

Referências bibliográficas

AGUIAR, Adriana Aparecida Souza. *Gêneros textuais e produção de texto em inglês*. In: DIAS, Renildes; DELL'ISOLA, Regina Lúcia Peret (orgs.). *Gêneros textuais: teoria e prática de ensino em LE*. Campinas: Mercado das Letras, 2012.

ALLWRIGHT, D. & HANKS, J. (Eds.). *The Developing Language Learner*. Hampshire, United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2009.

ALLWRIGHT D., & BAILEY, K. M. *Focus on the Language Classroom*. New York: Cambridge University Press, 1991.

ALLWRIGHT, DICK. *Exploratory Practice: Re-thinking Practitioner research in Language teaching*. In: *Language Teaching Research*. Vol. 7, nº 2. Maio de 2003.

_____. *Why don't learners learn what teachers teach? - The interaction hypothesis*. In: *Language Learning in formal and informal contexts*. Ed.: D.M. Singleton and D.G. Little. Dublin: IRAAL, 1984.

_____. *Why Social Science Research needs to be Practitioner Research: Arguments for "Exploratory Practice"*. Unpublished manuscript. Rio de Janeiro, 1-5.

_____. *Putting 'Quality of Life' First: towards a new view of exploratory practice*. Lancaster, 2002.

ALMEIDA, Ricardo Luiz Teixeira de. *ELT in Brazilian public schools: History, challenges, new experiences and perspectives*. *Education Policy Analysis Archives*, 24 (81). EPAA/AAPE's Special Issue on English Language Teaching in Public Primary Schools in Latin America. Arizona State University, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14507/epaa.24.2473>. Acessado em Setembro de 2017.

ARAÚJO, Marcos de Souza. *Gêneros textuais e atividades de compreensão leitora: o que mostra o livro didático de inglês no ensino médio?* In: DIAS, Renildes; DELL'ISOLA, Regina Lúcia Peret (orgs.). *Gêneros textuais: teoria e prática de ensino em LE*. Campinas: Mercado das Letras, 2012.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 4. ed. Trad. P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAZERMAN, C. *Gêneros, agência e escrita*. São Paulo: Cortez, 2006.

BRASIL. *Orientações curriculares para o ensino médio; linguagens, códigos e suas tecnologias*. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2006.

_____. *Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs)*. Ensino Médio. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BORGES, Flávia Girardo Botelho. *Os gêneros textuais em cena: uma análise crítica de duas concepções de gêneros textuais e sua aceitabilidade na educação no Brasil*. Revista Brasileira de Linguística Aplicada [online] v.12, n.1, p. 119-140, 2012. Disponível em: www.scielo.br/pdf/rbla/v12n1/a07v12n1.pdf (Acessado em 07 de novembro de 2016)

CARDOSO, S. H. B. *Discurso e ensino*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

CARVALHO, G. Gênero como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão metodológica e um exemplo de aplicação. In: MEUER, José Luiz; BONINI, Adair; MOTTA-ROTH, Désirée (orgs.) *Gêneros: Teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola, 2005.

CASTRO, Livia Maria Aires de. *Escrita, escola e letramento: produção textual na perspectiva da avaliatividade e da linguística sistêmico-funcional*. Rio de Janeiro, RJ. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014.

CORACINI, Maria José Rodrigues Faria (Org.). *O jogo discursivo na aula de leitura: língua materna e língua estrangeira*. Campinas, SP: Pontes, 1995.

DEVITT, Amy J. *Writing genres*. Southern Illinois University Press, 2004.

DIAS, Renildes. Gêneros digitais e multimodalidade: oportunidades on-line para a escrita e a produção oral em inglês no contexto da educação básica. In: DIAS, Renildes; DELL'ISOLA, Regina Lúcia Peret (orgs.). *Gêneros textuais: teoria e prática de ensino em LE*. Campinas: Mercado das Letras, 2012.

DIONÍSIO, Ângela Paiva. Gêneros textuais e multimodalidade. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. Orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. São Paulo: Parábola, 2012.

DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DUSZAK, A. 2002. Introduction. In: A. DUSZAK (ed.), *Us and Others. Social Identities across languages, discourses and cultures*. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1075/pbns.98.01dus> Acessado em 30 de maio de 2016.

FERRARO, Alceu Ravello. *Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?* Revista Educação e Sociedade, vol. 23, nº 81, dez. Campinas: UNICAMP, 2002, pp.21-47.

GRIGOLETTO, Marisa. Processos de significação na aula de leitura em língua estrangeira. In: CORACINI, Maria José Rodrigues Faria (Org.). *O jogo discursivo na aula de leitura: língua materna e língua estrangeira*. Campinas, SP: Pontes, 1995. p. 103-111.

KLEIMAN, Angela; DE GRANDE, Paula Baracat. Interseções entre a Linguística Aplicada e os Estudos de Letramento: Desenhos Transdisciplinares, Éticos e Críticos de Pesquisa. *Matraga*, Rio de Janeiro, v.22, n.36, jan/jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12957/matraga.2015.17045> (Acessado em 28 de setembro de 2017).

KRESS, G.;VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: A grammar of visual design* London: Routledge, 1996.

LEFFA, Vilson J. *O ensino de línguas estrangeiras no contexto nacional*. Contexturas, APLIESP, n. 4, p. 13-24, 1999.

_____. Criação de Bodes, Carnavalização e Cumplicidade: Considerações sobre o Fracasso da LE na Escola Pública. In: LIMA, Diógenes Cândido (org.). *Inglês em escolas públicas não funciona: uma questão, múltiplos olhares*. São Paulo: Parábola, 2011. p. 15-31.

LOPES-ROSSI, Maria Aparecida Garcia. Gêneros discursivos no ensino de leitura e produção de textos. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. São Paulo: Parábola, 2012.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva et al (orgs.) *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARTIN, J.; WHITE, P. *The Language of Evaluation*. New York, Palgrave/Macmillan, 2005.

MENEZES, V.; SILVA, M. M.; GOMES, I.F. Sessenta anos de Linguística Aplicada: de onde viemos e para onde vamos. In: PEREIRA, R.C.; ROCA, P. *Linguística aplicada: um caminho com diferentes acessos*. São Paulo: Contexto, 2009.

MOITA LOPES, L. P. da aplicação da linguística a linguística aplicada indisciplinar. In: PEREIRA, R. C.; ROCA, P. (Orgs.). *Linguística aplicada: um caminho com diferentes acessos*. São Paulo: Contexto, 2009.

_____. *Oficina de linguística aplicada: a natureza social e educacional dos processos de ensino/aprendizagem de línguas*. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

MORAES, Rosângela Nogueira de. Crenças de professor e aluno sobre o processo de ensino/ aprendizagem e avaliação: implicações para a formação de professores. In: BARCELOS, Ana Maria Ferreira; ABRAHÃO, Maria Helena

Vieira. (Orgs). *Crenças e ensino de línguas: foco no professor, no aluno e na formação de professores*. Campinas, SP: Pontes, 2006. p. 203-218.

MORAES BEZERRA, Isabel Cristina Rangel. Prática exploratória: um caminho para o entendimento. In: *Pesquisas em Estudos Pedagógicos*, Rio de Janeiro, IPEL-PUC-Rio, v. 2, n. 2, 2003.

NÓBREGA, A. N.; ABREU, A. R. *Análise crítica da construção de identidades na prática escrita escolar*. Calidoscópico (Online), v. 13, p. 251-263, 2015.

PITELI, Mirela de Lima. A Leitura em Língua Estrangeira em um contexto de Escola Pública: Relação entre crenças e estratégias de aprendizagem. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) - Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto, 2006. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/93925/piteli_ml_me_sjrp.pdf?sequence=1 (Acessado em 24 de maio de 2017).

RIBEIRO, Vera Mazagão. *Alfabetismo Funcional: referências conceituais e metodológicas para a pesquisa*. Educação & Sociedade, ano XVIII, nº60, 1997, p. 144-158.

ROJO, Roxane. Materiais didáticos no ensino de línguas. In: MOITA LOPES, Luiz Paulo da (Org.). *Linguística Aplicada na modernidade recente: Festschrift para Antonieta Celani*. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.p. 163-195.

_____. *Letramentos múltiplos, escola e inclusão social*. São Paulo: Parábola. Editorial, 2009.

_____. Fazer Linguística Aplicada em perspectiva sócio-histórica: privação sofrida e leveza de pensamento. In: MOITA-LOPES, L. P. (Org.) *Por uma Linguística Aplicada indisciplinar*. São Paulo: Parábola, 2006, p. 252-275.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. *Multiletramentos na escola*. São Paulo: Parábola, 2012.

SANTOS, Daniele Castro de Jesus; SOUZA, Elba Santana de; SOUZA, Samylle Bonfim. *Crenças no processo de ensino-aprendizagem de língua estrangeira/ língua inglesa: um estudo de caso*. Entrepalavras, Fortaleza – ano 2, v.2, n.1, p. 135-154, jan/jul 2012.

SILVA, Kleber Aparecido da. Crenças e aglomerados de crenças de alunos ingressantes em letras (inglês). 2005. 217 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/269425/1/Silva,%20Kleber%20Aparecido_M.pdf (Acessado em 24 de maio de 2017).

SOARES, Magda. *Letramento: um tema em três gêneros*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

A Receita do Fracasso dos Brasileiros ao Falar Inglês. Matéria publicada no portal da Revista Exame, em 27 de dezembro de 2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/a-receita-do-fracasso-dos-brasileiros-ao-falar-ingles> Acessada em 30 de maio de 2016.

Analfabetismo Funcional. Matéria publicada no portal da Revista Carta Capital, em 24/07/2013. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/revista/758/analfabetismo-funcional-6202.html> Acessada em 28 de março de 2017.

INAF. Instituto Paulo Montenegro. Disponível em http://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2016/09/INAFEstudosEspeciais_2016_Letramento_e_Mundo_do_Trabalho.pdf Acessada em 28 de março de 2017.

Inglês se aprende na escola? Matéria publicada no portal da Revista Educação, em Março de 2013. Disponível em: <http://revistaeducacao.uol.com.br/textos/191/ingles-se-aprende-na-escola-278806-1.asp>. Acessado em 30 de maio de 2016.

Lei de Diretrizes de Bases da Educação Nacional. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil/03/leis/L9394.htm Acessada em 20 de abril de 2016.

O Ensino de Inglês na Educação Pública Brasileira. Disponível em: https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/estudo_oensinodoinglesnaeducacaopublicabrasileira.pdf Acessado em 30 de maio de 2016

Por que o Ensino de Inglês não Decola no Brasil? Matéria publicada no portal da Revista Educação em novembro de 2015: <http://revistaeducacao.com.br/textos/223/para-ingles-ver-365748-1.asp> Acessado em 30 de maio de 2016.

8

Anexos

A seguir, encontram-se os documentos citados ao longo dessa dissertação.

Anexo 8.1.

Escala de níveis de competência e proficiência do SAEB, voltada para o 3º ano do Ensino Médio em Língua Portuguesa.

LÍNGUA PORTUGUESA – 3º ANO DO ENSINO MÉDIO		
Nível		Descrição do nível
1	225-250	Nesse nível, o estudante pode ser capaz de identificar elementos da narrativa em história em quadrinhos; reconhecer a finalidade de recurso gráfico em artigos; reconhecer a relação de causa e consequência em lendas; inferir o sentido de palavra em letras de música e reportagens.
2	250-275	Nesse nível, o estudante pode ser capaz de reconhecer a ideia comum entre textos de gêneros diferentes e a ironia em tirinhas; reconhecer relações de sentido estabelecidas por conjunções ou locuções conjuntivas em letras de música e crônicas; reconhecer o uso de expressões características da linguagem (científica, profissional etc.) e a relação entre pronome e seu referente em artigos e reportagens; inferir o efeito de sentido da linguagem verbal e não verbal em notícias e charges.
3	275-300	Nesse nível, o estudante pode ser capaz de localizar informação explícita em artigos de opinião; identificar a finalidade de relatórios científicos; reconhecer relações de sentido marcadas por conjunções, a relação de causa e consequência e a relação entre o pronome e seu referente em fragmentos de romances; reconhecer o tema de uma crônica; reconhecer variantes linguísticas em artigos; reconhecer o sentido e o efeito de sentido produzido pelo uso de recursos morfossintáticos em contos, artigos e crônicas; reconhecer opiniões divergentes sobre o mesmo tema em diferentes textos; inferir informação, o sentido e o efeito de sentido produzido por expressão em reportagens e tirinhas.
4	300-325	Nesse nível, o estudante pode ser capaz de localizar informações explícitas em infográficos, reportagens, crônicas e artigos; identificar o argumento em contos; identificar a finalidade e a informação principal em notícias; reconhecer a relação entre os pronomes e seus referentes em contos; reconhecer elementos da narrativa em contos; reconhecer variantes linguísticas em contos, notícias e reportagens; reconhecer o efeito de sentido produzido pelo uso de recursos morfossintáticos em poemas; reconhecer ideia comum e opiniões divergentes sobre o mesmo tema na comparação entre diferentes textos; reconhecer ironia e efeito de humor em crônicas e entrevistas; reconhecer a relação de causa e consequência em piadas e fragmentos de romance; comparar poemas que abordem o mesmo tema; diferenciar fato de opinião em contos, artigos e reportagens; diferenciar tese de argumentos em artigos, entrevistas e crônicas; inferir informação, sentido de expressão e o efeito de sentido decorrente do uso de recursos morfossintáticos em crônicas; inferir o sentido decorrente do uso de recursos gráficos em poemas; inferir o efeito de sentido da linguagem verbal e não verbal e o efeito de humor em tirinhas.

Anexo 8.2.

Os sete níveis de proficiência em leitura- PISA 2015

Descrição e percentual de estudantes nos sete níveis de proficiência em leitura – PISA 2015

Nível	Escore mínimo	Percentual de estudantes no nível	Características das tarefas
6	698	OCDE: 1,11% Brasil: 0,14%	Nesse nível, as tarefas normalmente requerem que o leitor faça múltiplas inferências, comparações e contrastes com precisão e detalhamento, e que demonstre a compreensão completa e detalhada de um ou mais textos, podendo envolver a integração de informações de mais de um texto. Podem exigir que o leitor lide com ideias desconhecidas, na presença de informações concorrentes relevantes, e produza categorias abstratas para interpretação. Tarefas de refletir e analisar podem solicitar que o leitor levante hipóteses sobre ou avalie criticamente um texto complexo sobre um assunto desconhecido, levando em consideração critérios ou perspectivas múltiplos e aplicando interpretações sofisticadas externas ao texto. Uma condição marcante para tarefas de localizar e recuperar nesse nível é a precisão da análise e a atenção refinada a detalhes pouco perceptíveis nos textos.
5	626	OCDE: 7,22% Brasil: 1,31%	Nesse nível, tarefas de recuperação de informação requerem que o leitor localize e organize informações profundamente integradas, inferindo sobre quais informações no texto são relevantes. Tarefas de refletir pedem avaliação crítica ou levantamento de hipóteses, com base em conhecimento especializado. Tanto tarefas interpretativas como reflexivas exigem uma compreensão total e detalhada de texto com conteúdo ou forma não familiar. Para todos os aspectos da leitura, as tarefas nesse nível normalmente envolvem lidar com conceitos contrários às expectativas.
4	553	OCDE: 20,45% Brasil: 6,36%	Nesse nível, tarefas de recuperação de informação requerem que o leitor localize e organize diversos fragmentos de informação integrada. Algumas tarefas nesse nível exigem interpretação do significado de nuances da linguagem em uma parte do texto, levando em consideração o texto como um todo. Outras tarefas interpretativas nesse nível exigem que o leitor use conhecimento público ou formal para levantar hipóteses ou analisar criticamente um texto. O leitor deve demonstrar uma compreensão precisa de textos longos ou complexos cujo conteúdo ou forma podem não ser conhecidos.
Nível	Escore mínimo	Percentual de estudantes no nível	Características das tarefas
3	480	OCDE: 27,91% Brasil: 16,19%	Nesse nível, as tarefas requerem que o leitor localize e, em alguns casos, reconheça a relação entre vários fragmentos de informação que devem satisfazer múltiplas condições. Tarefas interpretativas exigem que o leitor integre várias partes do texto a fim de identificar a ideia principal, entender a relação ou construir o significado de uma palavra ou oração. O leitor deve considerar muitas características textuais ao fazer comparações, diferenciações e categorizações. Em geral, a informação exigida não é relevante, há muita informação concorrente ou o texto apresenta outros obstáculos, tais como ideias contrárias à expectativa ou formuladas de maneira negativa. Tarefas reflexivas nesse nível podem solicitar correlações, comparações e explicações ou exigir que o leitor avalie uma característica do texto. Algumas exigem que o leitor demonstre uma compreensão refinada do texto em relação a conhecimentos do cotidiano. Outras tarefas não requerem uma compreensão detalhada do texto, mas pedem que o leitor explore um conhecimento menos comum.
2	407	OCDE: 23,24% Brasil: 25,00%	Nesse nível, algumas tarefas requerem que o leitor localize um ou mais fragmentos de informação, que podem ter de ser inferidos ou satisfazer diversas condições. Outras exigem o reconhecimento da ideia principal em um texto, o entendimento de relações ou a construção de significado dentro de uma parte específica dele quando a informação não é proeminente e o leitor deve fazer inferências de nível baixo. Tarefas nesse nível podem envolver comparação ou contraste com base em uma característica única do texto. Tarefas típicas de reflexão exigem que o leitor faça uma comparação ou diversas correlações entre o texto e o conhecimento externo, explorando sua experiência e atitudes pessoais.
1a	335	OCDE: 13,59% Brasil: 26,52%	Nesse nível, as tarefas requerem que o leitor localize um ou mais fragmentos independentes com informação explícita, reconheça o assunto principal ou a finalidade do autor em um texto sobre assuntos conhecidos ou faça uma correlação simples entre a informação no texto e um conhecimento do cotidiano. Normalmente, a informação exigida no texto é evidente e há pouca, ou nenhuma, informação concorrente. O leitor é explicitamente direcionado a considerar os fatores relevantes na tarefa e no texto.
1b	262	OCDE: 5,23% Brasil: 17,41%	Nesse nível, as tarefas requerem que o leitor localize um único fragmento de informação explícita em uma posição evidente em um texto curto e sintaticamente simples, com contexto e tipo de texto conhecidos – por exemplo, uma narrativa ou uma lista simples. O texto normalmente fornece ajuda para o leitor, tal como a repetição da informação, apresentação de figuras ou símbolos conhecidos. Há um mínimo de informação concorrente. Em tarefas que exigem interpretação, o leitor pode precisar fazer correlações simples entre fragmentos de informações adjacentes.
Abaixo de 1b		OCDE: 1,25% Brasil: 7,06%	A OCDE não especifica as habilidades desenvolvidas.

Anexo 8.3.

Questionário sobre letramento em LE:

Leia as instruções atentamente antes de responder as questões:

- Identifique-se utilizando apenas seu número na chamada;
- Responda as questões a lápiz ou caneta azul ou preta;

Seu número: _____

Para que possamos entender melhor como lemos em inglês, responda, com as suas palavras:

1- O que você sente ao ler um texto em inglês?

2- O que significa, para você, ler em inglês?

3- O que você acha mais difícil ao ler um texto em inglês?

4- Você acha que as estratégias de leitura em inglês, que aprendemos no início do ano, ajudam você a entender um texto nessa língua?

() SIM () NÃO

5- Quais as estratégias aprendidas você mais utiliza ao ler um texto em inglês? **Marque quantas opções forem necessárias:**

() Ativação do conhecimento prévio sobre o assunto de um texto () Reconhecimento de palavras transparentes

() Reconhecimento de palavras em negrito, em itálico, entre aspas ou em caixa alta

() Leitura rápida para se ter uma ideia geral do assunto de um texto

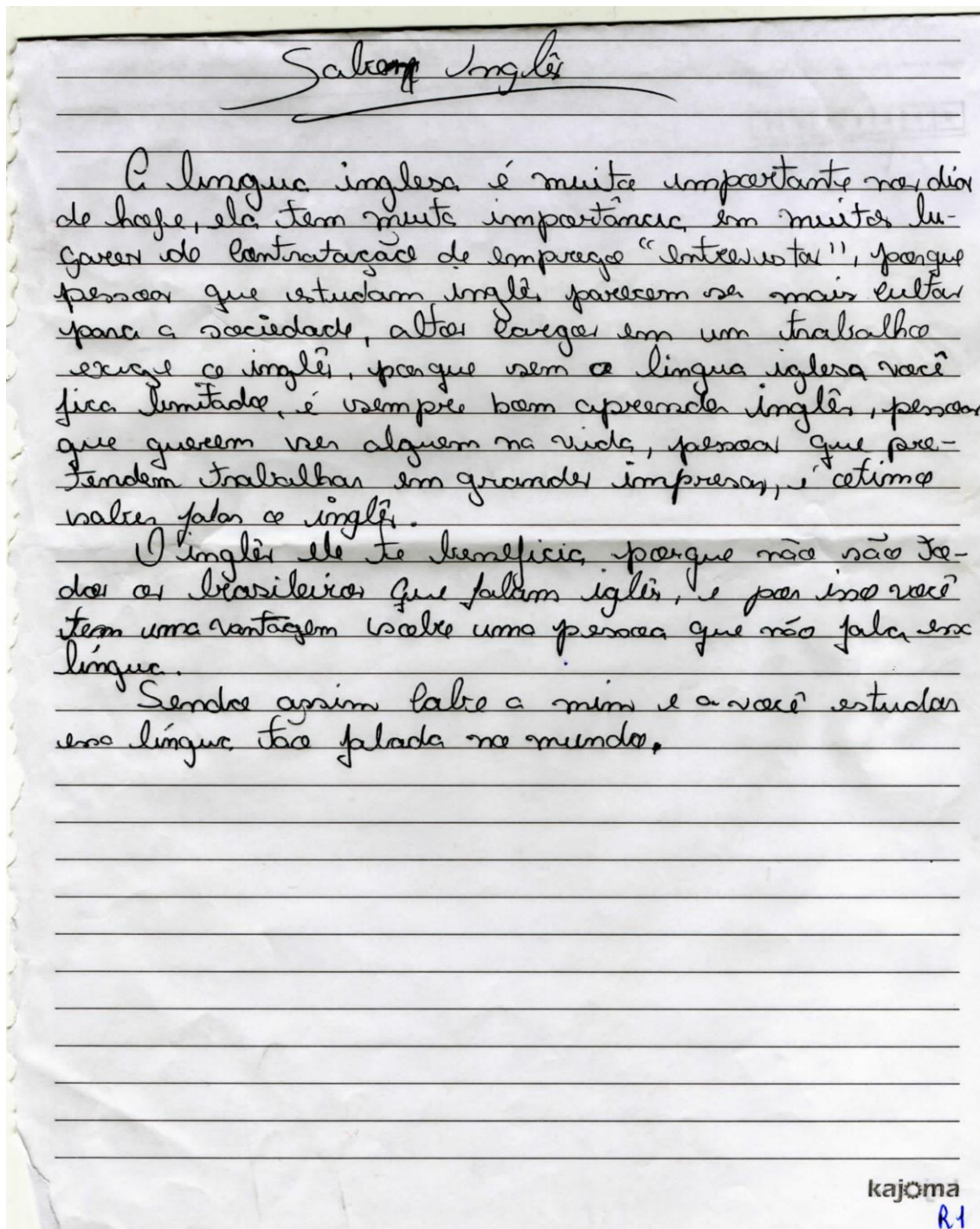
() Leitura rápida a fim de extrair informações específicas de um texto.

6- Quando você não consegue ler um texto em inglês, o que costuma fazer? _____

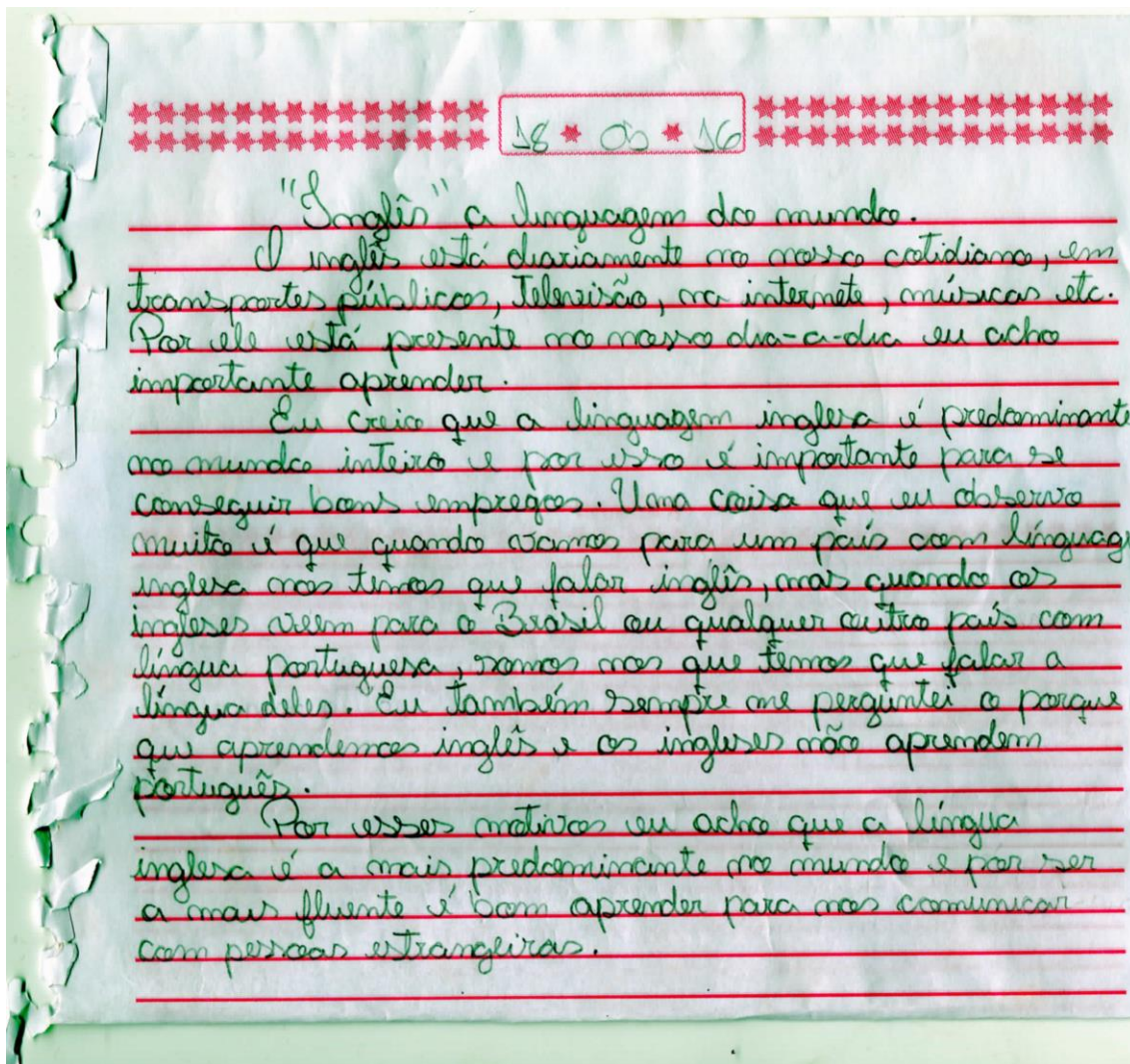
Anexo 8.4.

Redações dos alunos

R1



R2



R3

R3

A procura de novos idiomas

1 A língua estrangeira está ganhando
 2 uma grande importância no nosso cotidiano, prin-
 3 cipalmente a língua inglesa. Tanto no trabalho e la-
 4 zer, a população está procurando várias maneiras
 5 de aprender um novo idioma.

6 Percebe-se que o inglês está facilitando
 7 como forma de comunicar com várias pessoas de
 8 outros países. Para fazer negócios em outros
 9 países, mesmo se não for aqueles que são de
 10 idioma local, deve-se saber falar inglês.

11 Muitos jovens estão aprendendo a falar
 12 inglês com métodos mais fáceis, como filmes e
 13 séries preferidos, músicas, jogos de vídeo-games,
 14 alguns pagam cursos de inglês online, etc. O inglês
 15 está estimulando eles a facilitar nas buscas
 16 de empregos no futuro.

17 Tanto o inglês e outros idiomas devem
 18 ser valorizados no nosso cotidiano. As esco-
 19 las deveriam procurar métodos mais fáceis de
 20 aprender inglês mais rápido e incentivar os es-
 21 tudantes a quererem aprender novos idiomas.

R4

O quanto o Inglês é importante

Atualmente a língua inglesa é a mais usada, considerada língua (universal), usada nas escolas, e exigida em alguns trabalhos, porém, é preciso falar inglês fluente. O inglês é importante, para que possamos um bom emprego, para conseguir um bom salário.

hoje em dia, quem sabe a língua inglesa, abre-se muitas portas em empresas bem sucedidas e concede um bom título as pessoas com tal feito.

O inglês hoje nas escolas merece ser mais valorizado, porque jovens querem mais e mais, como se fosse uma moda, todos querem o inglês para ter um futuro e carreira melhor.

R4

R5


Inglês é importante, yes or no?

O inglês é uma das línguas mais faladas, por isso acho muito importante saber-la.

Além da língua estrangeira ser usada na internet, é muito importante para o mercado de trabalho. De uns tempos pra cá, essa língua tem sido muito utilizada no mundo todo. No tempo atual é necessário que jovens e adultos aprendam a falar inglês fluentemente.

Eu, como estudante, confesso que é chato, mas sei que me prepararei para aprender, já tenho uma parte do meu futuro garantido.

Concluímos que SIM, o inglês é muito importante, ainda mais na vida dos trabalhadores Brasileiros.



Barbie

© 2010 Mattel, Inc.

R05 FERRONI

R6

A importância do Inglês.

O inglês nas escolas muitas vezes não é muito valorizado, podemos não entender para que ele serve agora mais lá pra frente vamos precisar dele em algumas profissões, na verdade hoje em dia em quase todas.

Na minha opinião o inglês que aprendemos hoje nas salas de aula é um pouco chato, acho que é um pouco desnecessário, como um disse não me ajuda muito agora, mais sei que pode me ajudar em algum dia, seja na faculdade ou no trabalho.

O inglês por sua vez é a língua mais falada no mundo e todos precisam saber pelo menos um pouco de inglês. Por mais que eu acho chato aprendo que ele é importante no nosso dia-a-dia. Acho bem o inglês fazer parte da nossa matéria importantes.

R6

R7

A importância do Inglês

O inglês é muito importante no meu ponto de vista porque com inglês você tem mais chance no mercado de trabalho com o inglês seu salário é melhor. não só eu acho que o inglês é importante como meus Pais também acho eles colocam muito pra mim fazer. Minha mãe já está vendo pra mim um curso de inglês não só acho importante mas tenho vontade de aprender.

Acho que deveria ter mais org com curso de inglês grátis porque a maioria das pessoas tem vontade de aprender mais a vida financeira mais ajuda. Por isso que no Brasil são poucas pessoas que falam inglês, porque a maioria dos cursos que tem no nosso País é de 200 reais pra cima por isso que muita das pessoas desanimam de fazer.

Não só eu acho o inglês importante com a maioria das pessoas também acho e também acho que deveriam colocar mais nessa vida de org grátis pra pessoas tendo certeza que a maioria das Brasileiras tem vontade de aprender como eu.

R7

R8

E aí, Inglês não eu não te amda?

Eu nunca cheguei pensando que deveria pagar inglês para me ajudar em algo futuramente. Eu só achava bonito falar inglês, e ainda acho muito bonito, mas não tanto quando eu achava quando era pequena, mas, ainda acho.

Bom meu país colocaram dinheiro lá não mais então em um curso de inglês, por eles sempre acham que inglês vai ajudar muito ^{para} no futuro!... bom até aí eu não nem ligava muito se era ^{para} um curso e eu não! Mas ao passar com o tempo eu comecei a me interessar e entendi também, e mesmo que as pessoas falam que é fácil, eu não acho! os livros o inglês me irrita! mas eu gosto.

Mas eu acho que se o inglês é importante, porque a escola pública não investe no inglês? Todavia é a mesma coisa e eu sei que a culpa não é do professor! Então a Deus minha família pode pagar um curso, mas quem não pode? acho que o inglês deveria ser mais investido por todos.

Eu tenho amigos com menos condições que eu, ~~mas~~ e esse amigo não pode ter a oportunidade de ter um inglês bom? ~~Por~~ parece que "a casa grande" não gosta de alguém ~~que~~ possa querer algo melhor!

spiral

R8

R9

Ingles uma lingua universal.

Hoje em dia, a lingua inglesa e de extrema importancia para o trabalho, escolas e tambem para o dia a dia. O ingles esta presente em todos os momentos, lugares e no cotidiano das pessoas.

Atualmente, estudar a lingua inglesa e praticamente fundamental para conseguir empregos de bom salario e qualidade. As empresas estao cada vez mais pedindo varios idiomas nos curriculos, pois assim facilita as transacoes com outros paises.

O ingles e fundamental e deveria ser mais explorado nas escolas, pois assim os jovens de hoje em dia poderiam ter mais chances no futuro do trabalho. O que acontece atualmente e ao contrario das coisas citadas acima. Futuramente os jovens serao cada vez mais exigidos nos trabalhos assim como seus pais ja o hoje em dia, resumindo o ingles e fundamental.

R9

Jandaia

Anexo 8.5.

Material introdutório sobre os conceitos fundamentais da publicidade e da propaganda.

Publicidade- uma forma de promover vendas, que emprega elementos de persuasão para tornar um produto, serviço ou empresa conhecidos, através de um contato ágil com os consumidores. Um ponto que precisa ser esclarecido é o uso dos termos “publicidade” e “propaganda”.

Propaganda- é um modo de divulgar opiniões e ideologias que venham a influenciar pessoas ou grupos, sem estar ligada a comercialização de um artigo, sendo usada em campanhas de vacinação, doação de órgãos, horário eleitoral, arrecadação de fundos, por exemplo.

A publicidade pode ser divulgada em jornais e revistas, rádio e televisão e através de canais virtuais. Também podem ser encontradas em cartazes ou folhetos. Os grandes cartazes que são exibidos em painéis nas ruas são chamados de *outdoor*, em Português. O nome em Inglês é “*billboard*”. É interessante ver como uma palavra estrangeira que usamos em Português não tem o mesmo significado na língua de origem. Isso mostra que o vocabulário em língua estrangeira pode ser modificado de acordo com o contexto cultural do grupo que o recebe.

Slogan- São aquelas frases de impacto, que “marcam” uma determinada empresa ou campanha e parecem “grudar” em nossas mentes. Muitas, certamente, são conhecidas de vocês:

-Coca-Cola: “Viva positivamente”.

-Nike: “Just do it.”

-Casas Bahia: “Dedicação total a você”.

-LG: “Life is Good”

-Apple: “Think Different!”

Note a presença de verbos no **modo imperativo** em alguns desses slogans. Se o objetivo da publicidade e da propaganda é o de convencer, persuadir as pessoas a comprarem ou se engajarem a algo, então os verbos no modo imperativo transmitem uma ideia de ordem: “compre”, “beba”, “doe”, convidando e incentivando as pessoas a fazerem algo. Além disso, quando se quer vender um produto, o uso de adjetivos de conotação positiva é frequente, afinal, ninguém vai querer falar mal de um produto que se quer vender, certo?

Público-alvo- trata-se do grupo de pessoas a quem uma determinada publicidade ou propaganda é direcionada. Eis alguns exemplos:


Publicidade de produtos esportivos da Adidas- direcionada a atletas e pessoas que praticam esportes como *hobby*.

Propaganda de conscientização dos perigos do álcool no trânsito- direcionada aos motoristas.

Anexo 8.6.


Peça publicitária da GE utilizada na SD e atividades.


GE Healthcare



Now doctors can see your heart
as easily as they can hear it.

The remarkable Vivid i* from GE is a fully portable ultrasound device that enables doctors to effortlessly see inside the beating human heart. Helping doctors diagnose cardiovascular disease, wherever they might be. It's just another way that GE is re-imagining healthcare; finding solutions to help doctors diagnose so they can treat patients more quickly. Helping doctors see where to treat, gives patients the good news they want to hear sooner.



 GE imagination at work

gehealthcare.com/eu
*Available by physician referral. See your doctor for more information.

NATIONAL GEOGRAPHIC, JUNE 2006

Atividades:**Responda:**

- 1- Que gênero textual é esse?
- 2- O que está sendo anunciado pela GE?
- 3- Qual a vantagem desse produto em relação aos recursos usados até agora?
- 4- O que os médicos podem diagnosticar?
- 5- Qual o nome do aparelho?
- 6- Qual o slogan da GE nesse anúncio? O que ele significa?
- 7- Que outros produtos desta marca você conhece?

Anexo 8.7.

Produções textuais da turma 1012

Anexo 8.8

Currículo mínimo do 4º bimestre (1º ano do Ensino Médio, Língua Estrangeira). Disponível em:

<http://conexoescola.rj.gov.br/site/arq/lingua-estrangeira-regular-curriculo-basico-1s-0b.pdf>

4º Bimestre	
Eixo	Publicidade
Habilidades e Competências	<p>COMPREENSÃO ESCRITA E ORAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinguir a função social de publicidade e propaganda relacionando o seu uso às práticas cotidianas. - Relacionar as relações pragmáticas entre texto e contexto e as expressões de apelo ao interlocutor.
Eixo	Publicidade
Habilidades e Competências	<p>A LÍNGUA EM USO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer o caráter conciso e persuasivo da linguagem publicitária. - Empregar mecanismos discursivos (vozes locutoras, construções verbais, modalizadores, conectivos, etc.) visando os objetivos de uma campanha publicitária. <p>PRODUÇÃO ESCRITA E ORAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar uma campanha publicitária de um produto de escolha livre, organizando o panfeto bilingue. - Preparar e apresentar versão oral para a campanha produzida.

Anexo 8.9

Termo de participação da pesquisa em sala de aula

Eu, _____, aluno do Colégio Estadual _____, cursando a série _____, portador da cédula de registro geral nº _____, concordo em participar da pesquisa em sala de aula realizada pela professora de língua inglesa Gabriela Brito Barbosa, tendo a minha identidade preservada através do uso de pseudônimos.

Rio de Janeiro, _____ de _____.

(assinatura)