

Prezado professor (a),

Para explicar a proposta do *output* e a função da rubrica de qualidade, sugerimos a introdução abaixo:

After three classes reading advertisements (aqui nós estamos considerando que você trabalhou com os alunos as propostas dos planos 01 e PL 02), I'm sure you're able to evaluate some ads in order to choose the best one among those you have with you. In order to help you in this task, I brought to you an [Ads Quality Rubric](#). In this table you will see four criteria and three different explanations for each one of the criteria. You will read the ads and choose the explanation that better fits to each one of them. In the end, you will add the points and choose the best ad for your group. If you have problems with the Ads Quality Rubric vocabulary you can ask me for help. I'm going to give you ten minutes to evaluate four ads. Then, each group is going to tell me what was the best ad, what was the worst one and why.

(Essa é apenas uma introdução da atividade e você pode conduzir esse início da maneira que achar mais conveniente. Se você não tiver feito as aulas propostas nos planos 01 e 02, não há problemas também. No entanto, nesse caso, provavelmente você precisará mediar a atividade prevista no *output*, pois não será algo tão familiarizado para os alunos.

Após a leitura e avaliação das propagandas - feitas pelos alunos -, sugerimos que você encerre a atividade conversando sobre o processo avaliativo que eles realizaram. Trazemos aqui algumas perguntas para nortear esse momento.

Can you tell me, group 1, what was the best ad for your group? Why? (A essa pergunta, espera-se que os alunos respondam algo como: *the first ad was the best one; Mc Donald's ad was the best one; it is creative; it doesn't present gender stereotypes; the nonverbal resources are really working as persuasive resources; the catchphrase establishes a link between the image (a pair of rings) and the product brand*. Os alunos, provavelmente, fundamentarão suas respostas no texto apresentado na rubrica ou nas discussões realizadas durante as atividades de leitura propostas no *context* e no *input*. Dentre as propagandas que selecionamos, acreditamos que a propaganda 1 (do Mc Donald's) seja mesmo a melhor delas, pois é uma propaganda muito bem elaborada. Provavelmente ela receberá 40 pontos. Dessa forma, como a nota da avaliação poderá coincidir para os grupos, sugerimos que você alterne as perguntas, como por exemplo:

Can you tell me, group 2, what was the worst ad for your group? Why? (Aqui espera-se que os alunos respondam algo como: *ad number 3 was the worst; it is*

not creative; it has gender stereotype, chauvinism, sexism; the catchphrase is offensive and presents the woman as being inferior to the man; the nonverbal resources didn't contribute to make it better. A propaganda número 3 é, de fato, a pior delas. Não tem criatividade, é ofensiva, machista e o homem é apresentado como dominador, o mais forte, aquele que pode bater em uma mulher. A mensagem nela veiculada enquanto recurso persuasivo é que se o homem ingerir o produto alimentício nela divulgado ele se tornará tão forte e agressivo quanto a imagem de homem nela representado construindo, assim, uma péssima representação masculina. Provavelmente ela receberá nota 0, podendo variar entre 0 e 3 se os grupos considerarem que os recursos não verbais estão atuando enquanto bons recursos persuasivos, apesar da representação negativa que a propaganda constrói.)

Can you tell me, group 3, how did you evaluate ad number 2? Why? (Aqui espera-se que os alunos respondam algo como: *ad number 2 is not too bad; the nonverbal resources are ok and it seems to be a common kind of woman's ad, because of this it is not creative enough; there is gender stereotype as it presents an idealized woman: fit, young, beautiful, white; the catchphrase is meaningful, but it is not inspirational.* A propaganda número 2 não é ruim e tem um estilo muito comum dentre o conjunto de propagandas femininas. No entanto, justamente por isso, não traz algo inovador, diferente, que a posicione como sendo muito criativa. Além disso, apresenta uma mulher idealizada, de forma a induzir a mulher consumidora a adquirir o produto divulgado para tornar-se como aquela mulher ali representada. Acreditamos que a pontuação da propaganda 2 girará em torno de 12 a 19 pontos, dependendo da pontuação que os alunos atribuirão ao uso dos recursos não verbais)

What about ad number 4, group 4, what was the score you gave to it? Why? (Espera-se que os alunos respondam algo como: *its score was 9; ad number 4 is similar to ad number 2; it is a common kind of man's ad; there is an idealized kind of man; the catchphrase brings gender stereotypes and presents the woman as being an object that can be purchased; the nonverbal resources are ok; it is a reasonable ad.* A propaganda 4 é mesmo bem parecida com a propaganda 2. Uma é voltada para homens, a outra para mulheres. A marca do produto divulgado em ambas é a mesma (Nívea) e ambas utilizam como recurso persuasivo a representação de uma pessoa idealizada. No entanto, a propaganda 4 é mais sexista, pois ao

dizer *"Girls not included"* produz-se o sentido de mulher enquanto objeto que pode ser adquirido e cuja aquisição será viabilizada se o homem fizer uso do produto divulgado. A pontuação da propaganda provavelmente ficará em torno de 9 a 16 pontos).

Observe que alternando as perguntas, você pode retomar cada uma das propagandas sugeridas para leitura, possibilitando uma visão geral da avaliação feita pelos alunos.