



O trabalho SISTEMA TRANSVERSAL DE ENSINO-APRENDIZAGEM de [Stela C. Bertholo Piconez](#) foi licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-CompartilhaQual 3.0 Brasil](#).

Breve Exemplário Explicativo do Sistema Transversal de Ensino-Aprendizagem

The diagram illustrates a thematic card from the 'Sistema Transversal de Ensino-Aprendizagem'. The card is titled 'A ALMA DO NEGÓCIO' and is part of the 'Linguagens e Códigos' module. It features a central image of a surfer with the text 'Cigarro faz mal?' and 'hollywood surf'. Below the image is a question: 'Por que existem milhões de pessoas viciadas em cigarro?'. To the right, there is a text block titled 'VEJA MAIS!' discussing cigarette consumption in Brazil and the United States. Below this is another section titled 'NOSSA LÍNGUA!' which discusses the use of the imperative mood in advertising. At the bottom, there is a section titled 'FAÇA VOCÊ MESMO!' with two tasks: 1) Identifying advertising resources in magazine ads, and 2) Creating a product and propaganda. The card is annotated with several callouts: 'Tema da unidade' points to the title; 'Representação do tema em segunda linguagem, acompanhada de crédito' points to the image; 'Pergunta-desafiadora ou problematizadora' points to the central question; 'Sondagem e desenvolvimento de habilidades metacognitivas' points to the 'FAÇA VOCÊ MESMO!' section; 'Identificação do episódio-aula por bloco disciplinar e unidade temática' points to the top right corner; '“Provocações cognitivas”' points to the 'VEJA MAIS!' section; and 'Exploração da Língua Portuguesa em situações reais de uso' points to the 'NOSSA LÍNGUA!' section. A vertical list of subjects (MAT, MATEMÁTICA, FÍSICA, QUÍMICA, BIOLOGIA, HISTÓRIA, GEOGRAFIA, INGLÊS, PORTUGUÊS) is visible on the right side of the card.

NEA - Núcleo de Estudos de Educação de Jovens e Adultos e Formação Permanente de Professores - FEUSP
EDUCAÇÃO BÁSICA DE JOVENS E ADULTOS
SISTEMA TRANSVERSAL DE ENSINO - APRENDIZAGEM®

A ALMA DO NEGÓCIO

Linguagens e Códigos
Português
Módulo 1
Leitura 2

Cigarro faz mal?

www.cigarro.med.br/cap21

Por que existem milhões de pessoas viciadas em cigarro?

VEJA MAIS!

Atualmente morrem no mundo três milhões de fumantes ao ano em consequência das doenças que o tabaco provoca, dos quais estima-se 30 a 100 mil no Brasil e 15 mil no Estado de São Paulo. De acordo com uma editorial da *Mayo Clinic Proceedings* estima-se que 390.000 mortes prematuras por ano são atribuíveis ao uso do cigarro nos Estados Unidos. No Brasil, segundo os dados do Ministério da Saúde, existem 30,6 milhões de fumantes na população maior de 5 anos, o que corresponde a 32,6% da população desta faixa etária, sendo 18,1 milhões de homens e 12,5 milhões de mulheres.
Fonte: <http://www.linck.com.br>

NOSSA LÍNGUA!

Para convencer as pessoas a comprar seus produtos, os anunciantes utilizam diversos recursos linguísticos. Um dos destaques é o uso dos verbos de ação no modo Imperativo (verbos como: faça, compre, veja). O modo dos verbos identifica como o falante se expressa. Esta atitude, no modo Imperativo, pode ser a intenção de: dar ordens, convencer alguém, exprimir um desejo, aconselhar, fazer pedidos etc.

FAÇA VOCÊ MESMO!

- 1) Em grupos, identificar em anúncios de revistas os recursos utilizados pelo anunciante para tornar o produto atraente ao consumidor.
- 2) Individualmente, criar um produto. Fazer uma propaganda desse mesmo produto, procurando valorizar seus atributos, de modo a torná-lo atraente ao consumidor. Se você quiser pode também desenhá-lo.
Fazer em uma folha de caderno e em seguida anexá-la à Folha Tarefa.

© Stela Conceição Bertholo Piconez – Reprodução somente com o crédito e a autorização da autora 1

Figura – Ficha temática do Sistema Transversal de Ensino-Aprendizagem (frente)

O **campo 6**, no canto superior esquerdo do verso da ficha, é dedicado à inserção de textos informativos clássicos, extraídos de manuais didáticos, enciclopédias, dicionários, fontes originais ou artigos de periódicos e faz referências **conteúdos curriculares científicos e culturais-sociais**.

O **campo 7 – Fatos, conceitos e princípios** apresenta de forma objetiva os conhecimentos que se construir com os alunos. Observa-se que esse campo remete a **estratégias de aprendizagem diferenciadas**; fatos são aprendidos pela memória; conceitos requerem aprendizagem significativa; princípios (conceitos estruturantes mais gerais) exigem alto nível de abstração (PICONEZ, 2004a, p. 21).

Comentado [AF1]: Checar com professora design x planejamento aqui

Teckné – Arte e Tecnologia (campo 8) é o espaço interdisciplinar por excelência, para expressar a imaginação e a reflexão do homem em relação à realidade e reconhecer ou compreender a diversidade de concepções estéticas presentes na história da criação humana, uma vez que “toda produção humana é inter-relacionada com a interpretação humana que se faz de uma dada realidade. As manifestações do homem são multiculturais e de naturezas diferenciadas”. No planejamento, os professores buscam a convergência de conhecimentos, ou seja, as interligações possíveis entre manifestações da liberdade humana (pintura, escultura, música, teatro, culinária, artesanato, moda, folclore etc.) e os conteúdos eleitos para aquela unidade temática.

Refletindo (campo 9) é um campo interdisciplinar dedicado aos conteúdos atitudinais ao tratamento das problemáticas sociais com relevância sócio-cultural e política (discussão de valores básicos para o exercício da cidadania; respeito à diversidade étnica-sócio-política-cultural e de todo tema transversal indicado nas respostas curriculares oficiais: orientação sexual, consumo, saúde, meio ambiente, ética e convívio social, pluralidade cultural, direitos e deveres, códigos e leis e outros). Permite investigar como ocorrem as transferências de aprendizagem dos fatos, conceitos, princípios e habilidades dos alunos.

O **campo 10 – Planejando seus Estudos** se destina ao planejamento dos recursos que poderão ser utilizados pelos alunos virtual e/ou presencialmente.

O **campo 11 – Avaliando competências básicas** registra o paradigma de avaliação, com as competências básicas e as habilidades que cada tema tratado pode desenvolver.

NEA - Núcleo de Estudos de Educação de Jovens e Adultos e Formação Permanente de Professores - FEUSP
 EDUCAÇÃO BÁSICA DE JOVENS E ADULTOS
 SISTEMA TRANSVERSAL DE ENSINO - APRENDIZAGEM*

A linguagem da propaganda

Para que haja comunicação é necessário existir um emissor que transmite uma mensagem a um receptor. Cada ato comunicativo possui funções específicas, de acordo com a intenção do emissor. No texto publicitário utiliza-se, principalmente, a função que colocará em foco a pessoa que irá receber a mensagem, ou seja, a intenção de quem faz a propaganda é influenciar o receptor da mensagem.

Procurando persuadir o público a consumir um determinado produto ou para poder convencer as pessoas a terem um determinado comportamento, a propaganda utiliza-se de recursos específicos. Portanto, manipula a linguagem em virtude do que se quer obter do receptor. Seu discurso vai ser dirigido às emoções, sentimentos e fantasias culturais do público. Vejamos alguns recursos:

- 1-Criação de um "logotipo": é a frase criada para identificar o produto com uma "mensagem" ou uma ideia que convence ao anunciante. Ex.: "Banco do Brasil. O tempo, sendo com você".
- 2-**Uso de clichês, chavões ou lugares-comuns**: são expressões muito repetidas pelas pessoas no dia-a-dia e que são aproveitadas em propagandas. Ex: "Mais por menos", "Bom, bonito e barato".
- 3-**Uso da linguagem figurada**: quando as expressões fogem à significação usual, emprestando à mensagem mais criatividade. Ex: "Desperta o tigre em você" (Sarcilhos Kellogs).
- 4-**Uso de recursos poéticos**, como a rima. Ex: "Ainda bem que tem Lojas Cem".
- 5-**Uso da linguagem não-verbal, associada ou não à linguagem verbal**. Ex: símbolo da TV Globo, sol e calor em um comercial de cerveja etc.
- 6-**Uso de verbos no modo Imperativo**. Ex: "Vem pra casa você também!"

Para ser eficiente, uma propaganda deve ser a mais simples e direta possível. Além disso, deve considerar o público-alvo a ser atingido, pois a linguagem utilizada também dependerá desse fator.

REFLETINDO

A publicidade, através de propagandas e comerciais, veicula valores e comportamentos, considerados ideais, para nos induzir à compra de um determinado produto ou serviço. De acordo com sua opinião, isso influencia o modo de agir das pessoas?

AVALIANDO COMPETÊNCIAS BÁSICAS

- Identificar, na linguagem apelativa, os recursos utilizados pelos anunciantes para influenciar o comportamento do consumidor.
- Analisar e associar textos publicitários de linguagem verbal e não-verbal, reconhecendo sua função persuasiva.
- Refletir criticamente sobre as questões éticas que envolvem a propaganda nos diversos meios de comunicação, emitindo opiniões a respeito.
- Analisar a função predominante dos textos e as funções secundárias.

FATOS, CONCEITOS E PRINCÍPIOS

Persuasão: Ato de convencer ou influenciar alguém a tomar alguma decisão.
Emissor: Aquele que produz e emite a mensagem;
Receptor: Quem recebe a mensagem enviada pelo emissor;

Funções da linguagem: são seis tipos, classificadas de acordo com cada um dos fatores de comunicação que está sendo destacado: emotiva (emissor); apelativa (receptor); referencial (assunto); metalinguística (código); fática (canal); poética (mensagem).

Tekhnè
Arte e Tecnologia
 Ler o poema "Eu, enquete", de Carlos Drummond de Andrade e discutir com seus colegas sobre as possíveis intenções do poeta ao escrevê-lo.

PLANEJANDO SEUS ESTUDOS

- Poema *Eu, enquete*, de Carlos Drummond de Andrade;
- Revistas e jornais contendo vários anúncios publicitários;
- Retroprojeter.
- T.T.: "Pare! Observe! Leia-me!"

MATEMÁTICA
 BIOLÓGIA
 QUÍMICA
 FÍSICA
 HISTÓRIA
 GEOGRAFIA
 INGLÊS
 PORTUGUÊS

2

Conteúdos curriculares

Conteúdos atitudinais

Avaliação do processo e em processo

Conceituação

Espaço interdisciplinar

Espaço interdisciplinar

Figura – Ficha temática do Sistema Transversal de Ensino-Aprendizagem (verso)

As **Folhas-Anexas** complementam a ficha temática e incluem textos, letras de música, poesias, quadros, notícias, fotos, reportagens, tabelas e gráficos, recortes etc.

NEA - Núcleo de Estudos de Educação de Jovens e Adultos e Formação Permanente de Professores - FEUSP
EDUCAÇÃO BÁSICA DE JOVENS E ADULTOS
SISTEMA TRANSVERSAL DE ENSINO - APRENDIZAGEM*

Linguagens e Códigos
Português
Módulo 1
Leitura 3

FOLHA-ANEXA
Narrando os fatos da realidade

Quadrinho

Edmar Bregman

Folha de São Paulo (02/09/04)

Charge

© Stela Conceição Bertholo Ficones - Reprodução somente com o crédito e a autorização da autora

3

MATEMÁTICA
BIOLOGIA
FÍSICA
QUÍMICA
HISTÓRIA
GEOGRAFIA
INGLÊS
PORTUGUÊS

Figura – Folha-Anexa do Sistema Transversal de Ensino-Aprendizagem

