



**INSTITUTO MARIA AUXILIADORA
REDE SALESIANA DE ESCOLAS - RSE
NATAL / RN**

PROJETO : A LINGUAGEM PUBLICITÁRIA NA PROPAGANDA

TEMA: “NATAL DE ONTEM E DE HOJE - Uma perspectiva histórico-cultural”

PROFESSORES: RISALVA MACÊDO e LEANDRO NUNES

CAMPOS DISCIPLINARES: LÍNGUA PORTUGUESA e HISTÓRIA

PÚBLICO ALVO: Alunos das 1^{as}. Séries do Ensino Médio.

PERÍODO: Segundo Trimestre de 2009

I – IDENTIFICAÇÃO

Áreas de conhecimento: Linguagem, Códigos e suas Tecnologias e Ciências Humanas e suas tecnologias.

II – JUSTIFICATIVA

No nosso primeiro capítulo do livro “A linguagem, o EU e o OUTRO” conhecemos que a linguagem nos possibilita a comunicação e a interação entre nós favorecendo a construção da nossa identidade individual e social. Acompanhando esse foco maior destacamos a Linguagem Publicitária que tem como função na sociedade a produção de textos que exerçam uma ação sobre o público no âmbito do psicológico para influenciar a conduta.

Após termos nos apropriado dos conhecimentos referentes a linguagem publicitária vamos desenvolver um trabalho juntamente com a disciplina de História, no qual possamos aplicar de forma funcional esses conhecimentos.

Ampliando o presente Projeto vamos utilizar de maneira complementar os conhecimentos propostos no capítulo 2: “ A Língua portuguesa construindo texto” especificamente no Projeto Fotográfico. Destacamos a belíssima relação entre a linguagem verbal e a linguagem visual da fotografia, pois ambas têm o objetivo de comunicar.

A partir dessas considerações o Projeto define-se como uma proposta de conhecimento e interação entre as disciplinas envolvidas e com o objetivo de destacarmos a pesquisa como parte dos nossos estudos.

III – OBJETIVO GERAL: Possibilitar aos alunos o conhecimento da linguagem publicitária articulada com a linguagem visual como elementos do ato comunicativo.

IV – OBJETIVO ESPECÍFICO:

- 1 – Conhecer a história dos locais a serem estudados e fotografados
- 2 – Relacionar o Ontem e o Hoje historicamente.
- 3 – Apropriar-se do conhecimento e da evolução dos fatos históricos da cidade através da fotografia.
- 4 – Descobrir a importância da construção de um **ontem** engrandecido por um povo na sua plenitude do **hoje**.

V – ETAPAS DO TRABALHO

- 1 – Estudo do trabalho
- 2 – Análise de textos publicitários
- 3 – Elaboração do Projeto Publicitário e fotográfico
- 4 – Conversa com um fotógrafo
- 5 – Definir o local e que aspectos devem ser fotografados
- 6 – Pesquisar a arte de fotografar
- 7 – Visita e saída para realizar o trabalho de fotografia e pesquisa
- 8 – Análise , avaliação e escolha das fotografias que irão compor o anúncio publicitário.
- 10 – Análise, avaliação dos anúncios publicitários escolhidos para serem apresentados.
- 11 – Organização pelos professores e alunos da exposição fotográfica.
- 12 – EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA (definir data junto a Coordenação).

VI – CRONOGRAMA DE TRABALHO

23.07.09 – Lançamento e orientação do Projeto em sala de aula.
(organização dos grupos de alunos feita em sala)

24 .07 – Primeira turma – 1ª série “A” - aula de campo.

26.08 - Segunda turma - 1ª série “B” - aula de campo.

01.09 – Terceira turma - 1ª série “C” - aula de campo.

Dias 26, 27 e 28 /08 – Entrega das fotografias e relatórios feitos pelos alunos para a Prof. RISALVA MACÊDO.

OBS: Havendo necessidade por parte da Coordenação, serão feitas alterações nas datas anteriormente fixadas.