

Atividade para refletir sobre as escolhas linguística e imagéticas dos textos de propaganda

1. Qual o objetivo comunicativo dos textos?
O objetivo dos textos é promover a adesão do público-alvo ao enfrentamento do bullying, estimulando ações que visam combatê-lo.
2. Considerando que a instituição que promove a campanha está inserida no contexto educacional, você considera que o propósito do texto também está delimitado a esse espaço contextual?
O propósito do texto não se limita ao espaço educacional, visto que não há referência específica a esse espaço, portanto a ação estimulada ultrapassa os muros da escola.
3. Que situações as imagens retratam?
As imagens retratam situações em que criança e adolescente são alvos de agressões.
4. As situações retratadas nos textos relacionam-se a um espaço específico? Justifique.
As situações de práticas de bullying mostradas não parecem estar limitadas ao espaço escola, pois as pessoas não estão sendo retratadas como alunos.
5. Pode se considerar que as imagens fazem parte da estratégia do autor para chamar a atenção do público-alvo? Justifique.
As imagens fazem parte da estratégia do autor para chamar a atenção do público-alvo, gerando identificação com o leitor.
6. Cada uma das propagandas traz um enunciado destacado na parte superior ou lateral. Releia:
 - i. Bullying não é brincadeira.
 - ii. Valente mesmo é quem não briga
 - a. Esses textos dialogam com alguns discursos muito presente em contextos onde essas situações ocorrem. Quais discursos são esses?
Os discursos que atribuem às agressões o caráter de “brincadeira” e de “valentia”.
 - b. A quem são atribuídos esses discursos?
Geralmente, esses discursos são provenientes dos agressores ou de seus defensores.
7. Na parte inferior e lateral inferior das propagandas há um único texto: “Fazer amigos é melhor do que fazer bullying”.
 - a. Qual a função dessa passagem na propaganda?

A função da passagem é promover a ideia de que a amizade vale mais que o bullying.

b. O que essa passagem sugere sobre quem pratica bullying?

A passagem sugere que quem pratica bullying vê isso como algo bom e tem poucos amigos, porque prefere praticar o bullying ao invés de fazer amigos.

8. Considerando o público-alvo da campanha, transcreva dos textos o termo que o autor usou para interagir com seu leitor, explicitando essa interlocução.

“você”

9. Considerando que no gênero textual propaganda há dois participantes ativos no ato de comunicação, analise-os no contexto de produção dos dois textos:

a. Defina quem são esses interlocutores.

O autor da campanha (Escola Leonardo da Vinci) e o leitor (crianças/adolescentes, vítimas, agressoras ou observadoras)

b. Como essas pessoas são marcadas no texto?

“você”; “valente”

10. Reflita sobre as escolhas feitas pelo autor. É possível afirmar que elas estão a serviço do propósito comunicativo do texto? Justifique.

O autor faz as escolhas linguísticas e imagéticas em função de seu propósito comunicativo, visto que toma expressões, discursos, situações típicas dos contextos de bullying e dos espaços onde crianças e adolescentes interagem.