

## **Guidelines for the teacher - INPUT**

- É importante destacar que trazemos aqui uma propaganda produzida nos Estados Unidos, em 1970 e uma propaganda produzida na África do Sul, em 2015. As duas propagandas apresentam mulheres. Optamos por propor a leitura de uma propaganda antiga e uma propaganda mais atual para que os alunos consigam perceber o que mudou e o que se mantém na imagem da mulher representada nas propagandas.
- A primeira propaganda divulga um produto masculino (um sapato) e a segunda divulga a marca BIC.
- No início da discussão, apresente as datas das propagandas e o contexto de produção para os alunos. Dessa forma, eles poderão analisar a representação da mulher, considerando as condições de produção das propagandas e serão capazes de identificar marcas do que se mantém e do que mudou nessa representação.
- É importante destacar que a compreensão da propaganda enquanto mecanismo de manutenção de ideologias e/ou estereótipos ou enquanto reprodução de dizeres que veiculam na sociedade diz respeito à leitura mais aprofundada, que o aluno faz por meio do uso da estratégia de inferência, considerando os sentidos que são produzidos por meio da linguagem verbal e da linguagem não verbal presentes na propaganda.
- Acreditamos que esse modo de ler é possível de ser realizado por alunos do 9º ano, desde que haja a mediação do professor, que se dará por meio dos questionamentos propostos e do modo como será conduzida a leitura do texto. É necessário que os alunos leiam os textos como leitores conscientes, menos inocentes e mais atentos às mensagens implícitas do texto, trazidas pelas marcas linguísticas e não linguísticas.