

Planos de aula / Língua Portuguesa / 9º ano / Análise linguística/Semiótica

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Por: Janes Santos Silva / 23 de Janeiro de 2019

Código: LPO9_09SQA04

Sobre o Plano

Este plano de aula foi produzido pelo Time de Autores NOVA ESCOLA**Professor-autor:** Janes Silva**Mentor:** Cristiani Fernandes**Especialista:** Isabel FernandesTítulo da aula: **Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda**Finalidade da aula: **Reconhecer nos diversos tipos de propaganda veiculada na mídia (revistas, tv, internet) características como título, imagem, texto, slogan, assinatura a fim de identificar seu propósito comunicativo, no intuito de fazer uma análise crítica do texto.**Ano: **9º ano do Ensino Fundamental**Gênero: **Propaganda (impressa, de rádio ou TV)**Objeto(s) do conhecimento: **Estilo**Prática de linguagem: **Análise Linguística e semiótica**Habilidade(s) da BNCC: **EF69LP17****Sobre esta aula:** Esta é a terceira aula de uma sequência de 15 planos de aula com foco no gênero Propaganda e no campo de atuação Jornalístico/midiático. A aula faz parte do módulo Análise linguística e semiótica.**Materiais necessários:** Cartazes, folhetos ou imagens de propagandas, computador e/ou celular com acesso à internet.**Informações sobre o gênero:** O termo propaganda está relacionado à divulgação de ideias, porém algumas vezes é utilizado no sentido de publicidade, o que o torna um termo amplo. Embora os termos publicidade e propaganda sejam muitas vezes usados como sinônimos, se distinguem, pois, enquanto a publicidade tem como finalidade vender um produto/serviço, a propaganda tem como objetivo principal divulgar uma mensagem buscando influenciar opiniões ou obter adesão para uma ideia ou doutrina. Visto o caráter persuasivo tanto da propaganda quanto da publicidade, ambos os gêneros costumam apresentar textos cuja mensagem pretende sensibilizar/atrair o interlocutor, para tanto faz uso de imagens, música, recursos audiovisuais e efeitos sonoros e luminosos. Sua veiculação, em ambos os casos, pode se dar por meio impresso, pelo rádio, pela TV ou pela internet.**Dificuldades antecipadas:** Reconhecer os recursos estilísticos empregados na propaganda.**Referências sobre o assunto :**

MARTINEZ, Leonor. Secretaria de Estado da Educação do Paraná. A contribuição do gênero discursivo propaganda institucional no processo de ensino-aprendizagem da leitura e da escrita. Disponível em:

<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2013/2013_uem_port_pdp_leonor_vasques_moraes_ribeiro_martinez.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2018.OLIVEIRA, Carlos. Ensino de gênero anúncio publicitário com foco nas mídias sociais. Disponível em: <<http://www.uece.br/linguagememfoco/dmdocuments/vol%209%20n%201%202017%20-%20artigo%2007.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2018.

PINHO, J. B. Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1990

PRESAS, Joaquim Características comunicacionais do banner de internet. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP3_PRESAS1.PDF>. Acesso em: 21 dez. 2018.

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Materiais complementares



Documento

Resolução da atividade - análise do folheto-outdoor

Análise do folheto-outdoor

<https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/BhPAeK6Rtgg463VC72Bsp3fJNqQ2BRd9fC3tYqvPxy2jZAPZA2mQGv8w558K/resolucao-da-atividade-analise-do-folheto-outdoor-lp09-09sqa04.pdf>



Documento

Atividade ou texto para impressão - Atividade 01

Atividade 01

<https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/qSspwBM3Dcp7dFHxMjFQpzV2Qg9fdCxc3j957KX9YFxHgTCJz6fbMfK52nmn/atividade-ou-texto-para-impressao-atividade-01-lp09-09sqa04.pdf>



Documento

Resolução da atividade - Definição dos componentes

Definição dos componentes

<https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/YGYFUpdUQwMwAzhY74Qap33N67zAEeEGgKBESHwuUtK2We3Rbn65ywwRbrKf/resolucao-da-atividade-definicao-dos-componentes-lp09-09sqa04.pdf>



Documento

Atividade ou texto para impressão - Estrutura da propaganda

Estrutura da propaganda

<https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/PsFRWAHV6J9pFjWf3w8ExTdEp3Y8ygfzC8H8rwfQyY7SUaZMQTAXNmhfjQt/atividade-ou-texto-para-impressao-estrutura-da-propaganda-lp09-09sqa04.pdf>



Documento

Resolução da atividade - Estrutura da propaganda

Estrutura da propaganda

<https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/PV6CAAYHREzkNVKmpStPZFrZArzpBz6unxgfTxvtpUZP4FzTyeFAUKxUsBwx/resolucao-da-atividade-estrutura-da-propaganda-lp09-09sqa04.pdf>

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 1 Sobre este plano

Este slide não deve ser apresentado para os alunos, ele apenas resume o conteúdo da aula para que você, professor, possa se planejar.

Sobre esta aula: Esta é a terceira aula de uma sequência de 15 planos de aula com foco no gênero Propaganda e no campo de atuação Jornalístico/midiático. A aula faz parte do módulo Análise linguística e semiótica.

Materiais necessários: Cartazes, folhetos ou imagens de propagandas, computador e/ou celular com acesso à internet.

Informações sobre o gênero: O termo propaganda está relacionado à divulgação de ideias, porém algumas vezes é utilizado no sentido de publicidade, o que o torna um termo amplo. Embora os termos publicidade e propaganda sejam muitas vezes usados como sinônimos, se distinguem, pois, enquanto a publicidade tem como finalidade vender um produto/serviço, a propaganda tem como objetivo principal divulgar uma mensagem buscando influenciar opiniões ou obter adesão para uma ideia ou doutrina. Visto o caráter persuasivo tanto da propaganda quanto da publicidade, ambos os gêneros costumam apresentar textos cuja mensagem pretende sensibilizar/atrair o interlocutor, para tanto faz uso de imagens, música, recursos audiovisuais e efeitos sonoros e luminosos. Sua veiculação, em ambos os casos, pode se dar por meio impresso, pelo rádio, pela TV ou pela internet.

Dificuldades antecipadas: Reconhecer os recursos estilísticos empregados na propaganda.

Referências sobre o assunto:

MARTINEZ, Leonor. Secretaria de Estado da Educação do Paraná. A contribuição do gênero discursivo propaganda institucional no processo de ensino-aprendizagem da leitura e da escrita.

Disponível em:

<<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadern>

Acesso em: 21 dez. 2018.

OLIVEIRA, Carlos. Ensino de gênero anúncio publicitário com foco nas mídias sociais.

Disponível em:

<<http://www.uece.br/linguagememfoco/dmdocuments/101102071020110201102020171020%20artigo%2007.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2018.

PINHO, J. B. Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1990

Título da aula:	Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda
Finalidade da aula:	Reconhecer nos diversos tipos de propaganda veiculada na mídia (revistas, tv, internet) características como título, imagem, texto, slogan, assinatura a fim de identificar seu propósito comunicativo, no intuito de fazer uma análise crítica do texto.
Ano:	9º ano do Ensino Fundamental
Gênero:	Propaganda (impressa, de rádio ou TV)
Objeto(s) do conhecimento:	Estilo
Prática de linguagem:	Análise Linguística e semiótica
Habilidade(s) da BNCC	EF69LP17
Esta é a quarta aula de uma sequência de 15 planos de aula. Recomendamos o uso deste plano em sequência.	

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

PRESAS, Joaquim Características comunicacionais do banner de internet. Disponível em: . Acesso em: 21 dez. 2018.

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 2 Tema da aula

Tempo sugerido: 2 minutos.

Orientações: Apresente a proposta da aula para os alunos: observar alguns exemplos de propaganda para identificar as partes que a compõem.

Convide-os a analisar a estrutura composicional de propagandas em folhetos e *outdoors*.

A estrutura da propaganda

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 3 Introdução

Tempo sugerido: 7 minutos.

Orientações:

Comece informando aos alunos que cada tipo de texto tem uma estrutura que o compõe.

Pergunte a eles:

a. *Que o tipo de texto está exemplificado no slide (ou no quadro)?*

b. *Ao ver esta estrutura, é possível saber de que tipo de texto se trata?*

Cite outros gêneros (Carta, Notícia, Regulamentos etc.) para que os alunos percebam que, embora diferentes, todos apresentam uma estrutura própria que os distingue e caracteriza.

Diga-lhes que o gênero Propaganda também possui uma estrutura. Comente que esta estrutura aparece na maior parte das propagandas impressas, no entanto podem apresentar algumas variações nas propagandas veiculadas na TV e no rádio.

Lembre a eles que estas estruturas não precisam ser fixas, podendo variar de acordo com o propósito comunicativo.

TÍTULO

Lista de ingredientes:

- ...
- ...
- ...

Modo de preparo

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 4 Desenvolvimento

Tempo sugerido: 30 minutos.

Orientações:

1º momento

Apresente aos alunos as imagens dos slides 4 e 5 (projetadas ou impressas).

Antes de analisar os aspectos estruturais da propaganda, chame a atenção dos alunos para o propósito comunicativo do texto. Pergunte a eles oralmente:

Quais informações cada texto utiliza?

Onde estes textos provavelmente circulam? Por quê?

Qual público-alvo estes textos buscam atingir? Por quê?

Que ideia cada texto pretende divulgar?

Qual a relação entre a linguagem verbal e a não verbal para a construção de sentido de cada texto?

Com que propósito comunicativo estes textos são divulgados?

Qual o gênero destes textos?

Quais os veículos utilizados para apresentar os textos?

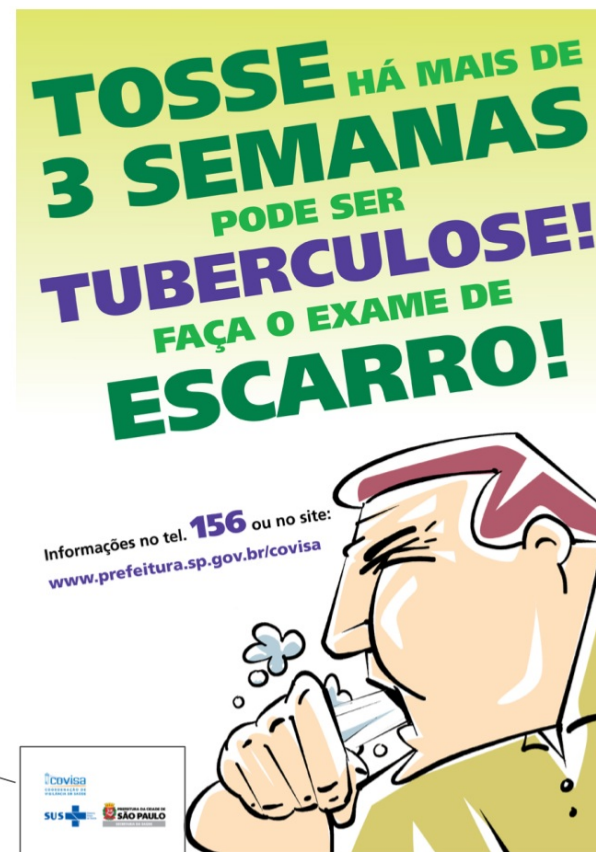
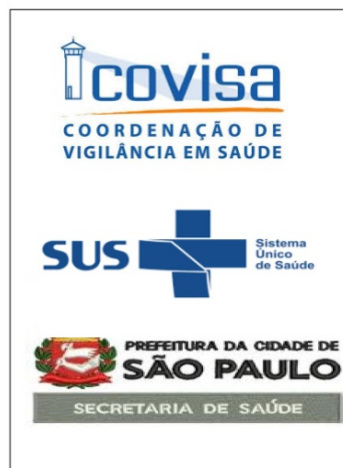
2º momento

Após esta leitura, faça a análise dos elementos composicionais das duas imagens. Peça aos alunos que se organizem em grupos e entregue uma cópia da atividade 1 para que as duplas ou trios identifiquem estes elementos na imagem e anotem na tabela o que seria o título, a imagem, o texto, o slogan e a assinatura referente a cada imagem. Circule entre os grupos para orientar a atividade, garantindo o acompanhamento aos estudantes, especialmente se houver algum que precise de mais atenção.

Materiais complementares:

Caso julgue necessário, consulte [aqui](#) a expectativa de resposta das questões apresentadas.

Para acessar a atividade 1 para impressão, clique [aqui](#).



Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 5 Desenvolvimento

Orientações:

Apresente aos alunos este novo slide (projetado ou impresso), peça que eles comparem as duas imagens (a do folheto e a do *outdoor*) e continue fazendo a análise discursiva e estrutural do texto.



Disponível em <https://www.cgpropaganda.com.br/163/outdoors-criativos> : Acesso em 05/08/2018.

Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 6 Fechamento

Tempo sugerido: 11 minutos.

Orientações:

Apresente aos alunos um resumo dos componentes que estruturam a propaganda.

Provoque os estudantes, perguntando como eles definiriam cada elemento que compõe a propaganda.

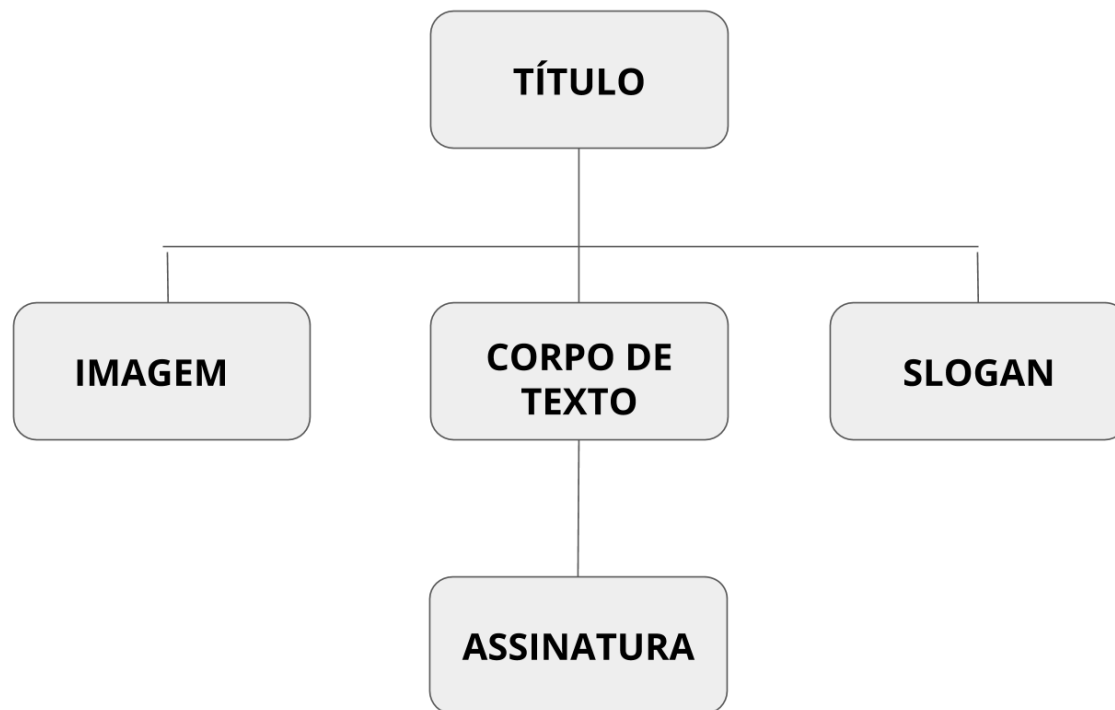
Construa junto com os alunos, de forma colaborativa, os conceitos dos termos apresentados.

Peça que eles anotem no caderno e no final escreva cada definição no quadro.

Materiais complementares:

Caso julgue necessário, consulte [aqui](#) a expectativa de respostas.

Estrutura do gênero textual propaganda



Reconhecendo a estrutura do gênero textual Propaganda

Slide 7 Fechamento

Orientações:

Peça que os alunos apresentem suas respostas e na medida em que eles forem apresentando corrija as atividades por meio do preenchimento da tabela. Incentive a turma a comentar as respostas apresentadas. Se necessário, eles podem sugerir alterações, ajustes ou complementos ao que foi dito.

Materiais complementares:

Para acessar a tabela para impressão, clique [aqui](#). Caso julgue necessário, consulte [aqui](#) a expectativa de respostas.

Identificando as partes que compõem a propaganda

	Título	Imagem	Corpo do texto	Slogan	Assinatura
Folheto					
Outdoor					

Análise do folheto e do outdoor

1. Quais informações cada texto utiliza?

Texto 1 (folheto) - A propaganda é lançada pelo estado de São Paulo e alerta para a necessidade de fazer o exame do escarro em caso de tosse continuada por mais de três semanas, pois pode representar um sintoma de tuberculose.

Texto 2 (outdoor) - Na propaganda não é mencionado quem está lançando a campanha, provavelmente algum órgão público ou o Detran, e informa sobre os problemas causados por dirigir embriagado são bem mais graves que a multa que se paga em decorrência desta infração.

2. Onde estes textos provavelmente circulam? Por quê?

Texto 1 (folheto) - Em postos de saúde, na prefeitura, nas escolas, em hospitais etc

Texto 2 (outdoor) - Nas ruas da cidade.

3. Qual público-alvo estes textos buscam atingir? Por quê?

Texto 1 (folheto) - Pessoas adultas que possam contrair tuberculose.

Texto 2 (outdoor) - Pessoas que transitem nas ruas e condutores de veículos.

4. Que ideia cada texto pretende divulgar?

Texto 1 (folheto) - A necessidade que pessoas que apresentem tosse há mais de três semanas façam o exame do escarro.

Texto 2 (outdoor) - Que, embora a Lei Seca possa trazer multa para as pessoas, ela é uma “amiga”, pois previne problemas maiores e fatais como a morte, por exemplo. Assim é necessário que as pessoas

aprendam a viver com a Lei Seca, e neste caso, a palavra viver traz dois sentidos que podem ser explorados pelo professor, o sentido de viver literal, ou seja “ter a vida” e o sentido de conviver, visto que seguir o que a Lei Seca recomenda pode ajudar a prevenir a morte.

5. Qual a relação entre a linguagem verbal e a não verbal para a construção de sentido de cada texto?

Texto 1 (folheto) - A propaganda apresenta a imagem de um homem tossindo, que complementa o texto, enfatizando a necessidade de dar atenção a este tipo de sintoma.

Texto 2 (outdoor) - Nesta propaganda a imagem enfatiza de forma muito forte o sentido que o texto procura divulgar, que é a importância da vida, assim apresenta a imagem de uma mulher que está acompanhada de alguém (que pode ser um familiar) cujo rosto não é possível identificar pois se encontra numa parte do papel do outdoor que foi propositalmente amassado, fazendo lembrar um acidente automobilístico, em que o carro fica todo amassado e irreconhecível.

6. Com que propósito comunicativo estes textos são divulgados?

Texto 1 (folheto) - Alertar as pessoas que uma simples tosse pode ser o sinal de que algo está errado no organismo, daí a necessidade de examinar a tosse antes que ela represente um mal maior, no caso uma tuberculose.

Texto 2 (outdoor) - Alertar os condutores de veículos como é importante seguir a Lei Seca e dirigir sem beber, pois o que está em jogo é algo muito caro, mais caro que qualquer multa: a vida.

7. Qual o gênero destes textos?

Ambos os textos são propagandas.

8. Quais os veículos utilizados para apresentar os textos?

Texto 1 (folheto) - É utilizado o folheto.

Texto 2 (outdoor) - É utilizado o outdoor.

Atividade

Observe as imagens, em seguida preencha a tabela abaixo.

Imagem 1

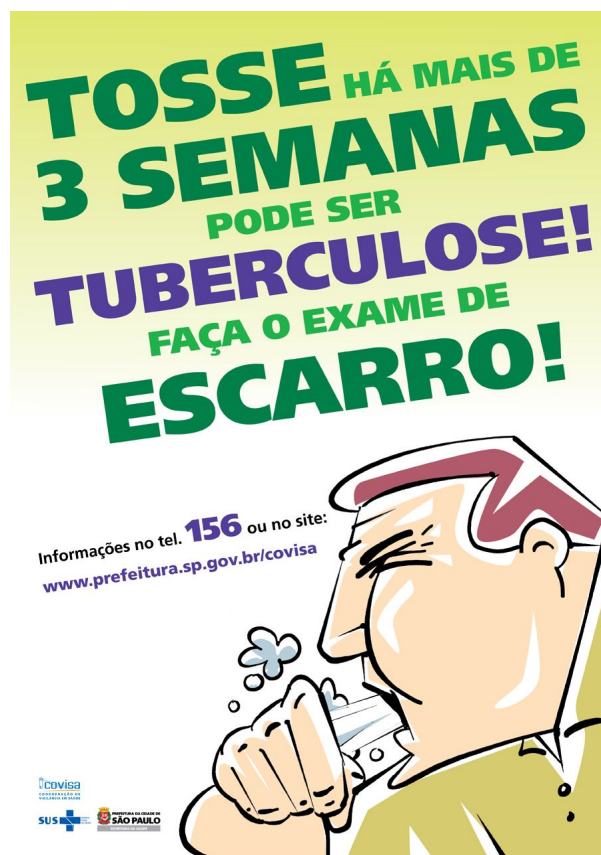


Imagem 2



Disponível em <https://www.cgpropaganda.com.br/163/outdoors-criativos>. Acesso em 05/08/2018.

1 - Identificando as partes que compõem a propaganda

	Título	Imagem	Corpo do texto	Slogan	Assinatura
Imagem 1					
Imagem 2					

Estrutura do anúncio publicitário

Título: Uma frase curta e atrativa ou impactante para chamar a atenção do leitor.

Imagem: É uma das partes mais importantes do anúncio, pois a maioria das pessoas presta mais atenção nas imagens do que no texto, e que precisa complementar a ideia trazida pelo texto.

Corpo do texto: É nesta parte onde está o anúncio em si, um texto não muito grande que anuncie o que é o produto ou ideia, fala das qualidades e das vantagens, com frases atraentes e que convençam o leitor.

Slogan: É uma frase curtinha que se torna a identificação daquele determinado produto ou marca, como um cartão de visita, uma frase que irá fazer todos que escutarem se lembrar automaticamente do produto que está sendo anunciado.

Identificando as partes que compõem a propaganda

	Título	Imagem	Texto	Slogan	Assinatura
Imagem 1					
Imagem 2					

Identificando as partes que compõem a propaganda

	Título	Imagem	Texto	Slogan	Assinatura
Folheto	Tosse há mais de três semanas pode ser tuberculose!	Homem tossindo	Faça o exame do escarro!	Não tem	Prefeitura da Cidade de São Paulo - Secretaria da Saúde COVISA - Coordenação de Vigilância em Saúde SUS - Sistema Único de Saúde
Outdoor	Não tem	Rosto de mulher e uma parte do <i>outdoor</i> rasgada, criando um efeito de amassado	O que você para é bem mais caro do que a multa	Lei seca: aprenda a viver com ela	Bandeirantes - Mídia exterior Cupula - comunicação visual