) las novedades en la tienda!	

2. Completa las frases con los verbos irregulares de cambio vocálico en imperativo afirmativo:

Informal	Formal
1- _____ (volver, tú) a casa. Te has olvidado del móvil.	1- ¡_____ (pedir, ustedes) las muestras gratis de nuestro champú!
2- _____ (empezar, tú) ahorrar.	2- _____ (pedir, usted) un catálogo de los productos.
3- _____ (cerrar, vosotros) la puerta.	
4- _____ (jugar, vosotros) un partido de fútbol con la nueva pelota que comprasteis ayer.	

3. Completa las frases con los verbos irregulares en imperativo afirmativo:

Informal	Formal
1- _____ (ir, tú) a los grandes almacenes.	1- ¡_____ (venir, usted) a conocer nuestra tienda de electrónica!
2- _____ (ser, tú) más ponderado a la hora de comprar.	2- _____ (hacer, ustedes) sus propios regalos.
3- _____ (decir, vosotros) donde habéis comprado los instrumentos musicales.	
4- _____ (ir, vosotros) al supermercado.	


Escola Secundária
Quilte das Palmeiras

VOCABULARIO
ALGUNOS OBJETOS TECNOLÓGICOS, ALGUNOS OBJETOS, LA ROPA Y LOS COMPLEMENTOS





•Español- 8º E
•Unidad - "Las Compras"
•Profesora en prácticas: Rossana Rocha

ALGUNOS OBJETOS TECNOLÓGICOS

Por él te hablan amigos y no tiene hitos.

el móvil

Tiene pantalla y no es una tele; teclas y no es un mando a distancia; ventilación y no es un aire acondicionado.
¿Qué es?

la cámara de fotos

Caja que registra lo que se echa a la vista.

el ordenador

Un aparato le dice a otro aparato:
- ¿Esa hoja es tuya o es impresión mía?

Con ella puedes jugar para ganar o ser superviviente, puedes cambiar de juego y el resultado es siempre sorprendente.

la videoconsola

la impresora



ALGUNOS OBJETOS

Tengo un sonido tan suave, que los ángeles tocan en mí; mis cuerdas acompañaron los salmos del rey David.



el arpa

Puedo ser alegre o triste, según quien me toque esté: con que me rasgues las cuerdas, buen sonido emitiré.



la guitarra

Con tan solo cuatro cuerdas, que un arco pone en acción, esta caja melodiosa te alegrará el corazón.



el violín

En una larga abertura tengo yo mi dentadura y luego que empiezo a hablar, todas mis piezas se mueven sin poderlas yo parar.

Se toca con dos palillos, sale siempre en la procesión y es un instrumento de percusión.



el tambor

el piano



LA ROPA Y LOS COMPLEMENTOS

Con ellas corres muy deprisa y compartes buenos momentos con tus amigas amables sirven para hacer deporte y son muy confortables.



las zapatillas deportivas

Para los días fríos siempre te la pones y te queda siempre bien con tus pantalones.



la chaqueta

Tiene agujas y no cose, no se mueve, pero anda, si le pones pilas funciona y el paso del tiempo señala.



el reloj

Soy de piel o de tela y me adhiero a tu cuerpo, para que no pases frío cuando llega el invierno.



las gafas

Si eres muy inteligente lo podrás adivinar: van puestas en mi nariz y sirven para mirar.



el abrigo



**Escola Secundária
QUINTA DAS PALMEIRAS**

Unidad - "Las Compras"- 8ºE

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

Vocabulario

Los objetos tecnológicos, algunos objetos, la ropa y los complementos





1- Rellena los huecos con los nombres de los objetos:

Los objetos tecnológicos

Algunos objetos

1- 		6- 	
2- 		7- 	
3- 		8- 	
4- 		9- 	
5- 		10- 	

La ropa y los complementos

1- 		4- 	
2- 		5- 	
3- 			



**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**

Unidad - "Las Compras"- 8ºE

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

Juego para practicar el vocabulario

<u>El piano</u>	<u>El arpa</u>
<u>El móvil</u>	<u>La videoconsola</u>
<u>Las gafas</u>	<u>El reloj</u>
<u>La cámara de fotos</u>	<u>El tambor</u>

Anexo IX- Jogo para praticar o vocabulário (imagens) - segunda aula de Espanhol do 8º E, em 25/01/2016



Anexo X- Slides de powerpoint com o vocabulário referente aos materiais, aos padrões, às formas e às cores- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016

 Escola Secundária
QUINTA DAS PALMEIRAS

VOCABULARIO
LOS MATERIALES, LOS PATRONES, LAS FORMAS Y
LOS COLORES







Español- 8º E

Unidad - "Las Compras"

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

LOS MATERIALES

Está hecho de...

 **(la) madera**

 **(el) plástico**

 **(el) metal**

 **(la) tela**

 **(el) cuero**

LOS PATRONES



de rayas



de lunares

de cuadros



de flores

LAS FORMAS



redondo/ a



ovalado/a



triangular



rectangular

LOS COLORES



verde



rojo



amarillo



azul



marrón



negro



naranja



blanco



morado



rosa



**Escola Secundária
QUINTA DAS PALMEIRAS**

Unidad - "Las Compras"- 8ºE






Profesora en prácticas: Rossana Rocha

Vocabulário





Los materiales, los patrones y las formas

1- Rellena los huecos con los nombres de los objetos:

Los materiales





<p>1-</p> 		<p>4-</p> 	
<p>2-</p> 		<p>5-</p> 	
<p>3-</p> 			

Los patrones

<p>6-</p> 		<p>8-</p> 	
<p>7-</p> 		<p>9-</p> 	



Las formas

10- 		12- 	
11- 		13- 	

Los colores

14- 		18- 		21- 	
15- 		19- 		22- 	
16- 	i	20- 		23- 	
17- 					



La función de los objetos

Hablar de la función de los objetos:

⇒ Sirve para.../ Se usa para...



1- Relaciona cada objeto con su función:

Objetos
A- La impresora
B- El ordenador
C- La videoconsola
D- La cámara de fotos
E- El móvil
F- Los instrumentos musicales
G- El reloj
H- Las zapatillas deportivas
I- Las gafas
J- El abrigo/ la chaqueta

Sirve para .../ Se usa para...
1- hacer fotos
2- tocar
3- saber la hora
4- hacer deporte
5- ver mejor
6- calentar
7- navegar en internet
8- imprimir
9- jugar
10- llamar

TAREA FINAL

1. Cread vuestro anuncio publicitario, siguiendo estas instrucciones:

- elegid un objeto;
- cread un anuncio con la siguiente estructura: logotipo, encabezado, cuerpo del anuncio, eslogan, ilustraciones;
- utilizad las siguientes estrategias publicitarias: lenguaje apelativo, uso de adjetivos, uso de imperativo y figuras de retórica: comparación, repetición etc;
- podéis crear personajes y una historia.

Anexo XIII- Slide de powerpoint com as funções do objeto- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016

 **Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**

LAS FUNCIONES DE LOS OBJETOS





Español- 8º E

Unidad - "Las Compras"

Profesora en prácticas: Rossana
Rocha



LAS FUNCIONES DE LOS OBJETOS

Hablar de la función de los objetos:

→ Sirve para.../ Se usa para...



● **Relaciona cada objeto con su función:**

Objetos	Sirve para .../se usa para
A- La impresora	1- hacer fotos
B- El ordenador	2- tocar
C- La videoconsola	3- saber la hora
D- La cámara de fotos	4- hacer deporte
E- El móvil	5- ver mejor
F- Los instrumentos musicales	6- calentar
G- El reloj	7- navegar en internet
H- Las zapatillas deportivas	8- imprimir
I- Las gafas	9- jugar
J- El abrigo/ la chaqueta	10- llamar

CREAD ADIVINANZAS

• Cada grupo (3 personas) tendrá un objeto y creará una adivinanza, contestando a las siguientes preguntas:

- Características del objeto;
- Para qué sirve;
- Cuál es su color;
- De qué material está hecho;



• Los otros grupos intentarán adivinar cuál es el objeto.

• ¡Vamos a jugar!





Juego





Anexo XV- Anuncio publicitario creado pela professora estagiária, para servir como “modelo” para a tarefa final- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016



Anuncio publicitario

Velox

Español- 8º E

Escuela Secundaria - 8º E

Unidad- “Las compras”
Escuela Secundaria - 8º E

Profesora en prácticas: Rossana Rocha

logotipo → **encabezado**

Velox Zapatillas deportivas Velox

¡Un nuevo mundo de posibilidades!

- Las Velox son únicas: muy cómodas, utilizan la última tecnología en diseño de zapatillas deportivas y te permiten correr mayores distancias sin fatigarte tanto.
- También se adaptan a tus pies y, lo más importante para ti, crean tu estilo personal.
- Cámbiate los colores todos los días. Cada par de zapatillas tiene doble color (ejemplos: negro/blanco, azul/amarillo); así que cuando quieras cambiar, solo tendrás que presionar el botón y así se cambian los colores! ¡ Tus amigos van a morirse de envidia!

¡Sé innovador! ¡Haz que cada día sea distinto!

¡Da movimiento a tus pies!

eslogan

ilustración

Velox

cuerpo del anuncio

Anexo XVI- Imagens fornecidas aos alunos para a realização da Tarefa Final- terceira aula de Espanhol do 8º E, em 29/01/2016



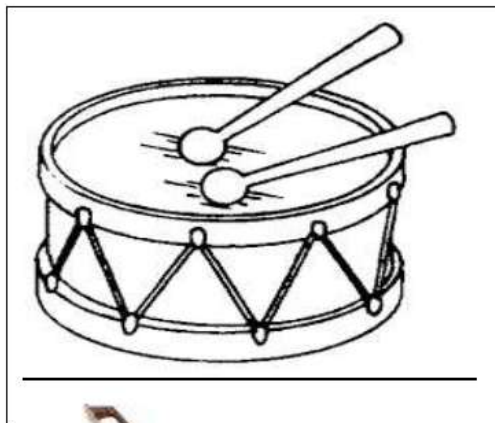
**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**

Unidad - "Las Compras"- 8ºE

Profesora en prácticas: Rossana Rocha


Tarea Final- Imágenes












**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**



**Português
11º A
Professora: Rossana Rocha**

Poema “Porque”

Porque

Porque os outros se mascaram mas tu não
Porque os outros usam a virtude
Para comprar o que não tem perdão.
Porque os outros têm medo mas tu não.

5 Porque os outros são os túmulos caiados
Onde germina calada a podridão.
Porque os outros se calam mas tu não.

Porque os outros se compram e se vendem
E os seus gestos dão sempre dividendo.

10 Porque os outros são hábeis mas tu não.

Porque os outros vão à sombra dos abrigos
E tu vais de mãos dadas com os perigos.
Porque os outros calculam mas tu não.

Sophia de Mello Breyner Andresen, *Obra Poética II*,
Caminho, 1991



Arminda Pavia, *Teatro, sem data (frag.)*

Provérbios

- Peixe podre, sal não cura.



- A água é para os peixes e o minar para a toupeira.



- Nem tudo o que vem à rede é peixe.



- Peixe velho é entendedor de anzóis.



- Armar-se em carapau de corrida.



Sermão de Santo António

- **Estrutura Interna**

Introdução (Exórdio) - Cap.I

Desenvolvimento (Exposição e confirmação) Caps. II, III, IV, V

Conclusão (peroração) - Cap. VI

- **Capítulo V- Repreensão dos peixes em particular (vícios dos peixes)**





**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**



Português

11º A

Professora: Rossana Rocha

o Roncadores



- o a) São peixes pequenos e roncam muito.
- o Representam a arrogância, a altivez, a soberba, a vaidade e o orgulho.

- o b) Roncam bastante.
- o Querem fazer-se de grandes, apesar de serem peixes pequenos;
- o Deus abate e humilha os que muito roncaram.

- o Exemplos: S. Pedro, que negou Deus e que perdeu.
- o Caifás, tentando demonstrar o seu saber, acusando Jesus de blasfémia,
- o Pilatos, que condenou Jesus Cristo à morte na cruz, exibiu assim o seu poder.

o Roncadores

- o e) Os arrogantes e os soberbos consideram-se “superiores” e confrontam Deus. Ainda, perdem.
- o Conselho de P. António Vieira - é calar e imitar Santo António. O saber e o poder é que convertem os homens em roncadores.
- o P. António Vieira aconselha os homens (colonos) a calarem-se e a imitarem Santo António.
- o São repreendidos por se gabarem do seu saber e do seu poder.



o Pegadores



- o a) São peixes oportunistas, dependentes, parasitas e manhosos.
- o Agarram-se aos peixes grandes como lapas e sustentam-se desta forma.
- o Morrem, aquando da morte dos peixes grandes.
- o b) Aprendem com os portugueses, o vice-rei ou governador, que “transporta” consigo uma comitiva de pessoas.
- o Apegam-se e não largam o seu “sustento”.
- o Os menos ignorantes “desenganados pela experiência, despegam-se e buscam a vida por outra via” (I,53).
- o Aos mais ignorantes “vem-lhes a suceder no fim o que aos pegadores do mar” (II,53-54).

o Pegadores



- o O tubarão, que morre, acarretando consigo a morte dos seus pegadores.
 - o Os pegadores morrem “pelo que não comeram” (I.72).
 - o Exemplo bíblico: Herodes e os seus seguidores.
-
- o c) Os homens podem-se aproximar dos “grandes”, mas não devem morrer incondicionalmente por eles.
 - o Crítica ao parasitismo e ao oportunismo.
 - o Crítica à ignorância (pegadores morrem junto com o seu sustento).

o Voadores



- o a) São peixes ambiciosos, vaidosos e presunçosos, também querem ser aves.
 - o Mas o seu elemento natural é a água e a sua condição natural é a de serem peixes.
-
- o b) São vítimas do seu desígnio: “Quem quer mais do que lhe convém, perde o que quer e o que tem” (II 104-105).
-
- o Exemplos: Simão Mago.
 - o Na sequência da queda, Simão Mago partiu os pés. Este castigo é justificado com a autoridade do Papa S. Máximo.

o Voadores

- o Exemplos: Ícaro, que voou demasiado alto, caiu no Mar Egeu, afogando-se.
- o Santo António “teve asas para subir”, mas aceitou “voar para baixo”, uma prova da sua humildade.
- o c) Os homens devem contentar-se com aquilo que possuem. A ambição deve servir os designios da segurança.



o Polvo



- o a) É hipócrita e traidor, aparenta ser manso.
- o Aproveitando-se da sua suposta “candura”, trai quem nele confia.
- o b) É alvo das críticas de dois Doutores da Igreja: São Basílio e Santo Ambrósio.
- o Pela sua dissimulação e disfarce, assemelha-se a um camaleão e a Proteu.
- o Exemplos: Judas, o traidor de Cristo: “traçou a traição às escuras, mas executou-a muito às claras” (II.147-148).
- o O polvo tem características mais negativas que Judas.
- o Disfarça-se e executa as suas ações pela calada, apanhando desprevenidos os outros peixes.

o Polvo

- o O polvo é um mau exemplo: “um monstro tão dissimulado, tão fingido, tão astuto, tão enganoso e tão conbecidamente traidor!” (II.158-159).
- o A água é contaminada pelo polvo: “há falsidades, enganos, fingimentos, embustes, ciladas e muito maiores e mais perniciosas traições.” (II.161-163).
- o c) Os homens devem seguir o exemplo de Santo António, o oposto das características criticadas.



QUADRO- RESUMO

Peixes	Vícios/ defeitos	Argumentos	Exemplos de Homens
Roncadores	Arrogância, altivez, soberba, vaidade e orgulho	São peixes pequenos, mas que estão sempre a falar, de modo arrogante. Julgam-se “superiores”.	Pedro Golias, Caifás, Pilatos
Pegadores	Oportunistas, dependentes, parasitas e manhosos	Agarram-se a quem detém o poder, não largam as suas “vítimas” e morrem com eles.	Herodes Adão e Eva
Voadores	Ambiciosos, vaidosos e presunçosos	Dualidade: são peixes, mas querem ser aves. Querem pertencer a dois elementos: água e ar. A sua ambição é lhes fatal: são pescados como peixes ou caçados como aves.	Simão Mago
Polvo	Hipócrita e traidor	É como um camaleão, disfarça-se, é manhoso e ataca, sem que as vítimas estejam à espera.	Judas



ESCOLA SECUNDÁRIA QUINTA DAS PALMEIRAS / CÓDIGO
404676



Ficha de trabalho –11º ano

Aluno(a)	Nº	Ano	Turma
----------	----	-----	-------

Sermão de Santo António, Padre António Vieira (cap.V)

1. Identifica os recursos estilísticos presentes nas frases seguintes:

- 1.1. "Pode haver maior ignorância que morrer pela fome e boca alheia?" (l.73)
- 1.2. " (...) mata -os o anzol ou a figa, a vós sem figa nem anzol (...)" (l.88)
- 1.3. " ... a vós sem figa nem anzol, mata-vos a vossa presunção e o vosso capricho." (l. 89)
- 1.4. " Oh alma de António, que só vós tivestes asas e voastes sem perigo (...)" (l. 122)
- 1.5. "O polvo com aquele seu capelo na cabeça, parece um monge (...)" (l. 133)
- 1.6. "E debaixo desta aparência tão modesta, ou desta hipocrisia tão santa (...)" (l. 135)
- 1.7. " (...) e o salteador, que está de emboscada dentro do seu próprio engano, lança-lhe os braços de repente, e fá-lo prisioneiro." (ll. 142-144)

2. Transcreve do texto a apóstrofe com que o pregador se dirige ao polvo e destaca o seu valor expressivo (l. 149)

- 2.1. Indica a função sintática que desempenha.

3. Refere um dos efeitos de sentido produzidos pelas interrogações retóricas presentes no texto.

4. Divide e classifica as orações da frase seguinte:

(...) o salteador, que está de emboscada dentro do seu próprio engano, lança-lhe os braços de repente, e fá-lo prisioneiro." (ll.12-14)

5. Atenta na afirmação "Judas em tua comparação já é menos traidor!" (l.150)

5.1. Transforma a frase de forma a que nela se verifique a presença da modalidade epistémica.

6. Identifica os processos fonológicos presentes na evolução das seguintes palavras:

- a) petram > pedra
- b) arenam > areia



**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**

Correção de Ficha de Trabalho



Português

11º A

Professora: Rossana Rocha

FICHA DE TRABALHO

o **1. Recursos estilísticos:**

- Interrogação retórica;
- Quiasmo;
- Personificação;
- Apóstrofe;
- Comparação;
- Antítese;
- Metáfora.

o

o **2. " Peixe aleivoso e vil" (l.20). O valor expressivo da apóstrofe é o de reforçar a caracterização negativa do polvo.**

- o **2.1. Esta apóstrofe desempenha a função sintática de vocativo.**

- o 3. As interrogações retóricas: “E daqui que sucede?” (ll. 141-142) e “Fizera mais Judas?” (l. 144) pretendem chamar a atenção do auditório, através da introdução de momentos de pausa (gerados a partir da formulação destas perguntas), proporcionando uma reflexão.

- o 4. “ (...) e o salteador... lança-lhe os braços de repente”- oração coordenada copulativa (também com valor de subordinada substantiva completiva). “Que está de emboscada dentro do seu próprio engano”- oração subordinada adjetiva relativa explicativa. “ E fã-lo prisioneiro”- oração coordenada copulativa (também com valor de subordinada adjetiva relativa explicativa).

- o 5. “ Judas em tua comparação pode ser menos traidor”.

- o 6. Processos fonológicos:

- o - petram > pedra- apócope do m e sonorização do t em d.
- o - arenam > areia- apócope do m, síncope do n, epêntese do i.

 Escola Secundária
Quinta das Palmeiras



Português
11º A
Rossana Rocha

• **Estrutura Interna do Sermão de Santo António**

Capítulo VI- Conclusão (Peroração)

Desfecho para impressionar o auditório, para este praticar os ensinamentos.

Peixes não podem ser oferecidos para o sacrifício, não podem ser oferecidos como “mortos” a Deus. Apenas sacrificam o seu respeito e a reverência.

Orador	Peixes
Tem inveja dos peixes.	
Ofende a Deus com as palavras.	A sua “bruteza” é melhor do que a razão do orador.
Ofende a Deus com as suas palavras e pensamentos.	Não ofendem a Deus com palavras, nem com a memória.
Possui livre arbítrio, mas ...	O instinto dos peixes é melhor.
Não alcança o fim para que Deus o criou.	Alcançam sempre o fim para que Deus os criou.



**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**



**Português
11º A
Professora: Rossana Rocha**

CORREÇÃO DO EXERCÍCIO 1 (P.131)

- o l.
- o a) V
- o b) V
- o c) V
- o d) V
- o e) F
- o Correção: Os peixes não ofendem a Deus (l.23).
- o f) V
- o g) F
- o Correção: As exortações finais ao louvor a Deus, numa estrutura paralelística, reforçam os aspetos positivos dos peixes (ll.38-46).
- o h) F
- o Correção: O sermão termina com uma alusão à incapacidade de “graça” e “glória” dos peixes (ll.46-47) e, por analogia, do seu auditório real.





Escola Secundária
QUINTA DAS PALMEIRAS

Sermão de Santo António - P. António Vieira
Este país não é para corruptos - Ricardo Araújo Pereira



Português
11º A
Professora: Rossana Rocha

Correção questionário (p.132)

- 1.1. A) Os textos abordam os vícios e defeitos do povo: a corrupção (II.17-19). No *Sermão*, a crítica realiza-se com recurso à alegoria e na crónica utiliza-se a crítica satírica.
- B) Ambos os textos utilizam o mesmo conceito predicável: “*Vós sois o sal da Terra*”, para abordar a temática a desenvolver (I. 5).
- C) São apresentados argumentos, com exemplos, para fundamentar as afirmações críticas feitas pelos dois autores (II.24-26).
- D) Os autores estruturam o discurso com duas finalidades: lúdica (distrair) e pedagógica - denunciar os vícios e defeitos. Utilizam a ironia, para a transformação social (II.49-53).

Anexo XXIV- Slides de powerpoint introdutórios às Reflexões do Poeta e resolução de questionário das págs. 231 e 232- Canto I- primeira aula de Português do 10º C, em 26/04/2016

 Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

"Os Lusíadas"- Reflexões do Poeta - Canto I (est. 105-106)



PORTUGUÊS 10º C

Professora estagiária: Rossana Rocha



1. Cilada em Mombaça;

Baco disfarça-se de sacerdote cristão, afável e hospitaleiro ;

O sujeito poético salienta a diferença entre o parecer (“amigos”) e o ser (“inimigos”) ; apesar de o rei de Mombaça parecer prestável e amigo, na realidade não o é, pois cria dificuldades aos portugueses.

2. O poeta sente-se inseguro e impotente perante circunstâncias difíceis e imprevisíveis, de provação humana.

Recursos expressivos:

-Apóstrofes: “Ó grandes e gravíssimos perigos/ Ó caminho de vida nunca certo” (est. 105, v. 5-6);

- adjetivação - utilização do grau superlativo absoluto sintético: “gravíssimos” (est. 105, v. 5).



3. Construção paralela: “No mar tanta...” e “Na terra tanta ...”

Existência de perigos e dificuldades, não há segurança, quer os portugueses estejam no mar (“tormentas” e “danos”), ou na terra (“guerra” e “engano”).

4. Metáfora e interrogação retórica: “Contra um bicho da terra tão pequeno?” (est. 106, v. 8).

4.1. Realçam a pequenez, a insignificância e a fragilidade do Homem, perante a magnitude dos obstáculos e o elemento trágico da existência humana: à esperança sucede o perigo.



5. Este final do canto I relaciona-se com a Proposição, uma vez que só aqueles que superam a condição humana frágil e “se vão da lei da morte libertando” são os verdadeiros e gloriosos heróis.

6. Relação de semelhança:

Efeito ilusório da pintura de Dalí - dicotomia ser/ parecer;

Efeito ilusório da situação em Mombaça: inimigo/amigo.



Resolução do questionário p. 232 - Gramática



1. O campo lexical de perigo: “tormenta”, “dano”, “guerra”.
Vocábulo relacionado com o tema da fragilidade da existência humana, salientando os obstáculos e as dificuldades com que os portugueses se deparam.

2. “Tanto/a(s)” é um quantificador existencial.
Destaca a grande quantidade de obstáculos que o Homem tem de ultrapassar.

3. Palavras antónimas: “mar”/ “terra”; “amigos”/ “inimigos”; “coberto”/ “descoberto”.

Ilustram antíteses em início do verso (“mar”/ “terra”) e final de verso (“amigos”/ “inimigos” e “coberto”/ “descoberto”).

Publicidade

Título →

Texto Argumentativo ←

→ **Imagem**

→ **Logótipo**

→ **Marca**

→ **Slogan**

Quais os mecanismos linguísticos e estilísticos utilizados neste anúncio publicitário?

- Uso do imperativo

“Torne o seu passo mais seguro ...”;
“Fale com o seu agente de seguros Liberty.”

- Recursos expressivos: trocadilho

“Correr por gosto sem correr riscos” / “o seu passo mais seguro (...) com o seguro de acidentes pessoais”

- Ritmo

“Correr por gosto sem correr riscos”

- Expressões idiomáticas

“Correr por gosto”



• Recursos expressivos: aliteração

“Correr riscos”

• Antítese

“Correr por gosto sem correr riscos”

• Adjetivação

“ (...) o seu passo mais seguro”.

• Gradação

“ (...) que o convida a fazer um check up médico, protege-o em caso de acidente ...”

• Repetição

“Correr por gosto sem correr riscos.”



Imagem



Imagem



Imagem



Imagem



Imagem





Português

PÁGINA
Nº 1

ESCOLA SECUNDÁRIA QUINTA DAS PALMEIRAS
/ CÓDIGO 404676



FICHA DE TRABALHO – Texto Publicitário 10º C

Aluno(a)	Nº	Ano	Turma
----------	----	-----	-------

Anúncio Publicitário

Liberty Running
Correr por gosto, sem correr riscos

Torne o seu passo mais seguro com o **Liberty Running**, o seguro de acidentes pessoais que o convida a fazer um check-up médico, protege-o em caso de acidente e dá-lhe descontos em lojas de desporto, ginásios e farmácias.

Porque quem corre por gosto protege-se, fale com o seu **Agente Liberty Seguros**.

Liberty Seguros
Pela protecção dos valores da vida.

Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.
 Liberty Seguros, S.A., Av. Padre Pereira de Melo, n.º 6 - 111 - 1001-907 Lisboa - Tel. 21 315 63 61
 Fax 21 315 38 81 - www.libertyseguros.pt - Empresa Capitalizada na Comp. Reg. Comercial de
 Lisboa 50710 e número único 50003453 - com o Capital Total de 30 345 290,00 €

- I. **Atenta na imagem e completa os espaços. Cria o teu próprio anúncio publicitário! Utiliza os mecanismos linguísticos e estilísticos para o texto argumentativo do anúncio.**

Texto icónico – imagem



Marca (nome)

Logótipo

Texto linguístico:

Texto Argumentativo

Slogan

Anexo XXVI- Slides de powerpoint alusivos às Reflexões do Poeta (Canto V) e resolução de questionário da pág. 234 do manual- segunda aula de Português do 10º C, em 03/05/2016

 Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

"Os Lusíadas"- Reflexões do Poeta - Canto V (est. 92-100)



PORTUGUÊS 10º C

Professora estagiária: Rossana Rocha



Resolução do questionário - Educação Literária - p. 234

1. Canto V:

- Narração da viagem ao rei, desde Lisboa até Melinde;
- fenómenos naturais adversos: fogo de Santelmo e Tromba Marítima;
- episódio do Adamastor;
- o rei de Melinde elogia e reconhece a coragem e os feitos dos portugueses.

O sujeito poético regozija-se com o reconhecimento dos portugueses pelo rei de Melinde, afirmando que os heróis merecem e gostam de ser louvados pelos seus feitos.

2. Os heróis clássicos gostam que os seus feitos sejam “cantados” em verso (est.93), mas, para o poeta, Vasco da Gama, após narrar os feitos dos portugueses, ainda é mais merecedor de ser cantado (est. 94- vv. 1-4).



Resolução do questionário - Educação Literária - p. 234

5. Personificações: “... o mundo canta” e “Terra espanta”.

Realçam a glória e a fama de Vasco da Gama.

3. Os heróis clássicos eram excelentes guerreiros, cultos e valorizavam a literatura e a cultura (est. 97, vv. 1-2).

Todavia, os heróis portugueses não dão valor à literatura e à cultura (est. 98, vv. 5-8).




Resolução do questionário - Educação Literária - p. 234

6. O sujeito poético critica a ignorância dos portugueses que, por desconhecimento cultural, desprezam as artes, não incentivando ou reconhecendo do seu valor.

4. O sujeito poético refere-se ao facto de Vasco da Gama estar a ser louvado pelas "Musas" n' "Os Lusíadas", obra que o destaca como herói nacional.

Na opinião do poeta, Gama deve estar agradecido, porque nem todos os heróis têm esse privilégio.





PLAN DE LA UNIDAD 7 - «Las compras»

Fecha: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016


Curso y grupo: 8º E

Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos + 1 bloque de 90 minutos

Formand/o/a: **Rossana Rocha**

Profesora Cooperante del Instituto: **Profesora Verónica Cruz**

Profesor Orientador de la Universidad: **Profesor Doctor Paulo Osório**



PLANTILLA DEL PLAN DE UNIDAD

OBJETIVOS	CONTENIDOS			ACTIVIDADES	RECURSOS	TAREA	EVALUACIÓN	TIEMPO	
	Culturales	Funcionales	Léxicos						Gramaticales
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer léxico relacionado con el tema del consumo; • Comprender y emplear la estructura del anuncio publicitario (el logotipo, el encabezado, el cuerpo del anuncio, las ilustraciones y el eslogan); 	El lenguaje publicitario Algunos anuncios publicitarios españoles	Describir los objetos de uso cotidiano (objetos tecnológicos, instrumentos musicales, ropa y complementos); Presentar/describir las funciones de un producto (sirve para)	Objetos de uso cotidiano (objetos tecnológicos, instrumentos musicales, ropa y complementos); Algunos materiales, formas, patrones y	Gramaticales Imperativo Afirmativo (Verbos regulares, algunos irregulares);	Visionado y análisis de un vídeo presentando un anuncio publicitario de Coca-Cola: “¡Estás aquí para ser feliz!”; Análisis de la estructura de los anuncios publicitarios	Ordenador; Proyector; Alta voces; Powerpoint; Rotulador; Pizarra; Fichas informativas y de trabajo;	Crear un anuncio publicitario, en grupos, empleando la estructura del anuncio y algunas estrategias publicitarias	Observación directa de las actitudes de los alumnos: -interés; -participación; -responsabilidad; -autonomía	90 minutos + 45 minutos + 90 minutos

PLAN DE LA UNIDAD 7 - «Las compras»

Fechas: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016

Curso y grupo: 8º E

Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos + 1 bloque de 90 minutos

Formand/o/a: **Rossana Rocha**

Profesora Cooperante del Instituto: **Profesora Verónica Cruz**

Profesor Orientador de la Universidad: **Profesor Doutor Paulo Osório**

<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las diferentes estrategias publicitarias (uso de lenguaje apelativo, uso de adjetivos, uso de imperativo y uso de figuras de retórica: repetición y comparación) y utilizar algunas; • Identificar y emplear correctamente el imperativo 					se usa para ...); Crear un anuncio publicitario, utilizando una estructura adecuada (con logotipo, encabezado, cuerpo del anuncio, ilustraciones y eslogan) y utilizando algunas estrategias publicitarias: (uso de lenguaje apelativo, uso				Libro del alumno; Vídeo de un anuncio; Juegos didácticos; Anuncios publicitarios; Cartulinas; Rotuladores; Tijeras; Imágenes;									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Covilhã | Portugal

PLAN DE LA UNIDAD 7 - «Las compras»

Fechas: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016

Curso y grupo: 8º E

Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos+ 1 bloque de 90 minutos

Formand/o/a: *Rossana Rocha*

Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz

Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doutor Paulo Osório

<p>afirmativo de los verbos regulares y algunos irregulares;</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprender y producir mensajes orales y escritos adecuados a su nivel de aprendizaje y edad; 		<p>de adjetivos, uso del imperativo y uso de figuras de retórica).</p>			<p>con el imperativo afirmativo para introducir el estudio de este tiempo verbal.</p> <p>Sistematización de las formas del imperativo afirmativo en una ficha de trabajo.</p> <p>Ejercicios para practicar el imperativo afirmativo en verbos regulares e irregulares.</p>				
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--



**Escola Secundária
Quinta das Palmeiras**



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Covilhã | Portugal

PLAN DE LA UNIDAD 7 - «Las compras»

Fechas: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016

Curso y grupo: 8º E

Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos+ 1 bloque de 90 minutos

Formand@/a: *Rossana Rocha*

Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz

Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório

				Corrección de los deberes.					
				Lectura y análisis de adivinanzas para introducir el vocabulario de algunos objetos tecnológicos , instrumentos musicales, ropa y complementos;					
				Juego para practicar el vocabulario;					

PLAN DE LA UNIDAD 7 - «Las compras»

Fechas: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016

Curso y grupo: 8º E

Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos+ 1 bloque de 90 minutos

Formand@/a: Rossana Rocha


Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz

Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório

				Observación y análisis de imágenes para ampliar el léxico que permite describir los objetos (materiales, formas, patrones y colores);					
				Actividad de correspondencia entre objetos y su funcionalidad para introducir la expresión					

PLAN DE LA UNIDAD 7- «Las compras»

Fechas: 22 de enero de 2016, 25 de enero de 2016 y 29 de enero de 2016
Curso y grupo: 8º E
Nº de clases: 1 bloque de 90 minutos + 1 bloque de 45 minutos+ 1 bloque de 90 minutos
Formand@ya: *Rossana Rocha*
Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz
Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório





**Escola Secundária
Quintras Palmeiras**



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Covilhã | Portugal

							“sirve para .../ “se usa para ...” ;		
							Análisis de un anuncio publicitario escrito;		
							Creación de un anuncio publicitario.		

 Escola Secundária Quinta das Palmeiras	PLAN DE CLASE Fecha: 22 de enero de 2016 Lecciones n.º: 45/46 Curso y grupo: Español- 8º E Bloque de: 90 minutos Formando/a: Rossana Rocha Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório
 UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR Covilhã Portugal	

DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LAS CLASES

PRIMERA CLASE DE LA UNIDAD:

❖ **Síntesis de los contenidos de la clase:**



Unidad: "Las compras":

- Visionado y análisis de un anuncio publicitario.
- La estructura del anuncio publicitario.
- Lectura y análisis de anuncios publicitarios.
- El Imperativo Afirmativo de los verbos regulares e irregulares.

❖ **Descripción de la clase**

Descripción de los momentos de la clase:	Tiempo	Destrezas que se atienden en clase:
La clase empezará con la profesora escribiendo los contenidos en la pizarra. Los alumnos los copian en su cuaderno.	5 minutos	
A continuación, la profesora les pregunta a los alumnos si se acuerdan de lo que han hecho en la clase anterior y les explica lo que van a hacer en la clase de hoy, en esta nueva unidad que empieza hoy.	3 minutos	Interacción oral
A continuación, la profesora les enseña un vídeo (motivación) con un anuncio publicitario de Coca-Cola: "¡Estás aquí para ser feliz!" y la profesora hace con los alumnos la explotación del anuncio: ellos tendrán que decir cuáles son los personajes, qué pasa en el anuncio publicitario y cuál es el mensaje.	8 minutos	Comprensión audiovisual Interacción oral
Después, la profesora les explica a los alumnos cuál es la estructura de un anuncio publicitario y define los elementos que lo componen: el logotipo, el encabezado, el cuerpo del anuncio, las ilustraciones y el	13 minutos	Interacción oral Comprensión escrita

<p>eslogan, identificando en el anuncio de "Coca-Cola" todos estos elementos y les da a los alumnos una ficha con el anuncio publicitario para que ellos escriban donde están los elementos de la estructura del anuncio, rellenando los huecos.</p>		
<p>Luego, la profesora enseña en el powerpoint varios anuncios publicitarios, y les pregunta a los alumnos cuáles son las estrategias presentes en cada uno, analizando las varias partes: el lenguaje apelativo, el uso de adjetivos, el uso del imperativo y figuras de retórica (repetición, comparación etc). La profesora intentará siempre que los alumnos lleguen a las conclusiones correctas sobre las estrategias publicitarias y que los alumnos las descubran en los distintos ejemplos.</p>	28 minutos	Comprensión escrita y visual Interacción oral
<p>A continuación, utilizando algunos encabezados y eslóganes de los anuncios publicitarios que empleen el imperativo, la profesora les enseña y les pide a los alumnos que identifiquen el tiempo verbal empleado. Después de que los alumnos lo hayan identificado, la profesora les da algunas frases con el imperativo, para que los estudiantes identifiquen sus usos: (dar órdenes, dar consejos, invitar, dar permiso, dar instrucciones etc).</p>	13 minutos	
<p>La profesora explica cómo se forma el imperativo en los verbos regulares e invita a los alumnos a que completen los verbos regulares (en el powerpoint) con las terminaciones adecuadas. Los alumnos dicen cuáles son las terminaciones y la profesora proyecta las respuestas correctas en el powerpoint. La profesora también explica cómo se forma el imperativo en los verbos con irregularidades vocálicas (ejemplo: "volver", "empezar", "conseguir"- en los que el radical de los verbos cambia), la profesora pregunta a los alumnos cómo se completan los verbos (hacer, venir, ir, poner, tener, etc) y proyecta las respuestas correctas. Respecto a los verbos muy irregulares en imperativo, la profesora les explica a los alumnos que no siguen una regla específica y que cambian el radical del verbo en las personas "tú", "usted" y "ustedes". La profesora les distribuye una ficha de gramática para que los alumnos completen los huecos con las terminaciones adecuadas de los verbos en imperativo.</p>	15 minutos	Explotación gramatical Interacción oral
<p>A continuación, la profesora les propone ejercicios para practicar el imperativo en los verbos regulares e irregulares, para que los hagan en clase y terminen en casa (deberes).</p>	5 minutos	

 <p>Escola Secundária Quinta das Palmeiras</p>  <p>UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR Covilhã Portugal</p>	<p>PLAN DE CLASE Fecha: 25 de enero de 2016 Lección n.º: 47 Curso y grupo: Español- 8º E Bloque de: 45 minutos Formando/a: Rossana Rocha Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório</p>
--	---

DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LAS CLASES

SEGUNDA CLASE DE LA UNIDAD:



❖ **Síntesis de los contenidos de la clase:**

Corrección de los deberes.
 Vocabulario sobre los objetos de tecnología, los instrumentos musicales, la ropa y los complementos.
 Juego en clase para practicar el vocabulario.

❖ **Descripción de la clase**

Descripción de los momentos de la clase:	Tiempo	Destrezas que se atienden en clase:
La clase empezará con la profesora escribiendo los contenidos en la pizarra. Los alumnos los copian en su cuaderno.	5 minutos	
A continuación, la profesora les pregunta a los alumnos si se acuerdan de lo que han hecho en la clase anterior y les explica lo que van hacer en la clase de hoy.	3 minutos	Interacción oral
La profesora también les pregunta si han hecho los deberes, lo anota en su cuaderno y llama algunos (as) alumnos (as) para que comijan los ejercicios en la pizarra.	12 minutos	Interacción oral
A continuación la profesora les enseña un powerpoint con adivinanzas sobre: varios objetos de tecnología; instrumentos musicales; ropa y complementos. La profesora lee las adivinanzas y les pregunta a los alumnos si saben cuál es el objeto. La profesora		Comprensión escrita Explotación léxica Interacción oral

<p>escuchará las respuestas e intentará que los alumnos lleguen a la conclusión de las respuestas correctas (explicando las adivinanzas más "difíciles" con mayor detalle). Después de obtener la respuesta correcta, la profesora proyecta en el powerpoint la imagen del objeto y cómo se escribe. Al final de la proyección del powerpoint, la profesora les da a los alumnos una ficha de vocabulario con las imágenes de los objetos, para que puedan repasar los contenidos que han aprendido, les pregunta si se acuerdan de los nombres y los escribe en la pizarra. (Los alumnos no pueden completar la ficha de vocabulario al mismo tiempo que aprenden el vocabulario por medio del powerpoint, porque la ficha contiene todas las imágenes y así las adivinanzas no resultarían útiles).</p>	18 minutos	
<p>En seguida, para comprobar los conocimientos de los alumnos respecto a los nuevos contenidos y practicar el nuevo vocabulario, los alumnos juegan en la clase. La profesora explica el juego y le da a cada grupo una palabra con el nombre de un objeto que hayan aprendido en la clase, un elemento del grupo dibuja en la pizarra la palabra y los alumnos de los otros grupos intentarán adivinar cuál es el nombre. El juego termina cuando todos los grupos hayan jugado.</p>	7 minutos	Interacción Oral

 <p>Escola Secundária Quinta das Palmeiras</p>  <p>UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR Covilhã Portugal</p>	<p>PLAN DE CLASE Fecha: 29 de enero de 2016 Lecciones n.º: 48 /49 Curso y grupo: Español- 8º E Bloque de: 90 minutos Formando/a: Rossana Rocha Profesora Cooperante del Instituto: Profesora Verónica Cruz Profesor Orientador de la Universidad: Profesor Doctor Paulo Osório</p>
--	---

DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LAS CLASES

TERCERA CLASE DE LA UNIDAD:

❖ **Síntesis de los contenidos de la clase:**

Vocabulario sobre los materiales, los patrones, las formas y los colores.
 Las funciones de los objetos.
 Juego para practicar el vocabulario y las funciones de los objetos.
 Presentación y análisis de un anuncio publicitario.
 Tarea final: creación de un anuncio publicitario.

❖ **Descripción de la clase**

Descripción de los momentos de la clase:	Tiempo	Destrezas que se atienden en clase:
La clase empezará con la profesora escribiendo los contenidos en la pizarra. Los alumnos los copian en su cuaderno.	5 minutos	
A continuación, la profesora les pregunta a los alumnos si se acuerdan de lo que han hecho en la clase anterior y les explica lo que van a hacer en la clase de hoy.	3 minutos	Interacción oral
A continuación la profesora les muestra un powerpoint con imágenes de: los materiales, los patrones, las formas y los colores y les pregunta a los alumnos si reconocen los elementos que están en las imágenes. La profesora escucha las respuestas y proyecta en el powerpoint las respuestas correctas. También les explica que, para los materiales, se emplea la expresión: "Estar hecho de ... (madera) " y en español se emplea el verbo estar y no el verbo "ser" (está hecho de ...), a diferencia del portugués. La profesora reparte una ficha de vocabulario con las imágenes de los materiales, de los patrones, de las formas y los colores y los alumnos tendrán que rellenar los huecos con el	30 minutos	Comprensión visual Explotación léxica Interacción oral

<p>vocabulario que están aprendiendo en la clase, al mismo tiempo que la profesora proyecta las respuestas en el powerpoint. Esta ficha sirve para que ellos se queden con una síntesis del vocabulario estudiado.</p>		
<p>A continuación, la profesora les enseña un nuevo powerpoint con dos tablas: una con los nombres de los objetos (de tecnología, los instrumentos musicales, la ropa y los complementos) y otra tabla con las funciones de los objetos, explicando a los alumnos que tendrán que utilizar la expresión "Sirve para.../ se usa para..." y hacer la correspondencia entre el objeto y su función respectiva, en el ejercicio del powerpoint. Los alumnos harán el ejercicio individualmente o en parejas y la profesora les pregunta a los alumnos cuáles son las respuestas.</p>	12 minutos	Interacción oral
<p>En seguida, practican en clase un juego, en grupos de 3 alumnos, para practicar el vocabulario de los materiales, los patrones, las formas y los colores y las funciones de los objetos que han aprendido en esta clase. Cada grupo elige una foto de un objeto, escribe cuáles son sus características, para qué sirve, cuál es su color y de qué material está hecho y presenta en clase el objeto, intentando que los otros grupos adivinen cuál es el objeto. El juego termina cuando todos los grupos hayan jugado.</p>	15 minutos	Comprensión oral Interacción oral Expresión Escrita
<p>Después, la profesora presenta en clase un modelo de anuncio publicitario, para que los alumnos analicen, descubran su estructura (logotipo, encabezado, cuerpo del anuncio, ilustraciones y eslogan) y también las estrategias publicitarias (uso de imperativo, uso de adjetivos, lenguaje apelativo y figuras de retórica). La profesora les pregunta a los alumnos cuál es la estructura del anuncio y las estrategias publicitarias y los alumnos contestan a las preguntas con ejemplos del anuncio.</p>	10 minutos	Comprensión escrita y visual Comprensión oral Interacción oral
<p>Tarea Final: En grupos de 3 alumnos, los alumnos tendrán que elegir un objeto (la profesora les da las imágenes de los objetos que han aprendido en clase) y crear un anuncio publicitario, con la siguiente estructura: logotipo, encabezado, cuerpo del anuncio, eslogan, ilustraciones y utilizar estrategias publicitarias aprendidas: (lenguaje apelativo, uso de adjetivos, uso de imperativo y figuras de retórica: comparación, repetición). La profesora intentará ayudar los alumnos en esta tarea.</p>	15 minutos	Interacción oral Expresión Escrita



Data: 3 de dezembro de 2015
 Aulas n.:
 Tempo: 90 min. (45 min+45 min)
 Turma: 11º A
 Formando/a: Rossana Rocha
 Professora Cooperante da E.S.Q.P.: Dra. Alice Carrilho
 Professor Orientador da UBI: Prof. Doutor Paulo Osório

<p>Sumário:</p> <p>Sermão de Santo António aos peixes – leitura analítica do cap. V. (p.124 – 128)</p> <p>Resolução do questionário incluído no manual (p. 128).</p> <p>Realização de ficha de trabalho.</p>
--

Objetivos	Conteúdos	Materiais/ Textos
<p>Mobilizar conhecimentos prévios.</p> <p>Antecipar conteúdos a partir de indícios vários.</p> <p>Utilizar diferentes estratégias de escuta e de leitura.</p> <p>Determinar a intencionalidade comunicativa.</p> <p>Apreender os sentidos do texto.</p> <p>Reconhecer formas de argumentação, persuasão e manipulação.</p> <p>Reconhecer o valor expressivo e estilístico da pontuação.</p> <p>Reconhecer a dimensão estética da língua.</p> <p>Contactar com autores do Património Cultural Português.</p> <p>Refletir sobre o funcionamento da língua.</p> <p>Aplicar as regras de funcionamento da língua.</p> <p>Adequar o discurso à situação</p>	<p>Tipos de Texto:</p> <p>Texto argumentativo.</p> <p>Leitura:</p> <p><i>Sermão de Santo António</i></p> <p>Compreensão Oral:</p> <p><i>Sermão de Santo António</i></p> <p>Expressão Oral</p> <p>Apresentação de ideias e opiniões.</p> <p>Leitura de imagens.</p> <p>Exposição oral.</p>	<p>Materiais</p> <p>Manual <i>Expressões 11</i></p> <p>Projeção PowerPoint- Motivação (em anexo)</p> <p>Projeção PowerPoint- resolução do questionário do manual p.128</p> <p>Texto</p> <p><i>Sermão de Santo António- Capítulo V (p. 124- 128)</i></p>

<p>comunicativa.</p> <p>Aplicar as regras de tomada de notas.</p> <p>Organizar a informação recolhida.</p> <p>Reconhecer a forma como a herança do passado se mantém viva e influencia a sociedade atual nos seus valores e objetivos.</p>	<p>Funcionamento da Língua:</p> <p>Processos Fonológicos.</p> <p>Funções sintáticas.</p> <p>Verbo (tempos e valor modal).</p> <p>Divisão e classificação de orações/ frases.</p> <p>Recursos estilísticos.</p> <p>Figuras de sintaxe.</p> <p>Figuras de semântica ou de pensamento.</p>	
--	--	--

Descritivo da aula	Tempo	Avaliação
<p>Introdução ao tema da aula e escrita do sumário no quadro.</p> <p style="text-align: center;">*</p>	5 m	
<p><u>Projeção PowerPoint: Motivação</u></p> <p>Os Provérbios e o seu valor semântico no contexto do <i>Sermão de Santo António</i>.</p>	10 m	
<p>O Sermão: enquadramento do capítulo V na estrutura interna</p> <p style="text-align: center;">*</p>		Observação direta das atitudes e da participação dos alunos na aula.
<p>Leitura (em voz alta) e análise do cap. V do <i>Sermão de Santo António</i>.</p>	35m	
<p>Análise do cap. V do <i>Sermão de Santo António</i>: Resolução e correção do questionário do manual (p.128).</p> <p style="text-align: center;">*</p>	25 m	
<p>Realização de Ficha de Trabalho</p>	15 m	



Data: 7 de dezembro de 2015
 Aulas n.: 45 e 46
 Tempo: 90 min. (45 min+45 min)
 Turma: 11º A
 Formando/a: Rossana Rocha
 Professora Cooperante da E.S.Q.P.: Dra. Alice Carrilho
 Professor Orientador da UBI: Prof. Doutor Paulo Osório

Sumário:

Conclusão da análise do cap. V do *Sermão de Santo António aos Peixes* (p. 124-128). Correção da ficha de trabalho.

Leitura analítica do *Sermão de Santo António aos Peixes*: a peroração (cap. VI). Resolução do questionário incluído no manual (p.131).

Leitura da crónica de Ricardo Araújo Pereira: "*Este país não é para corruptos*" – intertextualidade com o sermão de Vieira.

Resolução do questionário incluído no manual (p.132).

Objetivos	Conteúdos	Materiais/ Textos
Antecipa conteúdos a partir de indícios vários.	<p>Tipos de Texto:</p> <p>Texto argumentativo.</p> <p>Leitura:</p> <p><i>Sermão de Santo António</i></p> <p><i>Este país não é para corruptos</i></p> <p>Compreensão Oral:</p> <p><i>Sermão de Santo António</i></p> <p><i>Este país não é para corruptos</i></p>	<p>Materiais</p> <p>Manual <i>Expressões 11, Porto Editora, (p.124-128)</i></p> <p>PowerPoint- resolução do questionário do manual p.128 (em anexo)</p> <p>PowerPoint- enquadramento do capítulo V na estrutura interna da obra.</p> <p>Ficha de Trabalho</p> <p>PowerPoint- resolução do questionário do manual (p.131)</p> <p>Powerpoint- Resolução de questionário do manual (p.132).</p>
Insero o texto na estrutura interna da obra.		
Seleciona e organiza informação.		
Aplica regras de tomada de notas.		
Identifica temas, ideias principais.		
Identifica argumentos.		
Apresenta temas da sociedade atual presentes na obra		
Identifica recursos expressivos.		
Identifica funções sintáticas.		
Classifica orações coordenadas		

<p>e subordinadas.</p> <p>Identifica classes de palavras.</p> <p>Identifica processos fonológicos.</p>	<p>Expressão Oral</p> <p>Apresentação de ideias e opiniões.</p> <p>Leitura de imagens.</p> <p>Exposição oral.</p> <p>Funcionamento da Língua:</p> <p>Recursos expressivos.</p> <p>Funções sintáticas.</p> <p>Coordenação e subordinação.</p> <p>Verbo (tempos e valor modal).</p> <p>Processos fonológicos.</p>	<p>Texto</p> <p><i>Sermão de Santo António - Capítulo V (p. 124- 128)</i></p> <p><i>Sermão de Santo António - Capítulo VI (p. 130- 131)</i></p> <p><i>Este país não é para corruptos- p. 132</i></p>
--	---	---

Descritivo da aula	Tempo	Avaliação
<p>Introdução ao tema da aula e escrita do sumário no quadro.</p>	<p>12m</p>	
<p style="text-align: center;">*</p> <p>Leitura (em voz alta) de um excerto do cap. V do <i>Sermão de Santo António</i> - o Polvo (p.127-128).</p> <p>Conclusão da correção do questionário do manual (p.128). Sistematização de conteúdos. Powerpoint.</p>	<p>20m</p>	
<p style="text-align: center;">*</p> <p>Correção da Ficha de Trabalho. Powerpoint,</p>	<p>17m</p>	<p>Observação direta das atitudes e da participação dos alunos na aula.</p>
<p style="text-align: center;">*</p> <p>O Sermão : enquadramento do capítulo VI na estrutura interna da obra. Powerpoint.</p>	<p>5m</p>	
<p style="text-align: center;">*</p> <p>Audição do capítulo VI do <i>Sermão de Santo António</i>.</p>		

<p style="text-align: center;">*</p> <p>Resolução de questionário do manual (p.131). Powerpoint.</p>	<p>5 m</p>	
<p style="text-align: center;">*</p>	<p>15m</p>	
<p>Leitura (em voz alta) da crónica <i>Este país não é para corruptos</i>, de Ricardo Araújo Pereira (pág. 132)</p>	<p>16 m</p>	
<p>Resolução de questionário do manual (p.132). Powerpoint.</p>		

Plano de Aula

<p>Unidade 5: <i>Os Lusíadas</i>, Camões</p>	<p>Ano: 10.º Turma: C Hora: 08:20h - 09:50h Sala: 20</p>	<p>Disciplina: Português Ano Letivo: 2015/2016 Professora Estagiária de Português: Rossana Rocha Professora Cooperante da ESQP: Dr.ª Alice Camilho Professor Orientador da UBI: Professor Doutor Paulo Osório</p>
<p>Lições n.º 101 e 102 Tempos 2 – 90 minutos</p>	<p>Sumário: Os Lusíadas- Reflexões do poeta sobre a condição humana (canto I, est. 105-106). Resolução do questionário incluído no manual (pp. 231-232). A Publicidade: texto icónico e texto linguístico (pp. 46-47). Análise de anúncio publicitário. Trabalho em grupo.</p>	

Domínio/Conteúdos	Objetivos/Descritores	Desenvolvimento da aula	Recursos	Avaliação
<p>Oralidade O10</p> <p>O10 - 4. Participar oportunamente e construtivamente em situações de interação oral.</p> <p>1. Respeitar o princípio de cortesia; formas de tratamento e registos de língua.</p> <p>2. Utilizar adequadamente recursos verbais e não verbais; postura, tom de voz, articulação, ritmo, entoação, expressividade.</p> <p>3. Planificar intervenções</p>	<p>0. Revisão da aula anterior</p> <p>1. Analisar o canto I.</p> <p>2. Leitura e análise das reflexões do poeta referentes ao canto I. Plano do poeta. Comentário e destaque de algumas expressões relevantes (os discentes sublinham os mesmos). Resolução de questionário.</p> <p>1. Leitura expressiva e orientada das est. 105-106 do canto I e do texto reflexões do poeta "Bicho da terra tão pequeno." (p. 231).</p>	<p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, pp. 219 Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, pp. 242-243</p>		

<p>Leitura L10</p>	<p>orais.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisar e selecionar informação. 2. Planificar o texto oral, elaborando tópicos de suporte à intervenção <p>L10-7. Ler e interpretar textos de diferentes géneros e graus de complexidade.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar o tema dominante, justificando. 2. Fazer inferências, fundamentando. 3. Explicitar a estrutura do texto: organização interna. 4. Explicitar o sentido global do texto, fundamentando. <p>8. Utilizar procedimentos adequados ao registo e ao tratamento de informação.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selecionar criteriosamente informação relevante. 2. Elaborar tópicos que sistematizem as ideias-chave do texto, organizando-os sequencialmente. 	<p>Esclarecimento de dúvidas de vocabulário.</p> <p><u>Questionário de Educação Literária</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Relacionar o sentido dos quatro primeiros versos da est. 105 com os acontecimentos em Mombaça. 1.2. Explicitar os sentimentos do poeta expressos nos versos 5 e 6 da estância 105 e seleção de dois recursos expressivos que lhes conferem relevância. 1.3. Identificar a construção paralela da estância 106 e esclarecer a dicotomia presente. 1.4. Identificar a metáfora e a interrogação retórica alusivas à reflexão sobre a condição humana. 1.4.1. Explicitar o seu valor expressivo, considerando a temática presente nesta reflexão. 1.5. Destacar a relevância da localização deste excerto na estrutura interna da obra. <p><u>Questionário de Gramática</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Identificar três palavras da estância 106, do campo lexical "perigo" e 	<p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, p. 231</p> <p>Observação direta das atitudes e da participação dos alunos na aula</p>
---------------------------	--	--	--

<p>Escrita E10</p>	<p>10. Planificar a escrita de textos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisar informação pertinente. 2. Elaborar planos: a) estabelecer objetivos; b) pesquisar e selecionar informação pertinente; c) definir tópicos e organizá-los de acordo com o género de texto a produzir. <p>12. Redigir textos com coerência e correção linguística.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Respeitar o tema. 2. Mobilizar informação adequada ao tema. 3. Redigir um texto estruturado, que reflita uma planificação, evidenciando um bom domínio dos mecanismos de coesão textual com marcação correta de parágrafos e utilização adequada de conectores. 	<p>correlação das mesmas com o tema predominante no texto e sua intencionalidade comunicativa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.2. Indicar a classe e subclasse de "tanto". 2.3. Registrar três pares de palavras antónimase indicara sua posição nos versos. <p>Trabalho em pares: resolução dos questionários de Educação Literária e Gramática do manual.</p> <p>Apresentação oral das respostas pelos alunos.</p> <p>Projeção, em powerpoint, de cenários de resposta.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Leitura orientada da Página Informativa sobre Publicidade (pp. 46-47). Comentário e destaque de alguns pontos relevantes (os discentes sublinham os mesmos). 4. Ficha de trabalho sobre a Publicidade. 5. Construção de anúncio publicitário, integrando os seus componentes: texto icónico e texto linguístico (slogan e texto argumentativo) e os mecanismos 	<p>Computador/projetor (powerpoint).</p> <p>Manual <i>Messagers</i> 10.º ano, Texto Editores, pp. 46-47.</p> <p>Ficha de trabalho - fotocopiada</p>
---------------------------	---	--	---

<p>Educação Literária EL 10 Camões: Reflexões do Poeta.</p>	<p>4. Mobilizar adequadamente recursos da língua: uso correto do registo de língua, vocabulário adequado ao tema, correção na acentuação, na ortografia, na sintaxe e na pontuação.</p> <p>13. Rever os textos escritos.</p> <p>1. Pautar a escrita do texto por gestos recorrentes de revisão e aperfeiçoamento, tendo em vista a qualidade do produto final.</p> <p>EL 10 - 14. Ler e interpretar textos literários.</p> <p>1. Ler expressivamente em voz alta textos literários, após preparação da leitura.</p> <p>2. Ler textos literários portugueses de diferentes géneros, pertencentes aos séculos XII a XVI.</p> <p>3. Identificar temas, ideias principais, pontos de vista e universos de referência, justificando.</p>	<p>linguísticos e estilísticos. Atividade em grupos.</p>		
---	---	--	--	--

	<p>4. Fazer inferências, fundamentando.</p> <p>5. Analisar o ponto de vista do sujeito poético.</p> <p>6. Explicitar a estrutura do texto: organização interna.</p> <p>7. Estabelecer relações de sentido a) entre as diversas partes constitutivas de um texto; b) entre características e pontos de vista do sujeito poético</p> <p>9. Identificar e explicitar o valor dos recursos expressivos mencionados no Programa.</p> <p>15. Apreciar textos literários.</p> <p>1. Reconhecer valores culturais, éticos e estéticos manifestados nos textos.</p> <p>2. Valorizar uma obra enquanto objeto simbólico, no plano do imaginário individual e coletivo.</p> <p>3. Expressar pontos de vista suscitados pelos textos lidos, fundamentando.</p>			
--	---	--	--	--

<p>Gramática G10</p>	<p>4. Fazer apresentações orais (5 a 7 minutos) sobre obras, partes de obras ou tópicos do Programa (Publicidade).</p> <p>16. Situar obras literárias em função de grandes marcos históricos e culturais.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconhecer a contextualização histórico-literária nos casos previstos no Programa. 2. Comparar diferentes textos no que diz respeito a temas, ideias e valores. <p>19. Explicitar aspectos essenciais da lexicologia do português.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Reconhecer o campo semântico de uma palavra 5. Relacionar a construção de campos lexicais com o tema dominante do texto e com a respetiva intencionalidade comunicativa. 			
-----------------------------	---	--	--	--

<p>Leitura L10</p> <p>Educação Literária EL 10</p>	<p>L 10-7. Ler e interpretar textos de diferentes géneros e graus de complexidade</p> <p>EL10 – 9. Identificar e explicitar o valor dos recursos expressivos mencionados no Programa Metáfora e interrogação retórica.</p>			
<p>Leitura L10</p>	<p>L 10-7. Ler e interpretar textos de diferentes géneros e graus de complexidade</p>			
<p>Oralidade</p>	<p>O10 - 4. Participar oportuna e construtivamente em situações de interação oral.</p> <p>5. Produzir textos orais com correção e pertinência.</p> <p>1. Produzir textos seguindo tópicos fornecidos (Publicidade).</p>			

Descritivo da aula	Tempo
<p>1. Introdução ao tema da aula e escrita do sumário no quadro .</p> <p>2.Revisão da aula anterior e análise do canto I. Plano do Poeta. Leitura e análise das reflexões do poeta referentes ao canto I e resolução de questionário.</p> <p>3. Leitura expressiva e orientada das est. 105-106 do canto I e reflexões do poeta "Bicho da terra tão pequeno."</p> <p>4. Resolução de questionário.</p> <p>5. Correção de questionário.</p> <p>6.Leitura orientada da Página Informativa sobre Publicidade. Comentário e destaque de alguns pontos relevantes.</p> <p>7. Construção de anúncio publicitário, integrando os seus componentes: texto icónico e texto linguístico e os mecanismos de estrutura linguística. Atividadeem grupos.</p>	<p>5 minutos</p> <p>17 minutos</p> <p>10 minutos</p> <p>23 minutos</p> <p>15 minutos</p> <p>10 minutos</p> <p>10 minutos</p>

Anexos:

Materiais em Powerpoint a ser disponibilizadosna Plataforma da Escola.

Ficha de trabalho, a ser disponibilizada aos alunos durante a aula.

Plano de Aula

<p>Unidade 5: <i>Os Lusíadas</i>, Camões</p>	<p>Ano: 10.º Turma: C Hora: 08:20h - 09:50h Sala: 20</p>	<p>Disciplina: Português Ano Letivo: 2015/2016 Professora Estagiária de Português: Rossana Rocha Professora Cooperante da ESQP: Dr.ª Alice Camilho Professor Orientador da UBI: Professor Doutor Paulo Osório</p>
<p>Lições n.º 105 e 106 Tempos 2– 90 minutos</p>	<p>Sumário: Apresentação oral dos trabalhos de grupo sobre a Publicidade. Os Lusíadas- Reflexões do poeta sobre as armas e as letras (canto V, est. 92-100). Resolução e correção do questionário incluído no manual (p. 234).</p>	

Domínio/Conteúdos	Objetivos/Descritores	Desenvolvimento da aula	Recursos	Avaliação
<p>Oralidade O10</p>	<p>O10 - 3. Planificar intervenções orais.</p> <p>1. Pesquisar e selecionar informação. 2. Planificar o texto oral, elaborando tópicos de suporte à intervenção.</p> <p>4. Participar oportuna e construtivamente em situações de interação oral.</p> <p>1. Respeitar o princípio de cortesia: formas de tratamento e registos de língua.</p>	<p>0. Revisão da aula anterior</p> <p>1. Apresentação oral dos trabalhos de grupo, referentes à construção de um anúncio publicitário, com base numa imagem, com inclusão dos seguintes elementos: texto linguístico (slogan e texto argumentativo) e mecanismos linguísticos e estilísticos (imperativo, conjuntivo, neologismos, recursos expressivos, afonismos, expressões idiomáticas, adjetivos).</p>	<p>Ficha de trabalho sobre a Publicidade (fotocopiada e cedida aos alunos).</p>	

<p>Leitura L10</p>	<p>2. Utilizar adequadamente recursos verbais e não verbais: postura, tom de voz, articulação, ritmo, entoação, expressividade.</p> <p>5. Produzir textos orais com correção e pertinência.</p> <p>1. Produzir textos seguindo tópicos fornecidos.</p> <p>2. Produzir textos seguindo tópicos elaborados autonomamente.</p> <p>3. Produzir textos linguisticamente corretos, com diversificação do vocabulário e das estruturas utilizadas.</p>	<p>2. Analisar o canto V (resumo).</p> <p>3. Leitura e análise das reflexões do poeta referentes ao canto V. Plano do poeta. Comentário e destaque de algumas expressões relevantes (os discentes sublinham os mesmos). Resolução de questionário.</p> <p>1. Leitura expressiva e orientada das est. 92-100 do canto V e do texto reflexões do poeta: "Partida de Vasco da Gama." (p. 233-234).</p> <p>· Esclarecimento de dúvidas de vocabulário.</p> <p><u>Questionário de Educação Literária</u></p> <p>1. Relacionar a exclamação inicial: "Quão doce é o louvor e a justa glória/ Dos próprios feitos, quando são soados!" (est. 92, vv. 1-2) com o conteúdo do canto V e os elogios do rei de Melinde.</p> <p>2. Referir a atitude dos heróis clássicos e a de Vasco da Gama em relação à</p>	<p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, p. 220</p> <p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, p. 242</p> <p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, pp. 233-234</p> <p>Manual <i>Mensagens</i> 10.º ano, Texto Editores, p. 234</p>	<p>Observação direta das atitudes e da participação dos alunos na aula</p>
---------------------------	--	---	--	--

<p>Escrita E10</p>	<p>do texto, fundamentando.</p> <p>8. Utilizar procedimentos adequados ao registo e ao tratamento de informação.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selecionar criteriosamente informação relevante. 2. Elaborar tópicos que sistematizem as ideias-chave do texto, organizando-os sequencialmente. <p>10. Planificar a escrita de textos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisar informação pertinente. 2. Elaborar planos: a) estabelecer objetivos; b) pesquisar e selecionar informação pertinente; c) definir tópicos e organizá-los de acordo com o género de texto a produzir. <p>12. Redigir textos com coerência e</p>	<p>poesia (est. 93 e 94) e transcrever os versos que evidenciam a opinião do poeta no que concerne a quem é mais digno de ser exaltado em verso.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Comparar a relevância dada à cultura pelos heróis da Antiguidade Clássica com a importância que os heróis portugueses lhe conferem. Registrar as conclusões. 4. Explicitar o sentido dos versos 1-4 da estância 99. 5. Transcrever dois exemplos de personificação, constantes na estância 94. Referir a sua expressividade. 6. Sintetizar a crítica contida na reflexão do último verso da estância 97: "Porque quem não sabe arte, não na estima." <p>Interação professora estagiária-discrntes na resolução do questionário de Educação Literária manual (p. 234).</p> <p>Apresentação oral das respostas pelos alunos.</p> <p>Projeção, em powerpoint, de cenários de resposta.</p>	<p>Computador/projetor (powerpoint).</p>
---------------------------	--	--	--

	<p>correção linguística.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Respeitar o tema. 2. Mobilizar informação adequada ao tema. 3. Redigir um texto estruturado, que reflita uma planificação, evidenciando um bom domínio dos mecanismos de coesão textual com marcação correta de parágrafos e utilização adequada de conectores. 4. Mobilizar adequadamente recursos da língua: uso correto do registo de língua, vocabulário adequado ao tema, correção na acentuação, na ortografia, na sintaxe e na pontuação. <p>13. Rever os textos escritos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pautar a escrita do texto por gestos recorrentes de revisão e aperfeiçoamento, tendo em vista a qualidade do produto final. 			
--	---	--	--	--

<p>Educação Literária EL 10 Camões: Reflexões do Poeta.</p>	<p>EL 10 - 14. Ler e interpretar textos literários.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ler expressivamente em voz alta textos literários, após preparação da leitura. 2. Ler textos literários portugueses de diferentes géneros, pertencentes aos séculos XII a XVI. 3. Identificar temas, ideias principais, pontos de vista e universos de referência, justificando. 4. Fazer inferências, fundamentando. 5. Analisar o ponto de vista do sujeito poético. 6. Explicitar a estrutura do texto; organização interna. 7. Estabelecer relações de sentido a) entre as diversas partes constitutivas de um texto; b) entre características e pontos de vista do sujeito poético 9. Identificar e explicitar o valor dos recursos expressivos mencionados no Programa. 			
---	--	--	--	--

	<p>15. Apreciar textos literários.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconhecer valores culturais, éticos e estéticos manifestados nos textos. 2. Valorizar uma obra enquanto objeto simbólico, no plano do imaginário individual e coletivo. 3. Expressar pontos de vista suscitados pelos textos lidos, fundamentando. 4. Fazer apresentações orais (5 a 7 minutos) sobre obras, partes de obras ou tópicos do Programa (Publicidade). <p>16. Situar obras literárias em função de grandes marcos históricos e culturais.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconhecer a contextualização histórico-literária nos casos previstos no Programa. 2. Comparar diferentes textos no que diz respeito a temas, ideias e valores. 			
--	---	--	--	--

<p>Leitura L10</p> <p>Educação Literária EL 10</p>	<p>L 10-7. Ler e interpretar textos de diferentes gêneros e graus de complexidade</p> <p>EL10 – 9. Identificar e explicitar o valor dos recursos expressivos mencionados no Programa Personalização.</p>			
<p>Oralidade</p>	<p>O10 - 4. Participar oportuna e construtivamente em situações de interação oral.</p> <p>5. Produzir textos orais com correção e pertinência.</p> <p>1. Produzir textos seguindo tópicos fornecidos (Publicidade).</p>			

Descritivo da aula	Tempo
<p>1. Introdução ao tema da aula e escrita do sumário no quadro.</p> <p>2. Revisão da aula anterior.</p> <p>3. Apresentação oral dos trabalhos de grupo referentes à construção do anúncio publicitário: texto linguístico (slogan e texto argumentativo) e mecanismos linguísticos e estilísticos (imperativo, conjuntivo, neologismos, recursos expressivos, aforismos, expressões idiomáticas, adjetivos).</p> <p>3. Análise do canto V. Plano do Poeta. Leitura e análise das reflexões do poeta referentes ao canto V.</p> <p>3. Leitura expressiva e orientada das est. 92-100 do canto V e reflexões do poeta "Partida de Vasco da Gama."</p> <p>4. Resolução de questionário e correção do mesmo.</p>	<p>5 minutos</p> <p>5 minutos</p> <p>35 minutos</p> <p>15 minutos</p> <p>15 minutos</p> <p>15 minutos</p>

Anexos:

Material em Powerpoint a ser disponibilizado na Plataforma da Escola.

Ficha de trabalho, a ser disponibilizada aos alunos durante a aula.



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Espanhol- **Reflexão sobre as aulas do 1º período**

Professora Orientadora: Dr.ª Verónica Cruz

Disciplina: Espanhol

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidade 2- “En Cartelera”

Turma lecionada: 1º período - 9º C

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as duas aulas lecionadas, foram selecionados diversos materiais, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e evitando uma eventual “monotonia” na qual a aula pudesse redundar. Privilegiei a utilização de powerpoints, com recurso a imagens temáticas e alusivas à unidade 2- “En cartelera”, para suscitar o interesse dos alunos. Foram disponibilizados slides com a apresentação publicitária, em cartaz, de filmes espanhóis, não só para familiarizar os discentes com a nova realidade temática e com a tipologia de géneros cinematográficos, mas também para os “despertar” para a abundante e diversificada produção cultural e cinematográfica no país de “nuestros hermanos”. Optei por selecionar propostas cinematográficas que me parecessem apelativas visualmente (em termos do cartaz publicitário), com imagens esclarecedoras face à tipologia de género cinematográfico, solicitando, posteriormente, o comentário dos discentes para adivinhar a tipologia cinematográfica dos filmes que constavam no powerpoint. Na minha opinião, pareceu-me que a exploração temática do manual dos alunos “¡Ahora Español 3! (e respetivos recursos concomitantemente disponibilizados), relativamente a este conteúdo programático, era “incipiente”, verificando-se a necessidade de uma maior exploração vocabular e imagética da unidade, considerando a faixa etária destes discentes e o apelo às imagens para uma maior motivação dos alunos. Considero que a motivação, através da realização deste powerpoint, foi um aspeto muito positivo, pelo facto de ter conseguido a adesão da turma, que foi comentando as possíveis tipologias dos cartazes publicitários dos filmes cinematográficos que eram apresentados e quais os filmes que lhes pareciam mais interessantes. Concluído o visionamento do powerpoint, para sistematização dos conteúdos aprendidos, foi-lhes disponibilizado um jogo, que consistia na disponibilização de imagens e de tipologias cinematográficas, tendo os discentes que fazer a correspondência entre as imagens e os tipos de filmes. Esta atividade didática caracterizou-se pela sua exequibilidade, gerando um momento lúdico em aula e de maior descontração e

proporcionando um contato mais direto e uma maior aproximação entre a professora estagiária e os alunos do 9º C, uma vez que a docente circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, para ver se existiam dúvidas e esclarecê-las e corrigir as respostas dos alunos que já tinham realizado o jogo. Em seguida, finda a atividade, seguiu-se a sua correção, tendo sido dada a oportunidade para diversos alunos participarem, indo ao quadro corrigir as respostas. Na última atividade didática desta primeira aula, privilegiou-se uma ficha de trabalho, na qual constavam os argumentos de dois filmes de tipologias diferentes, introduzindo-se alguns aspetos que constam da ficha técnica dos filmes, familiarizando os alunos com essa riqueza vocabular (ano, país de produção, realizador, elenco e o argumento). Seguiu-se um momento de leitura, esclarecimento de vocábulos dos textos e, aproveitando a sequência didática estabelecida desde o início da aula, introduzi “naturalmente” os conteúdos gramaticais da Unidade 2 “En cartelera” (o Pretérito Indefinido e o Pretérito Imperfecto), tendo os discentes que, num primeiro momento, distinguir entre os verbos regulares e irregulares de ambos os tempos verbais, considerando que esta aquisição gramatical já provinha de anos letivos anteriores. Dada a contingência do tempo restante em aula, o exercício foi para tpc.

Na segunda aula lecionada, deu-se início à correção do tpc, no quadro, tendo a professora estagiária optado por chamar ao quadro alunos que, ou não tinham realizado os tpc (para os envolver nesta atividade e/ou para esclarecer dúvidas que obstassem à realização do exercício), ou não tinham participado voluntariamente na aula anterior, de modo a envolver todos os alunos, sem exceção, nas aulas lecionadas. Seguidamente, e num contexto de sequência didática e pedagógica, foi apresentado um powerpoint, com os conteúdos gramaticais acima referidos, com recurso a exemplos de frases dos argumentos dos filmes, para contraste dos tempos verbais empregues, para os alunos, dedutivamente, inferirem quais os tempos verbais utilizados e em que situações eram empregues os respetivos tempos verbais. Em complemento ao powerpoint, foram explicitadas pela professora estagiária as terminações de ambos os tempos verbais para os verbos regulares e irregulares, tendo a professora estagiária remetido os discentes para o manual, no qual os verbos regulares e irregulares já se encontram sistematizados e conjugados. Foi distribuído aos alunos um exercício gramatical com o contraste de ambos os tempos verbais e a correção foi feita no quadro, por diversos discentes. Em seguida, para evitar que a aula se tornasse um pouco “cansativa”, tendo em conta a duração da mesma (90 minutos) e a amplitude dos conteúdos gramaticais revistos, a professora estagiária mostrou um excerto do filme: “Tres metros sobre el cielo”, um dos filmes que constava no powerpoint inicial, com o objetivo de motivar os alunos para a tarefa final seguinte: criar uma ficha técnica de um filme e imaginar um argumento, empregando os tempos verbais dados nas duas aulas, considerando o excerto que tinham acabado de ver, tendo

a professora estagiária facultado dicionários aos alunos para os “familiarizar” com este material didático, e acompanhado os alunos no decurso da atividade (cerca de 15 minutos).

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- cumprimento do programa curricular previsto nos planos de aula;
- a professora estagiária comunicou sempre em espanhol com os discentes;
- criação de aula dinâmica, pela articulação de distintas estratégias pedagógicas (powerpoints, ficha técnica, visionamento de excerto de filme, resolução de exercícios, jogo);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- a professora estagiária conseguiu mobilizar a forte participação e envolvimento dos discentes na aula, tendo também o cuidado de não excluir nenhum aluno, chamando, inclusive, alunos para a participação (que não se tinham voluntariado para esse efeito);
- bom domínio científico dos conteúdos e boa preparação curricular da professora estagiária;
- acompanhamento dos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- a professora estagiária manteve a ordem da turma no decurso das aulas;
- as aulas decorreram em ambiente profícuo e propício às atividades letivas/ pedagógicas;
- esclarecimento de dúvidas dos discentes (vocabulário temático, de textos, compreensão);
- mobilização e acompanhamento dos alunos no decurso da realização das atividades em aula;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária no espaço da sala de aula;
- a professora estagiária esteve atenta, em ambas as aulas, ao comportamento dos discentes;
- observação de regras para o bom funcionamento da aula (“manos alzadas para contestar”);
- verificação dos discentes que realizaram os tpc;
- a professora estagiária tomou, justificadamente, algumas atitudes que considerou necessárias, nomeadamente aquando de algumas situações ocorridas em aula: uma parte considerável de alunos que não efetuaram os tpc’s- a professora estagiária chamou a atenção da turma para esse facto e para a responsabilidade/ envolvimento dos alunos nessa situação, responsabilizando-os, e eventuais consequências -, assim como interveio numa situação na qual uma aluna tecia um comentário sobre um colega que tinha realizado os tpc’s.

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- correção de alguns vocábulos ditos em “portunhol”;
- corrigir a pronúncia de algumas palavras;
- explicar muito bem as tarefas, antes de as iniciar, para que não haja dúvidas posteriores.



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Espanhol- **Reflexão sobre as aulas do 2º período**

Professora Orientadora: Dr.^a Verónica Cruz

Disciplina: Espanhol

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidad - “De compras”

Turma lecionada: 2º período - 8º E

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as três aulas lecionadas, selecionei diversos materiais didáticos, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e para suscitar o interesse e a motivação dos alunos. Privilegiei a utilização de powerpoints, com recurso a imagens temáticas e alusivas à unidade - “ De compras”, para suscitar o interesse dos alunos. Para introdução desta unidade e da sua realidade temática, o enfoque da primeira aula centrou-se na Publicidade, enquanto dispositivo comunicacional, com objetivos informativos e comerciais, a partir do visionamento de um anúncio publicitário televisivo, da Coca- Cola, e respetiva análise do mesmo, tendo eu solicitado a participação dos discentes no comentário ao anúncio. Em seguida, procedeu-se à análise da estrutura do anúncio publicitário (logótipo, título, corpo do anúncio, imagens e slogan), em suporte powerpoint, tendo os alunos preenchido uma ficha com os novos vocábulos aprendidos. Para sensibilização e melhor compreensão e conhecimento das estratégias publicitárias, foram exibidos em powerpoint, diversos anúncios publicitários castelhanos, com diferentes estratégias publicitárias (jogos de palavras, figuras retóricas, uso de vários adjetivos e uso do imperativo), tendo os alunos que comentar o valor semântico dos anúncios e “detetar” qual ou quais as estratégias publicitárias utilizadas. Considero que este tipo de atividade contribuiu para despertar o interesse, a motivação e a participação da turma, tendo os discentes participado na “decifração” das estratégias publicitárias. Partindo da exploração das estratégias publicitárias do anúncio, tornou-se, posteriormente, possível, “fazer a ponte” para os conteúdos gramaticais, nomeadamente o Imperativo, privilegiando-se sempre um contexto de sequência didáctica e pedagógica. Para este enfoque, promoveu-se a “descoberta”, pelos discentes, dedutivamente, deste tempo verbal, através de um slide com frases dos anúncios anteriormente projetados, que apresentavam este tempo verbal, perguntando-se aos alunos os usos e as circunstâncias da sua utilização. Os alunos respondiam oralmente, eu explicitava as terminações e projetava as respostas e os alunos iam completando,

na sua ficha de gramática, as terminações do Imperativo nos verbos regulares, irregulares de mudança vocálica e muito irregulares. Penso que esta foi uma boa forma de sistematização, através de um registo escrito que os discentes poderiam depois consultar, apelando aos conhecimentos que os alunos já revelavam esta aquisição gramatical do ano letivo anterior, estimulando a sua participação, tendo estes aderido. Dada a contingência do tempo restante em aula, o exercício foi para trabalho de casa para correção na aula seguinte, tendo os discentes levado uma ficha com exercícios gramaticais, para consolidação da matéria aprendida em aula. Na minha opinião, pareceu-me que a exploração temática desta unidade realizada por mim- e respetivos recursos concomitantemente disponibilizados- relativamente a este conteúdo programático, foi positiva, considerando a exploração vocabular e imagética da unidade, procurando suscitar o interesse e a motivação na faixa etária destes discentes e o apelo às imagens para uma maior motivação dos alunos. Considero que a motivação, através do visionamento de um anúncio publicitário, foi um aspeto muito positivo, pelo facto de ter conseguido a adesão da turma, que seguiu atentamente o vídeo e o foi comentando.

Na segunda aula, realizou-se a correção dos exercícios gramaticais, para consolidação deste conteúdo gramatical, apelando-se à participação voluntária dos discentes, esclarecendo-se algumas dúvidas que, pontualmente, alguns alunos manifestaram. Manteve-se o registo no powerpoint, mas com nuances “diferentes”: para introduzir algum vocabulário relacionado com os produtos e as compras (objetos tecnológicos, objetos diversos e roupa e complementos), eram lidas adivinhas, questionados os alunos para saber de que objeto/ produto se tratava e, mediante a resposta correta, projetada a imagem e o nome. Com este tipo de atividade, fomentou-se a participação dos discentes e a interação alunos- docente, tornando a aula um espaço bastante “interativo”. Para sistematização dos conteúdos, os alunos registavam na ficha de vocabulário o nome correspondente à imagem. Nesta segunda aula, concluída esta parte, optei pela exploração lúdica, com um jogo, no qual cada grupo recebia em papel o nome de um dos objetos, o desenhava no quadro e os outros grupos tinham que adivinhar de que objeto se tratava. Esta atividade didática caracterizou-se pela sua simplicidade (considerando a duração de uma aula de apenas quarenta e cinco minutos) e exequibilidade, gerando um momento lúdico em aula e de maior descontração e proporcionando um contato mais direto e uma maior aproximação entre a professora estagiária e os alunos do 8º E, uma vez que a docente circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, para ver se existiam dúvidas e esclarecê-las e corrigir as respostas dos alunos quando tentavam adivinhar. Em seguida, finda a atividade, seguiu-se a sua correção, tendo sido dada a oportunidade para diversos alunos participarem, indo ao quadro corrigir as respostas.

Na terceira e última aula, foram abordadas as funções dos objetos, introduzindo-se as expressões: “*Sirve para ...*”/ “*se usa para ...*”, tendo os alunos que completar a correspondência entre uma coluna com objetos e outra coluna, com as respectivos usos para esses objetos e preencher a ficha respectiva. Em seguida, recorri ao powerpoint para abordar o léxico dos materiais, padrões, formas e cores, projetando as imagens para que os alunos reconhecessem e indicassem os nomes. Concomitantemente, os alunos preenchiam os nomes na sua ficha de vocabulário, que continha as mesmas imagens já projetadas em powerpoint.) Considerando a sistematização de todos os conteúdos lexicais e gramaticais da primeira e segunda aula, reintroduziu-se novamente a vertente lúdica, com a operacionalização de um jogo: cada grupo de três alunos escolhia uma imagem, que teriam que descrever em aula para os colegas (utilizando o léxico dos materiais, padrões, formas, cores e as funções para que servia), fazendo com que os outros alunos adivinhassem. Concluída esta atividade, projetou-se um anúncio publicitário, criado por mim, com a aplicação das estratégias publicitárias abordadas na primeira aula, a utilização de léxico da segunda aula (nomes de objetos) e de vocabulário da terceira aula (cores, formas, padrões etc), tendo-se procedido à sua análise, constituindo o mesmo uma “base” e um modelo para a concretização, por cada grupo, da tarefa final da unidade, levada a cabo no final deste bloco de noventa minutos. Na tarefa final, os alunos conceberam um anúncio publicitário, utilizando as estratégias publicitárias abordadas em aula, o léxico referente aos objetos, roupa, aos materiais, cores, formas e usos/ funções dos objetos e utilizando também o conteúdo gramatical aprendido (o Imperativo), tendo eu e acompanhado os alunos no decurso da atividade (cerca de 10 minutos). Os alunos terminaram a tarefa na aula seguinte, consubstanciando-a em suporte cartolina.

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- a professora estagiária fez a “ponte” com os conteúdos da unidade já abordados nas aulas anteriores, retomando conteúdos anteriormente lecionados nas aulas da Professora Orientadora;
- cumprimento do programa curricular previsto nos planos de aula;
- a professora estagiária comunicou sempre em espanhol, mantendo sempre o diálogo e as interações, neste idioma, com os discentes;
- criação de aula dinâmica, pela articulação de distintas estratégias pedagógicas (visionamento de anúncio publicitário, powerpoints, fichas de vocabulário, resolução de exercícios, jogo);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- elaboração de bons materiais;
- a professora estagiária conseguiu mobilizar a forte participação e envolvimento dos discentes na aula, tendo também o cuidado de não excluir nenhum aluno, chamando, inclusive, alunos

para a participação (que não se tinham voluntariado para esse efeito);

- bom domínio científico dos conteúdos e boa preparação curricular da professora estagiária;
- acompanhamento e apoio aos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- a professora estagiária manteve a ordem da turma no decurso das aulas;
- as aulas decorreram em ambiente profícuo e propício às atividades letivas/ pedagógicas;
- esclarecimento de dúvidas dos discentes (vocabulário temático, de textos, compreensão);
- mobilização e acompanhamento dos alunos no decurso da realização das atividades em aula;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária no espaço da sala de aula;
- a professora estagiária esteve atenta, em ambas as aulas, ao comportamento dos discentes, corrigindo, sempre que necessário, alguns comportamentos pontuais;
- observação de regras para o bom funcionamento da aula (*“manos alzadas para contestar”*);
- verificação dos discentes que realizaram os tpc.

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- correção de alguns vocábulos ditos em “portunhol”;
- corrigir a pronúncia de algumas palavras;



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Espanhol- **Reflexão sobre as aulas do 3º período**

Professora Orientadora: Dr.ª Verónica Cruz

Disciplina: Espanhol

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidad - “¡Qué rico!”

Turma lecionada: 3º período - 8º A

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as aulas lecionadas para esta turma (três blocos de 90 minutos), foram selecionados diversos materiais didáticos, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e para suscitar o interesse e a motivação dos alunos, através do encadeamento de tarefas conduzindo à Tarefa Final, como corolário das aprendizagens.

Na primeira aula lecionada, a professora estagiária fez com os alunos uma revisão dos conteúdos dados nas aulas anteriores com a Professora Orientadora de Espanhol, enquadrando a nova unidade “¡Qué rico!” como uma continuidade dos conteúdos dados na unidade prévia “De compras”, na qual se abordava o consumo de diversos bens (entre os quais os alimentos), tendo a professora estagiária dado um bloco de noventa minutos. Foi explicitado aos alunos que, na nova unidade, iriam adquirir conhecimentos sobre os alimentos e ver receitas de como confeccionar os alimentos. Para a aquisição vocabular das diversas categorias de alimentos (“verduras”, “carnes y embutidos”, “pescado y mariscos”) e ainda utensílios de cozinha, apresentaram-se diversas adivinhas, em suporte powerpoint, na generalidade bastante simples, para potenciar a compreensão da mensagem subjacente e facilitar a compreensão do seu conteúdo e também para conferir mais dinâmica na gestão da aula e maior interesse e participação dos discentes. Este tipo de atividade privilegiava uma sequência lógica e didática, surgindo em aula de forma natural, encadeada numa sequência e num fio condutor que os alunos rapidamente “agarraram”, participando ativamente, verificando-se, a meu ver, uma boa interação docente- discente. As adivinhas foram lidas, a seguir a professora estagiária perguntou aos alunos quais podiam ser os alimentos e os utensílios de cozinha e, por último, foram projetadas as imagens e o nome. Concomitantemente, e depois de os alunos já terem respondido a todas as adivinhas, a professora- estagiária facultou uma ficha de vocabulário, na

qual à imagem disponibilizada, os alunos fizeram corresponder a palavra correta. Tal ficha apenas foi disponibilizada no final da atividade, para os alunos não saberem “de antemão” as respostas às diversas adivinhas. Para o preenchimento da ficha de vocabulário, participaram diversos alunos, que foram ao quadro escrever, voluntariamente, na ficha de vocabulário, projetada em powerpoint, as respostas corretas. Os alunos foram preenchendo os vocábulos na ficha, na qual constavam as mesmas imagens que eram projetadas em powerpoint. As adivinhas permitiram uma aquisição vocabular através de um elemento lúdico, que os discentes destas faixas etárias bem conhecem e com o qual se identificam. Este “jogo lúdico” também facilitou a interação entre professora- estagiária e alunos, fomentando a participação dos alunos que se revelaram, na generalidade, bastante interessados. Em seguida, para sistematização destes conteúdos lexicais, foi-lhes disponibilizado um exercício, que consistia na disponibilização de várias imagens de alimentos e utensílios, tendo os alunos que “caçar o intruso”, escrevendo numa “estrela” a resposta, o nome do intruso. Este exercício permitia verificar se os alunos tinham compreendido bem a inserção dos alimentos nas diversas categorias e se tinham “retido” bem os nomes na sua memória. O exercício correu bem, tendo a professora- estagiária circulado entre as mesas, para verificar se havia dúvidas e esclarecer as mesmas, para além de esta atividade ter potenciado a aproximação professora- estagiária- alunos. Depois, para “familiarizar” os alunos com a aplicação do novo léxico aprendido, foi lida uma receita de uma sandes, tendo os alunos que completar alguns espaços lacunares com o nome dos ingredientes, que os alunos tinham acabado de aprender (eram facultadas imagens). A leitura desta receita permitiu que os alunos se “familiarizassem” com a utilização do novo léxico e ver também verbos que se utilizavam em receitas. A professora- estagiária teve o cuidado de esclarecer vocábulos que constavam da receita, que os alunos desconheciam. Os materiais projetados, em powerpoint, bem como os que foram cedidos aos alunos, eram profusamente ilustrados, com diversas animações, com “bonecos”, visando apresentar-lhes um conteúdo interessante, adequado à sua faixa etária, despertando-lhes o interesse para os novos conteúdos vocabulares e gramaticais. Por último, na primeira aula, foram ainda introduzidos os conteúdos gramaticais referentes aos conectores temporais de anterioridade (“antes de ...”, “antes de que ...”), de simultaneidade (“mientras...”) e de posterioridade (“después de ...”, “después de que ...”), em contexto- situação, isto é, partindo da utilização de exemplos constantes na receita, que fôra previamente lida e analisada. A professora- estagiária questionou os alunos sobre as frases, nomeadamente sobre o número de ações que a mesma continha, bem como a ordem pelas quais as ações decorriam. Os alunos foram participativos, tendo sido possível analisar as frases em conjunto, facilitando-se assim a aquisição destes novos conteúdos. Para facilitar a compreensão deste novo conteúdo gramatical, a professora- estagiária introduziu, numa fase inicial, o conector temporal “mientras”, de simultaneidade,

uma vez que este era o conector de mais simples e fácil compreensão e utilizava o presente do indicativo, tempo verbal já bem conhecido dos discentes.

Na segunda aula, a professora- estagiária fez a revisão, com os alunos, dos conteúdos dados na aula anterior e pretendeu-se dar continuidade aos conteúdos lecionados na primeira aula, nomeadamente os conectores temporais “*antes de*” e “*después de*”. A professora- estagiária, logo no início da aula, esclareceu os discentes relativamente à realização da Tarefa Final, agendada para a terceira aula, para que estes compreendessem bem a importância e o encadeamento das diversas atividades implementadas ao longo das três aulas (redação de uma receita com uma imagem de um alimento que o envelope continha). Retomando os conteúdos gramaticais, com recurso ao powerpoint, foram apresentados exemplos dos conectores em frases, devidamente contextualizados, aplicando-se o vocabulário sobre a unidade “|Qué rico!” e, inclusive, alguns exemplos de frases constantes nas receitas. Os exemplos foram explicados em aula, no quadro, decompondo-se a frase em duas orações, questionando-se os alunos sobre os sujeitos de ambas as orações e quais os tempos verbais que tinham sido empregues. Depois desta explicação, na qual os alunos foram respondendo corretamente, os discentes praticaram a aquisição desta matéria gramatical nas fichas que lhes tinham sido distribuídas na aula anterior, através do preenchimento lacunar dos conectores temporais, atividade realizada a pares e na qual a professora estagiária pôde circular entre as mesas, acompanhando o trabalho dos discentes e dissipando as suas dúvidas, numa interação salutar entre professora- estagiária-alunos. A professora estagiária procedeu à correção dos referidos exercícios, através do completamento de espaços, no powerpoint que havia sido projetado no quadro, solicitando a diversos alunos o seu contributo, para fornecerem a resposta correta, pretendendo-se dar a possibilidade ao maior número de alunos de participarem em aula (considerando o facto de serem vinte e nove alunos).

Na terceira aula, após a revisão da aula anterior com os discentes, e, como complemento aos conectores temporais de anterioridade “*Antes de que*” e de posterioridade “*Después de que*”, os alunos aprenderam o presente do conjuntivo. Antes de avançar para este conteúdo, a professora estagiária questionou os alunos para saber se existiam dúvidas dos conteúdos aprendidos nas duas aulas anteriores, tendo alguns alunos solicitado o esclarecimento de dúvidas. A professora estagiária aceitou a tomar alguns minutos da sua aula para dissipar as dúvidas, considerando que esse tempo foi vital para depois se avançar mais facilmente na aquisição do presente do conjuntivo. Foi distribuída uma nova ficha gramatical, com a súmula dos conteúdos que iriam ser dados em aula, com a utilização de quadros simples para facilitar a sistematização dos conteúdos. Para facilitar a compreensão deste novo conteúdo gramatical, a professora estagiária apelou aos conhecimentos prévios e basilares adquiridos na disciplina de Português, para

estabelecer o paralelismo entre o presente do conjuntivo e o “presente de subjuntivo”, solicitando o contributo dos discentes para completarem os espaços em branco na conjugação dos verbos regulares do “presente de subjuntivo”, informando-os que as terminações dos verbos regulares do presente do conjuntivo eram bastante semelhantes às de Português. Os alunos, recordando as terminações do presente do conjuntivo na sua língua materna, aderiram, conseguindo completar os verbos do presente do conjuntivo. Em seguida, para testarem os conhecimentos adquiridos, praticaram um exercício lacunar. A professora estagiária chamou alguns alunos ao quadro, para corrigir os exercícios, tendo o cuidado de alternar alunos voluntários com alguns alunos “não voluntários”, visando uma distribuição imparcial da participação dos alunos em aula. Foram também dados alguns verbos irregulares do “presente de subjuntivo”.

Para alternar, posteriormente, o tipo de atividades realizadas, pareceu importante à professora estagiária, “quebrar” um pouco o mesmo registo de atividade, tendo introduzido uma atividade diferente: de compreensão auditiva. A mesma baseava-se no visionamento e audição de uma receita, típica, de uma sandes, mostrando, “em tempo real”, não só a confeção da sandes, mas também o vocabulário dos alimentos e dos utensílios de cozinha que os alunos adquiriram na primeira aula (permitindo uma revisão a esse conteúdo vocabular). Considero que o referido vídeo utilizava uma linguagem simples e clara, sugestiva da realização de receitas, com “expressões-chave” que se utilizam neste tipo de situações. O visionamento deste vídeo permitiu fazer a exploração do mesmo. Tornou-se aliciante o apelo à imagem, à compreensão da mensagem, “aproveitando-se” o interesse dos alunos no vídeo para introduzir novos conteúdos gramaticais, designadamente os verbos típicos da confeção de receitas e a “Pasiva Refleja”. Aos discentes, foi-lhes facultada uma ficha, a qual iam preenchendo com as respostas corretas, dos verbos típicos das receitas. Para “incrementar” a motivação dos discentes, a ficha que lhes foi facultada continha algumas “imagens” alusivos à temática, permitindo-lhes inferir mais facilmente qual o verbo a colocar no espaço em branco. Após o visionamento do vídeo duas vezes, a professora estagiária procedeu à correção do exercício, que consistia em completar os espaços em branco com alguns verbos típicos da confeção de receitas e a professora estagiária esclareceu o significado desses verbos e de alguns vocábulos que os alunos desconheciam. Mais uma vez, foram alunos ao quadro corrigir este exercício, que ainda não tinham participado em aula. Alguns exemplos da “Pasiva Refleja”, constantes na receita que tinha sido visionada, foram “aproveitados” para introduzir a “Pasiva Refleja”. Em seguida, a professora estagiária procedeu à explicitação da “Pasiva Refleja”, da sua formação e quais as terminações da mesma. Os alunos consultaram a ficha de gramática que tinha sido distribuída no início da aula e onde constavam todos os conteúdos gramaticais, com quadros elucidativos e de fácil compreensão. Este conteúdo gramatical foi testado com recurso a uma ficha, na qual

era apresentada uma receita, tendo os alunos que completar os espaços em branco com a “Pasiva Refleja”, alternativamente, dos verbos regulares e irregulares, podendo os alunos consultar a ficha de gramática, onde constavam alguns verbos regulares e irregulares que se utilizam na “Pasiva Refleja”. A ficha com o exercício da “Pasiva Refleja” era apelativa, com alguns “bonecos”, permitindo que os alunos se identificassem com o material didático que foi especialmente concebido para eles, considerando a sua faixa etária.

Relativamente à Tarefa Final, apesar de a mesma ter sido concebida para ser aplicada em aula, tal não se afigurou possível, dada a contingência de tempo, uma vez que foi necessário incluir mais alguns minutos (não previstos), no início da aula, para explicitar alguns conteúdos que não tinham ficado claros para os alunos. Esta atividade não tinha sido programada, aquando da planificação da aula, mas teve impacto na gestão do tempo disponível para o cumprimento das atividades previstas para a terceira aula. A professora estagiária não “lamenta” a utilização deste tempo, em prol do esclarecimento das dúvidas dos alunos, considera que o mesmo até foi útil para fomentar a interação professora- estagiária- alunos e uma proximidade maior docente-discentes. Relativamente ao cumprimento da tarefa final, que consistia na elaboração da receita de uma sandes, a pares, utilizando uma imagem de um alimento (a incluir na receita), e pressupunha a utilização da aquisição vocabular desta unidade e utilização de conectores e da gramática correspondente, a professora estagiária considera que os alunos do 8º A não ficaram “lesados” nos seus interesses, uma vez que a Tarefa Final, como corolário das aprendizagens das três aulas dadas pela professora estagiária, foi levada a cabo na aula seguinte, já com a Professora Orientadora de Espanhol, tendo a professora- estagiária estado presente e acompanhado a tarefa, a exemplo de outras aulas no segundo período, nas quais tinha participado junto dos alunos, por solicitação da Professora Orientadora de Espanhol. Na opinião da professora estagiária, esta circunstância permitiu um momento em aula bastante “salutar”: os discentes beneficiaram do facto de estarem duas pessoas a prestarem-lhes ajuda na consecução da tarefa (sempre útil, considerando a dimensão da turma) e tiveram um acompanhamento mais personalizado.

Na minha opinião, pareceu-me que a exploração temática desta unidade realizada por mim - e respetivos recursos concomitantemente disponibilizados, relativamente a este conteúdo programático - foi positiva, considerando a exploração vocabular e imagética da unidade, procurando suscitar o interesse e a motivação na faixa etária destes discentes e o apelo às imagens e à utilização de suportes e materiais diversificados, para uma maior motivação dos alunos. Considero que o visionamento de uma receita foi um aspeto muito positivo, pelo facto de ter conferido mais “vivacidade” e “utilidade” à aquisição vocabular e gramatical, em situação de contexto, tendo conseguido a adesão da turma, que seguiu atentamente o vídeo,

tendo o “aproveitamento didático” do mesmo contribuído para facilitar a realização da tarefa final.

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- a professora estagiária fez a “ponte” com os conteúdos da unidade já abordados nas aulas anteriores, retomando conteúdos anteriormente lecionados pela Professora Orientadora;
- cumprimento, dentro das possibilidades possíveis, do programa curricular previsto no plano de aula;
- a professora estagiária comunicou sempre em espanhol, mantendo sempre o diálogo e as interações, neste idioma, com os discentes;
- a professora esclareceu sempre as dúvidas que os alunos iam apresentando ao longo da aula;
- criação de aula dinâmica, pela articulação de distintas estratégias pedagógicas (visionamento de vídeo de receita, powerpoints, fichas de vocabulário, resolução de exercícios);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- elaboração de bons materiais;
- a professora estagiária conseguiu mobilizar a forte participação e envolvimento dos discentes na aula, tendo também o cuidado de não excluir nenhum aluno, chamando, inclusive, alunos para a participação (que não se tinham voluntariado para esse efeito);
- bom domínio científico dos conteúdos e boa preparação curricular da professora estagiária;
- acompanhamento e apoio aos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- a professora estagiária tentou sempre manter a ordem da turma, recorrendo a diversas estratégias pedagógicas possíveis, no decurso da aula (não obstante a dimensão da turma (cerca de 30 alunos), chamando os alunos à atenção para o facto de terem que estar mais concentrados em aula;
- as aulas decorreram, na generalidade, em ambiente profícuo e propício às atividades letivas/pedagógicas;
- esclarecimento de dúvidas dos discentes (vocabulário temático, compreensão);
- mobilização e acompanhamento dos alunos no decurso da realização das atividades em aula;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária no espaço da sala de aula;
- a professora estagiária esteve sempre atenta ao comportamento dos discentes, corrigindo

comportamentos;

- na impossibilidade de cumprir na íntegra o plano previsto para a aula, a professora estagiária selecionou as tarefas e atividades mais pertinentes;

- boa preparação da tarefa final;

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- corrigir a pronúncia de algumas palavras;

- controlar ainda mais o comportamento dos alunos.



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Português- **Reflexão das aulas do 1º período**

Professora Orientadora: Dr.ª Alice Carrilho

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidade 3- “ (Con) Venço eu” - *Sermão de Santo António*, de Padre António Vieira

Turma lecionada: 1º período- 11º A

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as duas aulas lecionadas, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A professora estagiária deu início à aula, situando o capítulo que iria abordar, contextualizando-o na obra *Sermão de Santo António aos Peixes*, de Padre António Vieira e estabelecendo uma sequência didática e lógica com as aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora. A professora estagiária privilegiou a utilização de powerpoints, com recurso a imagens temáticas e alusivas à unidade 3- “ (Con) Venço eu”, para suscitar o interesse dos alunos. Foram disponibilizados slides com o poema *Porque*, de Sophia de Mello Breyner Andresen, alusivo aos vícios e defeitos humanos, e provérbios com o campo semântico dos peixes, com a finalidade de introduzir em aula o capítulo V do *Sermão de Santo António*, não só para familiarizar os discentes com a nova realidade temática, mas também para os “despertar” para a atualidade de que se reveste a esta obra de Padre António Vieira, designadamente os vícios e defeitos humanos que persistem no seio da sociedade portuguesa, quase quatro séculos depois do *Sermão de Santo António* ter sido escrito. A docente estagiária optou por selecionar o poema *Porque* de Sophia de Mello Breyner Andresen, para sensibilizar ainda mais para a leitura do Capítulo V do *Sermão*, pedindo aos alunos que analisassem o seu conteúdo semântico, complementando, numa fase posterior, com provérbios de peixes e imagens correspondentes. A professora estagiária apelou à participação global da turma, tendo os discentes proposto possíveis interpretações para os mesmos. Na sua opinião, com esta exploração semântica e imagética da unidade, foi alcançada uma maior motivação dos discentes para a tarefa seguinte, que consistia na leitura do Capítulo V do *Sermão de Santo António*. A professora estagiária considera que a motivação, através da realização deste powerpoint, foi um aspeto muito positivo, pelo facto de ter conseguido a adesão da turma, que

começou a participar, gerando-se um momento de aula mais descontraído “quebrando-se” assim algum gelo inicial entre a professora estagiária e os discentes, fruto da situação esporádica e pontual de lecionação daquela aula. Concluído o visionamento do powerpoint e, considerando a extensão do texto do Capítulo V, a turma foi dividida em quatro grupos (por sugestão da Professora Orientadora de Português, baseando-se em estratégias pedagógicas que tinham anteriormente resultado com a turma, cuja divisão proposta prontamente a professora estagiária acolheu), sendo a cada grupo atribuído um “peixe”, para análise dos seguintes tópicos: apresentação dos defeitos do “peixe”, desenvolvimento da crítica (argumentos) e exemplos e ideia síntese sobre a repreensão feita. A professora estagiária informou que os discentes dispunham de cerca de quinze minutos para a realização desta atividade pedagógica, à qual se seguiria a leitura integral do capítulo V, em consonância com os grupos e os “peixes” atribuídos (*roncadores, pegadores, voadores e o polvo*). Esta atividade didática caracterizou-se pela exploração deste capítulo, proporcionando um contato mais direto e uma maior aproximação entre a professora estagiária e os alunos do 11º A, uma vez que a docente estagiária circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, orientar a própria dinâmica do grupo (para nenhum membro ficar excluído ou auto-excluir-se do trabalho a realizar), para ver se existiam dúvidas, esclarecê-las e ainda corrigir as respostas dos alunos. Em seguida, findo o tempo para a realização da atividade, seguiu-se um momento de leitura, por grupos, tendo todos os alunos da turma seguido atentamente a leitura. Gerou-se uma dinâmica diferente em aula: ao trabalho de cada grupo, sucedeu um momento de concentração global de turma na leitura do capítulo V. Posteriormente, foi dada a oportunidade aos membros de cada grupo participarem, respondendo às questões referentes ao peixe que lhes tinha sido atribuído. Após as respostas orais dos discentes, eram facultadas, em suporte escrito (powerpoint), as respostas corretas, tendo a professora estagiária alertado toda a turma para registar no caderno os tópicos referentes a todos os peixes, independentemente do peixe que lhes tinha sido atribuído para analisar. Concomitantemente, a professora estagiária informou os alunos que não era preciso copiar exaustivamente todos os tópicos constantes do powerpoint, dado que o mesmo iria ser disponibilizado na plataforma da escola, mas os discentes demoraram algum tempo a escrever as suas notas, tendo a professora estagiária respeitado o seu tempo pessoal e o seu ritmo de aprendizagem. Após ter sido possível ler em aula os excertos referentes aos *roncadores, pegadores e voadores* e, corrigido o questionário relativo a estes peixes, foi adiada para a aula seguinte a leitura do *polvo* e respetivas respostas ao questionário, considerando o término da aula de noventa minutos. Foi facultada aos alunos uma ficha de trabalho, para realização de tpc.

Relativamente à segunda aula, a professora estagiária deu início à aula, pedindo a participação dos alunos, no sentido de se recordarem dos conteúdos abordados na aula anterior. Na

generalidade, os discentes recordavam-se dos peixes que tínhamos analisado na aula anterior, os seus defeitos e vícios, a crítica e os exemplos e a ideia síntese da repreensão feita. Para finalizar o capítulo V, o grupo, encarregue da leitura do *polvo*, dedicou-se a essa tarefa, respondendo, posteriormente, ao questionário. Mais uma vez, para sistematização dos conteúdos abordados, a professora estagiária projetou, em powerpoint, as respostas, que incluíam um quadro- resumo com a informação sobre todos os peixes, tendo os discentes tomado notas nos seus cadernos. Terminada esta tarefa, seguiu-se a correção da ficha de trabalho, com conteúdos gramaticais, tendo a professora estagiária tido o cuidado de, previamente a esta tarefa, perguntar e tomar nota dos alunos que tinham efetuado o trabalho de casa. A professora estagiária apelou à participação geral dos alunos, respondendo estes às diversas questões da ficha de trabalho, e esclareceu dúvidas. Após a participação dos alunos, eram projetadas as respostas no powerpoint, tirando os alunos notas do mesmo. Em seguida, a leitura, em voz alta, do capítulo VI do *Sermão de Santo António* foi realizada através da audição de uma versão incluída no manual. A professora estagiária leu, em voz alta, o questionário do capítulo VI e os alunos foram respondendo às diversas questões. Mais uma vez, a professora estagiária recorreu à projeção em powerpoint, disponibilizando, em suporte escrito, a correção do questionário, à medida que os alunos iam respondendo. A segunda aula ficou concluída com a análise e resolução do questionário.

A professora estagiária considera que a utilização de diferentes estratégias didáticas (trabalho de grupo e trabalho individual) e de distintos materiais (powerpoint, manual, ficha de trabalho e powerpoint) proporcionou um ambiente dinâmico de aula, tendo contribuído para manter os discentes interessados na aula.

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- Cumprimento do programa curricular previsto (V e VI capítulos do *Sermão de Santo António*);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- estabelecimento de uma boa relação pedagógica professora estagiária- discentes;
- as aulas decorreram num ambiente salutar, normal e profícuo à prática letiva/ pedagógica;
- não se verificaram problemas de comportamento a assinalar;
- aulas com recurso a distintos materiais pedagógicos: manual, powerpoints, ficha de trabalho, audição de capítulo;
- a professora estagiária conseguiu criar uma dinâmica na aula, alternar entre diferentes materiais pedagógicos, mantendo, deste modo, o interesse e a atenção dos alunos;
- bom domínio científico e boa preparação curricular da professora estagiária;

- relembrar os conteúdos curriculares dados em aulas anteriores, para contextualização de novos conteúdos;
- a professora estagiária conseguiu a participação e o envolvimento dos alunos;
- respeito pelo ritmo de aprendizagem dos discentes;
- relação de proximidade com os alunos;
- definição clara e estabelecimento de tarefas aos alunos;
- acompanhamento dos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- a professora estagiária soube manter a ordem da turma no decurso da aula;
- harmonização da gestão de tarefas letivas;
- boa articulação entre as tarefas letivas;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- naturalidade e calma da professora estagiária na condução da aula;
- esclarecimento de dúvidas aos discentes ao longo das aulas (vocabulário dos capítulos, questionário e compreensão);
- interação professora estagiária- alunos;
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária entre as mesas dos alunos e no espaço da sala de aula;
- verificação dos discentes que realizaram os tpc;
- observação de regras para o bom funcionamento da aula (saída ordeira dos discentes da sala de aula, por fila, com cadeiras arrumadas);

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- ler mais pausadamente as expressões a sublinhar;
- não cumprimento integral do plano de aula previsto, devido ao respeito pelo ritmo de aprendizagem dos discentes (um pouco mais “lentos” no primeiro bloco de aulas da manhã);
- a professora estagiária necessita ainda de um maior domínio curricular e de experiência do programa de Português, 11º ano, para responder a todas as questões dos alunos.



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Português- **Reflexão das aulas do 2º período**

Professora Orientadora: Dr.ª Alice Carrilho

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidade 5- “ (Eça) história e eu” - *Romance de Eça de Queirós- Os Maias*

Turma lecionada: 2º período - 11º C

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as cinco aulas lecionadas, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, em constante articulação e no estreito cumprimento das sequências lógica e didática, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A leção de alguns capítulos da obra *Os Maias*, de Eça de Queirós, requereu uma preparação pedagógica intensiva e aprofundada por parte da professora estagiária. A docente estagiária iniciou a primeira aula com um enquadramento essencialmente cultural e histórico, inserindo a obra *Os Maias* na corrente literária respetiva (Realismo), contrapondo as características desta obra realista às de Frei Luís de Sousa (Romantismo) e pedindo aos alunos que se recordassem das características do Romantismo que tinham aprendido em aulas anteriores, estabelecendo, deste modo, uma sequência didática e lógica com as aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora. No que concerne aos materiais didáticos utilizados em contexto de aula, pela professora estagiária, foi dada primazia à utilização do manual escolar *Expressões 11*, da Porto Editora, nomeadamente ao nível dos excertos dos capítulos da obra *Os Maias* e respetivos questionários para aferição de leitura, bem como à utilização de alguns powerpoints didáticos, profusamente ilustrados e esquematicamente elucidativos. No entanto, a professora estagiária recorreu também ao uso de powerpoints (por ela elaborados), para o enquadramento cultural e histórico de *Os Maias* e para sistematizar as características do Realismo, uma vez que o manual não conferia grande destaque a esse aspeto e a professora estagiária considerou relevante o enquadramento, designadamente para facilitar a compreensão aos alunos da existência de distintas correntes literárias, com características diferentes entre si, e respetivas obras literárias. Este powerpoint continha imagens alusivas à época (segunda metade do séc. XIX), bem como tabelas e esquemas, com informação pormenorizada, para facilitar a aprendizagem de novos conteúdos, especificamente numa obra que se reveste de complexidade, considerando a sua extensão. A

professora estagiária analisou também com os alunos o powerpoint didático do manual, que estabelecia a distinção entre dois níveis narrativos: a história da família Maia (à qual o título aludia) e a crónica de costumes (constante no subtítulo). Na minha opinião, com esta exploração semântica e imagética dos powerpoints, foi alcançada uma maior motivação dos discentes para a tarefa seguinte, que consistia na leitura de dois textos alusivos à importância do título e subtítulo da obra. Após o enquadramento histórico e cultural, a explicitação das características do Realismo e a “ponte” como enquadramento histórico e cultural e as características do Realismo presentes em *Os Maias*, a professora estagiária apelou à participação global da turma, designadamente na vertente de leitura e análise de dois textos acima referenciados, tendo alguns alunos se voluntariado para esse efeito. A professora estagiária esclareceu dúvidas lexicais, ao nível dos textos lidos, considerando alguns vocábulos que, pela sua natureza mais linguística, poderiam ser eventualmente desconhecidos para os alunos, dificultando a sua compreensão do texto. Por último, ao nível da primeira aula, foram lidos dois textos, referentes a excertos dos capítulos I e XVIII, tendo a professora estagiária dado oportunidade a diversos discentes para um momento de leitura. Foi realizada a leitura orientada destes textos, tendo a professora estagiária enfatizado aspetos relevantes, decorrentes da análise dos textos. Deu-se início à resolução do questionário referente à compreensão destes textos. Como não foi possível terminar a resolução do questionário, algumas questões ficaram para trabalho de casa, para correção na segunda aula.

Deste modo, na segunda aula, a professora estagiária verificou quais os alunos que tinham realizado os trabalhos de casa, registando, para o efeito, o nome dos discentes que tinham cumprido a tarefa solicitada pela professora estagiária. Em seguida, solicitou aos discentes um resumo oral dos conteúdos dados na primeira aula (para sistematização dos mesmos). O início da segunda aula consistiu na correção do questionário referente aos textos com excertos do capítulo I e capítulo XVIII. Os alunos respondiam às questões e depois a professora estagiária projetava, em powerpoint, as respostas, tendo os alunos sido informados para retirarem apenas alguns apontamentos pontuais, considerando que os respetivos powerpoints ficariam disponíveis na plataforma da escola. Finalizada esta atividade, foi exibido um pequeno excerto cinematográfico de uma adaptação da obra *Os Maias*, mais concretamente de um episódio do capítulo II da obra, como motivação para suscitar mais interesse nos alunos, fornecendo pistas para a leitura do excerto que constava no manual dos discentes. Posteriormente, iniciou-se a leitura do excerto: “Uma sombria tarde de Dezembro”, tendo a professora estagiária efetuado a análise orientada do texto, solicitando a participação dos alunos na referida análise. Em seguida, para permitir o cumprimento do plano de aula, a resolução do questionário do texto foi realizada em conjunto (professora estagiária- alunos), tendo sido projetados em powerpoints os

tópicos de resolução do questionário. Considero que a diversidade de materiais pedagógicos utilizados em contexto de aula (excerto cinematográfico, powerpoint, manual) foi salutar, funcionando como um facilitador da aprendizagem, gerando estímulos distintos e complementares entre si. Como não foi possível concluir a resolução do questionário da página 251, o mesmo transitou para a terceira aula.

Na terceira aula, a professora retornou, mais uma vez, os conteúdos programáticos que tinham sido dados na segunda aula, pedindo a colaboração dos discentes para efetuarem a referida sistematização de conteúdos. Foi efetuada a resolução do questionário (que tinha ficado pendente da segunda aula), com recurso à projeção dos tópicos em powerpoint (slides que iriam posteriormente ser disponibilizados na plataforma da escola). Em seguida, para facilitar a leitura de excertos dos capítulos I, II e III, criteriosamente selecionados para introduzir a temática da Educação em *Os Maias*, foi disponibilizada uma versão em pdf, que permitia ultrapassar eventuais dificuldades na gestão da leitura dos referidos capítulos, considerando a profusão de livros editados por distintas editoras, com diferentes formatos e a consequente não correspondência entre as páginas. Deste modo, foi possível “uniformizar” o processo de leitura, em torno de uma única versão, à qual todos os discentes tiveram acesso, tendo os referidos excertos sido projetados e sido lidos em aula (posteriormente também disponibilizados na plataforma). À semelhança da leitura orientada que tinha sido utilizada como estratégia pedagógica para análise dos excertos dos textos do manual, a professora estagiária assumiu a continuidade desta estratégia pedagógica, efetuando o mesmo tipo de análise, comentando e esclarecendo dificuldades de léxico e enfatizando as características do Realismo presentes na obra, nomeadamente ao nível do estilo queirosiano. A leitura dos excertos dos capítulos foi atribuída a diferentes discentes, alguns que se voluntariaram para o efeito, outros foram designados pela professora para efetuarem a leitura, permitindo assim dar a oportunidade de participação ao maior número de alunos. Após a leitura dos referidos excertos sobre a Educação em *Os Maias*, foi feita a sistematização dos dois tipos de educação (Educação Tradicional Portuguesa e Educação Inglesa) e seus representantes (respetivamente, Pedro da Maia/ Eusebiozinho e Carlos da Maia), com a análise e projeção de conteúdos em powerpoint, que ficou disponível na plataforma. Foi ainda distribuída uma ficha, da autoria da professora estagiária, com a sistematização de aspetos relevantes da obra que já tinham sido abordados nas aulas anteriores, para ajudar os alunos na compreensão e na visão da obra. O plano de aula previsto foi integralmente cumprido.

Na quarta aula, a professora estagiária solicitou aos discentes um resumo oral dos conteúdos dados na primeira aula (para sistematização dos mesmos). Em seguida, deu-se início à aula,

com a leitura e análise orientada do episódio “Jantar no Hotel Central”, da obra *Os Maias*, tendo a professora estagiária esclarecido dificuldades de léxico e enfatizado as características do Realismo presentes na obra, nomeadamente ao nível do estilo queirosiano. Posteriormente, para a resolução do questionário, a professora estagiária constituiu grupos (por filas), aos quais foram atribuídas algumas questões da compreensão do texto. A professora estagiária “aproveitou” esta situação para poder interagir mais pessoalmente com os discentes, circulou por todas as mesas para a verificação de como decorria a atividade, orientar a própria dinâmica do grupo (para nenhum membro ficar excluído ou auto- excluir-se do trabalho a realizar), acompanhar mais de perto o trabalho que realizavam, aferir dificuldades e esclarecer dúvidas, incentivando os alunos a trabalhar em grupo. Relativamente à resolução do questionário, a professora estagiária questionou os alunos, por grupos/ fila, relativamente às suas respostas, corrigiu verbalmente algumas respostas e projetou as opções corretas, com recurso ao powerpoint elaborado para o efeito. Em seguida, procedeu-se à leitura e análise orientada de alguns excertos do capítulo VI, tendo sido projetado o pdf da obra, em aula, para todos os alunos poderem acompanhar a leitura, tendo vários discentes lidos os excertos. Os alunos ainda principiam a resolução do questionário da página 258, mas não foi possível corrigi-lo, tendo o mesmo transitado para a aula seguinte. A professora estagiária distribuiu aos alunos uma ficha informativa, para auxiliar os discentes na preparação para o teste que iriam realizar, com a sistematização de alguns dos aspetos mais relevantes da obra, designadamente: o título, o subtítulo, a visão crítica da época, o tempo narrativo, o espaço físico, personagens (caracterização), personagens (relações e oposições) e resumo do episódio: “Jantar no Hotel Central”.

Na quinta e última aula, foram lidos, por diversos discentes, os últimos excertos relevantes do capítulo VI e corrigido o questionário da página 258, que requeria a leitura prévia destes últimos excertos do capítulo VI. Procedeu-se à leitura do excerto “*A Toca*”, constante no manual, uma leitura orientada e com esclarecimento de vocábulos, complementada com particular destaque para as marcas do estilo queirosiano. Em seguida, foi corrigido o questionário respetivo, com recurso ao powerpoint, disponibilizando, em suporte escrito, a correção do questionário, à medida que os alunos iam respondendo. O plano de aula previsto foi cumprido na íntegra.

A professora estagiária considera que a utilização de diferentes estratégias didáticas (trabalho de grupo e trabalho individual) e de distintos materiais (powerpoints- da sua autoria, powerpoints didáticos do manual *Expressões 11*, pdf, manual, fichas informativas de sistematização de conteúdos da obra *Os Maias*) proporcionou um ambiente dinâmico de aula,

tendo contribuído para manter os discentes interessados na aula. Constituiu um “desafio” dar em aula a obra *Os Maias*, considerando a sua extensão, mas penso que, de alguma forma, consegui que os discentes se consciencializassem da relevância e da atualidade da obra e assimilassem este novo conteúdo programático, atingindo, assim, os objetivos e metas propostos para este nível de escolaridade.

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- Cumprimento, na sua globalidade, do programa curricular previsto para estas cinco aulas (excertos dos capítulos I, II, III, VI e episódios constantes do manual);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- estabelecimento de uma boa relação pedagógica professora estagiária- discentes;
- as aulas decorreram num ambiente salutar, normal e profícuo à prática letiva/ pedagógica;
- aulas com recurso a distintos materiais pedagógicos: manual, powerpoints didáticos, powerpoints (da autoria da professora estagiária), ficha de sistematização de conteúdos da obra;
- a professora estagiária conseguiu criar uma dinâmica na aula, alternar entre diferentes materiais pedagógicos, mantendo, deste modo, o interesse e a atenção dos alunos;
- bom domínio científico e boa preparação curricular da professora estagiária;
- relembrar os conteúdos curriculares dados em aulas anteriores, para contextualização de novos conteúdos;
- a professora estagiária conseguiu a participação e o envolvimento dos alunos;
- respeito pelo ritmo de aprendizagem dos discentes;
- relação de proximidade com os alunos;
- definição clara e estabelecimento de tarefas aos alunos;
- acompanhamento dos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- harmonização da gestão de tarefas letivas;
- boa articulação entre as tarefas letivas;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- naturalidade e calma da professora estagiária na condução da aula;
- esclarecimento de dúvidas aos discentes ao longo das aulas (vocabulário dos capítulos, questionário e compreensão);
- interação professora estagiária- alunos;
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária entre as mesas dos alunos e no espaço da sala de aula;

- verificação dos discentes que realizaram os tpc;

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- ser ainda mais assertiva no controlo de alguns comportamentos da turma (apesar de os alunos terem sido alvo da “intervenção” da professora estagiária, tendo sido advertidos e mesmo mudados de lugar, no sentido de corrigirem o seu comportamento);

- corrigir algumas “gaffes” decorrentes da inexperiência docente na lecionação deste conteúdo programático.



Escola Secundária
Quinta das Palmeiras

Disciplina: Português- **Reflexão das aulas do 3º período**

Professora Orientadora: Dr.ª Alice Carrilho

Nome da Estagiária: Rossana Carina Teixeira Morgado Rocha

Unidade lecionada: Unidade 5- “ Os Lusíadas”

Turma lecionada: 3º período - 10º C

Opção pela escolha de determinados materiais pedagógicos e estratégias para a valorização do meu trabalho

Para as duas aulas lecionadas no 10º C, foram selecionados diversos materiais didáticos e pedagógicos, em constante articulação e no estreito cumprimento das sequências lógica e didática, tendo em vista a complementaridade dos mesmos e proporcionar a criação de um ambiente dinâmico em aula. A lecionação das Reflexões do Poeta (Cantos I e V), da obra “Os Lusíadas”, de Luís de Camões, requereu uma preparação pedagógica intensiva e aprofundada por parte da professora estagiária. A docente estagiária iniciou a primeira aula com o enquadramento da presente aula, em articulação com a sequência didática e lógica das aulas imediatamente anteriores, lecionadas pela Professora Orientadora. Posteriormente, a docente estagiária procedeu à análise e resumo geral do Canto I, da obra “Os Lusíadas” considerando a informação constante do manual, para posteriormente enquadrar as reflexões do poeta no final deste canto. A partir da leitura dos conteúdos do manual, referentes às reflexões do poeta (Canto I), a professora estagiária pediu aos discentes para sublinharem aspetos relevantes que sintetizassem a reflexão do Canto I, indicando-lhes quais eram. Para proporcionar uma visão síntese das reflexões do poeta, a professora estagiária projetou um slide em powerpoint, explicitando-o, com um esquema de fácil compreensão, com os eixos primordiais das reflexões do Canto I. Este powerpoint continha imagens alusivas à época, para facilitar o enquadramento da obra, bem como o referido esquema, com informação pormenorizada, para facilitar a aprendizagem de novos conteúdos. Em seguida, a docente estagiária leu, com expressividade, em voz alta, as estâncias 105 e 106, com o objetivo de motivar os alunos para a grande obra literária, valorosa, um dos expoentes máximos da literatura e cultura portuguesas: “Os Lusíadas”. Finda a leitura, para facilitar a compreensão as referidas estrofes, a professora estagiária esclareceu alguns vocábulos e ideias-chave de alguns versos que suscitavam algumas dúvidas, bem como fez uma síntese de cada estrofe, solicitando aos alunos que

anotassem as ideias principais ao lado de cada estância, no manual. Após a leitura e com o esclarecimento de alguns aspetos das estrofes referidas, a docente estagiária atribuiu a seguinte tarefa aos alunos: a resolução do questionário de compreensão, uma atividade para ser realizada a pares. A docente estagiária aproveitou para circular entre as mesas, acompanhando o trabalho dos alunos, dissipando as dúvidas existentes e interagindo com os discentes. Relativamente a alguns alunos que apresentam algumas dificuldades, a docente estagiária prestou-lhes um apoio mais personalizado. Em seguida, após alguns minutos para realização da tarefa em aula, a docente estagiária questionou os alunos, para a obtenção das respostas, tendo depois projetado em powerpoint as respostas corretas e informado os alunos que apenas deveriam retirar alguns tópicos das respostas, uma vez que os slides de powerpoint ficariam mais tarde disponíveis na plataforma. De uma maneira geral, os alunos foram respondendo corretamente, mostrando que estavam a acompanhar o conteúdo dado em aula. Depois da resolução do questionário, a docente estagiária abordou um novo conteúdo programático (a Publicidade), o conceito, os objetivos e os suportes, explorando a mais-valia da mesma, a partir das reflexões do Canto I (o tema da fragilidade humana, os limites da existência, os obstáculos no mar e na terra) e informando os alunos que a Publicidade “servia” dois objetivos distintos: comercial e institucional. A aula terminou neste ponto da matéria.

Na segunda aula, a professora retornou, mais uma vez, os conteúdos programáticos que tinham sido dados na segunda aula, pedindo a colaboração dos discentes para efetuarem a referida sistematização de conteúdos, tendo alguns alunos se voluntariado para esse efeito. Posteriormente, retornou o conteúdo da Publicidade, constante no manual, tendo solicitado a alguns alunos para o lerem, explicitando em seguida alguns aspetos referentes às principais diferenças entre texto icónico e texto linguístico, bem como alguns mecanismos linguísticos e estilísticos típicos da Publicidade. A docente estagiária destacou algumas informações a partir dos textos lidos, tendo dito aos discentes para sublinharem algumas indicações importantes. Em seguida, a professora estagiária projetou em powerpoint um anúncio da marca de seguros *Liberty*, no qual os alunos identificaram os elementos estruturantes do mesmo, designadamente: o título, a imagem, o texto argumentativo, o logótipo e o slogan. Na sequência desta análise, a docente estagiária analisou em conjunto com a turma os mecanismos linguísticos e estilísticos (uso do Imperativo, de trocadilhos e de recursos expressivos). Após a análise deste anúncio publicitário, a docente estagiária constituiu a turma em grupos de quatro e cinco alunos, com a tarefa de analisarem uma imagem (alusiva a situações quotidianas, para as quais é aconselhável a aquisição de seguros- seguros dos seguintes ramos de seguros: de habitação, automóvel, vida, saúde, habitação e de viagem) e criarem o seu próprio anúncio publicitário, com os elementos estruturantes da Publicidade e os mecanismos linguísticos e estilísticos. Como todas as imagens eram diferentes, cada grupo pôde criar um anúncio

publicitário, em termos de conteúdo, sempre distinto do de outros grupos, tendo-o apresentado perante a turma. A professora estagiária salienta a criatividade dos vários grupos, que apresentaram textos argumentativos e slogans bastante apelativos e recorrendo a diversos mecanismos linguísticos e estilísticos. Aquando da apresentação, a professora analisou, em conjunto com cada grupo, os mecanismos linguísticos e estilísticos constantes no anúncio publicitário que os discentes haviam criado, destacando para a globalidade da turma alguns dos aspectos mais relevantes. Finda a apresentação dos trabalhos de grupo, a professora estagiária retomou as Reflexões do Poeta, no Canto V, com o enquadramento geral do resumo do Canto V e as reflexões suscitadas no final deste canto. Projetou um slide em powerpoint com um esquema das ideias principais do final do Canto V (à semelhança do procedimento já adoptado na primeira aula), para os discentes terem ainda uma visão mais clara e objetiva, tendo-os informado que o referido powerpoint ficaria posteriormente disponível na plataforma. Em seguida, alguns alunos leram os poemas desde a estância 92 até à estância 100 (inclusive) do Canto V. Foi realizada uma leitura orientada destes textos, tendo a professora estagiária enfatizado aspetos relevantes e esclarecido alguns vocábulos. Também procedeu a um resumo das principais ideias de cada estrofe e solicitou aos alunos para anotarem as mesmas, à margem das estrofes. Para facilitar a “gestão” do questionário, a docente estagiária articulou o momento de leitura com a resolução da pergunta correspondente, questionando os discentes. A professora estagiária apelou à participação global da turma. Deste modo, para otimizar o tempo disponível e para fomentar uma maior interação professora estagiária- alunos, a resolução do questionário foi feita em conjunto. Após a intervenção dos alunos, eram projetadas em slide as respostas corretas, tendo a docente estagiária solicitado que os alunos notassem alguns tópicos de resposta, considerando que o powerpoint iria ser disponibilizado na plataforma. A aula terminou com o cumprimento da planificação inicialmente prevista.

A docente estagiária considera que a diversidade de materiais pedagógicos utilizados em contexto de aula (o powerpoint, a ficha de trabalho sobre o anúncio publicitário- da autoria da professora estagiária, o manual, recurso a trabalhos de grupo) foi salutar, funcionando como um facilitador da aprendizagem, gerando estímulos distintos e complementares entre si. A professora estagiária também espera que as suas aulas tenham contribuído para que os discentes se tenham consciencializado da importância das Reflexões do Poeta, designadamente as do Canto I e Canto V, da obra “Os Lusíadas” e tenham assimilado este novo conteúdo programático, alcançando os objectivos e metas propostos para este nível de escolaridade.

Aspetos Positivos (científica e pedagogicamente)

- Cumprimento, na sua globalidade, do programa curricular previsto para estas duas aulas (reflexões do Canto I e Canto V de “Os Lusíadas”);
- seleção de materiais pedagógicos pertinentes face aos conteúdos curriculares, bem encadeados e com lógica;
- estabelecimento de uma boa relação pedagógica professora estagiária- discentes;
- as aulas decorreram num ambiente salutar, normal e profícuo à prática letiva/ pedagógica;
- aulas com recurso a distintos materiais pedagógicos: manual, powerpoints (da autoria da professora estagiária), ficha de trabalho;
- a professora estagiária conseguiu criar uma dinâmica na aula, alternar entre diferentes materiais pedagógicos, mantendo, deste modo, o interesse e a atenção dos alunos;
- bom domínio científico e boa preparação curricular da professora estagiária;
- relembrar os conteúdos curriculares dados em aulas anteriores, para contextualização de novos conteúdos;
- a professora estagiária conseguiu a participação e o envolvimento dos alunos;
- respeito pelo ritmo de aprendizagem dos discentes;
- relação de proximidade com os alunos e apoio “mais personalizado” aos discentes que requeriam a atenção especial;
- definição clara e estabelecimento de tarefas aos alunos;
- acompanhamento dos alunos no decurso das atividades pedagógicas propostas em aula;
- harmonização da gestão de tarefas letivas;
- boa articulação entre as tarefas letivas;
- recurso a práticas pedagógicas semelhantes às da Professora Orientadora, com a finalidade de evitar “quebrar” e “perturbar” o ritmo de aprendizagem e os hábitos pedagógicos já instituídos entre a Professora Orientadora e os discentes (relevância da continuidade pedagógica);
- naturalidade e calma da professora estagiária na condução da aula;
- esclarecimento de dúvidas aos discentes ao longo das aulas (vocabulário dos capítulos, questionário e compreensão);
- interação professora estagiária- alunos;
- contato visual com alunos, circulação da professora estagiária entre as mesas dos alunos e

no espaço da sala de aula;

- correção de alguns comportamentos (quando justificável);

Aspetos a melhorar (científica e pedagogicamente)

- corrigir algumas eventuais “gaffes” decorrentes da inexperiência docente na lecionação deste conteúdo programático.

Anexo XLI- Atividade da professora estagiária Rossana Rocha no âmbito da “Semana da Leitura” - “Vai um poema?”



The graphic is a scroll-shaped frame containing the following elements:

- Logos at the top: "Escola Secundária Quatro das Palmeiras" (left), "LER+ PLANO NACIONAL DE LEITURA" (center), and "BIBLIOTECA / CRE" (right).
- Text in the center: *Semana da Leitura*, *Dia da Poesia*, *21 de Março*, and *Vai um poema?*
- Image at the bottom: An open book with glowing particles rising from it.

Seleção de poemas pela Professora Estagiária Rossana Rocha-

Semana da Leitura- Março 2016

<p><i>A leitora abre o espaço num sopro subtil Lá na violência e no espanto da brancura Principia apaixonada, da surpresa em surpresa Ilumina e inunda e dissamina de arco em arco.</i></p> <p><i>Na "A Leitora". António Ramos Rosa</i></p>	<p>Ler é não ter medo, ler é liberdade, Ler é ser honrado, ser nobre, ser elevado Ler é viajar, por terra, por rio e mar Ler é sobretudo prazer... prazer de ler.</p> <p><i>Eliseu Alves</i></p>
<p><i>Assim se movem as nuvens comovidas no ancitecar dos grandes textos clássicos.</i></p> <p><i>Na "Pastoral", Carlos de Oliveira</i></p>	<p><i>Ler é ser capaz, ler é ser audaz Ler é arriscado, por isso tem cuidado Ler é vaguear de dia ou ao luar Ler é sobretudo prazer... prazer de ler.</i></p> <p><i>Eliseu Alves</i></p>
<p>Mais do que palavras, ler é saborear Histórias tristes e belas, cenários de encantar Mais do que ciência, ler é experimentar Ler é sobretudo prazer... prazer de ler.</p> <p>Eliseu Alves</p>	<p>Ler é mais que tudo o que possas imaginar Ler é ser alguém, alguém que tem para dar Dar e receber, dar para viver Ler é sobretudo prazer... prazer de ler.</p> <p><i>Eliseu Alves</i></p>

<p><i>O poema é a fruta A poesia, o sabor. O poema está no livro A poesia, no leitor.</i></p> <p><i>Francisco Marques</i></p>	<p>Ser poeta é ser mais alto, é ser maior Do que os homens! Morder como quem beija! É ser mendigo e dar como quem seja Rei do Reino de Aquém e de Além Dor!</p> <p>Florbela Espanca</p>
<p><i>As almas dos poetas Não as entende ninguém, São almas de violões Que são poetas também</i></p> <p><i>Florbela Espanca</i></p>	<p>Ser poeta é ter no dom Tristemente belo O sentir que não se sente, De voar sem ter asas.</p> <p>José Guerra</p>
<p>O poeta é um fingidor. Finge tão completamente Que chega a fingir que é dor A dor que deveras sente.</p> <p>In "Autopsicografia", Fernando Pessoa</p>	<p><i>A alma do poeta É um verso insano Aberra em cada palavra Mais que a vida.</i></p> <p>José Guerra</p>

<p><i>Aos Poetas</i></p> <p><i>Somos nós, e só nós podemos ter</i> <i>Aos sonoros.</i> <i>Aos que em certas horas</i> <i>Palpitam.</i> <i>Aos que morrem, mas que resuscitam.</i> <i>Miguel Torga</i></p>	<p>Aos Poetas</p> <p>Homens do dia-a-dia Que levantem paredes de ilusão. Homens de pés no chão, Que se calcem de sonho e de poesia Pela graça infantil da nossa mão. Miguel Torga</p>
<p>A um Poeta</p> <p>Tu que dormes, espírito sereno. Posto à sombra dos cedros seculares. Como um levista à sombra dos altares. Longe da luta e do fragor terreno.</p> <p>Antero de Quental</p>	<p><i>A um Poeta</i></p> <p><i>Ergue-te, pois, soldado do futuro,</i> <i>E dos raios de luz do sonho puro,</i> <i>Conhador, faz espada de combate!</i></p> <p><i>Antero de Quental</i></p>
<p><i>O poema é</i> <i>A liberdade</i></p> <p><i>Um poema não se programa</i> <i>Porém a disciplina</i> <i>— Sílabas por sílabas —</i> <i>O acompanha</i></p> <p><i>Sophia de Mello Breyner Andresen</i></p>	<p>Sílabas por sílabas</p> <p>O poema emerge — Como se os deuses o dessem O fazemos</p> <p>Sophia de Mello Breyner Andresen</p>

Anexo XLII- Comprovativo de presença na apresentação de manuais do 11º ano de escolaridade da Editora Raíz- 3º período



Concedido a **Rossana Carina Teixeira M.Rocha** pela sua participação na sessão da Raiz Editora:

Encontros Raiz 2016
Português 11.º ano

Hotel Tryp Covilhã D. Maria - Covilhã, no dia 29 de abril de 2016 pelas 17:45, com a duração de 60 minutos.

Lisboa, 29 de abril de 2016

LINHA DO PROFESSOR
707 22 44 88
apoioprof@raizeditora.pt
www.raizeditora.pt

Isabel Maximino
Informação Editorial

raiz EDITORA inspiração para crescer