



Proposta de plano de aula para trabalhar com

Textos publicitários

Jacilene de Oliveira Cruz

Licenciada em Letras – Língua Portuguesa
pela UFCG.

Especializanda em Língua Portuguesa:
Teorias e Práticas de Ensino de Leitura e
Produção de Textos pela UFMG.



Plano de aula



Público-alvo sugerido:

9º ano – Ensino Fundamental II

Componente curricular:

Língua Portuguesa

Duração sugerida:

Uma aula de aproximadamente 45 minutos



Plano de aula

Objetivo geral:

- Promover uma análise acerca da estrutura e função do texto publicitário.

Objetivos específicos:

- Ler e interpretar textos publicitários;
- Reconhecer a estrutura bem como a função comunicativa e social do texto publicitário.

Conteúdo e temas:

- **Conteúdo** Estrutura e função do texto publicitário.
- **Tema 1** Comercialização de produtos/marcas.
- **Tema 2** Saúde pública: conscientização e prevenção.

Justificativa:

Destacam-se, neste plano de aula, os seguintes processos: leitura, interpretação e reflexão. Nesta proposta, tais processos são considerados cruciais para o desenvolvimento crítico e autônomo do sujeito aluno.

Ainda vale salientar que este material está em consonância com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), importante documento para a educação brasileira. Assim, este plano propõe-se a fomentar as habilidades elencadas a seguir:

Justificativa:

(EF15LP01) Identificar a função social de textos que circulam em campos da vida social dos quais participa cotidianamente (a casa, a rua, a comunidade, a escola) e nas mídias impressa, de massa e digital, reconhecendo para que foram produzidos, onde circulam, quem os produziu e a quem se destinam.

(EF69LP02) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros.

(EF69LP04) Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo conscientes.

Orientações:

- Pode iniciar construindo o conceito de texto publicitário. É importante que o professor mediador estimule o aluno a citar exemplos e características recorrentes.
- Pode propor a realização de uma análise oral sobre recortes de campanhas publicitárias, tanto aquelas que direcionam a comprar quanto aquelas que fomentam o processo de conscientização a respeito de questões sociais.



Recortes sugeridos para análise:

BEBE COM MODERAÇÃO.

**BEM GOSTOSA,
BEM DEVISSA.**

DEVISSA. BEM DEVISSA.
Ela chegou. Uma cerveja que não tem vergonha nenhuma de tomar a iniciativa e seduzir você. Bem gelada. Bem loura.

Disponível em: <http://cmtlanocd.blogspot.com/2013/11/cerveja-devassa.html>. Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

**NOVO
CORONAVÍRUS.**
SÓ A PREVENÇÃO PODE
EVITAR A TRANSMISSÃO.

**Cubra o nariz e a boca
ao espirrar ou tossir.**

Para mais informações,
clique aqui ou contate o
031 98272-0553.

SUS SAÚDE MINAS GERAIS GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.

Disponível em: <https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/governo-apresenta-campanha-com-medidas-de-prevencao-contra-coronavirus>. Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

**TOQUE.
PREVINA-SE!**

Segundo o Inca
(Instituto Nacional do Câncer),
6 em cada 10 mulheres
descobrem o câncer
de mama pelo
autoexame.

A AP APOIA
ESTA CAMPANHA.

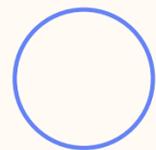
Fique atenta a qualquer
alteração suspeita na
sua mama. Com o toque,
é possível sentir um
nódulo a partir de 1cm.
Cuide de você.

Assembléia Paraense

Disponível em: <https://www.assembleiapaense.com.br/eventos/agenda/campanha-outubro-rosa/>. Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

Características comuns do texto publicitário:

- Linguagem mista e persuasiva;
- Uso de verbos no modo imperativo;
- Uso de recursos estilísticos, por exemplo, figuras de linguagem e jogos de palavras;
- Estrutura visualmente variável, mas é recorrente a divulgação de frases de impacto, slogan e nome de marca;
- Abordagem das características (às vezes, estereotipadas) do público-alvo.



Referência



BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.



Obrigada!

O trabalho "Proposta de plano de aula para trabalhar com textos publicitários", de Jacilene de Oliveira Cruz, está licenciado com uma Licença **Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional**.

