

Língua Espanhola

Aluno

Caderno de Atividades Pedagógicas de Aprendizagem Autorregulada - 04

1ª Série | 4º Bimestre

Disciplina	Curso	Bimestre	Série
Língua Espanhola	Ensino Médio	4º	1ª
Habilidades Associadas			
1. Distinguir a função social de publicidade e propaganda, relacionando seu uso às práticas cotidianas.			
2. Reconhecer o caráter conciso e persuasivo da linguagem publicitária.			
3. Empregar mecanismos discursivos (vozes locutoras, construções verbais, modalizadores, conectivos, etc.), visando os objetivos de uma campanha publicitária.			

Apresentação

A Secretaria de Estado de Educação elaborou o presente material com o intuito de estimular o envolvimento do estudante com situações concretas e contextualizadas de pesquisa, aprendizagem colaborativa e construções coletivas entre os próprios estudantes e respectivos tutores – docentes preparados para incentivar o desenvolvimento da autonomia do alunado.

A proposta de desenvolver atividades pedagógicas de aprendizagem autorregulada é mais uma estratégia pedagógica para se contribuir para a formação de cidadãos do século XXI, capazes de explorar suas competências cognitivas e não cognitivas. Assim, estimula-se a busca do conhecimento de forma autônoma, por meio dos diversos recursos bibliográficos e tecnológicos, de modo a encontrar soluções para desafios da contemporaneidade, na vida pessoal e profissional.

Estas atividades pedagógicas autorreguladas propiciam aos alunos o desenvolvimento das habilidades e competências nucleares previstas no currículo mínimo, por meio de atividades roteirizadas. Nesse contexto, o tutor será visto enquanto um mediador, um auxiliar. A aprendizagem é efetivada na medida em que cada aluno autorregula sua aprendizagem.

Destarte, as atividades pedagógicas pautadas no princípio da autorregulação objetivam, também, equipar os alunos, ajudá-los a desenvolver o seu conjunto de ferramentas mentais, ajudando-o a tomar consciência dos processos e procedimentos de aprendizagem que ele pode colocar em prática.

Ao desenvolver as suas capacidades de auto-observação e autoanálise, ele passa a ter maior domínio daquilo que faz. Desse modo, partindo do que o aluno já domina, será possível contribuir para o desenvolvimento de suas potencialidades originais e, assim, dominar plenamente todas as ferramentas da autorregulação.

Por meio desse processo de aprendizagem pautada no princípio da autorregulação, contribui-se para o desenvolvimento de habilidades e competências fundamentais para o aprender-a-aprender, o aprender-a-conhecer, o aprender-a-fazer, o aprender-a-conviver e o aprender-a-ser.

A elaboração destas atividades foi conduzida pela Diretoria de Articulação Curricular, da Superintendência Pedagógica desta SEEDUC, em conjunto com uma equipe de professores da rede estadual. Este documento encontra-se disponível em nosso site www.conexaoprofessor.rj.gov.br, a fim de que os professores de nossa rede também possam utilizá-lo como contribuição e complementação às suas aulas.

Estamos à disposição através do e-mail curriculominimo@educacao.rj.gov.br para quaisquer esclarecimentos necessários e críticas construtivas que contribuam com a elaboração deste material.

Secretaria de Estado de Educação

Caro aluno,

Neste caderno, você encontrará atividades diretamente relacionadas a algumas habilidades e competências do 4º Bimestre do Currículo Mínimo de Espanhol da 1ª Série do Ensino Médio. Estas atividades correspondem aos estudos durante o período de um mês.

A nossa proposta é que você, aluno, desenvolva estas Atividades de forma autônoma, com o suporte pedagógico eventual de um professor, que mediará as trocas de conhecimentos, reflexões, dúvidas e questionamentos que venham a surgir no percurso. Esta é uma ótima oportunidade para você desenvolver a disciplina e independência indispensáveis ao sucesso na vida pessoal e profissional no mundo do conhecimento do século XXI.

Neste Caderno de Atividades, vamos aprender algumas características da **Publicidade!** Nas aulas deste caderno, você vai conhecer a publicidade como um texto de circulação social presente nos mais diversos suportes, tais como jornais, revistas, TV, rádio, Internet, outdoors etc., e que tem como finalidade a apresentação e a comercialização de um determinado produto, serviço ou empresa.

Você também vai perceber as semelhanças e diferenças existentes entre os gêneros publicidade e propaganda, muito embora os dois gêneros às vezes se entrelacem, levando a entender que têm a mesma finalidade. O objetivo da propaganda é divulgar ideias, conceitos e valores sem fins lucrativos, enquanto publicidade é fazer isso com objetivo de lucro por parte do anunciante.

Este documento apresenta 03 (três) aulas. As aulas podem ser compostas por uma **explicação base**, para que você seja capaz de compreender as principais ideias relacionadas às habilidades e competências principais do bimestre em questão, e **atividades** respectivas. Leia o texto e, em seguida, resolva as Atividades propostas. As Atividades são referentes a um tempo de aula. Para reforçar a aprendizagem, propõe-se, ainda, uma **avaliação** e uma **pesquisa** sobre o assunto.

Um abraço e bom trabalho!

Equipe de Elaboração

Sumário

✚ Introdução	03
✚ Aula 1: Publicidad - el poder de convencer.....	06
✚ Aula 2: Publicidad - el alma de los negocios	10
✚ Aula 3: : La lengua a través de la publicidad	12
✚ Avaliação	17
✚ Pesquisa	19
✚ Referências	20

Aula 1: Publicidad - el poder de convencer

Caro aluno,

Nesta aula, vamos conhecer o gênero discursivo “anúncio publicitário”. O objetivo deste gênero é persuadir, ou seja, convencer o leitor a criar uma atitude favorável ao produto ou ao serviço que está sendo vendido. A publicidade utiliza a criatividade para seduzir o consumidor.

Existe diferença entre publicidade e propaganda?

Em espanhol, o termo **publicidad** é usado para designar tanto publicidade quanto propaganda.

Se a publicidade tem por objetivo vender produtos e serviços, a propaganda destina-se a vender ideias e ideologias.

Propaganda é o ato de divulgar ideias, conceitos e valores, sem fins lucrativos. Publicidade é fazer isso com objetivo de lucro por parte do anunciante.

A diferença entre publicidade e propaganda não é muito rígida e, por vezes, os dois termos são usados indiferentemente.

Com o objetivo de vender um produto, uma ideia ou um serviço para um determinado público, a propaganda encaminha seu argumento para um destes apelos:

- Prático → apela para o interesse pessoal e objetivo, no que diz respeito à saúde, segurança, economia, etc.

- Ético → apela para os deveres e responsabilidades sociais, familiares, comunitárias.
- Prazer → apela para a satisfação emocional e física, apreciação da beleza, diversão, etc.

Mesmo que toda propaganda use um argumento que apela para determinado comportamento do consumidor, é preciso que o apelo seja direcionado de modo conveniente.

Atividade 1

Caro aluno, agora vamos exercitar e desenvolver seus conhecimentos. Para começar, observe os seguintes anúncios e responda às questões:

Texto A

Programa **Fiel** contra el Sobrepeso y la obesidad

Hijo de gordo... gordito.

Conoce los beneficios que tenemos para ti y tu escuela al

En Veracruz 6 de cada 10 niños entre 8 y 11 años presentan obesidad y otro 10 % tienen sobrepeso.

01 800 54 **OBESO** 6 2 3 7 6

o en la página de Internet www.veracruzano.org.mx

VERACRUZ GOBIERNO DEL ESTADO

POR UN Veracruzano

1. O que o anúncio pretende "vender"?

2. A qual questão social o texto está relacionado?

Texto B



3. O que a foto destaca?

4. Que público pretende atingir?

Texto C



5. A que ideia relaciona o produto anunciado?

6. Qual é o argumento em que se apoia o anúncio?

Aula 2: Publicidad - el alma de los negocios

Caro aluno, agora vamos estudar alguns recursos utilizados na linguagem publicitária.

A propaganda utiliza a associação entre texto e imagem como um requisito básico. Às vezes, o texto esclarece a imagem ou o apelo da imagem é tão forte que dispensa palavras. Geralmente, é a soma dos dois elementos que dá significado à mensagem.

Outro elemento comum nas propagandas é o **slogan**. Você sabe o que é *slogan*?

Slogan é uma frase ou uma expressão breve e fácil de lembrar, que associamos rapidamente ao produto.

Em espanhol, se diz **eslogan**.

A linguagem da publicidade é centrada no receptor, devendo ser direta e acessível. Por isso, os textos publicitários usam uma linguagem simples e de fácil entendimento. Este gênero textual, por ser persuasivo, tem um grande poder sobre o público, despertando no consumidor o desejo de adquirir o produto anunciado.

Atividade 2

Caro aluno, agora vamos exercitar e desenvolver seus conhecimentos.

Observe a propaganda abaixo:

Menos bla, bla, bla
**y más fotos
 de anoche**



1 GB
6€
 al mes

7 minutos extra
 SONY
 XPERIA U

3 cent. más en llamadas

tuentimovil.com

tuenti
móvil
 Llamar es lo de menos

<http://www.showerthinking.es/social-media-blog/tuenti-avanza-hacia-la-conquista-del-movil>

1. Que produto está sendo anunciado?

2. Qual é o público-alvo?

3. Qual é a relação entre texto e imagem?

4. Qual é o *slogan* dessa rede social?

Aula 3: La lengua a través de la publicidad

Caro aluno, depois de que entendemos algumas características da publicidade e propaganda, vamos estudar algumas questões referentes à língua.

Na tentativa de conquistar o consumidor, o texto publicitário apela para o desejo e a fantasia das pessoas, usando alguns recursos da língua, como metáforas e verbos no imperativo, para atingir seus objetivos: convencer a comprar um produto ou aceitar uma ideia, mudar uma atitude.

Vamos aprender o que é METÁFORA?

Metáfora es cuando se establece una relación de semejanza entre dos términos y alguna característica o cualidad que existe entre ambas, es como cuando hablamos en doble sentido. En la metáfora, hacemos referencia poética a esa característica que queremos resaltar y decimos lo mismo, pero de forma más bella.

Exemplos de metáforas em espanhol:

Tus cabellos son de oro.

- Este exemplo de metáfora compara os cabelos de uma mulher com ouro, ou seja, os cabelos da mulher são loiros.

Los dientes de marfil.

- Este exemplo de metáfora fala do dentes e faz referência ao marfim, isto é, significa que são muito brancos, numa forma delicada de usar tal vocabulário.

Como vimos, um outro recurso utilizado para convencer o consumidor é o uso de verbos no modo imperativo:

El modo imperativo se usa para expresar consejos, órdenes, instrucciones, e incluso, amabilidad.

Exemplos de verbos no modo imperativo em espanhol:

Tú (informal)	Usted (formal)
Por favor, abre la ventana.	Entregue el informe antes de las 11h.
Compra la revista de moda.	Venda las acciones.
No fumes .	No pise el césped.
No uses el móvil.	No abra todas las ventanas.

Atividade 3

Caro aluno, agora vamos pensar e exercitar sobre o que acabamos de estudar.

1. Explique a metáfora presente em cada *slogan* abaixo:

a) "**Tu rayo diario de sol**"

(Esta metáfora foi utilizada pela *Tropicana* para promover seu suco de laranja)

b) "**Conectando personas**"

(Metáfora usada pela *Nokia* para transmitir a imagem de conectar as pessoas com seus celulares em vez de somente ser um meio para conversar)

c) "¿No es hora de que tomes un poco de atención en ti?"

(A *Activia* usou esta frase para equiparar a ingestão de seu iogurte ao suprimento de um pouco de atenção e carinho)

2. Transcreva os verbos que estão no modo imperativo nas seguintes propagandas:

a) _____



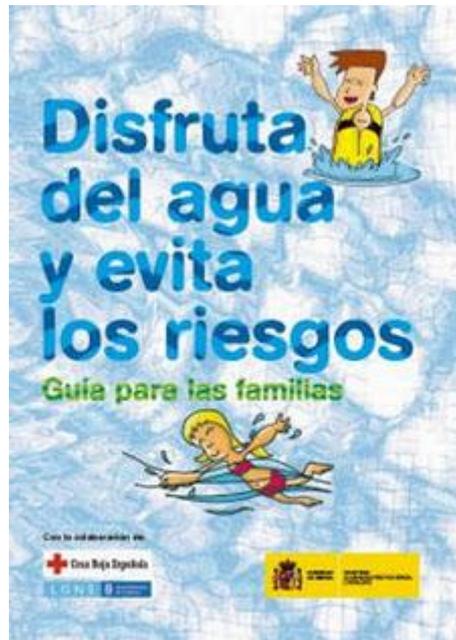
b) _____



c) _____



d) _____



Avaliação

Agora, caro aluno, vamos avaliar seus conhecimentos sobre a **Publicidade**.
Acredite em você mesmo. Você é capaz!!!

Leia esta propaganda do governo espanhol contra o fumo e responda às
questões que seguem:



1. Explique qual é a intenção da propaganda.

2. Qual o público que pretende atingir?

3. Que apelo é usado nessa propaganda?

4. As propagandas são compostas de texto e imagem. Como foram trabalhados esses elementos nessa propaganda?

- (a) Ênfase na imagem.
- (b) Ênfase no texto.
- (c) Imagem e texto na mesma proporção.

5. Leia os seguintes *slogans*. O que tenta "vender" cada um?

a) Si vas a beber, entrega las llaves

b) Obedece a tu sed.

c) Porque ensuciarse hace bien.

6. Retire do texto um verbo no modo imperativo:

Pesquisa

Caro aluno, já estudamos alguns assuntos relativos ao 1º bimestre, portanto é hora de discutir um pouco sobre a importância deles na nossa vida. Então, vamos lá?

Iniciamos este estudo conhecendo algumas características do anúncio publicitário.

Através de uma pesquisa você deverá encontrar exemplos de propagandas, em espanhol, que divulguem ideias, conceitos e valores sem fins lucrativos. Para isso, você poderá utilizar diversos sites.

Depois de ler e compreender as propagandas que você pesquisou, será a sua vez de mostrar criatividade: observe a imagem abaixo e crie uma propaganda com apelo ético.



Fonte: <http://www.brasildobem.com.br>

Organize-se:

- Defina quem será o anunciante;
- Qual será o público-alvo;
- Qual será o texto da propaganda, se ele produz impacto e prende a atenção do leitor;
- Determine a disposição de imagem e de texto, pensando no que deve ser destacado.

Obs.: Trabalho individual em espanhol.

Referências

[1] FANJUL, A. (org). *Gramática de español paso a paso*. São Paulo: Editora Moderna/Santillana, 2005.

[2] <http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-metaforas-en-la-publicidad-5096.html>

[3] http://www.ejemplode.com/12-clases_de_espanol/109-jemplo_de_metafora.html

[4] www.liceomartadonoso.cl/materiales/pedagogico/guias_examen/lenguaje/GUia_DE_PUBLICIDAD_PRIMERA_PARTE.doc

Equipe de Elaboração

COORDENADORES DO PROJETO

Diretoria de Articulação Curricular

Adriana Tavares Maurício Lessa

Coordenação de Áreas do Conhecimento

Bianca Neuberger Leda
Raquel Costa da Silva Nascimento
Fabiano Farias de Souza
Peterson Soares da Silva
Marília Silva

PROFESSORES ELABORADORES

Adriana Miranda da Silva
Lailine Bento Lacerda