ENTRE LINHAS
ADOLESCÊNCIA

O diário (nem sempre) secreto de Pedro

Telma Guimarães Castro Andrade

Projeto de trabalho interdisciplinar

Guia do professor

Este guia tem em vista uma abordagem interdisciplinar de uma das questões enfocadas na obra *O diário (nem sempre) secreto de Pedro*: o consumo inconsciente e desnecessário.

As atividades aqui sugeridas estão divididas em três partes. Na primeira, procura-se motivar os alunos a ler integralmente o livro. Na segunda, o objetivo é fazer uma ponte entre a obra e o contexto dos alunos, estimulando-os a perceber quanto nossos gostos e preferências são orientados pela mídia, particularmente a TV. Na terceira parte, buscamos orientar a elaboração de um comercial.

Motivação para a leitura

1. Peça aos alunos que se sentem em círculo e leia para eles o poema "Anedota búlgara", de Carlos Drummond de Andrade, publicado no livro *Alguma poesia*, de 1930:

Este projeto de trabalho interdisciplinar integra a obra *O diário (nem sempre) secreto de Pedro* (livro do professor). Não pode ser vendido separadamente. © SARAIVA Educação S.A.

Era uma vez um czar naturalista que caçava homens
Quando lhe disseram que também se caçavam borboletas e andorinhas,
Ficou muito espantado e achou uma barbaridade.

Traga para a classe um dicionário, para que possam consultá-lo em caso de dúvidas de vocabulário. Depois, diga-lhes que reflitam por alguns minutos sobre o sentido do poema e escrevam num papel o que pensaram. Em seguida, estimule um debate a partir das interpretações propostas. O importante é que percebam que o poema toca na questão da pluralidade cultural, da diversidade de pontos de vista em relação a um fato ou realidade.

2. Depois do debate, diga a eles que deverão ler um livro chamado *O diário (nem sempre) secreto de Pedro*, cujo protagonista vive uma experiência que acaba modificando sua forma de encarar a vida e as diferenças culturais.

Do texto ao contexto

3. Uma vez que todos os alunos tenham lido o livro, inicie novamente uma discussão com a classe toda, perguntando-lhes sobre uma das questões abordadas no livro: o consumo. No livro, a questão do consumo é alvo de algumas críticas de Pedro, que se recusa a ser um adolescente "massificado". No início da obra, constantemente ele aborda a questão da família não ter condições financeiras de adquirir determinado bem. Depois das férias no sítio dos avós, ele percebe que "comprar" não é a única maneira de aproveitar a vida. Estimule os alunos a destacar outros valores encontrados por Pedro no sítio.

4. Como, em geral, a TV ocupa um lugar muito importante na vida dos jovens e está associada à diversão, o passo seguinte é conduzir

a discussão para as propagandas veiculadas por esse meio de comunicação, a fim de ajudá-los a desenvolver uma postura crítica frente ao consumo desenfreado por ele estimulado. Solicite que cada aluno mencione a propaganda de TV de que mais gosta e por quê. Provavelmente vão apresentar motivos diferentes: *jingle, slogan*, enredo, atores, o próprio produto, etc.

5. Verifiquem quais os três comerciais mais citados pela classe e discutam sobre os recursos neles utilizados para vender os produtos: como são elaboradas as frases publicitárias e os diálogos, como é a música, que cores sobressaem, como são os atores, etc. Ajude-os também a perceber que conceitos estão associados ao produto (*status*, prazer, juventude, poder, saúde, sensualidade, facilidade, praticidade, etc.). Proponha-lhes que verifiquem se as qualidades e utilidades atribuídas ao produto são reais ou fantasiosas. Aproveite a oportunidade para trabalhar noções de estatística: solicite que façam uma planilha dos recursos mais utilizados e outra, dos conceitos atribuídos ao produto nesses comerciais para atrair a atenção do consumidor. Se for possível e necessário, oriente-os a pedir auxílio ao professor de Matemática.

Preparação e apresentação do comercial

6. Depois da análise e da planilha pronta, proponha aos alunos que se dividam em grupos. Cada grupo deve imaginar um produto que será "vendido" à classe. A estrutura dos comerciais deverá ser mantida, mas o produto deverá ser algo completamente inútil ou absurdo (por exemplo, um capacete que proteja contra a queda de tartarugas voadoras, um grampeador perfumado, um casaco que se desmancha após três horas de uso, etc.). Proponha que criem uma campanha para o produto que idealizaram, baseando-se nos

itens da planilha. Ao montar a campanha do produto, os alunos vão perceber que as peças publicitárias guardam pouca relação com suas utilidades ou qualidades.

7. Lembre os alunos dos diversos aspectos envolvidos em uma campanha publicitária: definir público-alvo, recursos disponíveis, etc. Será preciso escrever o roteiro, incluindo diálogos e marcação de entrada e saída dos personagens (se houver), cenários, figurinos, iluminação, trilha sonora, sonoplastia, contrarregragem, etc. Deixe os grupos se organizarem de acordo com suas vocações, esta é uma atividade coletiva e todas as funções são importantes.

8. É importante lembrar aos alunos que a propaganda tem por objetivo convencer o telespectador de que aquele produto é essencial, de que a vida vai ficar muito melhor depois de sua aquisição, etc.

9. Se achar conveniente ou possível, os grupos poderão também filmar seus trabalhos. Essa opção vai acarretar mudanças importantes, pois trata-se de outra linguagem, os atores não estarão presentes e portanto não interagirão com os espectadores, etc.

10. Depois que os trabalhos forem apresentados na classe, promova uma conversa com todos a respeito do que eles aprenderam com a atividade. Vocês podem também votar nas publicidades apresentadas (por exemplo, escolher qual a mais engraçada, qual a mais parecida com as "verdadeiras", qual o produto mais inútil ou esdrúxulo, etc.).