

## PLANO DE AULA LÍNGUA PORTUGUESA 8º E 9º ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL

### **Tema: Desenvolvimento de Campanhas Publicitárias para Resolver Problemas da Comunidade Escolar.**

Objetivo da Habilidade da BNCC:

Habilidade (EF89LP11) Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: cartaz, banner, indoor, folheto, panfleto, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas.

*Tempo Estimado da Aula: 5 aulas de 50 minutos cada.*

*Turma: 8º e 9º Ano - Língua Portuguesa Ensino Fundamental.*

#### **PRÁTICAS DE LINGUAGEM:**

- Produção de textos.

#### **OBJETOS DE CONHECIMENTOS:**

- Estratégias de produção: planejamento, textualização, revisão e edição de textos publicitários.

### **Objetivos da Aula:**

- Compreender os elementos essenciais de uma campanha publicitária.
- Produzir, revisar e editar peças publicitárias utilizando diferentes formatos (cartaz, banner, folheto, anúncio de jornal/revista, spot de rádio, propaganda para TV e internet).
- Desenvolver a habilidade de articulação entre diferentes mídias em uma campanha integrada.
- Aplicar estratégias de persuasão e convencimento de forma ética e eficaz, considerando o público-alvo.
- Promover a colaboração e o trabalho em equipe na criação de uma campanha que resolva uma questão significativa para a comunidade escolar.

### **Conteúdo Programático:**

1. Introdução à Publicidade e Propaganda:

- Conceitos básicos.
- Estrutura de uma campanha publicitária.

2. Análise de Exemplos de Campanhas Publicitárias:

- Estudo de casos (campanhas de sucesso e fracasso).

3. Elementos de Persuasão e Convencimento:

- Retórica (logos, ethos, pathos).
- Apelo emocional e racional.

#### 4. Formatos de Peças Publicitárias:

- Cartaz, banner, folheto, anúncio, spot de rádio, propaganda para TV e internet.

#### 5. Produção e Revisão de Campanhas Publicitárias:

- Planejamento.
- Definição de público-alvo e estratégias.
- Criação de peças.
- Revisão e edição.

## Recursos Didáticos:

- Quadro branco e marcadores.
- Projetor e computador para exibição de exemplos.
- Exemplares de revistas, jornais e panfletos.
- Materiais para criação de cartazes e banners (papel, tesoura, cola, tintas).
- Computadores com acesso à internet para pesquisa e criação digital.
- Microfone e gravador (para criação de spots de rádio).
- Câmera ou celular para gravação de vídeos.

## Atividades e Metodologia:

### Aula 1: Introdução e Planejamento da Campanha

- **Passo 1:** Introdução ao tema da publicidade. Discussão em grupo sobre campanhas publicitárias conhecidas.
- **Passo 2:** Apresentação do conceito de campanha publicitária e seus elementos.
- **Passo 3:** Divisão da turma em grupos. Cada grupo deve escolher um problema ou causa significativa para a escola/comunidade.
- **Passo 4:** Definição do público-alvo da campanha e brainstorming inicial sobre as peças publicitárias a serem criadas.

### Aula 2: Estudo de Casos e Planejamento das Peças

- **Passo 1:** Análise de campanhas publicitárias de sucesso e fracasso. Discussão sobre o que funcionou ou não.
- **Passo 2:** Cada grupo detalha o planejamento de suas peças publicitárias. Escolha dos formatos a serem utilizados (cartaz, folheto, spot de rádio, etc.).
- **Passo 3:** Início da criação das peças: esboços e rascunhos.

### Aula 3: Criação das Peças Publicitárias

- **Passo 1:** Continuação da produção das peças. Grupos trabalham na criação de cartazes, banners, folhetos, anúncios e spots de rádio.
- **Passo 2:** Os grupos recebem feedback do professor e dos colegas para ajustes nas peças.

### Aula 4: Revisão e Edição

- **Passo 1:** Revisão das peças publicitárias. Grupos fazem ajustes com base no feedback recebido.
- **Passo 2:** Edição final das peças e preparação para a apresentação da campanha.

- **Passo 1:** Cada grupo apresenta sua campanha publicitária para a turma, explicando as escolhas feitas (estratégias de persuasão, formatos escolhidos, público-alvo).
- **Passo 2:** Discussão coletiva sobre as campanhas. Identificação dos pontos fortes e áreas de melhoria.
- **Passo 3:** Reflexão final sobre o impacto da publicidade e a importância de campanhas éticas e bem planejadas.

## Avaliação:

- Critérios:

- Clareza e criatividade das peças publicitárias.
- Coerência entre as peças e a campanha como um todo.
- Eficácia das estratégias de persuasão e adequação ao público-alvo.
- Capacidade de trabalhar em grupo e integrar diferentes formatos publicitários.

- Método:

- Observação contínua durante a produção das peças.
- Avaliação das apresentações finais.
- Autoavaliação e avaliação pelos colegas.

## Observações:

- É importante que o professor oriente os alunos sobre o uso ético das estratégias de persuasão, destacando a responsabilidade na criação de campanhas que possam influenciar o comportamento das pessoas.
- O professor deve estar atento para proporcionar o suporte necessário durante a criação das peças, principalmente na parte técnica de produção digital e audiovisual.

## Atividade para Casa:

- Cada aluno deverá escrever um texto reflexivo sobre o impacto da publicidade em suas vidas e como as campanhas publicitárias podem ser usadas de forma positiva para promover mudanças sociais.

## COMENTÁRIO:

Esta habilidade refere-se à produção de textos como um processo que envolve etapas diferentes e mobiliza variadas habilidades, como (1) as relativas à curadoria de informação e à produção de roteiros e enquetes para pesquisa, considerando o contexto de produção definido, e a esquematização (o esboço) do texto, parte a parte; (2) as habilidades voltadas à aplicação dos recursos linguísticos e semióticos, na elaboração e revisão dos gêneros publicitários e suas diferentes peças.

## POSSIBILIDADES PARA O CURRÍCULO:

Na elaboração do currículo, recomenda-se discutir a relação entre as esferas publicitária e jornalística, conforme sinalizado nas orientações relativas à leitura. Sugere-se uma progressão ao longo dos 4 anos finais, considerando os gêneros arrolados e a maior ou menor familiaridade dos/as alunos/as com um ou outro. Além do trabalho articulado com profissionais que usam aplicativos de edição de textos, da disponibilização desses aplicativos para os/as alunos/as, e do investimento no trabalho colaborativo,

recomenda-se articular as propostas com a exploração dos documentos reguladores (campo da vida pública) da propaganda e publicidade, com vistas ao desenvolvimento de uma postura ética em relação à esfera publicitária. Do ponto de vista didático, é indicado que os currículos contemplem um estudo das principais características dos gêneros selecionados.

*Referências: Base Nacional Comum Curricular.*

### **Sugestão de Livro para download Língua Portuguesa Ensino Fundamental:**

- [Livro de Língua Portuguesa 6º ano para Download em PDF](#)
- [Livro de Língua Portuguesa 7º ano para Download em PDF](#)
- [Livro de Língua Portuguesa 8º ano para Download em PDF](#)
- [Livro de Língua Portuguesa 9º ano para Download em PDF](#)

**[Confira mais de 200 Planos de Aula Alinhados à BNCC Gratuitos para Download Abaixo: BAIXE OS PLANOS DE AULA GRATUITAMENTE!!!](#)** 

**Planos de Aula para  
Download Gratuito – Ensino  
Fundamental e Médio**