

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE DO PARANÁ
Centro de Letras, Comunicação e Artes
Mestrado Profissional em Letras em Rede



EDIVÂNIA RIBEIRO DE AQUINO

CADERNO PEDAGÓGICO:
O GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA
COMO INSTRUMENTO PARA OS MULTILETRAMENTOS

Cornélio Procópio
2023

EDIVÂNIA RIBEIRO DE AQUINO

CADERNO PEDAGÓGICO:
**O GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA
COMO INSTRUMENTO PARA OS MULTILETRAMENTOS**

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Letras em Rede (PROFLETRAS), da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), como requisito parcial à obtenção do Título de Mestra em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. Eliana Merlin Deganutti de Barros

SUMÁRIO

CADERNO DO PROFESSOR

PARA INÍCIO DE CONVERSA	4
A METODOLOGIA DAS SEQUÊNCIAS DIDÁTICAS DE GÊNERO	5
SOBRE O ISD	6
CONHECENDO O ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA	6
SINOPSE SEQUÊNCIA DIDÁTICA DO GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA	6
SINOPSE DA SEQUÊNCIA DIDÁTICA DO GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA	8
MÓDULO 1: “BULLYING: NÃO TEM A MENOR GRAÇA”	11
MÓDULO 2: “EU PRECISO INTERFERIR NAS DECISÕES QUE INTERFEREM NA MINHA VIDA”	13
MÓDULO 3: “IDENTIFICANDO OS CONHECIMENTOS PRÉVIOS QUE OS ALUNOS POSSUEM SOBRE O GÊNERO <i>ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA</i> ”	16
MÓDULO 4: “MÃOS À OBRA: PLANEJANDO E PRODUZINDO ANÚNCIOS DE CAMPANHA COMUNITÁRIA	17
MÓDULO 5: “PUBLICIDADE COMERCIAL E PUBLICIDADE SOCIAL: CONHECENDO A SOCIOHISTÓRIA”	20
MÓDULO 6: “ANALISANDO O PLANO TEXTUAL GLOBAL DO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”	26
MÓDULO 7: “QUAL O TÍTULO DOS ANÚNCIOS? IDENTIFICANDO E SUGERINDO ANÚNCIOS TÍTULOS PARA OS ANÚNCIOS	29
MÓDULO 8: “ORDEM, ORIENTAÇÃO, PEDIDO OU SÚPLICA? O MODO IMPERATIVO NO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”	33
MÓDULO 9: “CRIANDO A PARTE VISUAL DOS ANÚNCIOS”	34
MÓDULO 10: “COMPREENDENDO O SIGNIFICADO DAS CORES UTILIZADAS NO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”	35
MÓDULO 11: “REVISANDO E MELHORANDO OS TEXTOS”	38
MÓDULO 12: “CONHECENDO O CANVA: UMA FERRAMENTA PARA A PRODUÇÃO DO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”	40
MÓDULO 13: “FINALIZANDO O PROJETO”	41
DISPOSITIVOS DIDÁTICO A	42

DISPOSITIVO DIDÁTICO B	45
DISPOSITIVO DIDÁTICO C	46

CADERNO DO ALUNO

DISPOSITIVO DIDÁTICO A	50
DISPOSITIVO DIDÁTICO B	53
DISPOSITIVO DIDÁTICO C	56
DISPOSITIVO DIDÁTICO D	57
DISPOSITIVO DIDÁTICO E	60

REFERÊNCIAS	62
--------------------------	-----------



SEQUÊNCIA DIDÁTICA DO GÊNERO

Anúncio de campanha comunitária

CADERNO DO PROFESSOR



PARA INÍCIO DE CONVERSA....

PROFESSOR, este Caderno Pedagógico é um produto educacional que resulta do Programa de Mestrado Profissional em Letras em Rede Nacional (PROFLETRAS), da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). O objetivo principal é fornecer um material complementar ao professor do 8º ano do Ensino Fundamental – Anos Finais, ofertando subsídios para o trabalho com o gênero “anúncio de campanha comunitária”. Para tanto, respaldamo-nos no Interacionismo Sociodiscursivo (ISD) (BRONCKART, 2009), principalmente no que se refere à metodologia da Sequência Didática de Gênero (SDG), formulada pelos autores pertencentes à vertente didática do ISD (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2011).

Para apresentarmos em linhas mais gerais a metodologia na qual nos ancoramos, abordamos as fases em que ela se constitui: apresentação da situação, primeira produção, módulos e produção final. Trazemos uma breve apresentação sobre o ISD, com o intuito de que conheça mais a corrente teórica. Para ampliar os seus conhecimentos sobre o anúncio de campanha comunitária, destacamos alguns elementos característicos: linguísticos, estruturais e multissemióticos.

Disponibilizamos um material pedagógico, composto por Caderno do Professor e Caderno do Aluno. O primeiro contém as orientações para o desenvolvimento das atividades propostas em cada um dos módulos, conta também com informações adicionais que contribuem para o aprofundamento do tema ou da dinâmica sugerida, durante a realização dos exercícios. Além das orientações e sugestões, disponibilizamos gabaritos dos exercícios propostos. No Caderno do Aluno, trazemos as atividades, com orientação para a realização de cada uma.

Acrescentamos que o material foi elaborado com vistas ao fortalecimento do protagonismo estudantil, o qual prima pela participação efetiva do aluno na construção do conhecimento. A proposição de exercícios, gradativamente, permite conhecer o gênero até chegar ao seu pleno domínio.

Boa jornada!

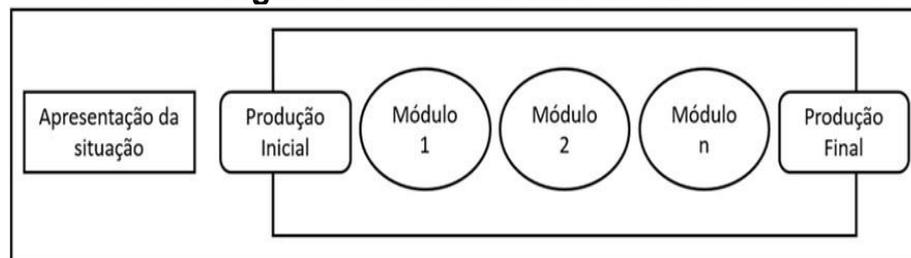
A METODOLOGIA DAS SEQUÊNCIAS DIDÁTICAS DE GÊNEROS

Os pesquisadores do ISD, Dolz e Schneuwly e Noverraz (2011), com o objetivo de sistematizar o processo de didatização do gênero textual, elaboraram um procedimento por eles denominado de *sequência didática*. Esse procedimento, de acordo com Dolz, Schneuwly e Noverraz (2011, p. 83), “tem precisamente a finalidade de ajudar o aluno a dominar um gênero de texto, permitindo-lhe assim escrever ou falar de uma maneira mais adequada, numa dada situação de comunicação”.

Barros (2020) faz duas ampliações ao conceito de sequência didática do Grupo de Genebra. A primeira diz respeito à inclusão do termo “de gêneros”, a fim de especificar o objeto da sequência didática e direcionar para os trabalhos do ISD. A autora, assim como nós, utilizou a denominação sequência didática de gêneros (SDG) e, também, ampliou o conceito de SDG, pois advoga que não pode ser concebida apenas como uma organização sequenciada de atividades, mas deve ser também vista como uma metodologia de ensino da língua. Como tal, carece de bases teóricas que a sustentem. Em concordância com a autora, desenvolvemos o nosso trabalho, seguindo a orientação de que o procedimento SDG compõe a metodologia das SDG.

A SDG, segundo definida pelos próprios criadores, é um conjunto de atividades que deve ser trabalhada de forma organizada e sistematizada em torno de um gênero. Ela é estruturada em quatro módulos, conforme o esquema da Figura 1:

Figura 1– Macroestrutura da SDG



Fonte: Dolz; Noverraz; Schneuwly (2011, p. 83).

Como mostra a Figura 1, o percurso para a produção textual se inicia com a *apresentação da situação*. Nessa etapa, um problema de comunicação deve ser apresentado aos alunos, para que eles o resolvam na produção inicial.

A *produção inicial*, segunda etapa da SDG, é o momento privilegiado, para obter um diagnóstico das capacidades de linguagem do aluno, para produzir o gênero. A partir dessa primeira produção, o professor consegue identificar as potencialidades e as dificuldades dos alunos e, assim, elaborar atividades que tenham como objetivo

sanar essas deficiências detectadas. Logo, a primeira produção textual apresenta um caráter norteador para as intervenções que precisam ser realizadas pelo professor, a fim de o aluno dominar o gênero textual estudado. Para isso, devem-se adotar estratégias a serem desenvolvidas nos módulos – terceira etapa da SDG.

Na etapa dos *módulos*, já estando claras as capacidades de linguagem dos alunos no uso do gênero, com os eventuais problemas relacionados, o aluno adquire instrumentos para superá-los. Nessa etapa da SDG, o professor deve se valer de diversas estratégias para trabalhar as capacidades necessárias ao domínio de determinado gênero.

A última etapa da SDG, a *produção final*, é quando os alunos colocam em prática os conhecimentos adquiridos durante a realização dos módulos. É o momento, ainda, que o professor avalia o quanto os alunos progrediram no conhecimento de determinados gêneros.

SOBRE O ISD

Professor, como já afirmamos na conversa inicial, a teoria que fundamenta este material é o ISD. Os estudiosos dessa corrente teórica defendem que as práticas de linguagem são materializadas nos diversos gêneros textuais, que existem ao nosso dispor, e é através do domínio desses gêneros, que o sujeito melhor interage com seus pares e com a sociedade.

Sabendo da importância dos trabalhos com os gêneros, os pesquisadores do ISD dedicaram-se a buscar metodologias que melhor instrumentalizassem o professor de línguas a trabalhar numa perspectiva em que o aluno domine o gênero de forma gradativa. Com esse intuito, criaram o instrumental Sequência Didática, abordada na seção anterior.

CONHECENDO O GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA

O gênero anúncio de campanha comunitária é pertence à esfera publicitária, sendo produzido em uma situação em que o emissor queira mobilizar o destinatário, como, por exemplo, moradores de uma comunidade, a se engajar em uma causa de interesse social. Essa participação do destinatário pode ser feita pela adoção ou mudança de atitude. Assim, o gênero pode ser produzido por um publicitário ou alguém que assuma esse papel, como você e seus alunos.

O anúncio de campanha comunitária, ainda que seja um gênero divulgado para todo o público, possui um foco no destinatário a ser implicado, a partir do tema da campanha. É produzido em suportes impressos e digitais e tem como meios de circulação os murais de prédios públicos ou privados e, também, os veículos coletivos, ou seja, ambientes com muitas pessoas. Ainda, pode estar presente em veículos de comunicação de massa, como jornais e revistas eletrônicas.

Nos seus aspectos estruturais, o gênero é composto por um título, que apresenta a mensagem central, uma imagem centralizada, um texto verbal e um *logotipo*. Quanto aos elementos discursivos e linguísticos, a sequência predominante é a injuntiva, na qual o verbo no modo imperativo indica um apelo ou um chamamento do interlocutor para se engajar na causa expressa na campanha.

No seu aspecto multissemiótico, o gênero apresenta uma correlação entre todos os elementos (imagem, letras, cores etc.), que contribuem para a construção de sentido e para o alcance do seu propósito comunicativo, que é despertar o público-alvo para o engajamento social.

SINOPSE DA SEQUÊNCIA DIDÁTICA DO GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA

MÓDULOS		OBJETIVOS	ATIVIDADES/DISPOSITIVOS DIDÁTICOS
01	“Campanha <i>Bullying</i> . Atitudes que machucam o coração”	<p>Compreender a função social do gênero anúncio de campanha comunitária.</p> <p>Apresentar opinião sobre vídeos assistidos.</p> <p>Discutir o tema <i>bullying</i> e apresentar vivências.</p> <p>Sugerir medidas de enfrentamento ao <i>bullying</i>.</p>	<p>1- Organização de uma roda de conversa com os alunos para discussão oral do tema <i>bullying</i>, abordando a sua importância.</p> <p>2- Apresentação de vídeos sobre <i>bullying</i>, disponíveis em: https://www.youtube.com/watch?v=JBqav_oNgnY https://www.youtube.com/watch?v=M8I-SvrdV0g&t=12s</p> <p>3- Discussão oral sobre o conteúdo apresentado no vídeo: As situações de <i>bullying</i> vividas pelas pessoas entrevistadas, as consequências dessa agressão.</p> <p>4- Realização de dinâmica “Hora da Verdade” (Os alunos irão receber plaquinhas, com as palavras “sim” e “não” e as levantarão conforme afirmarem ou negarem os questionamentos feitos pela professora, tais como: “Você já praticou <i>bullying</i>?” “Você já foi vítima do <i>bullying</i>?” “Você concorda que as vítimas de <i>bullying</i> devam se vingar dos agressores?” “Você concorda que as vítimas contem para os pais sobre as agressões sofridas?” “Quando você vê alguém cometendo <i>hate</i> em alguma postagem na internet, também reforça as ofensas?” “Você já criou algum perfil <i>fake</i> na internet para criticar alguém?”).</p> <p>5- Questionar oralmente os alunos sobre quais medidas eles sugerem para combater o <i>bullying</i>.</p> <p>6- Socialização oral das respostas.</p> <p>7- Solicitação aos alunos sobre a escolha de um nome de uma campanha de combate ao <i>bullying</i> a ser realizada na escola.</p>
MÓDULOS		OBJETIVOS	ATIVIDADES/DISPOSITIVOS DIDÁTICOS
02	“Eu preciso interferir nas decisões que interferem na minha vida”.	<p>- Compreender a importância de participar ativamente das questões relacionadas à comunidade onde vive.</p>	<p>1 - Reflexão e socialização oral sobre o pensamento de Betinho “Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade, ou no meu bairro, acontece comigo. Então, eu preciso participar das decisões que interferem na minha vida”.</p> <p>2 - Apresentação de vídeos de algumas Conferências Nacionais Infanto-juvenis do Meio Ambiente (Na realização dessas conferências, crianças e adolescentes têm a oportunidade de debater sobre problemas ambientais que afetam a comunidade da qual fazem parte e apontam formas de resolvê-los).</p> <p>3 - Socialização oral sobre o conteúdo apresentado no vídeo.</p>

03	Identificando os conhecimentos prévios dos alunos sobre o gênero <i>anúncio de campanha comunitária</i> .	- Responder atividade de leitura do gênero <i>anúncio de campanha comunitária</i> .	1 - Apresentação de anúncios de campanha comunitária 2 - Questionário diagnóstico de leitura. 3 - Socialização das respostas.
04	“Mãos à Obra!” Produzindo anúncios de campanha comunitária.	Produzir anúncios de campanha comunitária em folha A4.	1 - Primeira produção textual individual de um anúncio de campanha comunitária, de forma manual (parte verbal, escrita; parte visual, desenhada), sobre o tema <i>bullying</i> .
05	Publicidade comercial e publicidade social: Conhecendo a sócio-história.	- Conhecer a sócio-história da publicidade. - Perceber a diferença entre publicidade social e comercial, bem como os tipos de anúncios.	1- Realização de dinâmica (Rotação por Estações). Na realização dessa atividade, os alunos realizam comparam e diferenciam anúncios comerciais e sociais (de campanha comunitária). 2- Apresentação de <i>slides</i> sobre publicidade comercial, publicidade social e diferentes tipos de anúncios (comercial e social, institucional e de campanha comunitária).
06	Analisando o plano textual global do anúncio de campanha comunitária.	- Conhecer o plano geral global do anúncio de campanha comunitária.	1 – Caça-palavras para identificação dos elementos do plano textual global do gênero. 2 – Realização de dinâmica “Montando um anúncio de campanha comunitária”.
Módulos			
Objetivos		Atividades/dispositivos didáticos	
07	- Qual o título dos anúncios? Identificando e sugerindo títulos para os anúncios.	- Identificar e elaborar títulos para os anúncios de campanha comunitária.	1 – Apresentação de anúncios em <i>slides</i> para discussão oral dos títulos desses. 2 – Dinâmica “Qual é o título?” (Os anúncios sem títulos serão exibidos em <i>slides</i> e, também, opções de títulos verdadeiros e falsos, para que os alunos identifiquem os verdadeiros). 3 – Solicitação para os alunos sugerirem outros títulos para os anúncios.
08	- Ordem, orientação, pedido ou súplica? O modo imperativo no anúncio de campanha comunitária.	- Comparar o propósito e a funcionalidade da sequência injuntiva em diferentes gêneros, incluindo o anúncio de campanha comunitária.	1 – Leitura de textos verbais e visuais que apresentam o modo imperativo. 2 – Atividade de interpretação de orientações expressas em textos visuais injuntivos. 3 – Atividade de identificação do propósito comunicativo dos textos verbais e visuais injuntivos. 4 – Retorno e correção das atividades.

09	- Criando a parte visual dos anúncios.	- Desenhar parte visual dos anúncios.	<p>1 – Apresentação de imagens em vários anúncios e realização de discussão oral sobre o impacto, a sensação e a impressão causada por cada uma dessas imagens.</p> <p>2 – Apresentação de tema, títulos e propósito comunicativo de anúncios e orientação para a elaboração da parte visual (desenho).</p> <p>3 – Retorno da atividade</p> <p>4 – Correção</p>
10	- Compreendendo o significado das cores utilizadas no anúncio de campanha comunitária	- Compreender o significado e a utilização das cores na composição do anúncio de campanha comunitária	<p>1 – Apresentação de anúncios de campanha comunitária em panfletos (anúncios “Consumo Consciente” e “Doação de Sangue”).</p> <p>2 - Solicitação para que os alunos observem bem cada anúncio, todos os elementos que os compõem.</p> <p>3 - Realização de questionamentos orais aos alunos sobre a utilização de cada cor no anúncio.</p> <p>4 - Ouvir as respostas.</p> <p>5 - Apresentação de panfletos com significados de algumas cores utilizadas na publicidade.</p> <p>6 - Realização de questionamentos aos alunos sobre a qual tema associam cada uma daquelas cores, ao apresentar cada cor (verde, azul, vermelho, cinza, violeta etc.).</p> <p>7 - Ouvir as respostas.</p> <p>8 - Apresentar outros exemplos do uso das cores em textos publicitários e sua relação com a temática abordada.</p>
11	- Revisando e melhorando textos.	- Revisar e refazer textos utilizando uma grade de controle do gênero.	<p>1 - Devolução dos anúncios de campanha comunitária para os alunos.</p> <p>2 - Revisão coletiva das produções textuais.</p> <p>3 - Autoavaliação dos anúncios, por meio de ficha de controle do gênero.</p> <p>4 - Refacção dos anúncios.</p>
12	- Conhecendo o Canva: uma ferramenta para a produção do anúncio de campanha comunitária.	- Elaborar anúncio de campanha comunitária, utilizando o aplicativo Canva	<p>1 - Formação sobre o aplicativo Canva, com profissional da área de Informática.</p> <p>2 - Retextualização do gênero anúncio de campanha comunitária (versão analógica para a digital), utilizando o aplicativo Canva.</p>
13	- Finalizando o projeto.	- Divulgar a campanha nos murais da escola e de outros prédios públicos e, ainda, na página que a escola possui no Instagram.	<p>1 - Divulgação dos anúncios de campanha comunitária produzidos pelos alunos em murais da escola, prédios públicos e por meio da página do Instagram que a escola possui.</p>

MÓDULO 1: “BULLYING: NÃO TEM A MENOR GRAÇA”

Objetivos:

- ❖ Compreender a função social do gênero anúncio de campanha comunitária;
- ❖ Apresentar opinião sobre vídeos assistidos;
- ❖ Discutir o tema *bullying* e apresentar vivências;
- ❖ Sugerir medidas de enfrentamento ao bullying.

ATIVIDADES:

- 1- Organização de uma roda de conversa com os alunos para discussão oral do tema *bullying*, abordando a sua importância.
- 2- Apresentação de vídeos sobre bullying. Disponíveis em:
https://www.youtube.com/watch?v=JBqav_oNgnY
<https://www.youtube.com/watch?v=M8l-SvrdV0g&t=12s>
- 3- Discussão oral sobre o conteúdo apresentado no vídeo: As situações de *bullying* vividas pelas pessoas entrevistada e as consequências dessa agressão.
- 4- Realização de dinâmica “Hora da Verdade”. (Os alunos irão receber plaquinhas, que apresentarão as palavras “sim” “não” e as levantarão conforme afirmarem ou negarem os questionamentos feitos pela professora, como: Você já praticou *bullying*? Você já foi vítima do *bullying*? Você concorda que as vítimas de *bullying* devam se vingar dos agressores? Você concorda que as vítimas contem para os pais sobre as agressões sofridas? Quando você vê alguém cometendo *hate* em alguma postagem na internet, também reforça as ofensas. Você já criou algum perfil *fake* na internet para criticar alguém?).
- 5- Questionar oralmente aos alunos sobre quais medidas eles sugerem para combater o *bullying*.
- 6- Socialização oral das respostas.

7- Solicitação aos alunos para a escolha de um nome de uma campanha de combate ao *bullying* a ser realizada na escola.

PROFESSOR, esta primeira etapa da SDG também é importante, porque já permite aos alunos compreenderem a função social do gênero em estudo.

MÓDULO 2: “EU PRECISO INTERFERIR NAS DECISÕES QUE INTERFEREM NA MINHA VIDA”.

Objetivos:

- ❖ Compreender a importância de participar ativamente das questões relacionadas à comunidade onde vive.

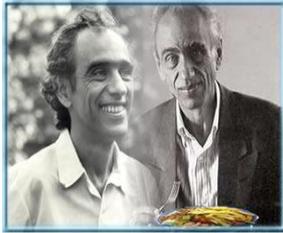
ATIVIDADES

- 1) Promover uma reflexão e socialização oral sobre o pensamento de Betinho “Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade, ou no meu bairro, acontece comigo. Então, eu preciso participar das decisões que interferem na minha vida”.
- 2) Apresentação de vídeos de algumas Conferências Nacionais Infanto-juvenis do Meio Ambiente (Na realização dessas conferências, crianças e adolescentes têm a oportunidade de debater sobre problemas ambientais que afetam a comunidade da qual fazem parte e apontam formas de resolvê-los).
- 3) Socialização oral sobre o conteúdo apresentado no vídeo.

Professor, para o desenvolvimento de um trabalho com o gênero anúncio de campanha comunitária, é necessário se levar em conta que, inicialmente, o aluno precisa ser motivado a se ver como protagonista que pode mudar uma situação e depois, como alguém capaz de mobilizar outrem a ter esse mesmo protagonismo e adote ou mude de atitude ou comportamentos, a fim de resolver uma demanda.

Por isso, sugerimos que apresente aos alunos vídeos de algumas edições da Conferência Infanto-juvenil do Meio Ambiente, para que observem a desenvoltura das crianças e adolescentes empenhados e comprometidos com as causas das suas comunidades. Partindo do fato que a Conferência, na sua primeira edição, teve como lema o pensamento do Sociólogo Betinho: “Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade, ou no meu bairro, acontece comigo. Então, eu preciso participar das decisões que interferem na minha vida”, sugerimos que faça uma reflexão sobre tal pensamento, buscando induzir os alunos a perceberem que podem

ser agentes de transformação no ambiente onde vivem.



Para saber mais detalhes...

Herbert José de Souza (1935-1997), conhecido como Betinho, foi um sociólogo brasileiro e ativista dos direitos humanos no Brasil. Seu trabalho mais importante foi o projeto "Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida". Mobilizou várias campanhas para arrecadar mantimentos em favor dos pobres e excluídos.

Herbert José de Souza nasceu em Bocaiuva, Minas Gerais, no dia 3 de novembro de 1935. Nos anos 60 ajudou a fundar a "Ação Popular (AP)", movimento que lutava pela implantação do socialismo no Brasil.

Formou-se em Sociologia pela Universidade de Minas Gerais, em 1962. Após o golpe militar de 1964, Betinho passou sete anos na clandestinidade e oito no exílio. Voltou ao país em 1979 e criou o "Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE)".

Em 1991, Betinho ganhou o Prêmio Global 500, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP), por sua luta em defesa da reforma agrária e dos direitos dos indígenas. Em 1993, fundou a "Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida", que mesmo sem a ajuda do governo arrecadava e distribuía alimentos para a população carente.

Em 1995, a Ação da Cidadania passou a priorizar a luta pela democratização da terra como forma de combater a fome e o desemprego. Betinho faleceu no Rio de Janeiro, no dia 9 de agosto de 1997, em consequência de hepatite C, contraída em uma transfusão de sangue.

FRAZÃO, Dilva. Biografia **de Betinho**.

Disponível em: <https://www.ebiografia.com/betinho/>. Acesso em: 16 jun. 2022.

Frases de Betinho

"O jovem não é o amanhã, ele é o agora."

"O desenvolvimento humano só existirá se a sociedade civil afirmar cinco pontos fundamentais: igualdade, diversidade, participação, solidariedade e liberdade."

"Solidariedade, amigos, não se agradece, comemora-se."

Disponível em <https://www.frasesfamosas.com.br/frases-de/betinho/>.

Acesso em: 16 jun. 2022.

"Só a participação cidadã é capaz de mudar o país".

Disponível em: <http://projetovisionario.blogspot.com/2011/08/acao-da-cidadania-herbert-de-souza.html>. Acesso em: 16 jun. 2022.

Professor, no Youtube, você pode encontrar alguns vídeos com recortes, depoimentos sobre algumas das edições das Conferências estaduais e municipais Infantojuvenis ocorridas, como nos sites:

<https://www.youtube.com/watch?v=6vr1IH5-EIo>

<https://www.youtube.com/watch?v=gF9-HZkg4r0>

Consultando o site <http://portal.mec.gov.br/pnaes/194-secretarias-112877938/secad-educacao-continuada-223369541/17455-conferencia-infanto-juvenil-pelo-meio-ambiente-novo>, você também pode encontrar mais algumas informações sobre as Conferências.

MÓDULO 3

“IDENTIFICANDO OS CONHECIMENTOS PRÉVIOS QUE OS ALUNOS POSSUEM SOBRE O GÊNERO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA.”.

Objetivos:

Responder à atividade de leitura do gênero *anúncio de campanha comunitária*.

ATIVIDADES

- 1) Apresentação de anúncios de campanha comunitária.
- 2) Questionário diagnóstico de leitura.
- 3) Socialização das respostas.

PROFESSOR, nesta etapa, você conseguirá identificar quais conhecimentos os alunos possuem sobre o gênero anúncio de campanha comunitária. Por isso, sugerimos uma atividade diagnóstica (**Dispositivo A**). Durante a aplicação e, principalmente, correção, é importante que você enfatize as principais características do gênero, no que se refere ao seu objetivo, plano estilístico e composicional. Isso irá facilitar a primeira produção.

PROFESSOR, o anúncio de campanha é um gênero muito presente no cotidiano dos alunos, no entanto, o contato maior que eles possuem é com os anúncios publicitários comerciais. Sabendo disso, aproveite a atividade para focar bem na diferença de objetivos (o primeiro: promover uma marca ou a venda de um produto, e o segundo: enfatizar questões que merecem atenção de todos da comunidade, bem como realizar um chamamento coletivo para a resolução de demandas que se façam urgente no âmbito desse mesmo grupo.

MÓDULO 4: “MÃOS À OBRA: PLANEJANDO E PRODUZINDO ANÚNCIOS DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”

Objetivos:

Produzir anúncios de campanha comunitária em folha A4.

ATIVIDADES

1) Primeira produção textual individual de um anúncio de campanha comunitária, de forma manual (parte verbal, escrita; parte visual, desenhada), sobre o tema *bullying*.

PROFESSOR, chegou um dos momentos mais importantes da execução do nosso projeto de ensino: a produção inicial. Nesta fase, que é diagnóstica, você pode constatar as principais dificuldades dos alunos em relação à produção do anúncio de campanha comunitária.

PROFESSOR, sugerimos, a seguir, um texto que pode reforçar a motivação para a escrita, que tem como tema “*Bullying*”.

Menina de 11 anos sofre bullying de colegas, no RJ; 'se mata', diz mensagem

Tatiana Campbell
Colaboração para o UOL, no Rio
05/11/2020 11h10



Uma menina de 11 anos sofreu ameaças dos colegas da escola através de mensagens em um grupo de Whatsapp, segundo mostram *prints* feitos pela mãe da garota. As conversas mostram que a vítima era incentivada a se matar. Os alunos

chegaram a criar um grupo chamado de "XX do *Kapiroto*" - o nome da menina será mantido sob sigilo - com o objetivo de cometer bullying contra a criança.

A mãe da menina, que pediu para não ser identificada, disse que as mensagens foram enviadas na semana passada, na sexta-feira (30). Ela afirmou ainda que vai entrar com um processo contra todos os envolvidos.

Não tem como eu aceitar isso. Nem ela, nem outras crianças, merecem passar por isso. Passaram de todos os limites. Teve gente até de outro estado que conseguiu o telefone dela e fez ameaças, é desesperador", afirmou a mãe.

"Pediram para ela se mutilar, se matar. Todas as medidas estão sendo tomadas para que os responsáveis sejam punidos e para que se finalize essa história da melhor forma. Eu vou entrar com um processo contra todos os envolvidos. Minha filha é uma menina tão boa, tão tranquila. Menos mal que quando ela recebeu essas mensagens, eu estava com ela. Imagina se não estou, poderia estar sem minha filha agora", lamentou ela.

A Polícia Civil informou que os agentes da Delegacia da Criança e Adolescente Vítima (DCAV) estão investigando o caso, que foi registrado ontem pela mãe da menina.

Não foi a primeira vez. A mãe da criança disse que menina já sofreu bullying em outros momentos e nenhuma medida foi tomada. "Ela vem sofrendo bullying desde que entrou nesse colégio. Davam apelidos para ela, excluía ela de algumas coisas. Eu ia no colégio, faziam um alerta, mas nunca era resolvido. Eu sempre conversei com a escola, principalmente com a psicóloga que até deu um encaminhamento para ela tratar essas questões de autoestima, mas nunca foi tomada uma posição que punisse os agressores, nem mesmo os pais sofrem qualquer tipo de sanção", relatou a mãe.

"Agora chegou nesse nível de ataque e ameaças e sinceramente eu quero saber o que é ensinado na escola e dentro da casa dessas crianças pra conseguirem agir de forma tão cruel", desabafou ela.

Após o ocorrido, a mãe da menina disse que ela irá começar um tratamento psicológico. "Minha filha é maravilhosa, ela é linda por dentro e por fora. Uma criança boa, carinhosa, empática e com um coração gigante. Nós temos uma troca muito grande, conversamos bastante. Ainda bem que estamos recebendo muita ajuda. Por causa disso tudo, ela vai começar esse tratamento psicológico com uma amiga que se ofereceu para ajudar. Espero que filho de ninguém passe pelo que minha filha está passando, porque dói demais".

O que diz a escola

A mãe da menina garantiu que o colégio foi notificado sobre o caso e pediu com urgência que reuniões fossem marcadas com a direção da unidade. Por meio de nota, o colégio informou que está tomando medidas administrativas e legais e que, diferente do que foi informado pela mãe da vítima, a unidade não havia sido informada anteriormente.

"O Colégio Atenas tomou conhecimento, hoje, através de um post nas redes sociais, da ocorrência de bullying envolvendo uma aluna. Primeiramente, e acima de qualquer coisa, lamentamos muito todo o ocorrido, e dedicamos todo o nosso apoio e solidariedade à aluna, sendo certo de que o Colégio Atenas irá disponibilizar toda sua estrutura para dar o apoio necessário a mesma", disse a instituição, em nota.

"Ressaltamos que o bullying se deu através de um grupo de WhatsApp o qual

o colégio desconhecia por completo, não havendo nenhum funcionário no referido grupo, não tendo sido também o colégio cientificado anteriormente, senão agora pelas redes sociais. Uma vez que agora o fato é de conhecimento do colégio, a partir de amanhã, as medidas administrativas e legais serão tomadas. Reforçamos que o Colégio Atenas não tolera e não apoia qualquer forma de bullying, reforçando sempre junto a seus alunos a educação com base no respeito, empatia, solidariedade e amor ao próximo", acrescenta o comunicado.

Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/11/05/menina-de-11-anos-sofre-bullying-na-escola-no-rj-se-mata-diz-mensagem.htm>. Acesso em: 17 jun. 2022.

PROFESSOR, os recursos visuais são elementos-chave para o gênero anúncio de campanha comunitária. Assim, antes do momento da produção, é importante que você, além de apresentar imagens e o texto visual como motivação, peça para os alunos pensarem bem nos desenhos, nas cores, no tipo e no tamanho de letra que irão utilizar. Isso porque impactam o leitor e o quanto se sentirá sensibilizado com a causa apresentada e, ainda, o desejo ou não de se engajar.

MÓDULO 5: “PUBLICIDADE COMERCIAL E PUBLICIDADE SOCIAL: CONHECENDO A SÓCIO-HISTÓRIA”.

Objetivos:

- ❖ Conhecer a sócio-história da publicidade;
- ❖ Perceber a diferença entre publicidade social e comercial, bem como os tipos de anúncios

ATIVIDADES

1) Realização de dinâmica (**Rotação por Estações**). No desenvolvimento dessa atividade, os alunos comparam e diferenciam anúncios comerciais e sociais (de campanha comunitária).

2) Apresentação de slides sobre publicidade comercial, publicidade social e diferentes tipos de anúncios (comercial e social institucional e de campanha comunitária).

PROFESSOR, no site <https://www.youtube.com/watch?v=jO4CwYh3ldU>, você pode saber mais sobre a metodologia ativa de Rotação por Estações.

PROFESSOR, na dinâmica “Rotação por Estações”, é previsto que os estudantes tenham acesso a um mesmo conteúdo de várias formas (por meio de vídeos, áudios, leitura do texto impresso, joguinhos etc.), considerando que cada aluno tem formas singulares de aprender. Na atividade que propomos, fazemos uma adaptação, utilizando apenas textos impressos em todas as estações.

PROFESSOR, sugerimos, a seguir, a atividade impressa a ser utilizada na dinâmica e, ainda, os textos que você pode exibir em *slides*, após a realização da dinâmica “Rotação por Estações” e a organização da atividade para esse momento.

Anúncio para a Estação 1



- Que tipo de anúncio é apresentado na imagem (anúncio comercial, anúncio institucional social ou anúncio de campanha comunitária)? Responda e justifique.

Anúncio para a estação 2



- Que tipo de anúncio é apresentado na imagem (anúncio comercial, anúncio institucional social ou anúncio de campanha comunitária)? Responda e justifique.

Anúncio para a estação 3



- Que tipo de anúncio é apresentado na imagem (anúncio comercial, anúncio institucional social ou anúncio de campanha comunitária)? Responda e justifique.

TEXTOS PARA EXIBIR EM SLIDES

Publicidade comercial

A publicidade é definida no dicionário como aquilo que é público. É comum encontrarmos o seguinte significado para essa palavra: atividade comercial. Essa última definição não acontece por acaso. Durante muito tempo a publicidade, esteve relacionada ao comércio, ao seu desenvolvimento.

Em um estudo histórico realizado sobre a atividade publicitária, o autor Mário César Oliveira (2019) relata que, na pré-história, a forma de divulgar produtos e serviços era rudimentar. Nesse período, por exemplo, as pessoas expunham peles de animais na entrada dos estabelecimentos, com o objetivo de mostrar para as demais que passavam na rua que ali era vendido aquele produto.

O autor Mário César Oliveira (2019) conta, ainda, na sua obra sobre a história da publicidade, que, na Grécia Antiga, a divulgação dos produtos era feita de forma oral, conforme ainda acontece na atualidade, nas feiras livres e por locutores, em carros de som. Na Grécia Antiga, de acordo com o apresentado na obra do autor, já se buscavam pessoas com habilidades para falar em público, para conseguir persuadir o público a se interessar pelo produto anunciado.

Com o passar dos anos, as formas de fazer e divulgar os anúncios publicitários

vêm se modificando. Oliveira cita, como exemplo dessa evolução, o surgimento da tipografia, em 1600, fato que possibilitou que os anúncios fossem reproduzidos em grande quantidade. A partir desse período, também alguns elementos foram incorporados a essas peças publicitárias, como as cores e, posteriormente, as ilustrações. A linguagem dos anúncios também passou a ser mais sugestiva e criativa, não apenas informativa, como antes.

Conforme está apresentado na página virtual Spiegato, a publicidade comercial

é um material promocional preparado e colocado com a finalidade de gerar receita de vendas. O principal objetivo dessa publicidade é informar e incentivar potenciais consumidores a comprar produtos ou serviços. As principais formas de publicidade comercial incluem a que é feita na televisão e no rádio, em jornais e revistas e a on-line também.



O anúncio publicitário acima tem o objetivo de divulgar uma marca, um produto, com o objetivo de persuadir o receptor a comprá-lo. Dentre essas estratégias, podem-se destacar: as cores, a imagem, que apresenta um suco artificial, mas com sabor natural, da fruta. Na peça publicitária, ainda é possível notar a orientação, o convite ao consumidor para se deliciar com o refresco, expresso pelo verbo “prove”.

Publicidade Social

A publicidade, que, desde os seus princípios, foi mais voltada para a atividade comercial, passa, sobretudo, a partir da década de 1990, segundo a autora Sara Balonas (2011), a abordar questões sociais. A partir desse período, passou-se a ter uma preocupação maior em se criar peças publicitárias, com o objetivo de conscientizar os cidadãos a adotar atitudes de responsabilidade social, que garantam o seu bem-estar e, também, o do próximo.

Muitas são as instituições que, além de divulgarem sua marca e seus produtos, se voltam para causas sociais, como a fome, a preservação ambiental, o incentivo à leitura, a responsabilidade no trânsito, dentre outros temas importantes para toda a sociedade.



Disponível em: <http://comunicaquemuda.com.br/itau-incentiva-corrente-de-leitura-para-criancas/>.
Acesso em: 20 mar. 2022.

Como podemos observar, no anúncio, temos uma instituição privada, o Banco Itaú, que lança uma publicidade voltada para questões sociais: a de incentivo à leitura infantil. Essa publicação mostra que, além de se preocupar com os lucros, o retorno financeiro, também há um cuidado com o bem comum, com o futuro das crianças, que pode ser transformado através da leitura.

Foi afirmado, nos parágrafos anteriores, que a publicidade, com o passar dos anos, passou a representar mais os desejos dos cidadãos. Assim, os representantes das empresas começaram a compreender que os cidadãos, além de buscarem estabelecimentos e marcas de confiança para adquirirem, precisariam perceber que esses também têm responsabilidade social e comprometimento com uma sociedade pacífica, sustentável e feliz.

Anúncio de campanha comunitária

Assim como existem os anúncios publicitários feitos para promover uma marca ou um produto e os que divulgam uma marca junto a uma questão social, temos, ainda, uma publicidade voltada apenas para questões sociais. Essas não possuem interesse lucrativo, mas estão focadas em promover o bem comum, como é o caso dos anúncios de campanhas comunitárias



Disponível em: <http://www.acadef.com.br>. Acesso em: 20 mar. 2022.

Essa peça publicitária foi publicada pela Associação Canoense de Deficiente (ACADEF), uma organização sem fins lucrativos que desenvolve ações voltadas para o desenvolvimento das potencialidades, acolhimento das minorias, sobretudo da pessoa com deficiência. Ao que se pode perceber, os anúncios apresentam uma estrutura semelhante: Título, imagem centralizada, slogan, da instituição. É comum, ainda, o apelo ao destinatário. Contudo, se diferem quanto ao seu objetivo. Enquanto o comercial está voltado para a venda, o institucional social está voltado para o fortalecimento de uma marca e, também, para os interesses do cidadão. Já o de campanha comunitária está voltado para o bem dos sujeitos que compõem uma comunidade.

Nos anúncios sociais, temos temas de interesse das diferentes comunidades. Assim, por meio da divulgação, busca-se resolver um problema ou chamar a atenção do público, sensibilizar por meio do apelo, convidar a todos a contribuir, para que um problema seja resolvido.

MÓDULO 6: “ANALISANDO O PLANO TEXTUAL GLOBAL DO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”

Objetivo:

- ❖ Conhecer o plano geral global do anúncio de campanha comunitária.

ATIVIDADES

- 1) Caça-palavras para identificação dos elementos do plano textual global do gênero.
- 2) Realização de dinâmica “Montando um anúncio de campanha comunitária.

PROFESSOR, se considerar pertinente, você pode, durante ou após a correção da atividade 1, fazer anotações na lousa das características do anúncio de campanha comunitária. Esses registros facilitarão a fixação das do plano textual global por parte dos alunos.

Relembrando o plano textual do anúncio de campanha comunitária...

- Título
- Texto verbal associado ao visual
- Logotipo da instituição proponente da campanha

PROFESSOR, é importante que, no desenvolvimento da atividade 2, você explore com muito detalhamento, cada uma das semioses presentes no anúncio de campanha, uma vez que ajudam a conferir sentido a esse gênero e corroboram para a persuasão, que é o objetivo do gênero.

PROFESSOR, para o desenvolvimento da atividade 2, sugerimos que amplie os anúncios e depois recorte cada um dos elementos que compõem a estrutura. Na realização da atividade, orientamos que leve cartolinas ou papel cartão e fitas adesivas para os alunos realizarem a montagem.

PROFESSOR, sugerimos, ainda, que, ao finalizar a atividade de montagem dos cartazes, você os deixe expostos na sala. Isso ajudará os alunos a melhor fixarem a estrutura global do gênero.

A seguir, sugerimos alguns anúncios a serem trabalhados:



Disponível em: <http://blogfurb.blogspot.com/2013/06/campanha-contra-desperdicio-na-furb.html>. Acesso em 15 maio 2022.



Disponível em: <https://tefenews.com.br/amazonas/campanha-contra-a-erotizacao-de-criancas-ganha-adesao-imediata-das-redes-sociais.html>. Acesso em: 15 maio 2022.



Disponível em: <https://ddez.com.br/2014/11/07/condeuba-campanha-vacinacao-contra-sarampo-paralisia-infantil-comeca-dia-08-novembro/>. Acesso em: 15 maio 2022.

MÓDULO 7: “QUAL O TÍTULO DOS ANÚNCIOS? IDENTIFICANDO E SUGERINDO TÍTULOS PARA OS ANÚNCIOS”

Objetivos:

- ❖ Identificar e elaborar títulos para os anúncios de campanha comunitária

ATIVIDADES

- 1) Apresentação de anúncios em *slides* para discussão oral dos títulos desses.
- 2) Dinâmica “Qual é o título?” (Os anúncios sem títulos serão exibidos em slides. Serão exibidos ainda opções de títulos verdadeiros e falsos para que os alunos identifiquem os verdadeiros).
- 3) Solicitação para os alunos sugerirem outros títulos para os anúncios.

PROFESSOR, antes da realização da dinâmica “Qual é o título?”, sugerimos que, inicialmente, apresente, em cartolinas ou *slides*, imagens de anúncios e chame a atenção dos alunos para os títulos. Isso para eles perceberem o quanto esse elemento verbal é importante para o impacto e a persuasão do interlocutor.

PROFESSOR, para a realização da dinâmica sugerimos que apresente, em cartolinas, 3 anúncios de campanha sem títulos, e disponha alguns títulos em tiras de papel. Por fim, peça que selecionem os títulos que melhor se adequem aos anúncios.

PROFESSOR, busque trabalhar com distratores: crie títulos relacionados ao tema, mas que não correspondam ao apresentado pelo texto visual. Peça aos alunos para sugerirem títulos para os anúncios apresentados.

Anúncios com títulos





Disponível em: <https://www.sotrima.com.br/noticias-locais/campanha-do-agasalho-2>.
Acesso em: 15 maio 2022.

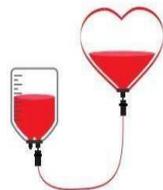


Disponível em: https://twitter.com/ciop_pa/status/953631040333115393.
Acesso em: 15 maio 2022.



Disponível em: <https://www.sotrima.com.br/noticias-locais/campanha-do-agasalho-2>.
Acesso em: 15 maio 2022.

Anúncios sem títulos para atividade



Doação de sangue: o ato que vem do coração.



Disponível em: <https://www.osaogoncalo.com.br/geral/15675/sao-goncalo-abraca-campanha-de-doacao-de-sangue>. Acesso em: 15 maio 2022.



Disponível em: <https://www.sotrima.com.br/noticias-locais/campanha-do-agasalho-2>. Acesso em 15 maio 2022.

Sugestões de títulos falsos

A DOAÇÃO DE SANGUE É MUITO IMPORTANTE!

FAÇA BONITO: DOE SANGUE.

A DOAÇÃO DE SANGUE É UM GESTO MUITO NOBRE.

TROQUE UM COPO DESCARTÁVEL POR UMA CANECA REUTILIZÁVEL.

PRESERVE O MEIO AMBIENTE.

COPO DESCARTÁVEL É BOM, MAS A CANECA É MELHOR!

DOE AGASALHOS.

AJUDE AO PRÓXIMO: FAÇA A DOAÇÃO DE AGASALHOS!

SEJA UM DOADOR DE AGASALHOS.

MÓDULO 8:
“ORDEM, ORIENTAÇÃO, PEDIDO OU SÚPLICA?
O MODO IMPERATIVO NO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA.”

Objetivos:

- ❖ Comparar o propósito e a funcionalidade da sequência injuntiva em diferentes gêneros, incluindo o anúncio de campanha comunitária.

ATIVIDADES

- 1) Leitura de textos verbais e visuais que apresentam o modo imperativo: receita culinária, bula de remédio, manual de instruções, placas de trânsito);
- 2) Identificação de verbos no modo imperativo;
- 3) Discussão sobre a intenção comunicativa expressada no uso desses verbos

PROFESSOR, sugerimos que as placas de trânsito utilizadas para o desenvolvimento da atividade (**Dispositivo C**) contenham apenas imagens, por ser uma excelente oportunidade para os alunos treinarem a leitura de textos não verbais. Além disso, poderão inferir a orientação dada em cada uma das placas e, ainda, qual verbo no modo imperativo está presente na situação.

MÓDULO 9: “CRIANDO A PARTE VISUAL DOS ANÚNCIOS”

Objetivo:

- ❖ Desenhar a parte visual dos anúncios.

ATIVIDADES

- 1) Apresentação de imagens em panfletos de vários anúncios e realização de abordagem sobre o impacto, sensação impressão causada por cada uma dessas imagens.
- 2) Apresentação de tema e títulos de anúncios e orientação para a elaboração da parte visual (desenho).

PROFESSOR, procure enfatizar a importância da imagem para a impressão que será gerada pelo anúncio.

A seguir, sugerimos alguns temas e títulos que podem ser utilizados na atividade

Tema: Preservação ambiental
Título: Plante uma árvore: nosso futuro agradece.

Tema: Uso racional da água
Título: Água é vida. Não a desperdice.

MÓDULO 10:
**“COMPREENDENDO O SIGNIFICADO DAS CORES UTILIZADAS NO ANÚNCIO
DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”**

Objetivos

- ❖ Revisar e refazer textos utilizando uma grade de controle do gênero.

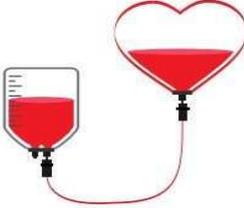
ATIVIDADES

- 1) Apresentação de anúncios de campanha comunitária em panfletos (Anúncios Consumo consciente e doação de sangue).
- 2) Solicitação para os alunos observarem bem cada anúncio, todos os elementos que os compõem.
- 3) Realização de questionamentos orais aos alunos sobre a utilização de cada cor no anúncio.
- 4) Ouvir respostas.
- 5) Apresentação de panfletos com significados de algumas cores utilizadas na publicidade.
- 6) Realização de questionamentos aos alunos sobre a qual tema associariam cada uma daquelas cores. Ao apresentar cada cor (verde, azul, vermelho, cinza e violeta etc.).
- 7) Ouvir respostas.

PROFESSOR, é muito importante que, ao abordar cada anúncio, você dê atenção especial à concordância existente entre o uso de cada cor, o tema e o título abordados.

PROFESSOR, na etapa de ensino que seus alunos se encontram, é provável que eles já tenham visto muitos anúncios de campanha comunitária (afixados em prédios públicos e, também, nos livros didáticos). Assim, é importante que, no momento das discussões, você permita que eles recorram a essas memórias, que busquem responder aos questionamentos sobre a relação das cores com cada tema dos anúncios. Instigue. Abra espaço para as discussões.

Sugestões de anúncios a serem utilizados na atividade



**DOE SANGUE.
DOE VIDA.**

Doação de sangue: o ato que vem do coração.



**Campanha
Consumo
Consciente:
Uso de sacolas
retornáveis**



**Faça sua
parte!**

**Sacola resistente.
Ato inteligente**

SEMA
SECRETARIA DE ESTADO
DO MEIO AMBIENTE



CONHEÇA O SIGNIFICADO DAS CORES E SUA UTILIZAÇÃO NA PUBLICIDADE

A cor vermelha simboliza paixão, determinação, perigo, agressividade. Em alguns contextos, simboliza vida.

O amarelo significa otimismo, amizade, juventude. Esta cor é usada para despertar atenção.

A cor verde facilita a concentração, pois não é cansativa aos olhos. Significa energia, crescimento. É muito associada à natureza, pois transmite pureza e leveza.

O azul é uma cor que acalma as pessoas. Esta cor dá a sensação de harmonia, aconchego, lealdade, confiança, fé. Em alguns contextos, pode vir relacionados a sonhos, ao bem e, também, à água.

Violeta é a cor da energia e dominação. Esta cor é pouco usada na publicidade, para evitar ser relacionada à arrogância e esnobismo.

A cor cinza é uma cor neutra, lembra dias nublados, depressão, passado, antigo.

Fonte: <https://www.padhapanfletagem.com.br/informe-se/conheca-o-significado-das-cores-e-sua-utilizacao-na-publicidade>, com adaptações pela professora pesquisadora.

MÓDULO 11:
“REVISANDO E MELHORANDO OS TEXTOS”

Objetivo:

- ❖ Revisar e refazer textos utilizando uma grade de controle do gênero.

ATIVIDADES

- 1) Devolução dos anúncios de campanha comunitária para os alunos.
- 2) Revisão coletiva das produções textuais.
- 3) Autoavaliação dos anúncios por meio de ficha de controle do gênero.
- 4) Refacção dos anúncios.

Ficha para autoavaliação

- O anúncio possui um título? Sim () Não ()
- As letras do título do anúncio estão em tamanho maior que do corpo do texto?
Sim () Não ()
- O tema do anúncio é de relevância para a comunidade onde você vive?
Sim () Não ()
- O texto visual complementa o verbal na construção de sentido do texto?
Sim () Não ()
- No seu anúncio, aparece o logotipo da instituição proponente da campanha?
Sim () Não ()
- O modo verbal imperativo está presente no seu texto, com o objetivo de fazer um apelo, súplica, dar um conselho ou orientação?
Sim () Não ()

PROFESSOR, esta etapa da SDG é muito importante no projeto de ensino do gênero, pois, após o desenvolvimento das atividades voltadas para o plano global do gênero, das semioses que o compõe etc., espera-se que o aluno consiga, através da autoavaliação, perceber o que precisa ser modificado e melhorado no texto.

PROFESSOR, sugerimos que escolha as três melhores produções feitas pelos alunos, assim como as que precisam de correções. Projete essas produções para toda a turma e faça as análises dos anúncios junto a eles.

MÓDULO 12:

“CONHECENDO O CANVA: UMA FERRAMENTA PARA A PRODUÇÃO DO ANÚNCIO DE CAMPANHA COMUNITÁRIA”

Objetivo:

- ❖ Elaborar anúncio de campanha comunitária, utilizando o aplicativo Canva

ATIVIDADES

- 1) Formação sobre aplicativo Canva com um profissional da área de Informática.
- 2) Retextualização do gênero anúncio de campanha comunitária (versão analógica para a digital), utilizando o aplicativo Canva.

PROFESSOR, caso na escola onde você leciona a internet não tenha grande alcance, ou não seja potente o suficiente para suportar vários aparelhos conectados ao mesmo tempo, sugerimos que busque parceria com instituições locais onde tenham laboratórios de informática. Assim, você pode desenvolver a atividade de forma eficaz.

PROFESSOR, sugerimos, ainda, que caso leve aos alunos a um laboratório de informática, peça ajuda a alguns colegas da escola, a fim de que não haja dispersão quando a atividade estiver sendo realizada.

Para saber mais....

O que é o Canva Design Online?

O Canva Design é uma das ferramentas de criação de peças gráficas para diversas mídias. Com o Canva você pode criar artes para redes sociais (Instagram, Youtube, Facebook, entre outras), panfletos, cartazes, currículos, capas de livro, mural de fotos, infográficos, convites, cartão de visitas, entre muitos outros.

A ideia é que qualquer um possa criar as suas próprias peças sem precisar de conhecimentos rebuscados em Design. Para isso, para que você possa usar de forma mais simples, existem milhares de *templates* que você pode usar como base para a sua criação.

Disponível em: <https://chiefofdesign.com.br/canva-online/>

MÓDULO 13: “FINALIZANDO O PROJETO”

Objetivo:

- ❖ Divulgar a campanha nos murais da escola e de outros prédios públicos e, ainda, na página que a escola possui no Instagram.

ATIVIDADES

- 1) Divulgação dos anúncios de campanha comunitária produzidos pelos alunos em murais da escola, prédios públicos e por meio da página do Instagram que a escola possui

DISPOSITIVO DIDÁTICO A: Atividade diagnóstica (Módulo 3)

Leia o anúncio abaixo para responder a questões que seguem:



Disponível em: <http://alrocha-antenacultural.blogspot.com/2012/11/campanha-de-mobilizacao-contra-dengue.html>. Acesso em 15 maio 2022.

1- Na sua opinião, o anúncio acima foi escrito com qual objetivo?

Conscientizar as pessoas da importância de combater à dengue.

2- Quais as características apresentadas no texto acima que nos permitem classificá-lo como anúncio de campanha comunitária?

O anúncio possui um título, uma imagem centralizada, verbos no imperativo que indicam uma orientação para uma determinada ação, possui um *logotipo* da instituição proponente da campanha, o texto visual complementa o verbal, apresenta um tema de relevância social e de interesse da maioria das comunidades.

3- Volte a observar o texto e responda:

a- Qual a(s) instituição(ões) proponente(s) da campanha?

Secretarias Estaduais e Municipais de Educação, Ministério da Saúde, Sistema Único de Saúde e Governo Federal.

b- Qual o tema da campanha apresentado no anúncio?

Combate à Dengue.

c- Você considera o tema da campanha importante? Por quê?

Resposta pessoal.

4- De que forma as pessoas podem participar dessa campanha?

Embora o anúncio não apresente de forma clara, a principal medida de combate à Dengue é evitar a água parada.

5- Os principais elementos que compõe um anúncio de campanha comunitária são: título, imagem, que geralmente aparece centralizada e logotipo da instituição proponente.

- Faça uma seta para apontar, no texto, cada um dos itens elencados acima.

Título: O combate não pode parar.

Logotipo: Secretarias Estaduais e Municipais de Educação, Ministério da Saúde, Sistema Único de Saúde e Governo Federal.

6- Observe as cores do anúncio e responda:

- De que forma essas cores estão relacionadas com o tema da campanha?

As cores mais presentes no anúncio são vermelho e amarelo. Se associado aos semáforos presentes no trânsito, são cores que indicam alerta e perigo, a necessidade de que algo seja parado, cessado.

Outra possibilidade seria para indicar que, após a picada do mosquito da dengue, a contaminação ocorre na corrente sanguínea, além dos riscos que as pessoas contaminadas possuem de adquirirem dengue hemorrágica.

7- Agora observe a imagem e relacione-a com o enunciado verbal: “Brasil Unido Contra a Dengue!”.

A imagem associada ao enunciado verbal indica que todas as pessoas que compõe a sociedade, à comunidade estão convidadas a adotar medidas de combate à Dengue.

8- Conforme observamos no texto o enunciado verbal “Dengue mata” aparece destacado no texto. Na sua opinião, por que isso acontece?

Para chamar a atenção dos destinatários de que a contaminação pela picada do mosquito da dengue pode levar alguém a óbito. Por isso, os cuidados na prevenção se fazem necessários.

9- “**Junte** sua família e os seus vizinhos na luta contra a dengue”.

- A qual modo pertence a forma verbal destacada?

Ao modo imperativo

10- Em quais ambientes anúncios como o apresentado acima circula?

Em locais públicos, principalmente nos que concentram grande circulação de pessoas: murais de prédios públicos e ainda instituições não-governamentais.

11- O anúncio de campanha comunitária¹ é um gênero da publicidade. Sabendo disso, quem provavelmente produziu o anúncio de campanha comunitária analisado?

Provavelmente, foi um publicitário que produziu o anúncio, seguindo algumas orientações da instituição proponente da campanha, bem como a aprovação dessa.

¹ Professor, é importante comentar, com os alunos, que nem sempre um anúncio de campanha comunitária será produzido por um profissional publicitário. Em algumas situações, um representante da instituição proponente da campanha assume o papel desse profissional para produzir o gênero, assim como eles (os alunos) farão, nas atividades de produção textual.

DISPOSITIVO DIDÁTICO B

(Caça-palavras – Módulo 06)

A	A	R	R	M	H	V	T	I	F	E	D
E	D	I	E	E	Y	T	L	W	W	N	E
I	E	M	M	P	I	Í	E	G	T	E	H
W	L	A	P	T	P	T	S	T	O	S	I
N	F	G	U	U	D	U	P	A	I	O	E
O	S	E	A	H	D	L	E	A	W	C	N
E	S	M	E	T	I	O	O	E	I	D	D
N	N	W	D	L	G	L	A	L	E	C	S
A	S	U	E	I	S	N	N	O	O	I	R
L	L	O	G	O	T	I	P	O	A	O	O
D	R	D	N	D	O	U	A	L	E	C	C
L	E	C	E	I	L	E	N	S	L	T	O

CIRCULAR PALAVRAS: TÍTULO, IMAGEM E LOGOTIPO

DISPOSITIVO DIDÁTICO C

(Atividade de identificação dos verbos no imperativo – Módulo 08)

Leia cada um dos textos a seguir, identifique e escreva os verbos no modo imperativo presentes em cada um deles.

a-

Arroz ao Forno com Calabresa

INGREDIENTES

- 2 xícaras (chá) de arroz cru
- 2 colheres (sopa) de óleo
- 1 dente de alho amassado
- 1 cebola pequena em cubos
- 250g de lingüiça calabresa em rodelas
- 100g de cenoura em cubos
- 100g de vagem picada
- ½ pimentão vermelho em cubos
- Sal a gosto
- 2 ½ xícaras (chá) de água quente

PREPARO

Numa fôrma coloque o arroz, o óleo, o alho, a cebola, a lingüiça, a cenoura, a vagem, o pimentão e mexa bem. Acrescentar o sal e a água e despeje na fôrma. Cubra com papel alumínio e leve ao forno preaquecido (250°) por 40 minutos ou até que o arroz esteja cozido.



55 minutos | 386 kcal por porção | 11 porções | Fácil

Disponível em: <http://receitas61.blogspot.com/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Coloque, mexa, despeje, cubra, leve.

b-

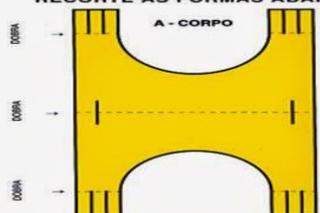
Material necessário:

- cartolina amarela
- cola plástica
- lápis de cor ou hidrocor
- tesoura sem ponta

Como fazer o gatinho

RECORTE AS FORMAS ABAIXO

A - CORPO



B - RABO



C - PESCOÇO

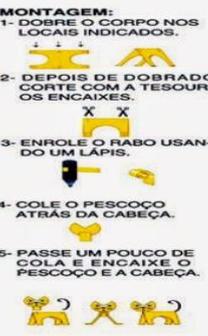


D - CABEÇA



MONTAGEM:

- 1- DOBRE O CORPO NOS LOCAIS INDICADOS.
- 2- DEPOIS DE DOBRADO CORTE COM A TESOURA OS ENCAIXES.
- 3- ENROLE O RABO USANDO UM LÁPIS.
- 4- COLE O PESCOÇO ATRÁS DA CABEÇA.
- 5- PASSE UM POUQUO DE COLA E ENCAIXE O PESCOÇO E A CABEÇA.



(VALE, Mário Ricardo do. *Picolé, o menino de papel*. Belo Horizonte: RHJ, 1993. 16 p.)

(VALE, Mário Ricardo do. **Picolé, o menino de papel**. Belo Horizonte: RHJ, 1993).

Dobre, enrole, cole, passe.

C-

PASSO A PASSO DA LAVAGEM DE MÃOS.

Se você for utilizar água e sabão, a lavagem deve durar aproximadamente **1 minuto**.
Se você for utilizar o álcool gel, a lavagem deve durar aproximadamente **20 segundos**.

- Utilize **água e sabão** ou **álcool gel a 70%**;
- Primeiro, esfregue as **palmas das mãos**;
- Posteriormente, o **dorso das mãos**;
- Articulações**;
- Polegares**;
- Pontas dos dedos**;
- Punhos**;
- Enxague as mãos**;
- E seque**.

Não esqueça de higienizar entre os dedos e o dorso das mãos!

Disponível em: <https://images.app.goo.gl/9Lkext8ld2mmrL9N7>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Utilize, esfregue, enxague e seque.

2- Agora, observe os textos não verbais a seguir e escreva a mensagem expressa em cada um deles:

Dica: em todas, você utilizará verbos no modo imperativo

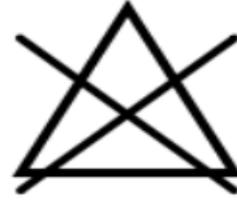
a-



Disponível em: <https://pt.dreamstime.com/ilustra%C3%A7%C3%A3o-stock-n%C3%A3o-pise-na-grama-image43266188>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Não pise na grama.

b-

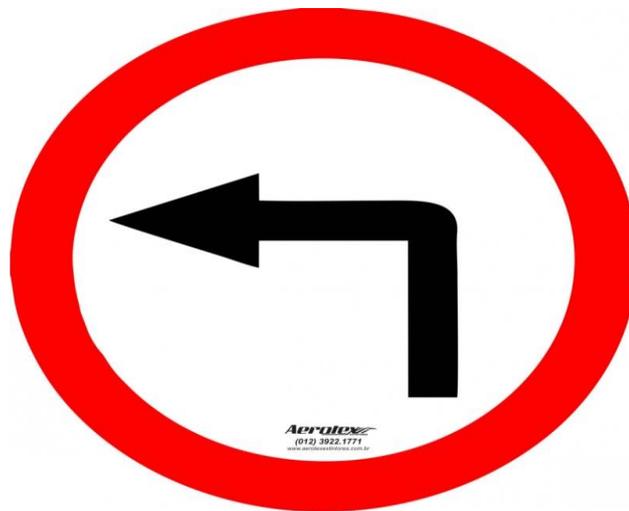


Disponível em: <http://casalcroche.com.br/instrucoes-de-lavagem>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Lave à mão

Não use alvejante

c-



Disponível em: <https://www.aerotextintores.com.br/2-inicio/4-produtos/497-sinalizacao>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Vire à esquerda.

2- Agora, observe o anúncio de campanha comunitária, destaque o verbo no imperativo e escreva com que propósito ele foi utilizado no texto.

Disponível em: <https://images.app.goo.gl/Fdsq64XbVZzzhkrTA>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Verbo no modo imperativo: Seja
Propósito do uso: chamamento para adoção de uma ação.



SEQUÊNCIA DIDÁTICA DO GÊNERO

Anúncio de campanha comunitária

CADERNO DO ALUNO



DISPOSITIVO DIDÁTICO A

(Atividade de sondagem – Módulo 03)



Disponível em: <http://alrocha-antenacultural.blogspot.com/2012/11/campanha-de-mobilizacao-contradengue.html>. Acesso em 15 maio 2022.

Atividade diagnóstica

1- Na sua opinião, o anúncio acima foi escrito com qual objetivo?

2- Quais as características apresentadas no texto nos permitem perceber que ele se classifica como anúncio de campanha comunitária?

3- Volte a observar o texto e responda:

a- Qual a instituição proponente da campanha?

b- Com qual objetivo o anúncio foi criado?

c- Qual o tema da campanha apresentado no anúncio?

d- Você considera o tema da campanha importante? Por quê?

4- De que forma as pessoas podem participar dessa campanha?

5- Os principais elementos que compõe um anúncio de campanha comunitária são: título, imagem, que geralmente aparece centralizada e slogan da instituição proponente.

- Faça uma seta para apontar, no texto, cada um dos itens elencados.

6- Observe as cores do anúncio e responda:

- De que forma essas cores estão relacionadas com o tema da campanha?

7- Agora, observe a imagem e relacione-a com o enunciado verbal: “Brasil Unido Contra a Dengue!”.

8- Conforme observamos no texto o enunciado verbal “Dengue mata” aparece destacado no texto. Na sua opinião, por que isso acontece?

9- “**Junte** sua família e os seus vizinhos na luta contra a dengue”.

- A qual modo pertence a forma verbal destacada?

10- Em quais ambientes anúncios, como o apresentado, circulam?

11- O anúncio de campanha comunitária é um gênero da publicidade. Sabendo disso, quem provavelmente produziu o anúncio de campanha comunitária analisado?

DISPOSITIVO DIDÁTICO B

Caro aluno, chegou a hora de mostrar o que de fato já sabe sobre o anúncio de campanha comunitária, então, mãos à obra.

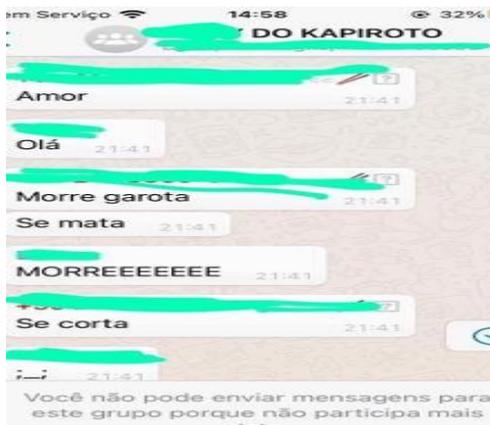
Antes de começar a produzir, leia com muita atenção o texto a seguir, que trata sobre um tema de muita importância, sobre o qual debatemos nas aulas anteriores.

Menina de 11 anos sofre bullying de colegas, no RJ; 'se mata', diz mensagem

Tatiana Campbell

Colaboração para o UOL, no Rio

05/11/2020 11h10



Uma menina de 11 anos sofreu ameaças dos colegas da escola através de mensagens em um grupo de *Whatsapp*, segundo mostram prints feitos pela mãe da garota. As conversas mostram que a vítima era incentivada a se matar. Os alunos chegaram a criar um grupo chamado de "XX do Kapiroto" - o nome da menina será mantido sob sigilo - com o objetivo de cometer *bullying* contra a criança.

A mãe da menina, que pediu para não ser identificada, disse que as mensagens foram enviadas na semana passada, na sexta-feira (30). Ela afirmou ainda que vai entrar com um processo contra todos os envolvidos.

Não tem como eu aceitar isso. Nem ela, nem outras crianças, merecem passar por isso. Passaram de todos os limites. Teve gente até de outro estado que conseguiu o telefone dela e fez ameaças, é desesperador", afirmou a mãe.

"Pediram para ela se mutilar, se matar. Todas as medidas estão sendo tomadas para que os responsáveis sejam punidos e para que se finalize essa história da melhor forma. Eu vou entrar com um processo contra todos os envolvidos. Minha filha é uma menina tão boa, tão tranquila. Menos mal que quando ela recebeu essas mensagens, eu estava com ela. Imagina se não estou, poderia estar sem minha filha agora",

lamentou ela.

A Polícia Civil informou que os agentes da Delegacia da Criança e Adolescente Vítima (DCAV) estão investigando o caso, que foi registrado ontem pela mãe da menina.

Não foi a primeira vez A mãe da criança disse que menina já sofreu *bullying* em outros momentos e nenhuma medida foi tomada. "Ela vem sofrendo *bullying* desde que entrou nesse colégio. Davam apelidos para ela, excluía ela de algumas coisas. Eu ia no colégio, faziam um alerta, mas nunca era resolvido. Eu sempre conversei com a escola, principalmente com a psicóloga que até deu um encaminhamento para ela tratar essas questões de auto estima, mas nunca foi tomada uma posição que punisse os agressores, nem mesmo os pais sofrem qualquer tipo de sanção", relatou a mãe.

"Agora chegou nesse nível de ataque e ameaças e sinceramente eu quero saber o que é ensinado na escola e dentro da casa dessas crianças pra conseguirem agir de forma tão cruel", desabafou ela.

Após o ocorrido, a mãe da menina disse que ela irá começar um tratamento psicológico. "Minha filha é maravilhosa, ela é linda por dentro e por fora. Uma criança boa, carinhosa, empática e com um coração gigante. Nós temos uma troca muito grande, conversamos bastante. Ainda bem que estamos recebendo muita ajuda. Por causa disso tudo, ela vai começar esse tratamento psicológico com uma amiga que se ofereceu para ajudar. Espero que filho de ninguém passe pelo que minha filha está passando, porque dói demais".

O que diz a escola

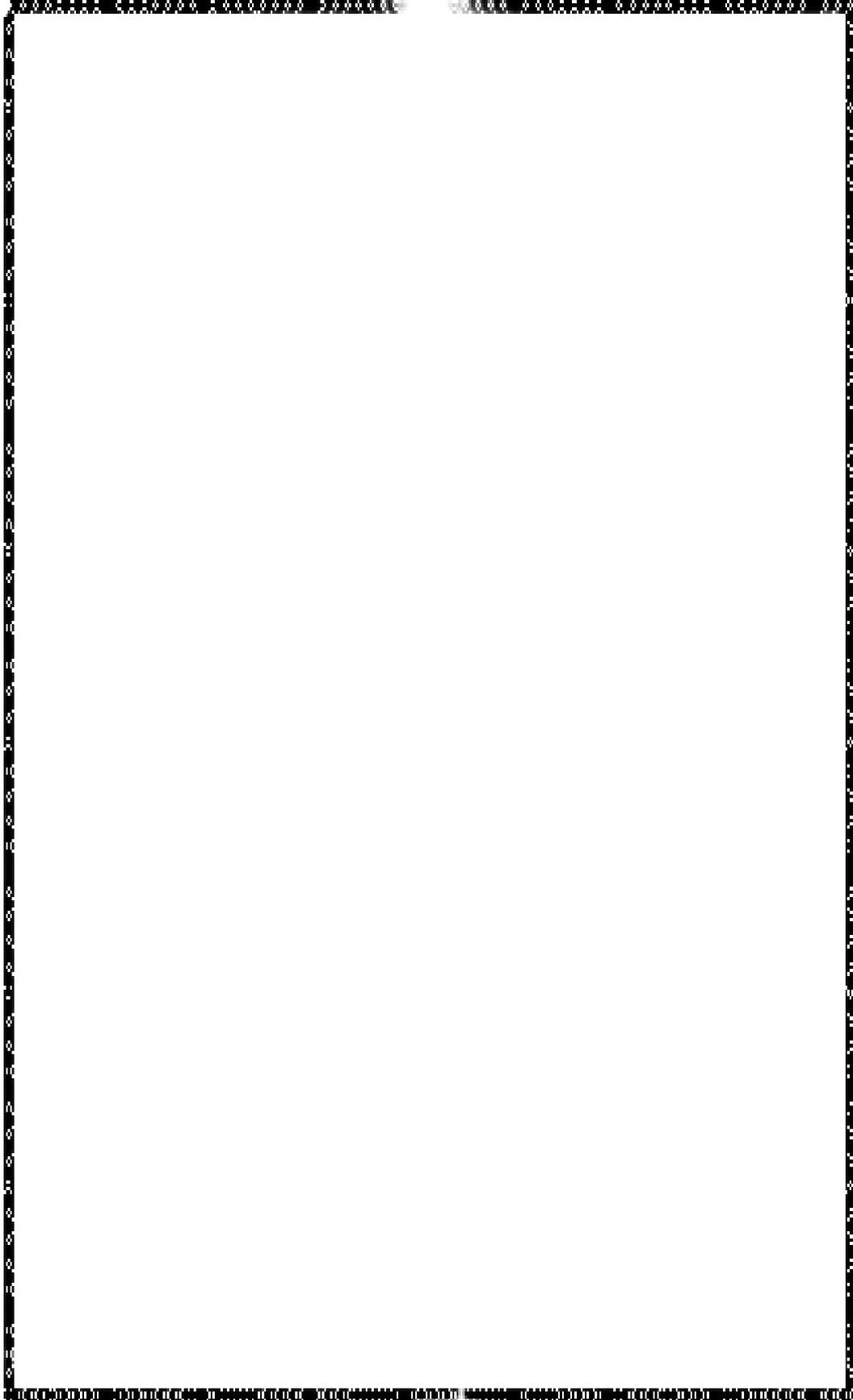
A mãe da menina garantiu que o colégio foi notificado sobre o caso e pediu com urgência que reuniões fossem marcadas com a direção da unidade. Por meio de nota, o colégio informou que está tomando medidas administrativas e legais e que, diferente do que foi informado pela mãe da vítima, a unidade não havia sido informada anteriormente.

"O Colégio Atenas tomou conhecimento, hoje, através de um post nas redes sociais, da ocorrência de *bullying* envolvendo uma aluna. Primeiramente, e acima de qualquer coisa, lamentamos muito todo o ocorrido, e dedicamos todo o nosso apoio e solidariedade à aluna, sendo certo de que o Colégio Atenas irá disponibilizar toda sua estrutura para dar o apoio necessário a mesma", disse a instituição, em nota.

"Ressaltamos que o *bullying* se deu através de um grupo de *WhatsApp* o qual o colégio desconhecia por completo, não havendo nenhum funcionário no referido grupo, não tendo sido também o colégio cientificado anteriormente, senão agora pelas redes sociais. Uma vez que agora o fato é de conhecimento do colégio, a partir de amanhã, as medidas administrativas e legais serão tomadas. Reforçamos que o Colégio Atenas não tolera e não apoia qualquer forma de *bullying*, reforçando sempre junto a seus alunos a educação com base no respeito, empatia, solidariedade e amor ao próximo", acrescenta o comunicado.

Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/11/05/menina-de-11-anos-sofre-bullying-na-escola-no-rj-se-mata-diz-mensagem.htm>. Acesso em 17 de junho de 202

(Primeira Produção anúncio de campanha comunitária – Módulo 04)
Caro aluno, nesta etapa, você irá produzir anúncios de campanha comunitária.
Tente lembrar o que estudou sobre o gênero na atividade diagnóstica.

A large empty rectangular box with a decorative border, intended for the student to produce a community campaign advertisement. The border consists of a repeating pattern of small, stylized floral or geometric motifs. The interior of the box is completely blank, providing space for the student's work.

DISPOSITIVO DIDÁTICO C
(Caça-palavras 5)

Nas atividades anteriores, você conheceu/relembrou os elementos que compõem o plano global textual do anúncio de campanha comunitária. Nesta atividade, você irá identificá-los no caça-palavras a seguir:

A	A	R	R	M	H	V	T	I	F	E	D
E	D	I	E	E	Y	T	L	W	W	N	E
I	E	M	M	P	I	Í	E	G	T	E	H
W	L	A	P	T	P	T	S	T	O	S	I
N	F	G	U	U	D	U	P	A	I	O	E
O	S	E	A	H	D	L	E	A	W	C	N
E	S	M	E	T	I	O	O	E	I	D	D
N	N	W	D	L	G	L	A	L	E	C	S
A	S	U	E	I	S	N	N	O	O	I	R
L	L	O	G	O	T	I	P	O	A	O	O
D	R	D	N	D	O	U	A	L	E	C	C
L	E	C	E	I	L	E	N	S	L	T	O

DISPOSITIVO DIDÁTICO D

(Atividade de identificação dos verbos no imperativo – Módulo 08)

1- Leia cada um dos textos a seguir, identifique e escreva os verbos no modo imperativo presentes em cada um deles.

a-

Arroz ao Forno com Calabresa

INGREDIENTES

- 2 xícaras (chá) de arroz cru
- 2 colheres (sopa) de óleo
- 1 dente de alho amassado
- 1 cebola pequena em cubos
- 250g de lingüiça calabresa em rodela
- 100g de cenoura em cubos
- 100g de vagem picada
- ½ pimentão vermelho em cubos
- Sal a gosto
- 2 ½ xícaras (chá) de água quente

PREPARO

Numa fôrma coloque o arroz, o óleo, o alho, a cebola, a lingüiça, a cenoura, a vagem, o pimentão e mexa bem. Acrescentar o sal e a água e despeje na fôrma. Cubra com papel alumínio e leve ao forno preaquecido (250°) por 40 minutos ou até que o arroz esteja cozido.



55 minutos | 386 kcal por porção | 8 porções | Fácil

Disponível em: <http://receitas61.blogspot.com/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

b-

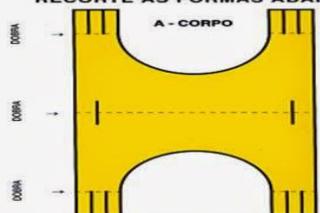
Material necessário:

- cartolina amarela
- cola plástica
- lápis de cor ou hidrocor
- tesoura sem ponta

Como fazer o gatinho

RECORTE AS FORMAS ABAIXO

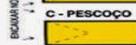
A - CORPO



B - RABO



C - PESCOÇO



D - CABEÇA



MONTAGEM:

- 1- DOBRE O CORPO NOS LOCAIS INDICADOS.
- 2- DEPOIS DE DOBRADO CORTE COM A TESOURA OS ENCAIXES.
- 3- ENROLE O RABO USANDO UM LÁPIS.
- 4- COLE O PESCOÇO ATRÁS DA CABEÇA.
- 5- PASSE UM POUQUO DE COLA E ENCAIXE O PESCOÇO E A CABEÇA.



(VALE, Mário Ricardo do. *Picote, o menino de papel*. Belo Horizonte: RHJ, 1993. 16 p.)

(VALE, Mário Ricardo do. **Picolé, o menino de papel**. Belo Horizonte: RHJ, 1993).

C-

PASSO A PASSO DA LAVAGEM DE MÃOS.

Se você for utilizar água e sabão, a lavagem deve durar aproximadamente **1 minuto**.
Se você for utilizar o álcool gel, a lavagem deve durar aproximadamente **20 segundos**.

- Utilize **água e sabão** ou **álcool gel a 70%**;
- Primeiro, esfregue as **palmas das mãos**;
- Posteriormente, o **dorso das mãos**;
- Articulações**;
- Polegares**;
- Pontas dos dedos**;
- Punhos**;
- Enxague as mãos**;
- E seque**.

Não esqueça de higienizar entre os dedos e o dorso das mãos!

Disponível em: <https://images.app.goo.gl/9Lkext8ld2mmrL9N7>. Acesso em: 20 jun. 2022.

2- Agora, observe os textos não verbais a seguir e escreva a mensagem expressa em cada um:

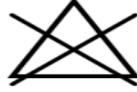
Dica: em todas, você utilizará verbos no modo imperativo

a-



Disponível em : <https://pt.dreamstime.com/ilustra%C3%A7%C3%A3o-stock-n%C3%A3o-pise-na-grama-image43266188>. Acesso em: 20 jun. 2022.

b-



Disponível em: <http://casalcroche.com.br/instrucoes-de-lavagem>. Acesso em: 20 jun. 2022.

c-



Disponível em: <https://www.aerotextintores.com.br/2-inicio/4-produtos/497-sinalizacao>

DISPOSITIVO DIDÁTICO E

(MÓDULO 10)



MOMENTO CHECAGEM!

Após as considerações feitas pelo professor sobre as produções textuais, preencha a ficha autoavaliativa, a seguir, de acordo com as orientações apontadas. Após finalizar o preenchimento da ficha, refaça o seu anúncio de campanha comunitária (primeira produção), buscando contemplar os critérios observados.

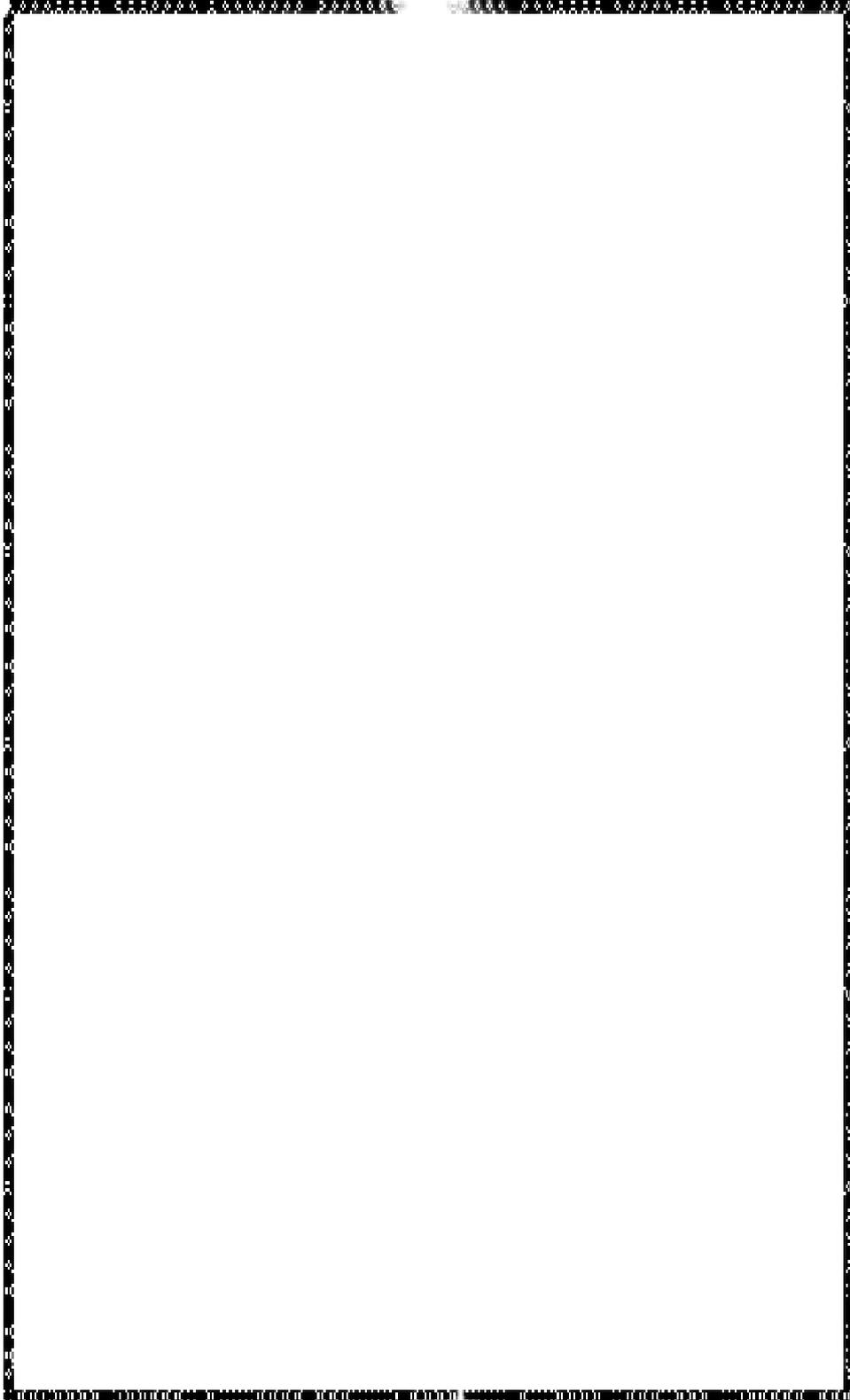
Ficha para autoavaliação

- O anúncio possui um título? Sim () Não ()
- As letras do título do anúncio estão em tamanho maior que do corpo do texto?
Sim () Não ()
- O tema do anúncio é de relevância para a comunidade onde você vive?
Sim () Não ()
- O texto visual complementa o verbal na construção de sentido do texto?
Sim () Não ()
- No seu anúncio, aparece o logotipo da instituição proponente da campanha?
Sim () Não ()
- O modo verbal imperativo está presente no seu texto, com o objetivo de fazer um apelo, súplica, dar um conselho ou orientação?
Sim () Não ()

DISPOSITIVO DIDÁTICO E

(Produção final anúncio de campanha comunitária – Módulo 10)

Caro aluno, chegou a hora de colocar em prática tudo o que aprendeu sobre o anúncio de campanha comunitária. Observe, com atenção, o que faltou na sua primeira produção, para contemplar nesta.



REFERÊNCIAS

- BARROS, E. M. D. A metodologia das sequências didáticas de gêneros sob a perspectiva do conceito interacionista de ZPD. *In*: BRANDILEONE, A. P. F. N.; OLIVEIRA, V. S. **Literatura e Língua Portuguesa na educação básica: ensino e mediações formativas**. Campinas: Pontes, 2020, p. 127-144.
- BRONCKART, J. P. **Atividades de linguagem, texto e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo**. Trad. Anna Rachel Machado, Péricles Cunha. 2. ed. São Paulo: EDU, 2009.
- DOLZ, J.; NOVERRAZ, M.; SCHNEUWLY, B. Sequência Didática para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. *In*: SCHNEUWLY, B.; DOLZ, J. (Orgs.). **Gêneros orais e escritos na escola**. Trad. Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro. 3. ed. São Paulo: Mercado das Letras, 2011, p. 81-108.
- GONÇALVES, A.; NASCIMENTO, E. L. Avaliação formativa: autorregulação e controle da textualização. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 49, n. 1, abr. 2016, p. 241-257.
- OLIVEIRA, M. C. P. Apontamentos sobre a história da publicidade mundial. *In*: HRENECHEN, V. C. A. T. (Org.). **Ciências da comunicação 2**. Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019, p. 1-13.
- O que é publicidade comercial? **Spiegato**. Disponível em: <https://spiegato.com/pt/o-que-e-publicidade-comercial-2>. Acesso em: 05 set. 2022.