



**PROGRAMA
DE EDUCAÇÃO
MIDIÁTICA**
*Instituto
Palavra Aberta*

PLANO DE AULA | PLANO DE FORMAÇÃO : A publicidade e suas possibilidades interpretativas e persuasivas.

Como interpreto os elementos persuasivos e simbólicos dos textos publicitários? Como isso me afeta?

Eixo EducaMídia:

LER
ESCREVER

Habilidade:

ANÁLISE CRÍTICA DA MÍDIA
Realizar, de forma habitual, a leitura reflexiva de textos de mídia em qualquer formato
AUTOEXPRESSÃO
Demonstrar habilidades de produção de mídia fundamentadas em uma escrita técnica ou criativa bem desenvolvida

Tópicos:

- Anúncio publicitário - propaganda e publicidade
- Contexto histórico das publicidades e suas referências
- Linguagem verbal e visual
- Modalizadores (adjetivo, substantivo, advérbio, conjunção)
- Imperativo
- Ambiguidade
- Intertextualidade

Habilidades BNCC

- EM13LP01
- EM13LP02
- EM13LP03
- EM13LP14
- EM13LP15
- EM13LP44

Segmento:

[2o. Ano - Ensino Médio]

Duração sugerida:

[10 AULAS]

OBJETIVOS

- Relacionar o texto publicitário, tanto na produção como na leitura e na escuta, ao seu contexto de produção e circulação, de modo a produzir sentido e possibilitar análise crítica, considerando as relações das partes do texto, as especificidades do gênero e as relações lógico-discursivas;
 - Identificar, distinguir e relacionar os recursos que estruturam as diferentes publicidades analisadas, os recursos gramaticais e de impessoalização, tanto na oralidade quanto na escrita, analisando a organização, o contexto de produção, os efeitos de sentido decorrentes de usos expressivos da linguagem, da escolha autoral, dos aspectos linguístico-discursivos dos textos, observando as possibilidades de construção de sentidos e uso crítico da língua.
-

-
- Produzir anúncios ou campanhas publicitárias orais e/ou escritos, planejando, revisando, editando, reescrevendo, levando em conta condições de produção, objetivos, multimodalidade, contexto histórico-social, veículo e mídia, gênero textual, clareza, progressão temática, variedade linguística e elementos de fala.

ATIVAÇÃO

Iniciaremos com uma imagem da publicidade do McDonald's (na qual aparecem somente o M característico da marca e a frase "amo muito tudo isso") e a pergunta: sobre o que a imagem fala?

Após a reflexão inicial os alunos serão incitados a pensar sobre: o que entendem por publicidade / propaganda / anúncio publicitário / campanha publicitária? As publicidades te influenciam? Como?

DESENVOLVIMENTO

Finalizadas as reflexões iniciais, os alunos deverão procurar em revistas anúncios que chamem sua atenção para, em duplas ou em trios, analisarem, seguindo o seguinte roteiro: por que chamou a atenção? Há cores / imagens fortes? Há venda de um produto? Quem anuncia? Qual será o público-alvo? Após a escolha, discutirão as questões e apresentarão os resultados para a turma.

Após essa etapa, estudaremos, coletivamente, a publicidade da Via Marte, buscando verificar elementos expressos e suas particularidades em comparação às demais escolhidas pelos alunos. Nesse momento, é interessante que vejam a "simplicidade" na escolha dos elementos e verifiquem o foco central do produto e da modelo escolhida, destacando recursos de linguagem visual e escrita.

Na sequência serão incitados a analisar as referências históricas e sociais promovidas pela análise comparativa entre os anúncios de Arno, Brastemp, Samsung e Victoria's Secret. Refletirão sobre: Como a mulher está representada? Quais são os pontos que merecem discussão? Quais estereótipos estão evidenciados? Houve interferências sociais e históricas para que isso acontecesse? Quais as sensações que despertam? Como estão organizadas? Quais são os elementos mais evidentes?

Após as diferentes análises comparativas e estudos das publicidades e reflexões, sistematizaremos as características linguísticas e visuais observadas em cada uma, tais como: estrutura do texto publicitário, uso de ambiguidade, intertextualidade, imperativo, adjetivos e substantivos, uso de imagens, cores e disposição dos elementos, slogan e logotipo.

Para finalizarmos essa etapa, analisaremos também como tais características se mostram em publicidades em vídeo, geralmente veiculadas pela TV, comparando semelhanças e diferenças entre os recursos utilizados, Como análise inicial, assistiremos à produção do carro Corolla, destacando os elementos simbólicos evidenciados por meio de imagens e áudio, como também a proposta que a publicidade apresenta sobre o produto.

FECHAMENTO

Como atividade final, os alunos deverão produzir uma publicidade escrita e em vídeo de produto criado por eles, utilizando e ressaltando os elementos linguísticos e visuais estudados, respeitando a diversidade.

MATERIAIS PARA A AULA

Publicidade McDonald's

<https://www.publicitarioscriativos.com/50-slogans-mais-lembrados/mcdonalds/>

Publicidade Via Marte

<http://superagency.blogspot.com/2011/03/mariana-coldebella-para-via-marte.html>

Propagandas Históricas - Arno (Casamento) - Anos 50

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/07/arno-casamento-anos-50.html>

Publicidade machista no Dia da Mulher

<https://catracalivre.com.br/cidadania/publicidade-machista-no-dia-da-mulher/>

Victoria's Secret lança campanha polêmica e é criticada

<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/moda/victorias-secret-lanca-campanha-polemica-e-e-criticada.93a629a3e9099410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>

COROLLA quebrado?

<https://www.youtube.com/watch?v=FIRTbKH0saw>

PARA EXPLORAR MAIS

REPRESENTAÇÕES FEMININAS EM PROPAGANDAS: RELAÇÕES INTERTEXTUAIS EM ANÚNCIOS DA MÍDIA IMPRESSA

<http://www.sies.uem.br/trabalhos/2015/653.pdf>

Criado por Grasielly Lopes para www.educamidia.org.br

Todos os materiais disponíveis sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0)