

Versão *On-line* ISBN 978-85-8015-075-9
Cadernos PDE

VOLUME II

OS DESAFIOS DA ESCOLA PÚBLICA PARANAENSE
NA PERSPECTIVA DO PROFESSOR PDE
Produções Didático-Pedagógicas

2013



PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Educação

Ficha de identificação da produção Didático-pedagógica	
PDE - 2013	
Título	Publicidade e ensino de língua portuguesa
Autor	Maria Aline da Veiga
Disciplina	Português
Escola de Implementação do Projeto	Colégio Estadual Anita Canet - EFMP
Município	Fazenda Rio Grande
Núcleo Regional de Educação	Área Metropolitana Sul
Orientador	Prof. Ms Fernanda Deah Chichorro Baldin
Instituição de Ensino Superior	UTFPR
Público-Alvo	Alunos do 8º ano do Ensino Fundamental, turno matutino.
Resumo	<p>O gênero discursivo Publicidade deve ser explorado quanto aos seus aspectos linguísticos em vários dos anos escolares. A compreensão e conhecimento da ação discursiva desse gênero são importantes para a vida do aluno, pois é possível explorar a intencionalidade, finalidade e ideologias que podem influenciar o comportamento social e a interação comunicativa de qualquer cidadão. O objeto de produção será a propaganda de conscientização pelo seu reconhecido respeito em todos os meios de veiculação publicitária e resultados pela sociedade. Escolheu-se a sequência didática por considerar-se que é uma metodologia adequada à prática de ensino com gêneros discursivos. Esta se configura como meio de atividades organizadas e sistematizadas eficazes para a compreensão e produção textual.</p>
Palavras-chave	Sequência didática, publicidade, propaganda, metodologia.
Material Didático	Unidade Didática



**SECRETARIA DO ESTADO DO PARANÁ
DIRETORIA DE POLÍTICAS
PROGRAMAS EDUCACIONAIS
PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL – PDE**



UNIDADE DIDÁTICA

MARIA ALINE DA VEIGA

Publicidade e ensino de língua portuguesa

Curitiba - PR

2013

MARIA ALINE DA VEIGA

Publicidade e ensino de língua portuguesa

Projeto de Intervenção Pedagógica
apresentado como requisito do Programa
de Desenvolvimento Educacional-PDE e
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná-UTFPR.

Orientadora: Ms Fernanda Deah
Chichorro Baldin

Curitiba
2013



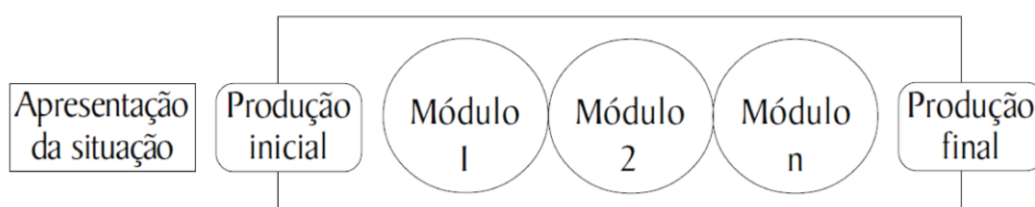
APRESENTAÇÃO

A Unidade Didática intitulada “Publicidade e ensino de língua portuguesa” é um componente do Programa de Desenvolvimento Educacional (PDE), ofertado pela Secretaria de Estado da Educação do Governo do Estado do Paraná, com o objetivo principal de potencializar o processo de ensino-aprendizagem de língua portuguesa com a utilização de sequências didáticas nos segmentos de compreensão de gêneros discursivos e a função social dos textos publicitários.

O elemento chave dessa unidade didática é a implementação do procedimento sequência didática como metodologia de ensino, procurando obter resultados satisfatórios quanto à leitura, à análise linguística e à produção textual, neste caso, do gênero discursivo publicidade. A sequência didática estabelece uma ordem das atividades formuladas de acordo com os princípios e fins no processo de ensino-aprendizagem determinados e registrados no planejamento escolar pelo professor.

O uso de sequência didática propicia ao aluno a construção de conhecimento sobre os gêneros discursivos em circulação em diversas esferas sociais. A importância de compreender a língua materna em todos os aspectos de comunicação, interação social, leitura, escrita, produção e estudo linguístico é o principal objetivo da proposta de sequência didática. Nesse processo o professor e o aluno têm ciência dos percursos a serem percorridos com as atividades propostas interligadas e complementadas aumentando o nível de compreensão dos itens já citados.

A estrutura de base de uma sequência didática pode ser representada pelo esquema abaixo, desenvolvido pelos autores Dolz e Schneuwly (2004).



(SWIDERSKI, Rosiane Moreira da Silva – COSTA-HÜBES, Teresinha da Conceição
, *Línguas e Letras* p.118)

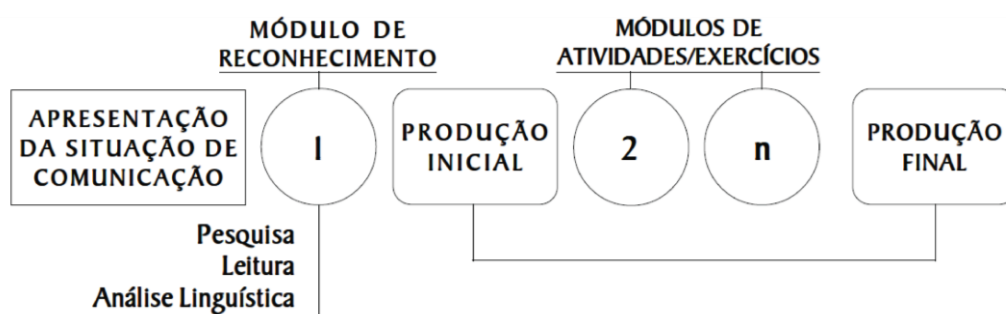
Apresentação da situação: Esse momento consiste em colocar o aluno em contato com o gênero a ser estudado.

Produção oral/escrita: Proposta de produção textual, oral ou escrito, para diagnosticar e identificar as facilidades e/ou dificuldades no âmbito de entendimento sobre o gênero discursivo em estudo.

Módulo de exercícios: Nessa etapa as atividades poderão ser divididas e aprofundadas com o objetivo de sanar as dificuldades, ampliar e explorar as facilidades diagnosticadas. Lembra-se que aqui será o momento para explicar, analisar, ler, inferir, identificar, relacionar, refletir, entre outras ações que norteiam o processo de ensino-aprendizagem.

Produção final: Será neste momento em que o aluno deverá mostrar em sua produção os elementos compreendidos dos conteúdos abordados desde o início do estudo com o gênero discursivo. Com o material produzido o professor poderá avaliar o estágio de aprendizado do aluno em relação ao gênero discursivo trabalhado.

A pesquisadora Terezinha da Conceição Costa-Hubes (AMOP, 2007) adaptou a metodologia de sequência didática apresentada acima, inserindo o módulo “reconhecimento do gênero” antes da produção inicial. Na presente unidade, considerou-se essa alteração mais adequada a essa proposta metodológica. Portanto ela será baseada no esquema adaptado abaixo.



(SWIDERSKI, Rosiane Moreira da Silva – COSTA-HÜBES, Teresinha da Conceição, *Línguas e Letras* p.120)

O módulo de reconhecimento sugere ser composto por atividades que estimulem a pesquisa, leitura e análise linguística durante a aplicação da sequência didática no ensino de gêneros discursivos.

Pesquisa: É um elemento significativo na prática educacional provocando certa autonomia ao aluno deixando que ele adquira seus conhecimentos. Dessa forma deixa-se de somente o professor repassar todas as informações prontas, sem instigação.

Leitura: É a prática que o professor deve oportunizar de maneiras diversificadas com o objetivo de explorar a leitura em todos os aspectos possíveis, inclusive com manipulação de textos variados com sentidos de significado, circulação, criatividade, vocabulário e interação social para contribuir com a compreensão do gênero e sua organização. Nesse momento o aluno estará juntando elementos cognitivos de aprendizagem que influenciará na hora de sua produção textual.

Análise linguística: No ensino de língua portuguesa, atualmente, é ressaltado por especialistas e autores, como fator fundamental a análise linguística. Essa prática capacita o aluno a entender o processo do uso da língua em gêneros discursivos. Também compreender e utilizar os recursos linguísticos em futuras produções textuais nas situações diversas de interação sócio-comunicativa pertencente ao processo de ensino-aprendizagem.

Gênero Discursivo Publicidade

O texto publicitário é um gênero discursivo bastante destacado no meio da comunicação. A possibilidade de trabalhar em sala de aula com esse gênero é indiscutível e essencial para o desenvolvimento linguístico e cognitivo do aluno.

A expectativa com esse material pedagógico é sugerir uma sequência didática como metodologia para obter organização e desenvolvimento no ensino do gênero discursivo publicidade, de forma que os alunos compreendam sua construção e possam produzir seus textos com competência.

A iniciativa e a criatividade do aluno devem predominar durante a execução das etapas como fatores a serem considerados para a avaliação posteriormente. Ao propor a produção textual devem-se considerar os seguintes princípios: Sobre o que? O que escrever? Como escrever? Para quem escrever? Visando sempre a

intencionalidade do texto com o tema proposto. Nesse caso, o gênero discursivo publicidade tem componentes marcantes quanto a sua funcionalidade e intencionalidade, sendo a de impressionar, convencer, informar, persuadir, criticar, orientar, emocionar, despertar a curiosidade e o desejo. O desafio maior será exercer a linguagem de modo que atinja esses objetivos que são mais psicológicos do que práticos.

A publicidade é um gênero discursivo variável de grande circulação no meio social, que, inevitavelmente, interfere na maneira de viver de cada cidadão. Nessa unidade didática o objeto de produção final será a propaganda de conscientização pela característica de expandir valores humanos comportamentais em forma de denúncia, apelo e/ou crítica em todos os setores de convivência na sociedade. Destacam-se duas vantagens na produção de propaganda de conscientização para o aluno: despertar a função social como o objetivo e exercitar a liberdade de criação, pois o impacto, a surpresa, utilização de imagens, músicas são alguns recursos de grande potencial para esse fim. Algumas problemáticas podem dificultar a delimitação de elementos abordados para ensiná-los em sala de aula, como as influências de suportes de veiculação, variações de diferentes formatos, entre outros itens. Entretanto, os principais referenciais de um texto sendo; contexto sócio-histórico de produção, marcas do gênero, a função social do gênero, o meio de circulação deste gênero, servem como guia para desenrolar as aulas de língua portuguesa de maneira aprofundada e progressiva quanto aos níveis de conhecimento do gênero discursivo publicidade.

Etapa 1 – Leitura / Compreensão



Atividades

Apresentação da situação de comunicação

O professor iniciará a aula de forma oral e expositiva conversando sobre propagandas e anúncios publicitários. É interessante durante essa conversa que a disposição das carteiras esteja em círculo.

- 1) Sugestão de um roteiro de perguntas para a apresentação da situação.
 - a) O que vocês entendem pelo termo “propaganda”?
 - b) Qual a importância da propaganda para a sociedade?
 - c) O que chama a sua atenção nas propagandas?
 - d) As propagandas são destinadas para quem? Por quê?
 - e) Como se faz a veiculação das propagandas? Citar exemplos.
 - f) Quais são as diferenças do anúncio publicitário de rádio, televisão e impresso?



As contribuições devem ser discutidas entre todos da sala. É importante que o professor relacione as principais respostas no quadro para explorar a visualização das características apontadas pelos alunos.

Nessa fase os alunos já estarão lembrando e exemplificando com marcas de produtos e propagandas que os marcaram de alguma forma sendo pela criatividade, música, produto, linguagem e seus efeitos entre outros.

O professor poderá com auxílio das indicações dos alunos abordar elementos fundamentais para o entendimento do gênero:

- Definir o que é propaganda. Se achar necessário, explicar a diferença com publicidade. Diferença essa irrelevante para a sociedade.
- Mostrar a importância desse gênero na sociedade.
- Elencar e destacar os elementos que compõem uma propaganda.

- Expor os variados públicos alvos a quem se dirigem os textos publicitários e suas intencionalidades.
- Fazer uma relação de formas, locais e diferentes meios de circulação de propagandas atualmente.

Aproximadamente 2 aulas

2) Passar os vídeos indicados abaixo:

* Coletânea das propagandas antigas;

Propagandas Antigas – anos 50

<http://www.youtube.com/watch?v=qEX8zaLFKgs>

Propagandas Antigas

<http://www.youtube.com/watch?v=nt1zwAzuXzM>

* Os 10 comerciais que marcaram os anos.

10 comerciais que marcaram o ano de 2000

<http://www.youtube.com/watch?v=Lm1YWWvTYKE>



Assistir aos vídeos inicialmente com a intenção de curiosidade.

Em seguida, repassar os vídeos focando a atenção para os elementos estudados anteriormente e demais que surgirão durante as aulas.

Aproximadamente 3 aulas



Atividades

Módulo de reconhecimento

Esta aula deverá ser preparada e anunciada aos alunos com antecedência com objetivo de organização e participação de todos os envolvidos. Sugere-se que esta primeira atividade seja realizada em grupos com 4 componentes para haver socialização e maior conhecimento com troca de ideias.



Neste momento o professor propiciará condições para manuseios dos materiais, providenciados antecipadamente, como revistas, panfletos, jornais e impressões que contenham anúncios publicitários diversos.

Inicialmente o professor incentivará os alunos a folhearem e observarem o material oferecido a eles. Em seguida pedirá que se atentem aos textos publicitários e escolham dois para analisarem e responderem em seus cadernos as questões abaixo.

- 1) Seguem sugestões para o encaminhamento.
 - a) O que determinou a escolha desses dois textos publicitários?
 - b) Indique e explique se os seus textos são verbais ou não verbais.
 - c) Sobre o que são suas propagandas?
 - d) Quem é o interlocutor de suas propagandas?
 - e) Quais são os meios possíveis de veiculação de seus textos?
 - f) Determine a época de veiculação das propagandas em questão.
 - g) Esses textos publicitários são destinados para quais públicos alvos? Qual o fator determinante?
 - h) Cite alguns elementos que deixaram interessantes as suas propagandas.
 - i) Defina quais as intenções dessas propagandas.
 - j) Vocês consideram as propagandas convincentes para o público alvo? Justifique sua resposta analisando os elementos composicionais do gênero publicidade.
 - k) Compreendendo seus textos aponte por ordem de importância os elementos utilizados de composição. **Imagem, produto, marca e texto escrito.**

- l) Adaptem os seus textos publicitários para serem divulgados em rádio. Considerando e mantendo as informações necessárias e complementando-os com recursos criativos usados na oralidade.



Propor apresentação dos grupos deixando em destaque os textos analisados para que todos os observem durante a exposição oral.

Professor, diante da proposta de produção oral de propagandas, indicada aqui como uma adaptação, verificar e mediar quanto ao uso dos recursos orais como: entonação, pausas e sonorização eficazes na veiculação pelo rádio.

Aproximadamente 6 aulas

- 1) Aqui como sugestão de tema de pesquisa individual o professor poderá pedir que os alunos:
- a) Seleccionem uma propaganda atual, de qualquer veiculação, seguindo o critério de conter criatividade. Observem e analisem o texto e respondam às questões seguintes.
 - b) Aponte o que é interessante para você neste texto.
 - c) Onde está a criatividade no texto selecionado por você?
 - d) Qual é a importância da criatividade num texto publicitário?
 - e) Acrescente outra ideia criativa no seu texto utilizando recursos de linguagem, imagem entre outros o tornando ainda mais interessante.



Realizar a correção individual e destacar alguns trabalhos como contribuições para exemplificar o poder da criatividade.

O ser humano pode, entre outras diferenças, se destacar pela sua capacidade de criar com facilidade. A criatividade não é um atributo gratuito do indivíduo, sendo necessários certos estímulos no decorrer da vida. Entre outros meios sociais de convívio do aluno destaca-se a escola como um referencial para exercitar e aumentar o potencial criativo dele. O

reconhecimento e incentivo dessa importante habilidade no aluno pelo professor são relevantes, pois podem interferir influenciando-o na decisão e sucesso na sua vida profissional futuramente. Segue indicação de técnicas para desenvolver a criatividade.

<http://www.acervopublicitario.com.br/2013/07/15-melhores-tecnicas-para-estimular.html>

2) Analisem as frases abaixo, marcantes nas propagandas em vídeo, quanto aos seus efeitos linguísticos.

*** Não se esqueça da minha Caloi. O Natal tá aí e a minha Caloi?**

- a) A linguagem utilizada é formal ou informal? Por quê?
- b) Qual é o produto referencial da propaganda?
- c) Quem seria o público alvo dessa propaganda?
- d) Qual é o argumento presente na frase do anúncio?

• Mantenha seu filhote forte, vamos lá! Trate seus bichinhos com amor e Parmalat.

- a) Qual é o produto anunciado ?
- b) Explique o efeito na propaganda da utilização de verbos no imperativo.
- c) Os substantivos “filhote” e “bichinhos” se remetem a quem? Por quê?
- d) Indique os apelos utilizados pela linguagem para a divulgação do produto.

3) Tragam slogans de propagandas atuais e proceda analisando-os quanto à linguagem utilizada, seus recursos linguísticos, figuras de linguagem, pontuação, efeitos de persuasão e argumentação.



Nessa próxima atividade é esperado que o aluno já tenha obtido conhecimentos necessários para compreender a influência dos anúncios publicitários em nossas vidas. Nesse contexto, o professor deverá instigar o aluno direcionando-o a uma reflexão crítica em relação o quanto somos sugestionados e manipulados pelo mundo da publicidade. Essa atividade deverá ser realizada individualmente.

4) Leia a tira da Mafalda com atenção.

http://www.cepae.ufg.br/uploads/80/original_As_tiras_da_Mafalda_-_2%C2%AA_Parte.pdf?1332898623 – página 44 (22/11/2013)

- a) Qual é o tema da tira?
- b) Essa tira é formada por seis quadros, mas pode-se perceber a presença subtendida de mais dois. Produza e complete esses dois quadros.
- c) Explique as reações da personagem Mafalda nos dois quadros não verbais.
- d) Houve uma relação de causa e consequência na história. Indique o que gerou a causa e a consequência dos fatos.
- e) Aponte o motivo da permissão para a Mafalda ir à praça.
- f) Reflita e explique a função dos termos “... brilho deslumbrante”, “... opacos e ressecados”, “... encanto natural”, “pureza fresca e juvenil” no efeito dos produtos citados.
- g) Crie 5 produtos e elabore frases utilizando adjetivos para promovê-los quanto aos seus benefícios.



O professor deverá explanar a influência das marcas consagradas de produtos impostos para consumo por meio de anúncios publicitários, que utilizam recursos linguísticos como instrumento de convencimento. Com essa tira vamos focar a atenção para as informações explícitas e implícitas, como sugestão. Importante também enriquecer esta atividade com outros exemplos textuais sobre esse gênero discursivo.

5) Leia a tira com atenção.

<http://seliganotexto.com/?p=563> (22/11/2013)

6) Considerando a fala e o desenho do personagem “E quem sabe viver ,mas o salário não permite, bebe o quê?” responda:

- a) O personagem representa um cidadão desinformado?
- b) Ele aprecia o produto anunciado na TV?
- c) Qual é a crítica dele imposta? É uma crítica atual para nossa realidade?

7) Explique os sentidos da palavra “vida” da fala de Mafalda no último quadro.

- Mania de achar que a **vida**
- Se parece mais com a **vida**

8) A Mafalda pede desculpas a quem? Justifique a sua resposta.

9) Por que, em sua opinião, a Mafalda se refere ao personagem como “coitado”?

10) No último quadro foi utilizado o recurso linguístico comparação. Indique os elementos de comparação e o significado de sentidos no contexto da história.

11) Retirem do texto quatro informações:

- Duas explícitas
- Duas implícitas

12) Leitura do texto “Propaganda e Consumo”. Destacar os trechos que possam enriquecer a formação de opiniões dos alunos e instigá-los a reflexão e debater o tema. Segue abaixo trecho do texto

Propaganda e Consumo

O jornalista, sociólogo e tradutor Ciro Marcondes Filho, no seu livro *Televisão – A vida pelo vídeo* cita a fala do pesquisador Jesús Martín Barbero: “através da publicidade, nossa sociedade constroi dia a dia a imagem que cada um tem de si.” Para o pesquisador, a publicidade é um espelho, apesar de bem deformado, pois a imagem do lado de lá é muito mais bela que a imagem do lado real. Ciro ratifica que “a publicidade no passado teve a função de vender produtos. Era sua razão de ser. E que hoje, ela tem outra função muito especial: a de demonstração de modelos a serem seguidos, isto é, apresentação de padrões físicos, estéticos, sensuais, comportamentais, aos quais as pessoas devem se amoldar. A publicidade dita regras de reconhecimento e valorização social.”

Fonte: <http://seliganotexto.com/?p=602>

13) Ouvir / assistir o clipe da música “Propaganda”, compreender a intenção crítica do tema em forma de conversa em sala. Após essa verificação, propor aos alunos que criem um desenho para ilustrar o tema proposto na música. Podendo utilizar variadas técnicas como colagem, misturas de materiais, mosaico entre outros.

Propaganda

Nação Zumbi

Acesse para ver o clipe da música “Propaganda”

<http://www.youtube.com/watch?v=nPqNIbxAeWk>

Letra

<http://letras.mus.br/nacao-zumbi/67595/>



É válido que o professor organize meios para registrar a participação, produção e o progresso de compreensão dos alunos diante dos conteúdos abordados até aqui e outros que surgirão no decorrer das aulas. Dessa forma facilitará o processo de registros de avaliação dos alunos.

Aproximadamente 9 aulas

Etapa 2 – Produção Escrita



Atividade

Produção Inicial

Especificamente nesta etapa, considerando o gênero discursivo publicidade, sendo tão dinâmico e variável, tem-se a necessidade de ampliar o conhecimento em relação ao uso de recursos como de áudio, visual, gráfico e audiovisual para potencializar a atenção, interesse, convencimento do texto. Incluindo a persuasão e a capacidade de fixação na memória do produto e/ou mensagem divulgada.

- 1) Propor aos grupos, compostos por quatro componentes, a produção de textos publicitários. Sugerir temas relevantes com a realidade dos alunos, comunidade ou necessidade do momento. Dessa forma os alunos exercitarão a criatividade e a utilização dos elementos abordados durante as aulas anteriores. Quanto à veiculação definir: folders, cartazes e rádio.



Os encontros para a produção serão em sala de aula, podendo ser complementados em horários alternativos. O acompanhamento suporta orientações, correções e revisões dos textos elaborados.

As apresentações serão em grupos e de forma expositivas com explicações referentes às dificuldades, criatividade, os elementos composicionais, intencionalidade, ideologias entre outros. Nesse momento o professor avalia, diagnostica e define o que ainda deve ser ensinado, revisado ou aprofundado para que o aluno atinja o conhecimento adequado sobre o assunto abordado.

Aproximadamente 10 aulas

Módulos de exercícios

A sequência didática possibilita que o professor siga rumos na prática de ensino conforme venha surgindo motivos para agregar, modificar, adaptar ou extrair atividades que contribuam de melhor forma na aplicação da metodologia e na aprendizagem do aluno. Sendo assim, o percurso a ser tomado pode mudar conforme o desenvolvimento da turma, ou pelo próprio objetivo de produção do gênero discursivo. Nessa unidade didática o foco será a produção de propagandas de conscientização implantando, como objeto final, o evento “Publicando na chuva”.

- 1) Essas são imagens não-verbais comuns em nosso meio social. Escrevam quais são as mensagens destes textos não-verbais?

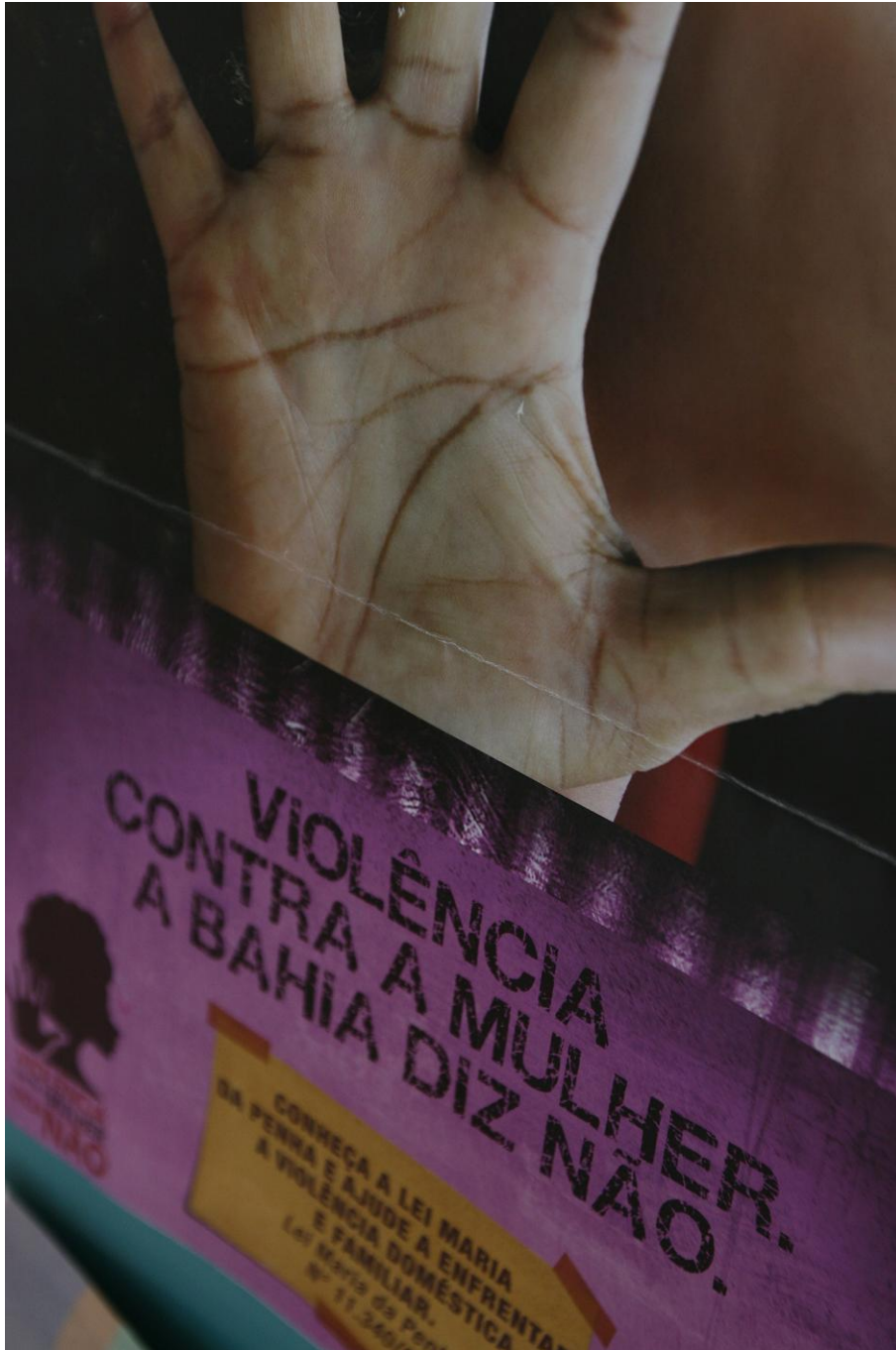


- 2) Definam o que é texto verbal e texto não-verbal.
- 3) Cite 3 (três) exemplos de textos não-verbais que possibilitem leituras diversas diante deles.

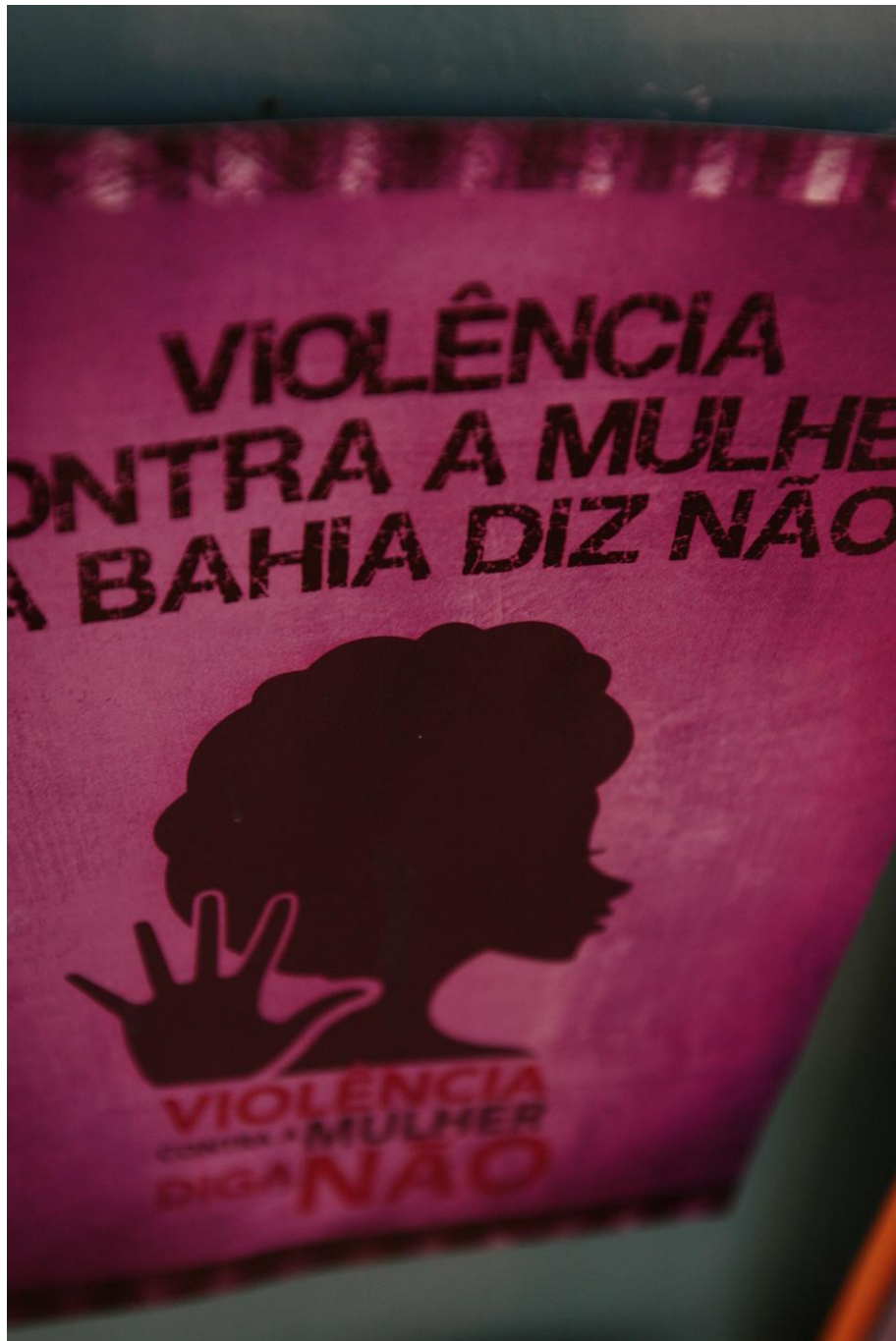


Nesta Unidade foi escolhida a propaganda da Campanha do Governo do Estado da Bahia com o tema “Violência contra a mulher”, como sugestão e para ilustrar o projeto.

Independentemente do tema escolhido para trabalhar em sala de aula com o objetivo de explicar a produção de propaganda de conscientização, o professor inicia a aula utilizando o anúncio pré-selecionado para abordagem deste tema. Neste caso, direcionar o discurso com o intuito de alertar, instruir, informar, mas principalmente justificar a necessidade de haver uma campanha de conscientização para um assunto tão presente na sociedade. Assim buscando a sensibilização e maior compreensão do aluno diante da terrível realidade vivida pelas mulheres no Brasil atualmente. Segue uma sugestão de encaminhamento da aula.



<http://www.everystockphoto.com/photo.php?imageId=12895309&searchId=91a553d92c0a93ac7efc7a78a3a45f6&npos=15>



[http://www.everystockphoto.com/photo.php?imageId=12818636&searchId=a999a3d
df8a60f407f8ca2d2e834f080&npos=8](http://www.everystockphoto.com/photo.php?imageId=12818636&searchId=a999a3ddf8a60f407f8ca2d2e834f080&npos=8)

- 1) Observem este cartaz de uma propaganda de conscientização nas seguintes maneiras:
 - a) De maneira geral; absorvendo as principais informações.
 - b) De maneira específica; procurando se aprofundar na informação principal.
 - c) De maneira cidadã; formando opinião diante do tema.

- 2) Registrem as três abordagens em seu caderno. Em seguida comente-as com seu colega ao lado. Se acharem necessário, complemente suas anotações.

- 3) Aponte o contexto social desse tema.

- 4) Quais são as características deste cartaz que o inclui numa campanha de conscientização?

- 5) Qual é a importância para a sociedade a produção e divulgação de propagandas de conscientização?

- 6) Considerando este cartaz específico, quais seriam os meios indicados de circulação?

- 7) Quem é o público alvo desta campanha?

- 8) Qual é o objetivo, aparente, desta campanha?

- 9) Observem agora o cartaz de maneira “técnica” e comentem os efeitos pretendidos.
 - a) Quanto aos elementos composicionais slogan, cores utilizadas, desenhos, fotos, recursos gráficos, pontuação e etc.

10) Acrescente um elemento criativo que potencialize a proposta da campanha no cartaz.



O gênero discursivo Publicidade contém elementos psicológicos que refletem, muitas vezes, no comportamento do cidadão. O aluno ao produzir um texto publicitário deve ter esse conhecimento para focar suas idéias, criatividade e intenções no texto. Como destaca Sant'anna (1998,p. 157) sendo:

- Atrair a atenção: O anúncio deve ser visto
- Despertar o interesse: O anúncio deve ser lido.
- Criar a convicção: O anúncio deve ser acreditado.
- Provocar uma resposta: O anúncio deve levar à ação.
- Fixar na memória: A mensagem e o objeto anunciados devem ser lembrados.

Quando se trata de produção de Propaganda de Conscientização é fundamental que o aluno seja provocado a despertar em si próprio, sentimento de solidariedade, atitudes pró-ativas, reconhecimento como participante de uma sociedade, sensibilização pelo próximo, pensamentos críticos e reflexivos entre outros. O vídeo animado indicado abaixo “A Ilha” pode ser um suporte para desencadear discussões sobre causas e consequências, liberdade, soluções para um bom convívio, a vida em sociedade, atitudes egocêntricas, preconceito e muitos outros assuntos ligados a complicada, mas necessária, sobrevivência acerca das relações humanas.

“A Ilha”

<http://www.youtube.com/watch?v=oQjX19ZPbDY>

Aproximadamente 5 aulas

Etapa 3 – Divulgação/Publicação dos Trabalhos



Atividade

Produção Final

A fase de produção final consiste em propor a produção do gênero discursivo estudado e definido nas etapas anteriores da sequência didática estipulada pelo professor. Nesta Unidade Didática, o estudo do gênero discursivo Publicidade teve o direcionamento dos conteúdos partindo do macro conhecimento para o específico, atingindo a proposta de Propaganda de Conscientização.

1) A proposta consiste em:

- Definir os grupos divididos pelos suportes de divulgação sendo:

Cartazes

Rádio escola

Folders/panfletos

- Determinar o(s) tema(s) a serem abordados nas campanhas conforme a(s) necessidade(s) que atinjam a realidade da comunidade escolar. Segue sugestões.

* Doação de órgãos/sangue/medula óssea

* Violência doméstica

* Exploração sexual infantil

* Incentivo à leitura

* Direitos do consumidor/ e outros diversos

* Valorização da família/amizade

* Éticas/valores no relacionamento humano

* Trânsito

* Prevenções de doenças

* Incentivo a prática esportiva

* Perspectivas futuras de vida

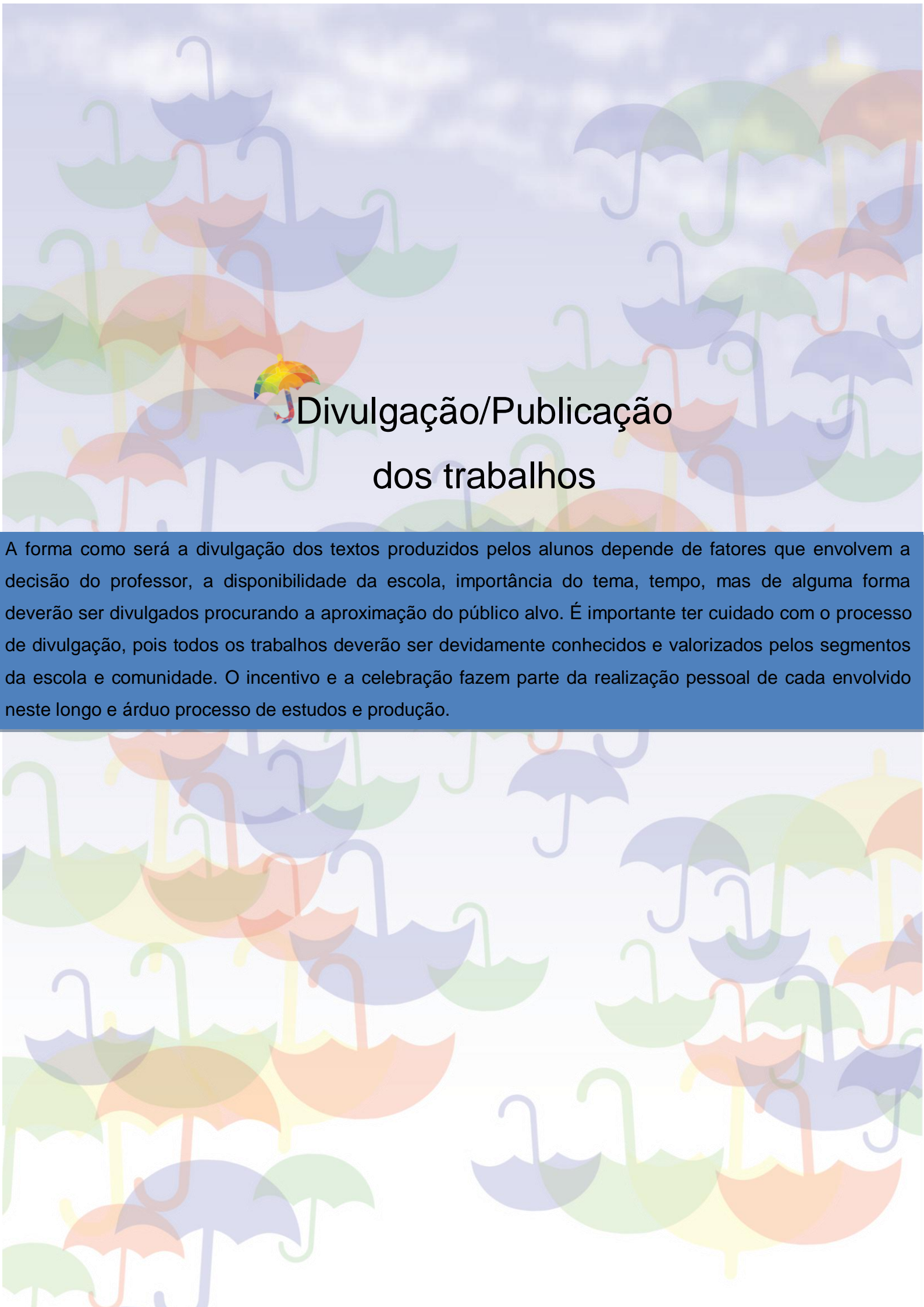
* Valorização dos espaços escolares

* Meio ambiente e sustentabilidade

- Passar um roteiro objetivo para esclarecer os itens a serem desenvolvidos na hora de criação da propaganda.
 - * Esclarecer o objetivo da campanha. O que falar?
 - * Focar o público alvo. Para quem falar?
 - * Determinar a linguagem. Como falar?
 - * Listar os argumentos. Como convencer?
 - * Pensar em frases de efeito (slogan) que prendam à atenção, de fácil memorização e mexam com a emoção.
 - * Explorar os recursos possíveis e disponíveis, considerando o suporte de divulgação, para surpreender com criatividade a sociedade (fotos, imagens, músicas, ilustrações, apoio tecnológico, entre outros)
-
- Orientar quanto aos aspectos funcionais da língua e demais detalhes durante a produção.
-
- Recolher todo material para a divulgação com data e horário já previamente definidos.



**publicando
na chuva**

The background of the entire page is a repeating pattern of colorful umbrellas in shades of purple, green, orange, and yellow. The umbrellas are scattered across the page, creating a vibrant and cheerful atmosphere. In the center, there is a small, multi-colored umbrella icon.

Divulgação/Publicação dos trabalhos

A forma como será a divulgação dos textos produzidos pelos alunos depende de fatores que envolvem a decisão do professor, a disponibilidade da escola, importância do tema, tempo, mas de alguma forma deverão ser divulgados procurando a aproximação do público alvo. É importante ter cuidado com o processo de divulgação, pois todos os trabalhos deverão ser devidamente conhecidos e valorizados pelos segmentos da escola e comunidade. O incentivo e a celebração fazem parte da realização pessoal de cada envolvido neste longo e árduo processo de estudos e produção.



Publicando na chuva

Enfim a fase de divulgação!

Essa produção didática me permitiu vislumbrar um momento especial para expor os trabalhos produzidos.

A criação de uma identidade visual, contemplando o gênero discursivo publicidade, foi adequada para destacar e contribuir com este evento de encerramento de implementação do projeto de intervenção na escola. O guarda chuva colorido foi criado por Gustavo Henrique Giacomeli Chupel, estudante de Design Gráfico, sugere abertura para o mundo criativo do conhecimento. O título “Publicando na chuva” está parafraseando o título do filme “Cantando na chuva”. Atitudes simples que podem ser desenvolvidas durante o processo criativo pelo coletivo.

O espaço e as condições disponíveis no Colégio Estadual Anita Canet, Fazenda Rio Grande, nos permite utilizar corredores e a rádio escolar como formas de divulgação dos textos. Assim, tem-se a possibilidade da divulgação plena proposta aqui nesta Unidade didática.

O evento será durante um dia letivo, normal de aulas, a manifestação dos textos acontecerá em vários momentos, intervalos, abordagens pessoais e exposição nos corredores da escola.

É interessante estipular um tempo para a circulação dos textos, onde haja a assimilação das mensagens. Consequentemente, os professores e alunos envolvidos terão um retorno do público alvo quanto às expectativas criadas inicialmente.

Espera-se bons resultados diante da aplicação de sequência didática como metodologia de ensino viável que busca a organização e potencializa o aprendizado de gêneros discursivos.

Dessa forma finaliza o processo, sempre lembrando que nada é fixo, todos os módulos e etapas podem ocorrer modificações e adaptações conforme a necessidade. O professor que planeja sua sequência didática estará preparado para solucionar situações imprevistas, visto que tem total domínio de conteúdos e os objetivos do processo estão bem definidos.

Referências:

DIRETRIZES CURRICULARES DA EDUCAÇÃO BÁSICA. Secretaria de educação do Paraná: Língua Portuguesa 2008.

DOLZ, Joaquim e SCHNEUWLY, Bernard. Generos orais escritos na escola. São Paulo: Editora Mercado de Letras Edições e Livrarias LTDA. 2010.

CARVALHO, Nelly de. Publicidade: A Linguagem da sedução. São Paulo: Editora Ática. 2003.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Learning. 2005.

SWIDERSKI, Rosiane Moreira da Silva e COSTA-HÜBES, Teresinha da Conceição. Abordagem Sociointeracionista & Sequencia Didatica: relato de uma experiencia Línguas e Letras. 2009.