



“LETRAMENTO EM MARKETING” ou
A FORMAÇÃO DE LEITORES-CONSUMIDORES CRÍTICOS
NAS ESCOLAS

LEITURA

Instância “textual”

- OBJETIVOS da ação de comunicação

- PÚBLICO-ALVO da ação

Instância discursiva

- Estratégias de PERSUASÃO

- VEÍCULO usado na transmissão

Instância social

PRODUÇÃO



Prefeitura do Rio e Secretaria Municipal de Cultura apresentam

JOAQUIM e as ESTRELAS

Indicado a quatro categorias no Prêmio Zilka Solaberry 2010 e vencedor do prêmio de Melhor Texto!

texto: MARIA CLARA MACHADO (PLANETÁRIO)

de 23 DE JULHO a 11 DE SETEMBRO de 2011

nas SÁBADOS e DOMINGOS de 16H

endereço: AV. PADRE LEONEL FRANCA, 2487 GÁVEA
classificação: LIVRE

direção: BERATA MIZRAHI
elaboração: DIEGO MOLINA
colaboração: GISELA DE CASTRO
realização: COMPANHIA TEATRO DE NÓS
elenco: CAROLINA GODINHO, ELISA PINHEIRO,
GISELA DE CASTRO, JOÃO VELHO,
MARCIO FREITAS, MORENA CATTONI
E PETER BOOS



Teatros com acessibilidade na comunicação para pessoas com deficiência auditiva!
Consultar programação em www.teatrodenos.com



“LETRAMENTO EM MARKETING” ou
A FORMAÇÃO DE LEITORES-CONSUMIDORES CRÍTICOS
NAS ESCOLAS

REFLEXÃO SOBRE ASPECTOS IDEOLÓGICOS

(espelhamento, reforço e legitimação + contradições):

- Representações de sonhos / aspirações
- Relações / representações de gênero e étnicas
- Estereótipos / padrões de beleza
- Legitimação de valores, princípios, comportamentos
- Relação / intermediação das mercadorias
- Impactos macroambientais do consumo
- Sobre o testemunhal de personalidades

LEITURA

PRODUÇÃO



HAVAIANAS KIDS PRINCESAS



RitournelleMusic

 **Subscribe** 11

2,420 views

 Add to  Share  More

 3  1

Published on Dec 5, 2012





ALGUNS RESULTADOS

- Frequência e versatilidade (sem padronização, ao acaso)
- Vínculos curriculares *
- Gêneros mais comuns **
- Verbal X Não verbal (noções pouco formalizadas, superficiais e lacunas)
- Textual X Discursiva / Social (ênfase na gramática tradicional, classificatória, normativa e tentativas superficiais e pouco sistemáticas de tratar do discurso)
- Problemas de apropriação (sem cores, distorções e reduções, sem vínculo com alunos, não autênticas)

MÍDIAS E ALFABETIZAÇÃO:
O TRABALHO COM LETRAMENTO EM MARKETING
COM CRIANÇAS DO PRIMEIRO CICLO

1. Contexto
2. Pesquisas sobre
Letramento em Marketing
- 3. *Exemplos de atividades***
4. Desafios

EXPLORANDO RÓTULOS DE EMBALAGENS

1. Professor, solicitar aos alunos que **tragam de casa 3 rótulos** de produtos diferentes.
2. Solicitar que os alunos **observem as cores, desenhos e palavras** dos rótulos.
3. Peça que **identifiquem letras**.
4. Solicitar aos alunos que **circulem as palavras conhecidas** de cada rótulo.

EXPLORANDO RÓTULOS DE EMBALAGENS

5. *Conversar com os alunos sobre as **características dos rótulos**.*
 - a. *Que **desenhos** aparecem nos rótulos?*
 - b. *Quais as **cores** do rótulo?*
 - c. ***De que** é o rótulo?*
 - d. *Qual é a **marca** do produto?*
 - e. *Você **conhece** essa marca?*
 - f. *Qual a **data de fabricação e de validade do produto**? **Isto é importante? Por quê?***
 - g. *Qual é o **tipo da escrita** (caixa alta ou cursiva)?*
 - h. *Nos rótulos, há **letras do seu nome**? Quais?*
 - i. *Há alguma informação no rótulo que **você não entendeu**?*
 - j. *Além de letras e cores **o que mais há no rótulo** que você está observando?*

EXPLORANDO RÓTULOS DE EMBALAGENS

VOCÊ JÁ SABE LER MUITAS COISAS.
VEJA OS RÓTULOS DOS PRODUTOS E ASSINALE QUAIS VOCÊ
CONSEGUIU LER.



DAS PALAVRAS DE QUE VOCÊ LEU, ESCREVA AQUELA DE QUE
VOCÊ MAIS GOSTA.

QUANTAS PALAVRAS VOCÊ CONSEGUIU LER:

1 2 3 4 5 6

a disc
produ

CAÇA-RÓTULOS

F	O	R	K	P	B	U	D	A
S	A	D	I	A	A	L	A	S
Y	D	F	J	I	T	B	N	P
O	L	J	A	B	O	R	O	U
M	L	P	L	Y	N	O	N	A
O	N	E	S	C	A	U	E	K
C	O	C	A	-	C	O	L	A

DANONE Sadia

baton Coca-Cola



- *Anúncio de revista ou jornal*
- *Cartaz*
- *Capa (de CD, de livro, de revista)*
- *Comercial de rádio ou TV*
- *Embalagem / rótulo*
- *Fachada*
- *Folheto*
- *Logomarca*
- *Mala-direta*
- *Outdoor*
- *Panfleto*
- *...*



- *Charge / quadrinhos*
- *Conto*
- *Matéria jornalística*
- *Música (letra)*
- *Poesia*
- *...*



(PL, 1a. série, não autêntico)

- *Em que local* o circo está se apresentando?
- *Até que dia* ele ficará nesse local?
- Qual é a **finalidade** desse folheto?
- O sorteio de brindes **estimula as pessoas** a irem ao circo? **Por quê?**

SOMENTE ATÉ O DIA 26/AGOSTO

CIRCO ESPACIAL

HORÁRIOS
Quinta e Sexta - 20:30h
Sábado e Domingo - 15/17:30 e 20:30h



Local:
Continental Shopping
Av. Corifeu de Azevedo Marques - Tel.: 3714-4987

PREENCHA, LEVE AO CIRCO E CONCORRA A BRINDES

NOME: _____
END.: _____ TEL.: _____

LEVE PRA CASA
A CHAVE DE UM MUNDO
MÁGICO, QUE SÓ FAZ BEM.

NA COMPRA
DE 7 UNIDADES DE
DEL VALLE KAPO,
GANHE
UMA LANCHEIRA.



Válida para todos os sabores de Del Valle Kapo: néctar, bebida de fruta ou chocolate.



Del Valle Kapo
Açúcarado e Bebida de Fruta
R\$ 8,88
200 ml

Del Valle Kapo
Néctar
R\$ 8,88
200 ml

Coca-Cola



(PA, 2a. série, autêntico)

- De acordo com a mensagem, **o que deve fazer um aluno nota 10?**
- **Escreva o nome do órgão responsável** pela divulgação do cartaz.
- **Para quem** ele foi feito?
- **Onde** você acha que ele deveria ser colocado?





(PA, 2a. série, autêntico)

AO PROFESSOR: "(...) Espera-se que os alunos concluam que os cartazes são escritos com **letras grandes** para permitir leitura a distância, trazem **mensagens curtas** para que o leitor, mesmo caminhando, possa ler, e apresentam **ilustrações atraentes** para chamar atenção."





(PL, 3a. série, autêntico)

- Detalhes e **funções** da **linguagem não-verbal** (cores e detalhes da foto)
- **Vínculo**
- Escolha da **mensagem**
- **Argumento**
- **Influência** no aluno
- Caracterização do **gênero** "anúncio"
- Análise do nome do produto (**memorização**)

Nestlé NESCAU
AGORA + força para sua Energia

enriquecido com 9 vitaminas e ferro e zinco

O seu Nescau tem o mesmo sabor, agora com 9 vitaminas e ferro e zinco. Mais força para sua ENERGIA.

VALORES NUTRICIONAIS	
por 100g de produto pronto para consumo	
Energia	410 kcal
Carboidrato	77g
Proteína	7g
Ácido Graxo Total	0,1g
Sódio	1,0g
Calcio	1,0g
Ferro	0,1mg
Zinco	0,1mg
Vitamina A	100%*
Vitamina B1	100%*
Vitamina B2	100%*
Vitamina B3	100%*
Vitamina B5	100%*
Vitamina B6	100%*
Vitamina B9	100%*
Vitamina C	100%*

*Porcentagem de referência com base em uma dieta de 2000 calorias para adultos de 19 a 30 anos e sexo masculino. **Porcentagem de referência com base em uma dieta de 2000 calorias para adultos de 19 a 30 anos e sexo feminino. ***Porcentagem de referência com base em uma dieta de 2000 calorias para crianças de 9 a 13 anos.



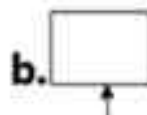
Redigir®

Pesquisar o site

Projeto Redigir
FALE/UFMG

Atividades >

Letramento em Marketing



Nova! Marketing Nivea/Dove - Essa atividade voltada para as campanhas publicitárias da NIVEA e da Dove, análise e comparação das estratégias em anúncios em revistas, sites, comerciais de TV.

Marketing em redes sociais: Instagram - Com essa atividade, pretende-se conscientizar a respeito das ações de caráter publicitário presentes nas redes sociais, promovendo uma reflexão sobre suas características e intencionalidades; sensibilizar para postagens de blogueiras e blogueiros famosos na rede social Instagram, considerados influenciadores de opinião; a partir de postagens no *Instagram*, analisar criticamente ações de Marketing nas redes sociais; comparar estratégias de Marketing utilizadas no *Facebook*, no *YouTube*, no *Twitter* e no *Instagram*; produzir uma postagem de caráter comercial para redes sociais.

Marketing em redes sociais: aplicativos de celular - Essa atividade visa desnaturalizar as ações de caráter publicitário presentes no cotidiano, promovendo uma reflexão sobre suas características e intencionalidades; sensibilizar para os posts de empresas e marcas que aparecem em redes sociais, que buscam fazer com que as pessoas saibam dos novos lançamentos e se interessem em comprá-los; a partir de uma postagem do *Instagram*, propõe-se a análise crítica de ações de Marketing nas redes sociais; comparar estratégias de Marketing utilizadas no *Facebook* e no *Instagram*; Por fim, propõe-se a produção de uma postagem de caráter comercial para redes sociais.

Os limões estão de volta - Essa atividade propõe reflexões críticas sobre a influência publicitária, a atividade foi proposta na disciplina "A formação de Leitores Consumidores Críticos" ministrada pelo Prof. Jônio Bethônico.

Marketing e Blogs/Vlogs - Essa atividade visa desnaturalizar as ações de caráter publicitário presentes no cotidiano, refletindo sobre suas características e intencionalidades; sensibilizar para os textos que circulam na internet, a fim de melhor reconhecer e compreender as intencionalidades ali presentes. A partir de postagens em blogs e vlogs, busca reconhecer a presença de ações de Marketing nas mensagens. Incentiva a comparação das ações de comunicação de empresas em vlogs e blogs em relação a mensagens em outras mídias. Propõe a criação de um blog ou vlog.

Marketing e Futebol - Essa atividade propõe uma reflexão linguística sobre as intencões das ações de caráter publicitário presentes no cotidiano, para assim desnaturalizá-las. Essa atividade trabalha também as noções básicas sobre o discurso de caráter publicitário e alguns de seus elementos (slogan, logomarca, público-alvo, produto, anunciante, veículo), seus objetivos e estratégias de convencimento, além de buscar demonstrar a diferença na veiculação de uma mesma empresa em camisas de times de futebol e em anúncios de revistas.

Marketing e Jornalismo Empresarial - Essa atividade propõe sensibilizar os alunos para detalhes das ações de Jornalismo Empresarial a fim de melhor compreender as estratégias persuasivas ali presentes.

Marketing e Ponto de Venda - Essa atividade trata os pontos-de-venda físicos (lojas) e virtuais (sites) como textos, sob uma perspectiva discursiva e visa sensibilizar os alunos para detalhes dos pontos-de-venda a fim de melhor compreender as estratégias persuasivas ali presentes. Sugere-se que essa atividade seja trabalhada como um projeto interdisciplinar, uma vez que conteúdos curriculares de diferentes áreas são vinculados à atividade (Língua Portuguesa; leitura e compreensão de texto; Matemática; preços; Geografia; organização do espaço urbano; História; consumo).

Marketing em Embalagens - Essa atividade pretende desnaturalizar as ações de caráter publicitário presentes no cotidiano, refletindo sobre suas características e intencionalidades; sensibilizar para as funções e detalhes estruturais das embalagens, a fim de melhor compreender as estratégias persuasivas ali presentes; comparar as características das embalagens em relação a outras ações de comunicação de Marketing, considerando as diferentes relações estabelecidas com os leitores/consumidores. Sugere-se que essa atividade seja trabalhada como um projeto interdisciplinar, uma vez que contempla conteúdos de diversas áreas.

Pick up Amarelo - Essa atividade trabalha a relação entre inteligência e conhecimento, estratégias de persuasão na propaganda de TV. Sugere-se que essa atividade seja realizada como um projeto interdisciplinar com o professor de Artes.

MÍDIAS E ALFABETIZAÇÃO:
O TRABALHO COM LETRAMENTO EM MARKETING
COM CRIANÇAS DO PRIMEIRO CICLO

1. Contexto
2. Pesquisas sobre
Letramento em Marketing
3. Exemplos de atividades
- 4. *Desafios***

*O que é “saber ler” atualmente ?
Qual é a responsabilidade da escola ?
Qual é a responsabilidade do professor ?*





“LETRAMENTO EM MARKETING” EM SALA DE AULA:

- **Complexidade** do consumo **X** Tratamento **moralista**
- Escolha dos “textos”, das mídias, das marcas **↔ ALUNOS ***
TV e internet / moda, alimentação, tecnologia, produções culturais e licenciamentos

- **Conexões curriculares**

Matemática, Ciências, Geografia, História, Artes, Língua Estrangeira

- **Múltiplas linguagens (verbal e não verbal)**

*Repensar a centralização do saber, o “certo” e “errado” e os sistemas de avaliação e pontuação
O que importa mais é a “pergunta” – não a “resposta certa”*



“LETRAMENTO EM MARKETING” EM SALA DE AULA:

- Importa **menos** a **frequência** do que a **abordagem**

Análise e produção / Textual-discursiva-social

Desnaturalização: reflexões sobre as estratégias, sobre necessidades e desejos pessoais

- **Aprofundamento X impedimentos e limites**

O que impede? Cronograma e ritmo das aulas, infraestrutura, saberes/ formação?

- **Engajamento / Sensibilidade e crítica / Capacitação**

Sobre “professores consumistas”, o interesse do professor e “gentileza em troca de dinheiro”

- **Contribuições: REDIGIR e cursos de formação docente**

Ceale*



Obrigado.

joniob @ ufmg.br

sites.google.com / site / redigirufmg /

@redigirfaleufmg

07 / NOVEMBRO / 2016