

O VÍDEO EM SALA DE AULA

FICHA PARA ANÁLISE - PROFESSOR

(Obs.: Para uma melhor compreensão desta metodologia, sugerimos um estudo da Metodologia Canal Futura, ou ainda leitura do texto Descrição da Metodologia de Trabalho, que acompanha este trabalho).

METODOLOGIA 2 - CANAL FUTURA

Planejamento de trabalho com vídeo:	
Estabelecimento:	
Nomes dos Participantes do grupo:	
Título do vídeo: _____	
Produção: () TV Escola () Canal Futura () Outro. Qual? _____	
Série(s) a ser(em) trabalhada(s):	
Objetivo(s) do vídeo:	
Motivação para o vídeo:	
Disciplina(s) e conteúdo(s) a ser(em) trabalhado(s) enfocando a interdisciplinaridade com base nas DCEs do Estado do Paraná.	
Leitura de imagem e/ou sons:	
AVALIAÇÃO	
Pontos positivos do vídeo:	Pontos negativos do vídeo:
Atividades Complementares:	

NÚCLEO REGIONAL DA EDUCAÇÃO DE UMUARAMA
CRTE – COORDENAÇÃO REGIONAL DE TECNOLOGIA NA
EDUCAÇÃO DE UMUARAMA- PR
O VÍDEO EM SALA DE AULA

FICHA PARA ANÁLISE - ALUNOS

METODOLOGIA PARA A PROPAGANDA

Roteiro de análise:

PRODUTO: _____

() Propaganda () Campanha publicitária - Duração: _____

Produto nacional? () sim - () não – Empresa _____

1- Descreva os personagens principais que aparecem na propaganda, anúncio:

2- Quem é o público a quem o anunciante se dirige?

3- Quais os elementos, signos que usam para convencer o público?

4- Na sua opinião, qual o texto, ou imagem de maior poder argumentativo usada pelo anunciante?

5- Quais são as cores usadas?

6- Leia esta afirmação de Olivetto (2003), fundador da agência de propaganda W/Brasil, cita que para uma mensagem publicitária ser verdadeiramente efetiva na venda de um produto tem que fazer mais do que pura e simplesmente vender o produto. Tem que acrescentar algo de útil na vida do consumidor. "*Não importa o que seja, mas tem de ter esse algo mais, porque assim é mais eficiente, assim é melhor negócio, assim é mais responsável com o quadro social e assim é mais contemporâneo*". (Fonte: www.comtexto.com.br/2convicomartigoNeusaNishida.htm)

Comente esta afirmação baseada na propaganda que o grupo analisou e ainda existem ideologias que podem alterar comportamentos na mensagem repassada?

METODOLOGIA PARA A PROPAGANDA

Recomendada para o Ensino Médio e Profissional

Roteiro de análise:

PRODUTO: _____ Empresa: _____

() Propaganda - () Campanha publicitária - Duração: _____

Análise do discurso publicitário

Analise uma propaganda identificando as categorias descritas abaixo:

- a) Materialidade discursiva:** imagem utilizada na propaganda, disposição dos elementos verbais e não-verbais, tipologia, cores etc.
- b) Argumentação:** operadores argumentativos - figuras de linguagem funções de linguagem conotações positivas para o produto, indicações modais das intenções do emissor etc. - atuantes no anúncio para persuadir o consumidor/receptor etc.
- c) Marcas da responsabilidade social:** marcas verbais e não-verbais presentes nos anúncios indicaram se a propaganda é socialmente responsável ou não, considerando a representação de determinado papel representado nestas propagandas.

Fonte: Disponível em

<<http://www.comtexto.com.br/2convicomartigoNeusaNishida.htm>>

Pesquisado em 01/06/07.

a) Materialidade discursiva:

b) Argumentação:

c) Marcas da responsabilidade social:
