

---

## CAMPANHA EDUCATIVA: SIM, O MELHOR É FALAR SOBRE O SUICÍDIO

---

Lucilene Hotz Bronzato  
CAp. João XXIII-UFJF

### 1 Apresentação

Este relato de experiência pretende compartilhar com os leitores o desenvolvimento de uma ação pedagógico-social por meio de uma sequência didática intitulada: **Campanha educativa: Sim, o melhor é falar sobre o suicídio**, desenvolvida no Colégio de Aplicação João XXIII/ UFJF, de Juiz de Fora-MG, e cujos protagonistas foram alunos do 9º ano do Ensino Fundamental II.

Inscrito na 11ª edição do PRÊMIO PROFESSORES DO BRASIL, coordenado pelo MEC, o projeto aqui relatado foi selecionado em 1º lugar na etapa estadual - Minas Gerais - e em 1º lugar na etapa nacional da temática especial “Boas práticas no uso de linguagens de mídia para as diferentes áreas de conhecimento no Ensino Fundamental e no Ensino Médio”, na categoria Anos finais – 6º ao 9º ano. Ainda como reconhecimento a este trabalho, a Prefeitura de Juiz de Fora me concedeu o Troféu Mulher Cidadã, na categoria Destaque em Educação, em março de 2019.

A partir de uma vontade e uma necessidade, expressas pelos próprios estudantes, de discutir o tema SUICÍDIO, o planejamento inicial de se trabalhar a argumentação oral e escrita por meio dessa temática ganhou novos contornos e desembocou em uma **Campanha de valorização da vida e de prevenção ao suicídio**, por toda a escola.

Embora todos os eixos de ensino-aprendizagem da Língua Portuguesa tenham sido trabalhados ao longo dessa sequência didática, o eixo mais focado foi o da oralidade. A criação de um contexto de fala pública formal desencadeou a necessidade de se ensinar e se aprender um conjunto de adequações atitudinais que incluiu a responsabilização pela fala, quando se tem temas delicados como o suicídio. Além disso, essa ação protagonizada pelos estudantes foi capaz de mudar o clima da sala de aula, a pouca autoestima de muitos adolescentes, o baixo grau de confiança dos professores nesses alunos e, espera-se, a ideia de alguns jovens de tirarem a própria vida.

### 2 Caracterização

O Colégio de Aplicação João XXIII é campo de estágio da Universidade Federal de Juiz de Fora. Para o 1º ano da Educação Infantil, que começa aos seis anos, há um sorteio (muito concorrido) de 70 vagas. Os alunos tendem a ficar no colégio até o término do ensino médio, mantendo-se, via de regra, na mesma turma na qual ingressaram. As poucas vagas restantes após o 1º ano do



Fundamental I também são disponibilizadas para a comunidade via sorteio. Um pouco mais de 90% dos estudantes residem em Juiz de Fora, havendo alguns poucos que moram em cidades vizinhas como Matias Barbosa, Bicas ou Mar de Espanha. Embora o colégio esteja localizado em uma região central da cidade, apenas 3% dos alunos moram no mesmo bairro da escola, o que faz com que a maioria use algum tipo de transporte para frequentar as aulas. A maior parte dos alunos é de cor branca e tem renda de 3 a 10 salários mínimos.

Os alunos do 9º ano/2017 eram considerados "alunos difíceis" pelos professores do ano anterior. Desorganizados e barulhentos, protagonizavam relatos de prática de bullying e atitudes antiéticas, como cópias recorrentes de tarefas escolares. Eu não os conhecia até então. Havia já um tempo que estava lecionando no ensino médio e, por isso, não os conheci durante todo o Fundamental. Assim que iniciei o ano letivo de 2017, fiquei bastante assustada com o grau de indisciplina das turmas. Fora isso, muito me constrangeu o pouco acolhimento que tive no 1º trimestre de aulas, sendo, pois, um início muito difícil e desgastante.

Um momento especialmente complicado foi a primeira correção do ano dos diários de leitura. Constatei que pelo menos um terço das turmas havia copiado todo o diário de leitura da internet. Fiquei muito aborrecida e, ao mesmo tempo, apavorada. Sempre houve cópias de diário de leitura, mas não nessa proporção. Conversei bastante sobre ética, corrupção e dei a chance de alguns assumirem sua postura incorreta e se desculparem.

Ainda no primeiro trimestre, iniciamos a leitura de um romance e os alunos já sabiam que teríamos uma série de eventos sobre essa obra após a leitura terminada. A questão era que, para desenvolver esse projeto, ao qual designo *Projeto didático ancorado em uma leitura-gatilho*, eu precisava do protagonismo dos discentes, no entanto eu não confiava neles.

Resolvi, por isso, fazer alguns pequenos eventos de fala pública para que eles aprendessem a se comportar, com educação e respeito, nessas molduras comunicativas. Assim, aproveitei o evento da Feira Literária- FLIJ - para propor algumas atividades. A primeira delas foi uma mesa redonda, chamada "Jovens escritores". Convidei uma ex-aluna que acabara de escrever um livro, uma adolescente de outro colégio da cidade que publicava na plataforma virtual whatpadd e uma adolescente com paralisia cerebral que também era autora. Criei uma comissão organizadora desse evento só com os alunos do 9º ano e distribuí as tarefas: convidar os escritores, cuidar do evento como um todo, receber os convidados, ser mestres de cerimônia, organizar as falas e perguntas da plateia, entre outras. 90% dos discentes aproveitaram essa conversa e se enquadraram adequadamente nessa moldura mais formal de fala.

Outro evento foi promovido após uma oficina de haicai, ministrada também na feira literária: propus a compilação dos haicais produzidos em um livreto para o qual haveria um lançamento com leituras públicas e performances artísticas. Nesse, 100% dos alunos respeitaram os colegas que



cantaram, tocaram instrumentos e fizeram leituras. Percebi que as avaliações dos comportamentos (in)adequados após os eventos, o protagonismo e a autoria dos discentes favoreciam um ambiente mais respeitoso na sala de aula. Só assim, com a confiança de ambos os lados conquistada, tive coragem suficiente para organizar com eles a **Campanha de valorização da vida e de prevenção ao suicídio**.

### 3 Fundamentação teórica

Partindo-se de uma perspectiva enunciativo-discursiva da linguagem, têm-se no trabalho aqui relatado alguns constructos teóricos importantes. Primeiramente, concebeu-se a campanha educativa como um gênero textual tal como o entende Marcuschi: “uma categoria cultural; um esquema cognitivo; uma forma de ação social; uma estrutura textual; uma forma de organização social; e uma ação retórica” (MARCUSCHI, 2008, p. 149), de natureza híbrida, composto por outros gêneros (aqui chamados subgêneros), na maioria das vezes, de natureza midiática, o que enquadra este projeto no chamado “campo da vida pública” (BNCC, 2017, p.84), devido a seu propósito educativo, desenvolvido a partir de uma prática de linguagem que pretende atuar na solução de um problema, em prol de todos.

Inseridas no campo jornalístico-midiático estão as mídias estudadas, confeccionadas e usadas como meios de comunicação (cartazes, adesivos, áudios e vídeos) a que estamos chamando subgêneros e com as quais foi possível ensinar aos alunos, na prática (i) a importância de se adequar a fala e as peças publicitárias ao seu público-alvo; (ii) a necessidade de se pensar estratégias relacionadas aos objetivos pretendidos e (iii) todos os conhecimentos que perpassam o estudo de todo e qualquer gênero e desenvolvido por meio de uma sequência didática (DOLZ E SCHNEUWLY, 2004, p. 171).

Do mesmo modo, enquadradas no “campo da vida pública”, inserem-se as ações planejadas e protagonizadas pelos adolescentes, como recomendado na BNCC: “o trabalho com discussão oral, debate, propaganda, campanha podem/devem se relacionar também com questões, temáticas e práticas, próprias do campo de atuação da vida pública” (BNCC, 2017,p.147).

Entende-se o protagonismo juvenil neste relato como sendo “a criação de espaços e condições capazes de possibilitar aos jovens envolverem-se em atividades direcionadas à solução de problemas reais” (COSTA, 2004, p. 7) e o gênero, Campanha educativa, como uma oportunidade sem par de se articular os quatro eixos de ensino-aprendizagem da língua, de modo situado e interativo, criando-se espaços reais de atuação dos jovens estudantes, o que demarca, também, a tipologia argumentativa como tópico privilegiado de análise.



#### 4 Descrição da experiência

Após tangenciar o assunto suicídio, abordando criticamente os “sistemas de reputação” e depois de fortalecer emocionalmente os estudantes do 9º ano com uma dinâmica de grupo, intitulada *Sobra alegria em nossas vidas*, comecei a abordagem do tema suicídio, pedindo aos alunos que inventassem um personagem que estivesse considerando a possibilidade de tirar a própria vida. Pedi que eles o desenhassem em uma folha de papel ofício e, ao fazê-lo, fosse lhe perguntando seu



nome, sua idade e por que ele estava pensando em se matar.

Após os desenhos dos personagens fictícios ficarem prontos, cada aluno se dirigiu à frente da turma e fez uma exposição oral de apresentação de seu personagem imaginário.

*"Esse é o Franz. Ele tem 11 anos e está pensando em se matar porque seu pai..."*

Nesse primeiro momento de exposição oral, muitas reações imprevistas começaram a surgir. A primeira coisa que percebi foi que os alunos, mesmo simulando uma situação - o personagem era inventado - estavam extremamente emocionados e alguns choraram muito. A segunda constatação dolorosa foi a de que os personagens inventados, na verdade, não eram fictícios, pois se tratavam de algum familiar ou conhecido. A terceira constatação mais contundente, todavia, foi perceber e concluir que muitos desses personagens representavam os próprios alunos. Como os relatos eram chocantes e devastadores e a percepção evidente era a de que alguns falavam de si, o baque emocional tanto dos alunos quanto meu foi imenso. Ao conversarmos sobre as exposições orais chegamos a conclusões espantosas, além de constatarmos que precisávamos de mais informações sobre o assunto. Por isso, distribuí para todos uma reportagem publicada na Revista Superinteressante, intitulada "Sim. O melhor é falar sobre o suicídio.", de julho/2017.

Essa matéria jornalística é bastante completa, reunindo quase tudo que eu já havia lido em diferentes dossiês sobre o tema, com a vantagem de ter uma linguagem de fácil entendimento, além de um design atraente para adolescentes. Com a leitura atenta e mediada dessa reportagem, foi possível conhecer alguns aspectos do tema suicídio sobre os quais não fazíamos ideia.

Tal reportagem enfatiza, com muita propriedade, a matemática do tema, iniciando-se com a seguinte proposição: *"Até você terminar de ler este parágrafo, uma pessoa vai ter se suicidado no mundo. Todos os dias, 32 brasileiros tiram a própria vida. Quase 1 milhão de pessoas se matam por ano- uma a cada 40 segundos - são mais vítimas que todas as guerras, homicídios e conflitos civis somados. E, para cada morte por suicídio, existem outras 10 ou 20 pessoas que já tentaram fazer o mesmo."*

Evidentemente que os adolescentes ficaram impressionados com esses números, já que não tinham a dimensão real do problema. Outra constatação que pôde ser feita foi a de que na



prevenção ao suicídio, a atitude mais recomendada, atualmente, é falar sobre o tema. Isso referendou a necessidade de campanhas como a do "Setembro amarelo".

A partir da tomada de consciência da dimensão do problema e da necessidade de se abordar o tema suicídio, os estudantes propuseram que fizéssemos uma campanha educativa pela escola, onde já havia relatos de tentativas de suicídio, de alunas que estavam se cortando e escrevendo com seu próprio sangue em cadernos e em portas de banheiro, de adolescentes que frequentavam com assiduidade sites virtuais que ensinavam como uma pessoa poderia tirar a própria vida. Não bastasse isso, esses mesmos adolescentes estavam vivendo o auge do jogo "Baleia azul" e do livro (e série) "Os 13 porquês".

Iniciamos, portanto, um estudo de estratégias de marketing para abrangermos o maior número possível de jovens, para sermos elucidativos, todavia delicados e cuidadosos, e para alcançarmos o objetivo principal da campanha: uma ação de valorização da vida que levasse suicidas potenciais a desistirem de se matar, ao convencermos estes de que eles não estavam sozinhos e de que havia algumas soluções possíveis.

A primeira sugestão feita pelos alunos protagonistas foi a de espalhar alguns cartazes pela escola para que fossem divulgadas não só as principais informações que havíamos colhido em nossas leituras, como também os meios de se obter ajuda, como o contato do Centro de Valorização da Vida (CVV), por exemplo. Nas aulas de Português, avaliamos o gênero cartaz, elencando uma série de atributos ou propriedades composicionais desse texto, necessárias ao nosso objetivo. Nesse momento, alguns adolescentes propuseram a confecção não só de cartazes, mas também de um adesivo que pudesse ser dado a cada um dos alunos que desejassem aderir à **Campanha de valorização da vida e de prevenção ao suicídio**. Tal proposta desencadeou um novo rumo para esta ação educativa: precisaríamos passar de sala em sala, explicando as informações dos cartazes e pedindo a adesão de outros alunos. Ficou decidido que votaríamos o cartaz e o adesivo mais adequados aos fins propostos. Assim, formamos cinco grupos em cada turma, cujas tarefas eram elaborar um cartaz e um adesivo para nossa campanha educativa. Votamos o melhor adesivo e cartaz em um universo de quinze produtos diferenciados.

A campanha educativa, a partir dessas mídias criadas pelos alunos, foi ganhando forma. Para organizá-la, criei um grupo no whatsapp e os alunos, voluntariamente, se ofereceram para executar diversas tarefas: ir às salas falar sobre o tema; colar o cartaz escolhido no mural das salas de aula visitadas, distribuir os adesivos etc. Repercutindo em sala com uma amplitude de 100% de interesse e de motivação, o tema foi se expandindo com os relatos dos adolescentes e de suas vivências. Assim surgiram na discussão do tema os diferentes vídeos compartilhados nas redes sociais. Dois deles foram os mais lembrados: uma campanha da PM de São Paulo, com a atriz Bruna Marquezine quando esta tinha 5 anos (<https://www.youtube.com/watch?v=46V6XHpOs-I>) e outro de Rossandro



Klinjei, intitulado “Fica” (<https://www.youtube.com/watch?v=OsbcbvvdNRhc>) que os adolescentes julgaram uma boa ideia acrescentar à campanha para favorecer um momento de reflexão sobre o suicídio, com as turmas do ensino fundamental II e do ensino médio.

Dessa forma, aquela primeira ideia de campanha pela escola, que consistia, apenas, em passar de sala em sala, colar um cartaz e entregar um adesivo, foi sendo enriquecida, gerando também a necessidade de fazermos um roteiro de fala para que cada um soubesse, em linhas gerais, o que falar. O passo seguinte foi organizar as equipes para tornar mais didática e equânime a divisão de tarefas. Formamos três equipes, designadas de equipe A, equipe B e equipe C. Cada uma entraria nas turmas de mesma letra, isto é, caberia à equipe A visitar o 6º A, 7º A e assim por diante. Cada equipe era composta por um estudante de cada turma; formando, portanto, um trio. Cada trio, por sua vez, teve direito a um aluno de apoio cujas funções eram segurar o material necessário para a campanha, ajudar a colar os cartazes e distribuir os adesivos, preparar a caixinha de som, substituir alguém em caso de ausência, retomar alguma fala esquecida na apresentação, anotar as salas visitadas e as não visitadas. Um fato importante a se assinalar foi o envolvimento nessa campanha de alunos que não se envolveram em nenhuma outra atividade proposta nas aulas de Português até aquele momento.

A **Campanha educativa de valorização da vida e de prevenção ao suicídio** estava, assim, delineada: os trios visitariam as turmas, fariam uma fala roteirizada, exibiriam um áudio motivador, colariam um cartaz e entregariam um adesivo àqueles alunos que quisessem aderir ao projeto. Nesse momento, para incentivar um protagonismo ainda maior dos estudantes, resolvi convidar um conhecido rapper da nossa escola para compor nossas equipes. Compusemos um rap que foi musicado por ele.

Como temos no colégio o Núcleo de Atendimento Escolar (NAE), composto por psicólogos e assistentes sociais, consideramos apropriada a presença de um membro do NAE em cada uma das equipes por conta da delicadeza do tema.

Devidamente preparados e organizados, no dia 31 de outubro de 2019, as equipes visitaram as 21 salas de aula do Colégio de Aplicação João XXIII, Ensino Fundamental II e Médio, começando pela visita aos 9º anos, protagonistas da campanha. Era este o momento de reajustar as falas e reparar alguma incorreção, antes de visitar os outros anos escolares.

### Avaliação dos resultados

De todos os eixos de ensino-aprendizagem da Língua Portuguesa: leitura (incluindo a literária), produção textual, reflexão linguística e oralidade, o maior ganho dos alunos talvez tenha



sido neste último. Via de regra, a oralidade é negligenciada na sala de aula, não havendo um plano de ensino sistematizado para um aprendizado que extrapole atividades diárias de oralização. Nas palavras de Antunes (2003, p.24), no trabalho com a oralidade ainda há "*uma quase omissão da fala como objeto de exploração no trabalho escolar, sem necessidade de ser matéria de sala de aula*".

Este panorama piora um pouco quando se trata de eventos de fala em situação formal. Nota-se, não raro, que o conjunto de atitudes necessárias à inclusão dos adolescentes nesses tipos de evento quase nunca é ensinado e, frequentemente, evitado.

Ao protagonizar a **Campanha de valorização da vida e prevenção ao suicídio**, os alunos do 9º ano perceberam a intrínseca relação entre o modo como se apresenta uma fala pública e a reação que dela se espera. De início houve muito cuidado com a confecção do roteiro de fala, já que, pelo clima de sala de aula durante as discussões, os estudantes verificaram a natureza delicada do assunto. Também na apresentação dos cartazes e no acolhimento das falas advindas dos estudantes aos quais se apresentou a campanha, essa preocupação se fez presente. Houve preocupação com a aparência, com a postura em sala de aula, com o tom de voz, com o modo de se exibir cada uma das mídias. O grande aprendizado foi ser e se sentir responsabilizado pela própria fala. Embora cada trio tivesse sido acompanhado por um membro do NAE, nenhum desses teve que fazer qualquer reparo às falas dos estudantes.

As reações à campanha foram muitas e diversas. Os alunos visitados se mostraram interessados, alguns choraram (provavelmente os mais vulneráveis) e a maioria quis aderir à campanha, portando em local visível seu adesivo. Também a comunidade escolar quis participar, por isso alguns adesivos, a pedido da proprietária, foram deixados na cantina do colégio, pois havia muitos professores os pedindo.

Os protagonistas da campanha, alunos do 9º ano, também não esconderam seu orgulho e entusiasmo em realizar, de modo tão bem-sucedido, uma ação educativa considerada por toda a comunidade escolar de muita importância, porém de extrema delicadeza. A escola como um todo foi positivamente impactada, o que quebrou o tabu que vigora em nossa sociedade de que não se deve falar sobre determinados assuntos. Isso pôde ser percebido pelos cumprimentos aos alunos, pelos relatos em reunião de departamento e, principalmente, pelo entusiasmo e motivação dos adolescentes. O clima de sala de aula era outro. Alunos motivados, orgulhosos de seu protagonismo e poder de mudança, com autoestima elevada e interesse pelos temas trabalhados. Um questionamento comum era: "Professora, quando é que faremos outra campanha?" A visão negativa que os professores anteriores tinham desses alunos mudou radicalmente, assim como a confiança na capacidade deles ganhou novas dimensões.

Embora o objetivo inicial que disparou toda essa ação educativa fosse o ensino da argumentação, o que se obteve como resultado dessa ação protagonizada por estudantes de 9º ano



de uma escola pública, na qual se entra via sorteio, extrapolou qualquer um dos quatro eixos de ensino da Língua Portuguesa. A partir de uma percepção sensível do espaço escolar e das vivências dolorosas dos alunos, criou-se uma campanha que era não só necessária como urgente.

Foi dada aos jovens estudantes a oportunidade rara de serem protagonistas de uma ação voltada para eles mesmos, criando-se, pois, um valor de cidadania e de sentido republicano que vai além do que se aprende nos livros e nos bancos da sala de aula. Indubitavelmente, **a Campanha de valorização da vida e de prevenção ao suicídio** incluiu, de forma positiva, alunos que se veem diariamente excluídos do debate na escola, por não se enquadrarem no que a sociedade concebe como sendo “alunos ideais”.

Não bastasse isso, criou-se um laço de afeto entre os estudantes, uma cumplicidade na dor de se sentir só e sem esperanças. Em outras palavras, os alunos do 9º ano do C.Ap. João XXIII/2017 contribuíram concretamente para a valorização de uma cultura da paz e de boa convivência, essenciais a quem procura e precisa de uma sociedade mais humanizada.

### Considerações finais

Embora o projeto premiado **Campanha educativa: Sim, o melhor é falar sobre o suicídio** tenha se iniciado em 2017, as ações que dele fizeram parte repercutem na comunidade escolar do Colégio de Aplicação até os dias de hoje.

Logo em 2018, com os alunos do 9º ano agora cursando o Ensino Médio, os estudantes de todo o colégio perguntavam, com frequência, quais ações implementaríamos “na época do Setembro Amarelo”, mostrando o impacto, o reconhecimento e a importância das ações do ano anterior. Como as crianças do Ensino Fundamental I estavam muito curiosas a respeito dos cartazes e das mensagens motivacionais espalhados pela escola, decidimos inserir esses alunos, cujos relatos dos professores e coordenadores mostravam a necessidade de se abordar com eles também o tema da valorização da vida. Coube, pois, a estes desenhar e/ou escrever algo que respondesse à pergunta: *Por que o mundo é bom?* Como resultado dessa participação das crianças, montamos uma enorme exposição de desenhos e textos que coloriu o hall de entrada do colégio.

Da mesma forma, neste ano de 2019, lecionando no 9º ano para diferentes alunos, fui questionada pela comunidade escolar sobre o que o 9º ano faria em continuação à Campanha de valorização da vida. Por isso, foi criado um grupo de trabalho permanente, intitulado COM VIDA (@ideia\_e\_vida), cuja tarefa é organizar eventos com essa temática. Em 2019, foi possível organizar um simpósio para os pais dos alunos com médicos, psicólogos e assistentes sociais; um cine-debate



do filme *Yonlu* analisado por um psiquiatra e, ainda, uma nova campanha educativa em novo formato, o que indica que o projeto passou a ser de toda a escola e de caráter permanente.

O que se espera com ações pedagógicas desse tipo é que os alunos, educados para uma oralidade formal, possam participar adequadamente de diversos tipos de eventos, não somente como ouvintes, mas também como promotores, organizadores, mestres de cerimônia, debatedores, curadores, dentre outros papéis sociais. Deseja-se que essa educação para a oralidade, muitas vezes negligenciada na escola, traga também uma maior responsabilização pelo que se faz e, principalmente, pelo que se diz, conhecimento extremamente útil em tempos de discursos de ódio e de falsas notícias.

Para além dos conhecimentos linguísticos acionados em cada etapa dessas ações educativas, acredita-se, ainda, que a escola tem a chance de se aproximar mais dos alunos e que aqueles jovens vulneráveis e, frequentemente excluídos do processo educacional, possam se integrar à escola e possam se sentir úteis e necessários ao ajudar colegas que se encontram nessas mesmas condições, criando-se, portanto, uma cultura de paz e uma cadeia de solidariedade, passíveis de serem aprendidas na escola, mas que ecoem para além de seus muros.

## Referências

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BRONZATO, L. H. **A dinâmica de grupo no ensino da oralidade**. In: Revista *Prolíngua*, Volume 2, Número 1 – Jan./Jun de 2009.

BAKHTIN, M. [1979] **Estética da criação verbal**. 4. ed. Trad. P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: Língua Portuguesa, terceiro e quarto ciclos**. Brasília: 1998.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular (versão final)**. 2017. Disponível em: < <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base/>>. Acesso em: janeiro /2019.

BRONCKART, J. P. **Atividade verbal, Textos e Discursos: por um interacionismo sociodiscursivo**. Anna Rachel Machado, Pérciles Cunha (trad.). São Paulo: EDUC, 1999.

COSTA, M.V. **Quando o pós-moderno invade a escola: um estudo sobre novos artefatos, identidades e práticas culturais**. Projeto de pesquisa apoiado pelo CNPq. (2004-2007), 2004.

COSTA, A. C. G.; VIEIRA, M. A. **Protagonismo juvenil: adolescência, educação e participação democrática**. São Paulo: FTD; Salvador: Fundação Odebrecht, 2006.



DOLZ, J.; SCHNEUWLY, B. **Gêneros orais e escritos na escola**. Trad. Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004

MARCUSCHI, L.A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Â. et al. **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARCUSCHI, L. A. **Produção Textual, análise de gênero e compreensão**; São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

## Anexos



CARTAZ CONFECCIONADO PELOS ALUNOS E USADO NA CAMPANHA



ADESIVO CONFECCIONADO PELOS ALUNOS E USADO NA CAMPANHA

