Sequência didática 1

Componente curricular: Língua Portuguesa  
Ano: 8º  
Bimestre: 1º

Título: Criação de campanha publicitária de combate ao *bullying* e ao *cyberbullying*

|  |  |
| --- | --- |
| Campo | * Jornalístico-midiático. |
| Eixos | * Leitura. * Produção de textos. * Oralidade. |
| Competências gerais | **1.** Valorizar e utilizar os conhecimentos historicamente construídos sobre o mundo físico, social, cultural e digital para entender e explicar a realidade, continuar aprendendo e colaborar para a construção de uma sociedade justa, democrática  e inclusiva.  **4.** Utilizar diferentes linguagens – verbal (oral ou visual-motora, como Libras,  e escrita), corporal, visual, sonora e digital –, bem como conhecimentos das linguagens artística, matemática e científica, para se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos em diferentes contextos e produzir sentidos que levem ao entendimento mútuo.  **5.** Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.  **9.** Exercitar a empatia, o diálogo, a resolução de conflitos e a cooperação,  fazendo-se respeitar e promovendo o respeito ao outro e aos direitos humanos, com acolhimento e valorização da diversidade de indivíduos e de grupos sociais, seus saberes, identidades, culturas e potencialidades, sem preconceitos de qualquer natureza. |

(continua)

(continuação)

|  |  |
| --- | --- |
| Competências específicas  de Língua Portuguesa | **2.** Apropriar-se da linguagem escrita, reconhecendo-a como forma de interação nos diferentes campos de atuação da vida social e utilizando-a para ampliar suas possibilidades de participar da cultura letrada, de construir conhecimentos (inclusive escolares) e de se envolver com maior autonomia e protagonismo na vida social.  **3.** Ler, escutar e produzir textos orais, escritos e multissemióticos que circulam em diferentes campos de atuação e mídias, com compreensão, autonomia, ﬂuência e criticidade, de modo a se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos, e continuar aprendendo.  **7.** Reconhecer o texto como lugar de manifestação e negociação de sentidos, valores e ideologias.  **10.** Mobilizar práticas da cultura digital, diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais para expandir as formas de produzir sentidos (nos processos de compreensão e produção), aprender e refletir sobre o mundo e realizar diferentes projetos autorais. |
| Objetos de conhecimento | * Relação do texto com o contexto de produção e experimentação de papéis sociais. * Textualização. * Revisão/edição de texto informativo e opinativo. * Planejamento de textos de peças publicitárias de campanhas sociais. * Produção de textos publicitários orais. * Planejamento e produção de textos publicitários orais. * Estratégias de produção: planejamento, textualização, revisão e edição de textos publicitários. |
| Resumo da sequência | * Os(as) estudantes criarão, coletivamente, uma campanha publicitária de combate ao *bullying* e ao *cyberbullying* para ser divulgada na escola e/ou na comunidade. Peças publicitárias que poderão compor a realização da campanha: cartazes impressos em papel e/ou divulgados nas redes sociais; *spots* para rádio, que poderão ser divulgados em rádio da escola/comunidade ou em redes sociais em que é possível compartilhar arquivos em áudio; e folhetos, para serem distribuídos ou afixados em locais apropriados. |
| Objetivos | * Criar uma campanha publicitária de combate ao *bullying* e ao *cyberbullying*. * Produzir cartazes, *spots* para rádio e folhetos para a campanha publicitária contra o *bullying* e o *cyberbullying*. |
| Organização  da turma | * Inicialmente, todos(as) os(as) estudantes juntos(as). Depois, divididos em dois ou três grandes grupos, a critério do(a) professor(a) e de acordo com a realidade da escola. |
| Materiais | * Computador. * Impressora. * Folhas de papel sulfite. * Cartolinas, lápis, canetas hidrográficas etc. * Gravador de áudio (pode ser celular). |
| Duração | * 6 aulas. |

A. APRESENTAÇÃO

Infelizmente, o *bullying* é um fenômeno muito presente nas sociedades contemporâneas, principalmente entre jovens e adolescentes. E, com o uso cada vez mais intensificado das tecnologias digitais, a popularização e o fácil acesso a aplicativos de mensagem instantânea e a redes sociais tornaram o *cyberbullying* um fenômeno de proporções e consequências ainda bastante graves, já que deixa de ser algo apenas restrito, que ocorre individualmente ou em grupos limitados de pessoas, e torna-se difuso, disseminado e com efeitos praticamente instantâneos. Por esses meios, a exposição negativa e as agressões verbais de diferentes naturezas rapidamente conseguem alcançar um grande número de pessoas, causando consequências que podem ser devastadoras para a psique do(da) adolescente.

A prevenção e o combate ao *bullying* e ao *cyberbullying*, bem como o conhecimento das consequências tanto para quem sofre quanto para quem propaga e para quem assiste, são de extrema urgência e importância, e a escola pode (e deve) ajudar nesse processo. Esta sequência didática propõe a realização de uma campanha de combate a esses fenômenos, com a confecção de cartazes, folhetos e *spots* para rádio, além de levar os(as) estudantes a trabalhar com gêneros multissemióticos de ampla circulação na mídia e de amplo acesso, mostrando-se uma boa ferramenta para abordar o problema por meio da promoção e da disseminação de conteúdo saudável e de rápida circulação.

B. RELAÇÃO COM A BNCC

A proposta desta sequência favorece as seguintes habilidades da BNCC, do componente curricular Língua Portuguesa:

* **(EF69LP02)** Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, *outdoor*, anúncios e propagandas em diferentes mídias, *spots*, *jingle*, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao   
  público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros.
* **(EF69LP06)** Produzir e publicar notícias, fotodenúncias, fotorreportagens, reportagens, reportagens multimidiáticas, infográficos, *podcasts* noticiosos, entrevistas, cartas de leitor, comentários, artigos de opinião de interesse local ou global, textos de apresentação e apreciação de produção cultural – resenhas e outros próprios das formas de expressão das culturas juvenis, tais como *vlogs* e *podcasts* culturais, *gameplay*, detonado etc. – e cartazes, anúncios, propagandas, *spots*, *jingles* de campanhas sociais, dentre outros em várias mídias, vivenciando de forma significativa o papel de repórter, de comentador, de analista, de crítico, de editor ou articulista, de *booktuber*, de *vlogger* (vlogueiro) etc., como forma de compreender as condições de produção que envolvem a circulação desses textos e poder participar e vislumbrar possibilidades de participação nas práticas de linguagem do campo jornalístico e do campo midiático de forma ética e responsável, levando-se em consideração o contexto da *Web* 2.0, que amplia a possibilidade de circulação desses textos e “funde” os papéis de leitor e autor, de consumidor e produtor.
* **(EF69LP07)** Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação –, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero), utilizando estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/*redesign* e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/alterando efeitos, ordenamentos etc.
* **(EF69LP08)** Revisar/editar o texto produzido – notícia, reportagem, resenha, artigo de opinião, dentre outros –, tendo em vista sua adequação ao contexto de produção, a mídia em questão, características do gênero, aspectos relativos à textualidade, a relação entre as diferentes semioses, a formatação e uso adequado das ferramentas de edição (de texto, foto, áudio e vídeo, dependendo do caso) e adequação à norma culta.
* **(EF69LP09)** Planejar uma campanha publicitária sobre questões/problemas, temas, causas significativas para a escola e/ou comunidade, a partir de um levantamento de material sobre o tema ou evento, da definição do público-alvo, do texto ou peça a ser produzido – cartaz, *banner*, folheto, panfleto, anúncio impresso e para internet, *spot*, propaganda de rádio, TV etc. –, da ferramenta de edição de texto, áudio ou vídeo que será utilizada, do recorte e enfoque a ser dado, das estratégias de persuasão que serão utilizadas etc.
* **(EF69LP10)** Produzir notícias para rádios, TV ou vídeos, *podcast*s noticiosos e de opinião, entrevistas, comentários, *vlogs*, jornais radiofônicos e televisivos, dentre outros possíveis, relativos a fato e temas de interesse pessoal, local ou global e textos orais de apreciação e opinião – *podcasts* e *vlogs* noticiosos, culturais e de opinião, orientando-se por roteiro ou texto, considerando o contexto de produção e demonstrando domínio dos gêneros.
* **(EF69LP12)** Desenvolver estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/*redesign* (esses três últimos quando não for situação ao vivo) e avaliação de textos orais, áudio e/ou vídeo, considerando sua adequação aos contextos em que foram produzidos, à forma composicional e estilo de gêneros, a clareza, progressão temática e variedade linguística empregada, os elementos relacionados à fala, tais como modulação de voz, entonação, ritmo, altura e intensidade, respiração etc., os elementos cinésicos, tais como postura corporal, movimentos e gestualidade significativa, expressão facial, contato de olho com plateia etc.
* **(EF69LP13)** Engajar-se e contribuir com a busca de conclusões comuns relativas a problemas, temas ou questões polêmicas de interesse da turma e/ou de relevância social.
* **(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.

C. METODOLOGIA

Como foi dito, a proposta desta sequência didática é que os(as) estudantes criem uma campanha publicitária de combate ao *bullying* e ao *cyberbullying*. Para isso, eles(as) serão organizados(as) em grupos e orientados(as) a produzir cartazes, folhetos e *spots* para rádio, visando combater essas práticas e conscientizar familiares, colegas, amigos e a comunidade do assunto. Serão responsáveis também pela divulgação da campanha publicitária na escola e na comunidade.

D. DESENVOLVIMENTO

AULA 1

Importância de combate ao *bullying* e ao *cyberbullying* e das campanhas publicitárias como meio de divulgação

Conteúdos específicos

* *Bullying* e *cyberbullying*.
* Campanhas publicitárias.
* Conversação espontânea.

Recursos didáticos

* Materiais impressos.
* Equipamento multimídia para projeção de vídeos.
* Campanhas publicitárias.

Gestão dos(as) estudantes

* Estudantes organizados(as) em seus lugares habituais.

Habilidades

* (EF69LP02); (EF69LP09); (EF69LP13).

Encaminhamento

**1.** Explique aos(às) estudantes quais serão as etapas da sequência didática e o que terão de fazer durante sua realização. Incentive-os(as) a:

a) compartilhar suas ideias com os(as) colegas;

b) esclarecer dúvidas e dialogar sobre o tema;

c) trabalhar sempre com respeito, em grupo e coletivamente.

**2.** Providencie conteúdos sobre *bullying* e *cyberbullying* para expor em sala de aula, a fim de ampliar o conhecimento dos(as) estudantes sobre o tema e conscientizá-los(as) da importância do combate a essas formas de violência. Sugestão de *links* nos quais é possível encontrar informações relevantes a respeito desse tema:

* <<https://www.hypeness.com.br/2015/09/serie-de-cartazes-poderosos-mostra-como-o-cyberbullying-afeta-suas-vitimas/>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://www.youtube.com/watch?v=HymRAiRSuJ8>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2016/10/cyberbullying-uma-ameaca-digital.html>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://www.youtube.com/watch?v=mWQoikd72A4>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://www.youtube.com/watch?v=hMJAfS2j_I0>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://capricho.abril.com.br/vida-real/eu-sofro-bullying-pra-quem-eu-falo/>>. Acesso em: 25 set. 2018.

**Observação:** O(A) professor(a) pode orientar os(as) estudantes a acessar esses *links* na sala de informática da escola, se houver computadores com acesso à internet, ou exibir os vídeos em sala de aula, se isso for possível.

**3.** Levante os conhecimentos prévios dos(as) estudantes sobre campanhas publicitárias, perguntando-lhes sobre campanhas recentes das quais se lembrem. Apresente-lhes exemplos de cartazes, folhetos e *spots* para rádio de algumas campanhas publicitárias. Seguem sugestões de *links* com algumas referências de peças realizadas para diferentes mídias.

a) **Cartazes**:

* <<http://olharanimal.org/campanha-une-prefeitura-de-paranagua-pr-e-isulpar-em-prol-da-adocao-de-animais-abandonados/>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<http://origami-comunicacao.blogspot.com/2011/07/propaganda-e-sustentabilidade.html>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://acontecendoaqui.com.br/propaganda/premio-colunistas-santa-catarina-2015-anuncia-daraujo-como-agencia-do-ano>>. Acesso em: 25 set. 2018.

b) ***Spots* para rádio**:

* <<https://www.youtube.com/watch?v=Q4Oq4pvA_xI>>. Acesso em: 25 set. 2018.

c) **Folhetos**:

* <<http://www.abcdoabc.com.br/sao-caetano/noticia/sao-caetano-intensifica-campanha-prevencao-aids-carnaval-25588>>. Acesso em: 25 set. 2018.
* <<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/chamadas/raiva_folheto2007_1271441478.jpg>>. Acesso em: 25 set. 2018.

d) ***Spots* e cartazes**:

* <<http://portalms.saude.gov.br/campanhas/43569-campanha-doacao-de-sangue>>. Acesso em:   
  25 set. 2018.

**4.** O texto sugerido a seguir pode ser consultado para conhecer o processo e as etapas de planejamento de uma campanha publicitária profissional, feita em agência de publicidade. Se achar conveniente, indique esse texto também para os(as) estudantes.

* WANDER, André. Planejamento de campanha publicitária. Disponível em: <<http://www.autodraw.com.br/andrewanderbastos/documents/RoteiroPlanejamentodeCampanhaPublicitaria.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

AULAS 2 E 3

Criação da campanha publicitária contra o *bullying* e o *cyberbullying*

Conteúdos específicos

* Levantamento de ideias para a criação da campanha publicitária.
* Definições a respeito dos tipos de peça publicitária e das mídias adequadas a eles.
* Conversação espontânea.

Recursos didáticos

* Cadernos para anotações.
* Lousa.

Gestão dos(as) estudantes

* Organizados em círculo ou semicírculo.

Habilidades

* (EF69LP06); (EF69LP07); (EF69LP09); (EF69LP12); (EF69LP13); (EF89LP11).

Encaminhamento

**1.** Explique aos(às) estudantes como será o desenvolvimento da sequência didática para a criação da campanha publicitária contra o *bullying* e o *cyberbullying*. Informe que eles vão trabalhar em grupos para a produção das peças publicitárias, mas a campanha em si deverá ser pensada coletivamente por toda a turma, pois as diversas peças publicitárias a serem produzidas deverão ter uma identidade comum, o mesmo foco, demonstrando que compõem um projeto mais amplo. Destaque quais serão as etapas da sequência e como deverá ser a organização das atividades:

* Levantamento inicial de ideias para a campanha publicitária (em grupos).
* Definição dos tipos de peça a serem produzidos para a campanha (coletivamente, com toda a turma).
* Produção de esboços das peças publicitárias escolhidas (em grupos).
* Apresentação dos esboços das peças publicitárias pelos grupos (coletivamente, com toda a turma).
* Discussão sobre os esboços das peças apresentadas pelos grupos e proposta de ajustes para   
  melhorá-los e garantir uma identidade comum (coletivamente, com toda a turma).
* Revisão dos esboços das peças publicitárias, levando em conta a análise coletiva, e confecção definitiva das peças para a divulgação da campanha (em grupos).
* Divulgação da campanha publicitária ao público-alvo definido (coletivamente, com toda a turma).

**2.** Num primeiro momento, converse com os(as) estudantes para definirem qual será o público-alvo da campanha, se serão apenas adolescentes como eles(as) ou se haverá peças destinadas aos adultos, como os familiares e os(as) funcionários(as) da escola, que precisam ficar atentos(as) quanto à necessidade de orientação e acompanhamento de eventuais casos de *bullying* envolvendo adolescentes. Após a definição do público-alvo, oriente os(as) estudantes a propor ideias para a campanha publicitária e auxilie-os(as) na definição dos tipos de peça de publicidade (cartaz, *spot*, folheto) e das mídias de divulgação.

Avalie a realidade da comunidade escolar e o que os(as) estudantes têm em mente, tanto para produzir as peças da campanha quanto para divulgá-las. Nesse sentido, algumas questões podem orientar as discussões e tomadas de decisão. Sugestões:

* Que mídias seriam mais acessíveis e interessantes no caso de a campanha ser destinada aos(às) jovens?
* Se o público-alvo definido for de adultos, em quais mídias as peças publicitárias chamariam mais a atenção?
* Considerando que seja desenvolvida na escola e para diferentes públicos-alvo, quais mídias seriam mais adequadas para promover a campanha?
* Há uma rádio na escola ou na comunidade que poderia ser utilizada para a circulação das peças da campanha?
* Alguma rádio comunitária poderia divulgar os *spots* que vão ser criados?
* Os *spots* poderão ser divulgados por meio de áudios de aplicativos de mensagens instantâneas com os cartazes produzidos?
* As redes sociais poderão ser utilizadas? Quais delas?
* Murais da escola poderão ser utilizados para expor as peças publicitárias?
* Pensa-se em espalhar cartazes pela comunidade? Como obter autorização para isso?
* Quantos folhetos acham que poderão ser impressos?
* Em que lugares os folhetos poderão ser distribuídos?
* Vai ser possível desenvolver a campanha na escola, de sala em sala?

**3.** Inicialmente, organize os(as) estudantes em grupos para um levantamento de ideias. Depois, cada grupo pode compartilhar com os outros grupos as ideias que tiveram. Ao final dessa etapa, abra espaço para discussão e delineamento da proposta. Vá anotando na lousa as ideias apresentadas e o que for sendo resolvido coletivamente durante a discussão. É muito importante que os(as) estudantes decidam coletivamente o que julgam ser necessário para compor a campanha em questão.

**4.** Veja estas sugestões de como propiciar uma identidade e o diálogo entre as diversas peças que vão compor a campanha:

* **Criação de *slogan***. O *slogan* é uma frase que deve sintetizar, de forma significativa e impactante, a ideia que está sendo divulgada, de modo que chame a atenção do(da) leitor(a) e do(da) espectador(a). Pode ser criado um único *slogan* para aparecer em todas as peças ou vários *slogans* diferentes que tenham algo em comum em sua redação.
* **Identidade visual**. Na produção das diferentes peças publicitárias, podem ser usadas cores, tipos e formatos de letra e/ou imagens comuns para criar uma identificação visual do conjunto das peças da campanha.

**5.** É importante que o(a) professor(a) acompanhe as discussões e intervenha quando elas estiverem fugindo ao objetivo. Peça aos(às) estudantes que tomem nota do que for decidido, para se orientarem depois na produção das peças da campanha. Permita que exponham suas ideias e que, se desejarem, tragam diferentes materiais para a realização das atividades.

AULAS 4 E 5

Produção dos materiais para a campanha: folhetos, cartazes e *spots*

Conteúdos específicos

* Produção de folheto.
* Produção de cartaz.
* Produção de *spot* para rádio.
* Revisão e reescrita/*redesign* dos textos produzidos.

Recursos didáticos

* Computador e impressora.
* Folhas de papel sulfite, cartolinas, lápis, canetas hidrográficas.
* Gravador de áudio (pode ser celular) e o que mais estiver disponível.

Gestão dos(as) estudantes

* Organizados em grupos, sentados nas próprias carteiras ou no chão da sala (como for possível), e também coletivamente.

Habilidades

* (EF69LP06); (EF69LP07); (EF69LP08); (EF69LP10); (EF69LP12); (EF69LP13); (EF89LP11).

Encaminhamento

**1.** Combine com os(as) estudantes os critérios que serão considerados na avaliação dos esboços das peças publicitárias que produzirão. Nesse sentido, o(a) professor(a) encontra a seguir algumas sugestões de perguntas que poderão orientar a avaliação.

**I.** No caso de **cartaz**:

a) O texto verbal foi apresentado em letras e tamanhos legíveis?

b) Há diálogo entre o texto não verbal e o texto verbal?

c) O tema da campanha está claro, é facilmente identificado?

d) O cartaz apresenta-se adequado a seu público-alvo?

**II.** No caso de ***spot* para rádio**:

a) A locução está audível, sem ruídos ao fundo?

b) As palavras foram pronunciadas com clareza?

c) A velocidade da fala está adequada?

d) A trilha sonora auxilia na compreensão e no impacto da mensagem?

e) O tema da campanha está bem marcado?

f) O material está adequado ao público-alvo?

**III.** No caso de **folheto**:

a) Apresenta as informações essenciais da campanha?

b) Estão presentes as informações sobre o tema que a turma considerou relevantes?

c) Os textos verbais e os não verbais presentes dialogam entre si?

d) O tema da campanha está claro? É facilmente percebido?

e) O material é adequado ao público-alvo?

**IV.** No caso do **conjunto das** **peças da campanha**:

a) Todas as peças publicitárias da campanha apresentam uma identidade visual?

b) Todas as peças trazem o mesmo *slogan* ou apresentam *slogans* diferentes, mas com uma ideia em comum em sua redação?

**2.** Organize os(as) estudantes em grupos pequenos, de forma que favoreça a interação entre os participantes. Essa organização poderá ser decidida pelo(a) professor(a) com os(as) estudantes, de acordo com o que foi definido previamente sobre os tipos e a quantidade de peças publicitárias a serem produzidas, de acordo com a realidade da turma e de acordo com a realidade da escola.

**3.** Com base nas ideias definidas para a campanha, cada grupo desenvolverá um primeiro esboço das peças estipuladas. Disponibilize os recursos que estiverem ao alcance (computadores com acesso à internet, impressora, cartolinas, folhas de papel sulfite, canetas diversas, canetas hidrográficas, gravadores ou celulares capazes de gravar etc.) para os(as) estudantes criarem as peças; se necessário, forneça mais informações sobre o tema da campanha. Seguem algumas sugestões de fontes que trazem orientações relativas à produção dos tipos de peça da campanha.

**Folhetos:**

* MOTA, Gustavo. 7 dicas de como fazer panfletos você mesmo. Disponível em: <<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/flyer/como-fazer-panfletos/>>. Acesso em: 26 set. 2018.
* Como fazer panfletos e *flyers* *online*. Disponível em: <<https://www.canva.com/pt_br/criar/panfletos/>>. Acesso em: 26 set. 2018.
* Como fazer um panfleto atrativo. Disponível em: <<https://payleven.com.br/blog/2013/10/04/como-criar-um-panfleto-atrativo/>>. Acesso em: 26 set. 2018.

**Cartazes:**

* Crie um cartaz publicitário *online* gratuitamente. Disponível em: <<https://www.canva.com/pt_br/criar/cartaz/publicitario/>>. Acesso em: 26 set. 2018.
* Criando um cartaz simples de propaganda no Corel Draw. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q0zTS78Bkgg>>. Acesso em: 26 set. 2018.

***Spots* para rádio:**

* SIMIM, Danival. Como fazer *spots* de rádio? Veja as dicas! Disponível em: <<https://maxcast.com.br/blog/como-fazer-spots-de-radio-veja-as-dicas/>>. Acesso em: 26 set. 2018.
* Modelo de roteiro de *spot* para rádio. Disponível em: <<http://www.corais.org/sites/default/files/03-roteiro-para-radio.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2018.

**4.** Após a elaboração dos esboços pelos grupos, promova um momento coletivo para que cada grupo faça uma breve exposição do que elaboraram para o restante da turma. Nesse momento, incentive o diálogo e o levantamento de sugestões para que os grupos possam enriquecer suas peças publicitárias, além de promover a identidade da campanha. Para guiar as possíveis sugestões que vierem a ser feitas, retome com os(as) estudantes os critérios estabelecidos para a avaliação dos esboços.

**5.** Realizada a exposição e a avaliação coletiva dos esboços, cada grupo se reúne novamente para fazer as alterações que considerar relevantes em suas peças. Após a produção dos materiais, pode ser promovido novo momento coletivo de revisão. As peças produzidas por cada grupo circulariam entre os demais grupos, visando à nova avaliação para mais ajustes, se forem necessários. O momento seria propício também para os(as) estudantes se certificarem de que a campanha publicitária, com as peças criadas para diferentes mídias, tem uma identidade visual e de conteúdo.

**6.** Finalizadas todas as avaliações, os(as) estudantes deverão finalizar a reescrita/*redesign* das peças, deixando-as prontas para a realização da campanha.

AULA 6

Realização da campanha

Conteúdos específicos

* Exposição oral sobre campanha publicitária.
* Divulgação de campanha publicitária.

Recursos didáticos

* O que for necessário para apresentação das peças publicitárias produzidas para a campanha.

Gestão dos(as) estudantes

* Organizados em círculo ou semicírculo.

Habilidades

* (EF69LP06); (EF69LP13).

Encaminhamento

**1.** Se for possível, realize o lançamento da campanha para toda a escola. Peça aos(às) estudantes que coloquem em prática as ações necessárias para a divulgação da campanha, tal como foi decidido nas discussões.

**2.** Se os(as) estudantes produziram cartazes para serem disponibilizados em redes sociais e *spots* para serem disponibilizados em aplicativos de mensagens instantâneas, a divulgação pode ser feita simultaneamente por toda a turma, no dia combinado para o lançamento da campanha. Estimule os(as) estudantes a divulgar ao maior número de pessoas, incluindo os(as) amigos(as) e os familiares.

**3.** Os folhetos, caso tenha sido planejada a produção desse tipo de material, devem ser impressos em quantidade suficiente para serem distribuídos ao público-alvo, no dia do lançamento da campanha e em todo o período de sua duração. Se não for possível a impressão em grande quantidade, os folhetos podem ser afixados em locais de grande circulação na escola e na comunidade.

**4.** Finalize a sequência didática promovendo uma roda de conversa com toda a turma. Conversem sobre a importância da campanha e por que ela foi realizada. Registre os depoimentos dos(as) estudantes durante o desenrolar da conversa e utilize-os para fazer o encerramento da campanha. Esses depoimentos poderão ser divulgados, caso o(a) professor(a) julgue pertinente.

E. SUGESTÕES DE FONTES PARA O(A) PROFESSOR(A)

* AMADO, João et al. *Cyberbullying*: um desafio à investigação e à formação. *Interacções*, p. 301-326, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/10400.15/360/1/M16.pdf>>. Acesso em:   
  28 set. 2018.
* HOFF, Tânia Márcia Cezar. O texto publicitário como suporte pedagógico para a construção de um sujeito crítico. *Comunicação & Educação*, ano 12, n. 2, maio/ago., 2007, p. 29-38. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37637/40351>>. Acesso em: 28 set. 2018.
* WANDER, André. Planejamento de campanha publicitária. Disponível em: <<http://www.autodraw.com.br/andrewanderbastos/documents/RoteiroPlanejamentodeCampanhaPublicitaria.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2018.
* WENDT, Guilherme Welter; CAMPOS, Débora Martins de; LISBOA, Carolina Saraiva de Macedo. Agressão entre pares e vitimização no contexto escolar: *bullying*, *cyberbullying* e os desafios para a educação contemporânea. *Cadernos de Psicopedagogia*, v. 8, n. 14, p. 41-52, 2010. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-10492010000100004>> Acesso em:   
  28 set. 2018.

F. SUGESTÕES PARA VERIFICAR E ACOMPANHAR A APRENDIZAGEM DOS(AS) ESTUDANTES

Incentive os(as) estudantes no decorrer de todas as etapas da sequência didática. Mostre-se disponível para resolver dúvidas, esclarecer procedimentos e dialogar. Saliente os aspectos importantes do tema da campanha, buscando conscientizar os(as) estudantes da necessidade de fazer alguma coisa para combater o *bullying* e o *cyberbullying*. Reforce a importância de levar a discussão para a escola e para a comunidade. Acompanhe passo a passo a produção das peças publicitárias e fique atento(a) à correção dos conteúdos apresentados nos materiais. Esclareça quaisquer dúvidas sobre o tema ou o gênero de peça a ser produzido.

Proponha aos(às) estudantes que façam uma autoavaliação de como foi a participação deles(as) durante o desenvolvimento da sequência didática. Elabore uma ficha com os pontos que considera importantes que eles avaliem. Veja a sugestão a seguir.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CRITÉRIOS DE AUTOAVALIAÇÃO | | | |
| NOME DO(A) ESTUDANTE: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| ASPECTOS A SEREM OBSERVADOS | SIM | NÃO | ÀS VEZES |
| Empenhei-me em participar de todas as atividades. |  |  |  |
| Apresentei minhas ideias nos trabalhos em grupo e com a turma toda. |  |  |  |
| Respeitei as ideias dos(as) meus(minhas) colegas nas atividades coletivas e em grupo. |  |  |  |
| Colaborei com meu grupo, participando das discussões e desempenhando o papel que me foi atribuído. |  |  |  |
| Refleti particularmente sobre o tema e senti empatia pelas pessoas que sofrem *bullying* ou *cyberbullying*. |  |  |  |
| Participei com bastante empenho no desenvolvimento da campanha. |  |  |  |

G. AFERIÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DOS(AS) ESTUDANTES EM RELAÇÃO ÀS HABILIDADES SELECIONADAS NA SEQUÊNCIA

Durante a realização das discussões em sala de aula, das atividades em grupos e da produção das peças publicitárias, observe se os(as) estudantes se empenham em participar e produzir um bom conteúdo e se buscaram conscientizar-se da importância do combate ao *bullying* e ao *cyberbullying*. Observe se fazem colocações e comentários sobre o tema e se atuam no sentido de mudar a realidade em relação aos comportamentos ofensivos às pessoas.