



**Atividade para anos finais.  
Vamos começar com uma dinâmica?**

# Um momento SEU

## Bingo da felicidade

Em uma época em que as pessoas estão vivendo momentos de tensão, nem sempre é fácil detectar os momentos de felicidade, não é mesmo? Estudos apontam que algumas maneiras específicas de pensar e agir podem impactar fortemente o nosso senso de felicidade e vitalidade. E se a gente brincasse de *Bingo da felicidade*? A regra é simples, quem completar uma linha na horizontal, diagonal ou vertical, grita bingo, ok? Então vamos lá?

Elogie uma PESSOA que você conheça.

Dance ao SOM de SUA MÚSICA favorita.

Aprenda algo novo.

Conte uma piada ou uma HISTÓRIA alegre para alguém.

Tire 10 MINUTOS do dia SÓ para você.

DESCUBRA uma MÚSICA ou filme novo.

Gargalhe perto de uma PESSOA e tente fazê-la rir também.

BUSQUE uma notícia POSITIVA no jornal ou internet.

PENSE em TRÊS ELOGIOS para você.

**Bingou? Como ESTÁ se SENTINDO?**





Anos Finais

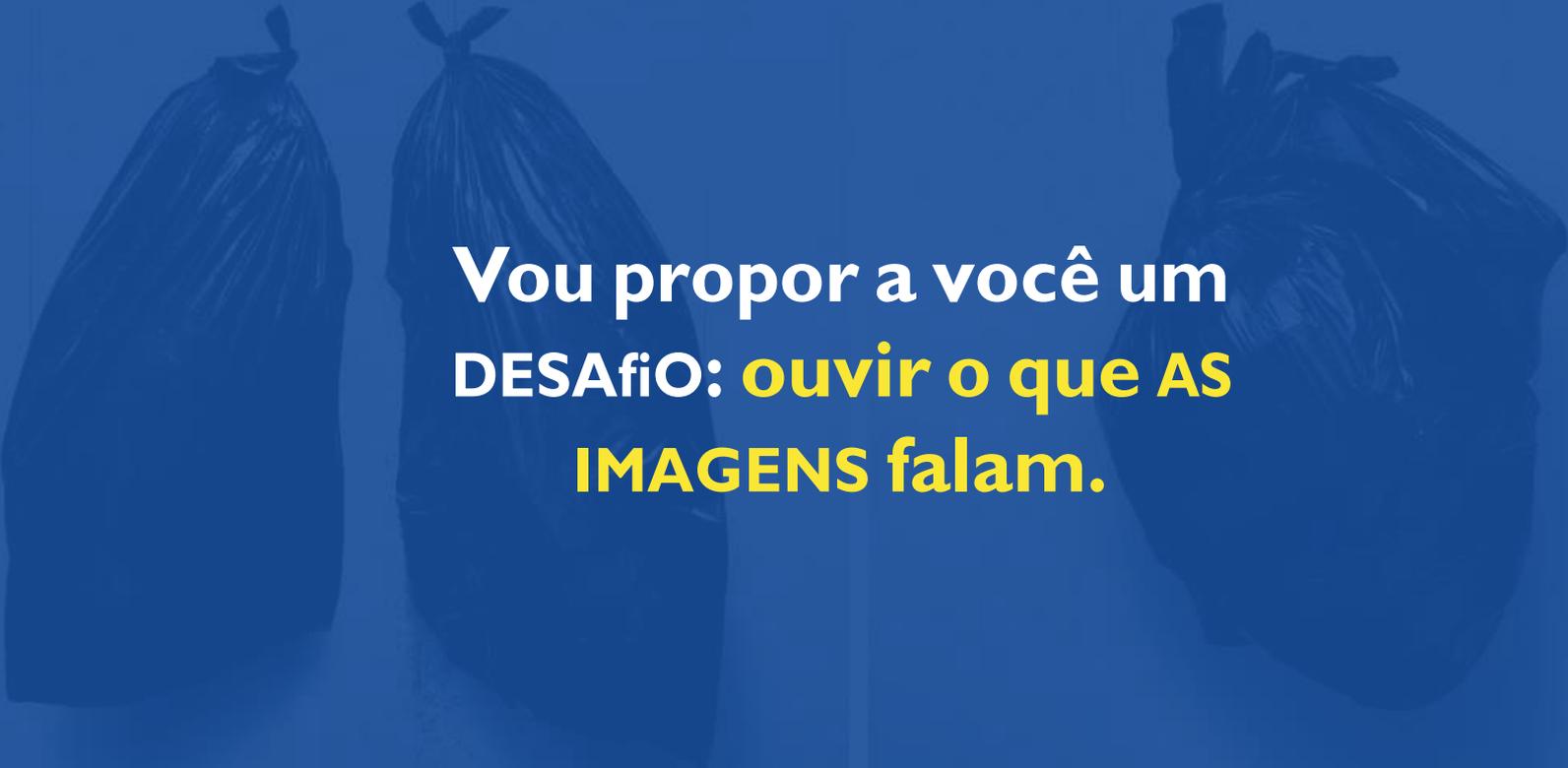
# Quando as imagens falam

Experiência I | Língua Portuguesa

**CLÉSSIO PEREIRA BASTOS**

Professor dos Anos Finais





**Vou propor a você um  
DESAfiO: ouvir o que AS  
IMAGENS falam.**

STOP WASTING LIFE.

STOP WASTING LIFE.





**Os ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS  
COSTUMAM dizer muito, com  
POUCAS palavras.**

A campanha ao lado foi feita na Argentina e tem o objetivo de conscientizar sobre a importância de doar órgãos.

**EXISTE alguma relação entre o  
SLOGAN da campanha e AS IMAGENS?**



“Pare de desperdiçar vidas.”



# Unindo ELEMENTOS para formar SÍMBOLOS



Quando os dois elementos anteriores (saco de lixo e coração) se unem, dão origem a um terceiro elemento que não é mais um ou outro, mas algo novo, com uma mensagem única. Assim, as imagens são utilizadas para passar mensagens de uma forma que só com palavras não seria possível.



**QUAIS DESSAS palavras  
traduzem melhor o que OS  
AUTORES da campanha  
GOSTARIAM de levar o  
ESPECTADOR a SENTIR?**

Anote a palavra em  
seu caderno e por  
que a escolheu.



- **impacto**
- **reflexão**
- **ironia**
- **inércia**
- **decisão**



# Qual a MENSAGEM que a campanha quer PASSAR ao envolver ÓRGÃOS em SACOS de lixo?

Anote suas reflexões em seu caderno.

Você acredita que se fossem usadas palavras, em vez de imagens, a campanha conseguiria passar a mensagem da mesma forma?



“Pare de desperdiçar vidas.”





Em seu **caderno**, faça um texto curto para a veiculação dessa mesma campanha, no rádio e em podcasts.

Lembre-se de que o texto deve ser curto e, igualmente, impactante, mas, agora, sem o auxílio de imagens.



# Confira ESTAS outras REFERÊNCIAS de CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS.

**UMA ÚNICA PESSOA SENDO DOADORA PODE SALVAR ATÉ DEZ VIDAS**

**SEJA UM DOADOR E AVISE SEUS FAMILIARES**



**Sistema Estadual de Transplantes do Paraná**

**PARANÁ GOVERNO DO ESTADO SECRETARIA DA SAÚDE**

**DOE ÓRGÃOS...**

**...A VIDA CONTINUA!!**

*Setembro: mês dedicado à ações de esclarecimento e incentivo à doação de órgãos e tecidos*

[www.assembleia.pr.leg.br](http://www.assembleia.pr.leg.br)

**ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ**



**MAS, SERÁ que  
ESSE tipo de  
campanha gera  
RESULTADOS?**



# MAS, SERÁ que ESSE tipo de campanha gera RESULTADOS?

Após a veiculação de uma campanha do Ministério da Saúde, aqui no Brasil, “transplantes de medula óssea aumentaram 26,8%, passando de 1.404 para 1.780. Já, os transplantes de coração cresceram 6,3%, passando de 191 para 203 transplantes. Também, tiveram aumento nos transplantes de pâncreas-rim (45,7%), passando de 46 para 67; e pâncreas isolado (26,7%), que cresceu de 15 para 19 transplantes.”

Fonte: [Agência Brasil](#)



Imagem da Campanha Nacional de Incentivo à Doação de Órgãos “A Vida Continua. Doe Órgãos. Converse com sua família”. Fonte: Governo federal.

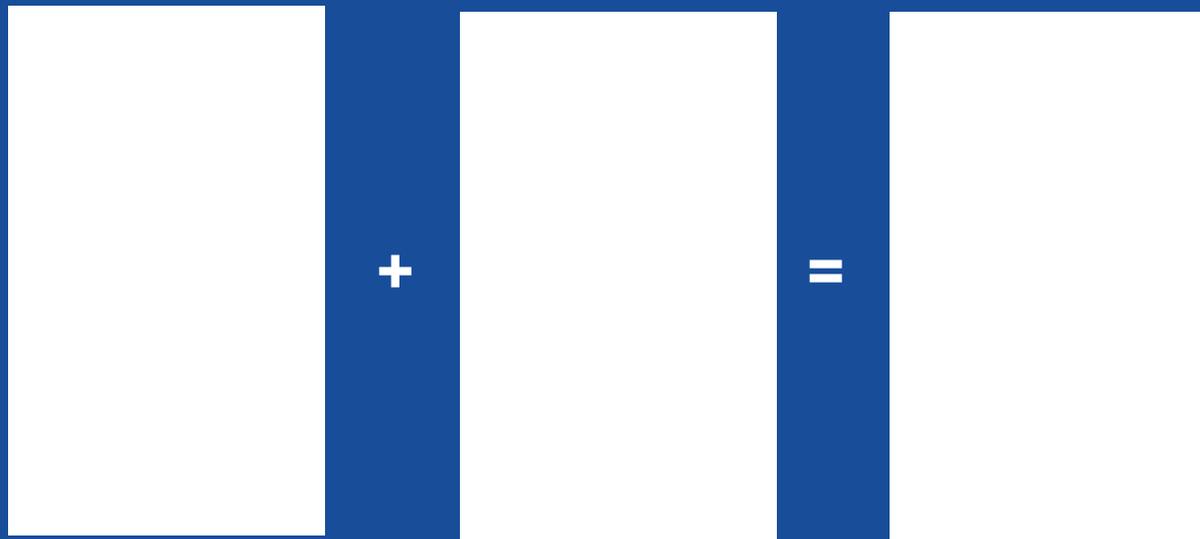


As campanhas publicitárias são planejadas com recursos que podem gerar diferentes reações no espectador. Às vezes, as campanhas influenciam uma pessoa a comprar um determinado produto, outras vezes, a tomar a decisão de doar órgãos e salvar vidas.



# Agora é a SUA vez:

Unindo  
elementos  
para formar  
símbolos



Crie uma imagem que fala.

Você pode desenhar, usar recortes de revistas, jornais, papéis coloridos etc.

A fórmula será a mesma da campanha pela doação de órgãos que vimos: 2 imagens que unidas, com criatividade, dão origem a uma nova. Abuse da imaginação e tenha em mente que você estará transmitindo uma mensagem sem uso de palavras.



# Na experiência de hoje...

Analisamos campanhas  
de conscientização



Percebemos como as  
imagens são usadas  
para transmitir  
mensagens.



Você foi desafiado(a) a  
criar uma imagem que  
transmita uma  
mensagem.

## Para SABER MAIS



### Leitura 1

*Imagens que  
falam*



### Vídeo

*Criando imagens  
incríveis*



### Leitura 2

*O poder da  
imagem na  
comunicação*



**SUPERINTENDÊNCIA DE EDUCAÇÃO**

**INTEGRAL – SEDUC CONTAGEM**



**ACOMPANHE NOSSAS  
PUBLICAÇÕES NO NOSSO CANAL  
NO YOUTUBE :**

<https://www.youtube.com/channel/UCQV24kuzvj7cqttVxRGZk-g>



