

LIÇÃO Nº 10 – PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – ANÚNCIOS QUE NOS FAZEM MUDAR DE IDEIAS E COMPORTAMENTOS

Temas abordados

Anúncios não comerciais.

Objetivos da aprendizagem

- Perceber que nem toda a publicidade tem por objetivo persuadir o público a comprar produtos e serviços;
- Compreender que os anúncios podem ser usados para veicular ideias e mensagens relevantes.

Idade 8-11

Início

Discuta os objetivos da publicidade com os alunos. Pode eventualmente remetê-los para a lição número 1.

Sublinhe que a publicidade não visa apenas persuadir-nos a comprar produtos e serviços, e que também é usada para outros fins.

Por exemplo:

- Para mostrar como devem salvaguardar a saúde;
- Para ajudar a preservar o ambiente;
- Para chamar a atenção para situações que se passam no mundo como o racismo ou a fome;
- Para alertar as pessoas para certos problemas como o abandono de animais domésticos.

Exercício – Fornecer informações e ideias? (30 minutos) – Ficha de exercícios 31

Peça aos alunos que façam uma lista dos diferentes tipos de anúncios que viram recentemente que **não** vendem produtos, mas que fornecem informações ou introduzem novas ideias. Por exemplo, sobre a saúde, o ambiente, segurança ou caridade.

Abaixo alguns exemplos :

<https://www.youtube.com/watch?v=2JM7AeoNjhM&t=3s> – Se conduzir não arrisque - ANSR

<https://www.youtube.com/watch?v=CxeTVQFURxA> – Quem te Ama não Te Agride – APAV

<https://www.youtube.com/watch?v=2dUsnqy9zkQ&feature=youtu.be> – Banco Alimentar contra a Fome

<https://www.youtube.com/watch?v=F4dCm2SuYkA> / Sociedade Ponto Verde

Explique-lhes que a este tipo de publicidade chamamos, habitualmente, publicidade não comercial. Aos exemplos que os alunos deram, juntam-se as campanhas promovidas pelo Governo, instituições de caridade e grupos de pressão que visam :

- **Informar** sobre aspetos relevantes relacionados com a saúde, a lei, a segurança ou o ambiente.
- **Alertar para determinadas situações ou problemas no mundo**, como a fome, a extinção de certas espécies, o abandono dos animais domésticos ou o racismo;
- **Angariar dinheiro para pessoas necessitadas, investigação ou campanhas semelhantes** como as crises humanitárias ou os deficientes.

Sabia que:

No ano de 2016, o mercado publicitário recebeu um investimento de cerca **8 mil milhares de euros** (a preços de tabela) . A televisão e a imprensa foram os veículos mais utilizados, representando quase de 80 % do investimento total.