



OBJETIVOS

- Perceber que as campanhas de publicidade se destinam a públicos diversos.
- Identificar o público-alvo de anúncios publicitários.
- Refletir sobre como a publicidade influencia os adolescentes.

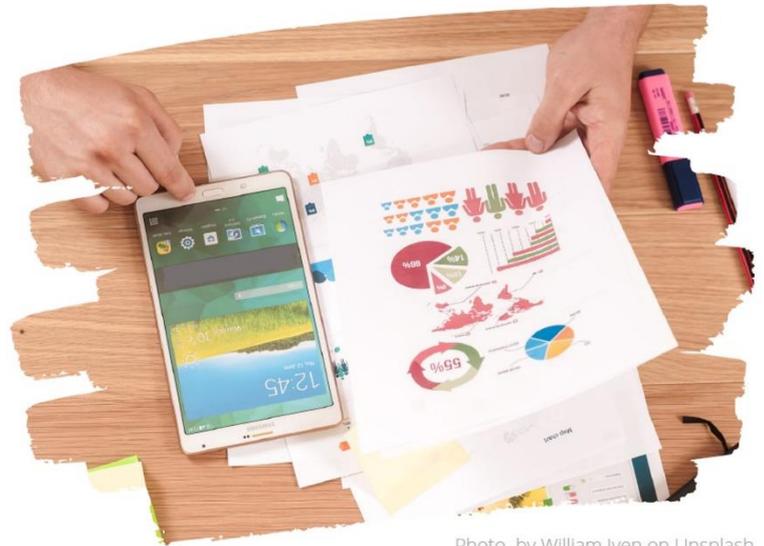


Photo by William Iven on Unsplash



DESENVOLVIMENTO

Reflexão sobre a influência da publicidade.

- Os docentes selecionam uma série de anúncios publicitários em vários *media* (cartazes e placares; revistas e jornais; rádio, televisão, Internet), tendo como critérios que o público-alvo a que cada um se dirige seja evidente e que os anúncios sejam atuais.
- Conversa sobre os vários elementos de um anúncio publicitário (o *slogan*, a restante mensagem verbal, a imagem, a música e outros sons).
- Depois de recordar o conceito de público-alvo, mostrar os anúncios selecionados para que os alunos os agrupem por público-alvo (crianças; jovens; mulheres; homens). Discutir os elementos que levam a essa identificação.
- Projetar anúncios televisivos diversos destinados a adolescentes e levar os alunos a identificar as temáticas dos mesmos (alimentação; vestuário; operadores de telecomunicações; cosméticos; entretenimento...). Se não conhecermos o produto que está a ser anunciado, o que nos leva a dizer que o anúncio é para adolescentes? (a idade, estilo e vestuário das personagens; o género de música; a linguagem; ...)
- Fazer um *brainstorming* sobre os motivos pelos quais os adolescentes são público-alvo de muitas campanhas publicitárias.

(As respostas podem incluir: *porque têm algum dinheiro das mesadas e alguns já têm emprego; para angariarem clientes que se mantenham fiéis à marca quando adultos; porque os jovens são consumidores de produtos de entretenimento;...*)

- Realizar uma sondagem anónima, através do preenchimento de um formulário *online* em que os alunos terão de assinalar cada afirmação como verdadeira ou falsa:
 - Eu ignoro a maior parte da publicidade
 - As músicas dos anúncios ficam-me na cabeça
 - Já tentei ser parecido(a) com alguém que vi num anúncio
 - Alguns anúncios fazem-me sentir mal comigo próprio(a)
- Projetar os gráficos das respostas.

- Com base nos resultados, organizar um debate com o tema:

Como é que a publicidade me afeta?

A moderação pode ser feita pelos docentes ou por dois alunos.

- As conclusões do debate podem dar origem a textos escritos pelos alunos (eventualmente crónicas), textos esses que poderão ser partilhados no jornal da escola, na rádio escolar, na rádio local e nos canais de comunicação da biblioteca.



APRENDIZAGENS ACBE

Conhecimentos/ Capacidades:

1. Caracteriza diferentes *media*, formatos e tipos de conteúdo, identificando as suas linguagens e características próprias.

3. Analisa mensagens dos *media*, identificando propósitos, autores, características textuais, contextos e valores implícitos.

Atitudes/ Valores:

2. Demonstra espírito crítico face aos *media*.

7. Colabora com os outros enquanto consumidor e produtor de *media*.



RECURSOS

- Materiais publicitários variados.
- Ferramentas digitais para criação de questionários:
<https://www.rbe.mec.pt/np4/bed-instrumentos/?text=&from=&to=&tags=Question%C3%A1rios>
- Ferramentas digitais para votação em linha
<https://www.rbe.mec.pt/np4/bed-instrumentos/?text=&from=&to=&tags=Vota%C3%A7%C3%A3o>



ARTICULAÇÃO CURRICULAR POSSÍVEL

3.º Ciclo

Educação Visual

Português

<http://www.dge.mec.pt/aprendizagens-essenciais-ensino-basico>

Cidadania e Desenvolvimento

https://dge.mec.pt/sites/default/files/Projetos_Curriculares/Aprendizagens_Essenciais/estrategia_cidadania_original.pdf