

LIÇÃO Nº 7 – CRIA O TEU PRÓPRIO ANÚNCIO TELEVISIVO

Temas abordados

Criar um anúncio televisivo com base numa sinopse criativa.

Objetivos da aprendizagem

- Conhecer o processo de criação de um anúncio televisivo e tomar consciência do trabalho que isso implica.
- Assimilar aspetos técnicos como o design e o layout.
- Aprender que alguns anúncios são dirigidos a públicos específicos.

Material de apoio necessário:

Distribua fotocópias das diferentes Fichas de Exercícios por cada aluno. Irá utilizar as fichas 18, 19, 20 e 21.

Idade 9-11

O processo de criação de um anúncio televisivo divide-se em quatro etapas que podem ser mais ou menos pormenorizadas consoante o tempo disponível. Se a escola dispuser de uma câmara de vídeo, peça aos alunos mais velhos para encenarem e filmarem o seu anúncio, incluindo uma representação teatral do exercício.

Início

Reveja os tópicos anteriores. Recorde aos alunos que já viram numerosos anúncios impressos e de televisão, e que analisaram a forma como os publicitários os criam tendo em vista diferentes audiências e produtos. Explique-lhes que, neste exercício, vão ter de criar um anúncio.

Forme pequenos grupos e proponha-lhes que criem um anúncio televisivo sobre um novo produto, neste caso a nova coleção de sapatos desportivos JONAS SPORTS. Para isso terão de:

- Elaborar uma sinopse para poderem criar um logótipo, um slogan e um guião
- Criar um storyboard a partir do guião, para ilustrar as suas ideias através de imagens.
- Escrever um conjunto de instruções que explique como vai ser o anúncio.
- Apresentar o anúncio a toda a turma e explicar como é que este vai conseguir cativar o público.
- Comparar os anúncios criados por cada grupo e perceber por que razão cada anúncio seduz públicos diferentes.

Exercício – Cria o teu próprio anúncio (1 horas) – Ficha 18

Fase 1: Ler a sinopse

Entregue a cada aluno ou grupo uma fotocópia da Ficha de Exercícios 18, onde figura a sinopse. Explique que a sinopse consiste num conjunto de instruções dadas a uma pessoa (aquela que vai executar o trabalho) por outra pessoa (aquela que encomenda o trabalho). Lembre-lhes que as instruções devem ser muito claras. O que pode acontecer se não forem precisas? Leia a sinopse em conjunto com os alunos, certificando-se de que todos compreenderam as tarefas que lhes foram atribuídas. Chame a atenção para os diferentes aspetos da sinopse:

1. O público-alvo da JONAS SPORTS.
2. As características (valores da marca) que devem focar quando publicitarem as botas.
3. Como devem apresentar o storyboard.

Atribua um público-alvo a cada grupo (por exemplo: crianças, adolescentes, amantes da vida selvagem, da jardinagem e de passeios na natureza) e peça-lhes para o indicarem no espaço previsto para o efeito.

Fase 2: Planeamento – Ficha 19

Entregue uma fotocópia da Ficha de Exercícios 19 (exemplo do guião de um anúncio de uma conhecida marca de carros) e proponha um brainstorming. Incentive-os a pensar o mais rápido possível para que as ideias fluam com ritmo. Peça-lhes que pensem nos seguintes tópicos:

- Logótipo.
- Slogan.
- Banda sonora (música, voz-off, diálogos, etc.).
- Pessoas (atores/celebridades/pessoas comuns).
- Estilo (animação/drama/comédia...).
- História (o que vai ser contado no anúncio).

Fase 3: Realização - Fichas 20 e 21

Explique que a *realização* é um termo usado pelos publicitários para descrever a execução - ou *realização* - de instruções com vista à criação de um anúncio. Deixe claro que têm de pensar em todos os aspetos constantes da sinopse. A Ficha de Exercícios 20 inclui uma lista de frases que devem completar e que podem ajudá-los a organizar as suas ideias.

Se precisarem de outras fontes de inspiração, dê-lhes as seguintes dicas:

- Animado
- Desenhos animados
- Realista
- Atores
- Factual
- Efeitos especiais
- Com humor
- Ficcional
- Colorido
- Preto e branco
- Excitação
- Voz-off
- Personagens
- Diálogo (discurso)
- Dança
- Edição

Quando os alunos puserem as suas ideias por escrito, distribua fotocópias da Ficha de Exercícios 21 e peça-lhes para preencherem o storyboard.

Lembre-lhes que:

- Não têm de desenhar bem para fazerem um bom storyboard: basta desenharem uns simples bonecos (é, aliás, o que fazem muitos profissionais).
- Os desenhos têm de ilustrar a *cena* que pretendem retratar. Por exemplo, se quiserem fazer um grande plano desenhem um rosto enorme que encha o fotograma; se for um plano geral, desenhem pequenos bonecos, etc.
- Se houver diálogo, o texto (guião) deve ser escrito por baixo do respetivo fotograma.
- Devem usar cores se isso for importante: por exemplo, nas botas e no logótipo. Lembre-lhes que isto não é um livro para colorir e que as ideias são o mais importante.

Fase 4: Apresentar o *Storyboard*

Quando os grupos completarem os storyboards, peça-lhes que exponham as suas ideias à turma, desempenhando a função de um executivo de conta sénior. Convide a turma a analisar e a comentar as ideias apresentadas e questione cada grupo sobre o respetivo anúncio.

Plenário :

Recapitule o exercício com a turma. Quais os aspetos mais fáceis e mais difíceis? O que aprenderam de novo? Afixe os storyboards na sala de aula.