

PLANO DE AULA: Campanhas publicitárias

Identificação

Professores: Brenda Aryane Serdeira, Davi Rodrigues, Hellyel Fontes Oliveira e Larissa Aparecida Andrade Silva Santos

Identificação da aula

Disciplina: Língua Portuguesa

Turma: Nono ano (Ensino fundamental II)

Tema: Campanhas publicitárias nas redes sociais sobre adoção de animais

Duração: 2h/aula

Objetivos de aprendizagem

Objetivo geral:

- (EF69LP44) Inferir a presença de valores sociais, culturais e humanos e de diferentes visões de mundo, em textos literários, reconhecendo nesses textos formas de estabelecer múltiplos olhares sobre as identidades, sociedades e culturas e considerando a autoria e o contexto social e histórico de sua produção;
- (EF69LP09) Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, banner, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, spot, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc;
- (EF69LP13) Engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social.

Objetivos específicos:

- Consolidar os conhecimentos sobre o gênero crônica;
- Consolidar os conhecimentos sobre campanhas publicitárias na internet, o uso de tecnologias digitais para produção textual multimodal e engajamento social;
- (EF89LP37) Analisar os efeitos de sentido do uso de figuras de linguagem como ironia, eufemismo, antítese, aliteração, assonância, dentre outras;
- (EF89LP05) Analisar o efeito de sentido produzido pelo uso, em textos, de recurso a formas de apropriação textual (paráfrases, citações, discurso direto, indireto ou indireto livre).

Conteúdos significativos: Leitura de texto literário; Figuras de linguagem; Elementos da narrativa; Gênero - crônica; Campanha publicitária na internet; Leitura e produção de textos multimodais.

Conhecimentos prévios desejáveis: Tipologia narrativa e argumentativa; Gêneros publicitários digitais (post e stories de Instagram); Linguagem conotativa e denotativa; Características elementares dos textos multimodais.

Procedimentos metodológicos

Parte 1- introdução: No primeiro momento da aula, o professor deve comentar com os estudantes sobre o escritor brasileiro Carlos Drummond de Andrade, período em que escreveu e seu destaque no cenário literário. Deve também fazer a leitura do título da crônica a ser lida – “Iniciativa” – e perguntar a eles se o título sugere algo e explorar quaisquer outros aspectos pré-textuais que desejar.

Parte 2- lendo e interpretando o texto: Após a contextualização, o professor pode fazer a leitura em voz alta do texto - a cada parágrafo, perguntar se há dúvidas em relação ao vocabulário. Após a leitura, abrir uma roda de discussão, que vai desde questionamentos subjetivos (se gostaram do texto, o que acharam da atitude das personagens), até aspectos linguísticos e literários (a presença do narrador, o desenvolvimento do enredo, entre outros). Cabe destacar que todas as discussões serão mediadas pelo professor regente da sala, mas que é muito importante que haja a participação e posicionamento dos estudantes em relação ao que foi lido, tanto em fruição quanto entendimento global do texto. Também deve discutir sobre o final da história, que é aberto, ou seja, deixa a solução imaginada pelo leitor - recurso muito usado em textos literários e por outros escritores da literatura brasileira.

Parte 3- a linguagem literária e resolução de questões: Nesta etapa da aula, o professor pode explicar aos estudantes sobre as diferenças entre a linguagem literária e não literária, destacando a presença de figuras de linguagem, como no trecho “Minha amiga pulou como Ademar Ferreira da Silva” (aqui, contextualizar que é uma comparação com o atleta brasileiro, primeiro bicampeão olímpico do país; conquistou as medalhas de ouro no salto triplo nos Jogos de Helsinque 1952 e de Melbourne 1956) e no trecho “livre do barbante, o cachorro embarcou no carro de minha amiga” (“barbante” como uma metonímia e “embarcou” uma catacrese).

Parte 4- finalização da aula e proposta de produção: Após a discussão do texto, destacar mais uma vez com os estudantes o problema social pertinente na crônica: os maus-tratos e abandono de animais. Nesse sentido, refletir sobre quais atitudes podem ser tomadas diante do exposto na aula, propondo uma intervenção social para o tema através da produção e circulação de uma campanha na internet, na rede social Instagram, sobre adoção de animais, como desdobramento das discussões em sala de aula. Cabe destacar que é importante que o professor apresente aos alunos ao menos um exemplo de campanha publicitária. Assim, os estudantes serão divididos em grupos e devem pensar, em conjunto, em uma campanha que incentive a adoção de animais, valendo-se da pesquisa de dados, por exemplo, sobre a problemática, além de explorarem recursos multissemióticos. Para realização da campanha, a turma deverá criar um perfil no Instagram, na qual postarão seus materiais (posts ou stories), apropriando-se de recursos midiáticos, gráficos, imagéticos, bem como elaborarão uma legenda informativa sobre os cuidados com os animais, políticas públicas de proteção, a qual deve se relacionar com a crônica lida em sala de aula bem como as discussões realizadas.

Recursos didáticos: Celulares, internet, sala de informática, notebook, fotocópia/ projeção da crônica “Iniciativa” no datashow, exemplares de campanha publicitária.

Avaliação: Sondagem, ou seja, em um primeiro momento, os estudantes serão avaliados pela participação nas discussões sobre a crônica. Também serão avaliados pela elaboração da campanha sobre adoção e produção final do anúncio publicitário a partir dos critérios abaixo.

Critérios		Conceito ¹
Estrutura	Os textos produzidos seguem as características básicas da tipologia textual do anúncio/campanha publicitários e o uso adequado dos recursos linguísticos e visuais (multissemióticos)? Está adequado ao gênero?	
Temática	Os textos (publicação e legendas) estão adequados à temática escolhida?	
Intenção	Conseguimos perceber algum tipo de intenção na produção do aluno, como por exemplo, a construção de uma crítica ou a conscientização da temática?	
Estilo	O aluno demonstra uma maneira original de escrever/produzir os textos? Conseguimos perceber marcas textuais de um estilo próprio do aluno no texto?	
Criatividade	De acordo com a situação comunicativa estabelecida aos alunos, o tempo dado para a produção final, a “consistência interna e o uso de formas alternativas” (DE OLIVEIRA, 2013 <i>apud</i> ALENCAR, <i>et al</i> 2010) do texto produzido, podemos dizer que ele/ela foi criativo?	

1- Os conceitos serão divididos em 4: ótimo, bom, regular e insatisfatório. A cada conceito será atribuído um valor dos critérios: ótimo = 2,0; bom = 1,5; regular = 1,0; insatisfatório = 0,5.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Carlos Drummond de, 1902-1987. **70 historinhas/** Carlos Drummond de Andrade; posfácio Edmilson Caminha.

— 1a ed. — São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

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

DE OLIVEIRA, Zélia Maria Freire. Alguns instrumentos para se medir a criatividade. 2013. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712010000300016. Acesso em: 30 abr. 2023.

MALLMANN, E. M.; JACQUES, J. S.; MAZZARDO, M. D. Recursos Educacionais Abertos para o Ensino de Língua Materna no Ensino Médio. Revista Teias, Rio de Janeiro, v. 18, n. 49, pp. 121-143, abr./jun., 2017.

ANEXO I - CRÔNICA

Crônica “Iniciativa”, de Carlos Drummond de Andrade (70 historinhas, 2016.).

É sina de minha amiga penar pela sorte do próximo, se bem que seja um penar jubiloso. Explico-me. Todo sofrimento alheio a preocupa, e acende nela o facho da ação, que a torna feliz. Não distingue entre gente e bicho, quando tem de agir, mas como há inúmeras sociedades (com verbas) para o bem dos homens, e uma só, sem recursos, para o bem dos animais, é nesta última que gosta de militar. Os problemas aparecem-lhe em cardume, e parece que a escolhem de preferência a outras criaturas de menor sensibilidade e iniciativa. Os cães postam-se no seu caminho, e:

— Dona, me leva — murmuram-lhe os olhos surrados pela vida mas sempre meigos.

Outro dia o cão vinha pela rua, mancando, amarrado a um barbante e puxado por um bêbado pobre, mas tão bêbado como qualquer outro. Com o aperto do laço, o infeliz punha a alma pela boca. E o bêbado resmungava ameaças confusas. Minha amiga aproximou-se, com jeito.

— Não faça assim com o pobrezinho, que ele sufoca.

— Faça o que eu quero, ele é meu.

— Mas é proibido maltratar os animais.

— Eu não vou maltratar. Vou matar com duas navalhadas.

Minha amiga pulou como Ademar Ferreira da Silva :

— Me dá esse cachorro.

— Dar, não dou, mas vendo.

Dez cruzeiros selaram o negócio, e, livre do barbante, o cachorro embarcou no carro de minha amiga.

Felizmente, anoitecia — e ela penetrou no apartamento, sem impugnação do porteiro. Que prodígios não faz para amortecer o latido dos hóspedes, lá dentro! (Uma vez, ante a reclamação do vizinho, explicou que era disco de jazz.) Já havia três cães instalados, não cabia mais. Tratou do bicho, chamou-lhe veterinário, curou-lhe a pata, deu-lhe vitamina e carinho. Só depois começou a providenciar uma casa de confiança para ele. Seu método consiste numa conversa mole com a pessoa: tem cachorro em casa? Por que não tem mais? Fugiu? Morreu de velho? (Se o cão fugiu, o dono não presta.) Conforme a ficha da pessoa, minha amiga lhe oferece o animal, ou não, e passa adiante.

Desta vez o escolhido foi José, contínuo de autarquia (não carece ser rico, mas bom, paciente, bem-humorado). José tem crianças, espaço cercado e vocação para dedicar- -se. Minha amiga ofereceu-se para levar o cachorro ao longe subúrbio, José disse que não precisava, ela insistiu, ele idem. Afinal foram juntos, o carro subiu ladeira, desceu ladeira, e no alto do morro desvendou-se a triste casa de José, que não era casa cercada, era um corredor de cabeça de porco , com cinco crianças, mulher e sogra de José empilhadas.

Minha amiga compreendeu. José era mais pobre do que o cachorro e sem um mínimo de dinheiro não se compra ar livre e espaço para brincar. Seria cruel dizer a José: “Volto com o cachorro”. Felizmente o animal salvou a situação, tentando morder um dos garotos que lhe fizera festa. Minha amiga iluminou-se: “Está vendo, José? Ele não se acostuma. Vou te trazer outro, novinho”.

José, desolado, aquiesceu. Minha amiga saiu voando para a cidade, entrou numa dessas casas onde se martirizam animais à venda, e resgatou o menor dos cachorrinhos recém-nascidos, que já penava numa jaula sem água e alimento, a um sol de fogo. “Para este, qualquer coisa é negócio, e melhora a vida.”

Levou-o rápido, para José, que o recebeu de alma embandeirada.

Agora, minha amiga tem dois problemas: arranjar um dono para o cachorro do bêbado, e dar um jeito nos cinco filhos de José. Mas resolve, não tenham dúvida.

ANEXO I - Modelos de anúncios publicitários

Figura 1:



The advertisement features a central photograph of three puppies (two brown and one black) sitting on green grass. A small white tag with the word "Machos" is placed near the puppies. Above the photo is the Instagram handle "@doacaoCCZ" with a paw print icon. To the right is the coat of arms of Guarai, with the text "27-11 GUARAI 1968". The background is white with colorful confetti and a yellow vertical bar on the left. Below the photo is a yellow bone-shaped callout with the text "DISPONÍVEIS PARA DOAÇÃO!". The bottom section has a blue background with the hashtag "#Adoteumpet" and the slogan "E ganhe um amigo!". Below this, it provides contact information for the Centro de Controle de Zoonose de Guarai - CCZ.

@doacaoCCZ

27-11 GUARAI 1968

Machos

**DISPONÍVEIS
PARA DOAÇÃO!**

#Adoteumpet

E ganhe um amigo!

Escolha o seu gatinho ou cachorrinho no Centro de Controle de Zoonose de Guarai - CCZ. Mais informações: (63) 3464-1624 ou pelo Instagram: @doacaoccz.

Fonte: guarai.to.gov.br

Figura 2:



Adoção responsável



Farofa

SRD- MACHO- 3 MESES

Dócil, brincalhão e carente ele procura uma família para chamar de SUA!

Vacinado, vermifugado, doado com compromisso de castração.
Mãe porte médio e pai desconhecido.

 **(41) 99994-3257**

 **COMPARTILHE PARA AJUDAR**

Fonte: www.adotebicho.com.br

Figura 3:



Fonte: www.boulevardshoppingcamacari.com.br



Este trabalho está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

*

