

2ª SEMANA – 2º CORTE

Nome:		Data: / /2020
Unidade Escolar:		Ano: 9º
Componente Curricular: Língua Portuguesa		
Tema/ Conhecimento: ANÚNCIOS		
Habilidades: (EF69LP02-A) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, banner, jingle, vídeos etc.). (EF69LP02-C) Perceber a construção composicional e o estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos. (EF09LP04) Escrever textos corretamente, de acordo com a norma-padrão, com estruturas sintáticas complexas no nível da oração e do período. (EF89LP11) Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: indoor, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas.		

ANÚNCIOS – Leitura e criação



Disponível em <https://conceitos.com/anuncio/> Acesso: 29/04/2020

Estrutura: Como Fazer um Anúncio Publicitário?

Os anúncios publicitários são estruturados de diversas maneiras: com imagens e textos ou somente textos, não têm uma estrutura fixa padrão. Isso dependerá também do local em que será anunciado, por exemplo, o espaço que será preenchido com a mensagem (meia folha, uma folha, um outdoor, um cartaz).

A finalidade deste tipo de texto é de persuadir o leitor. O anunciante (emissor) tem o objetivo de convencer o telespectador (receptor) sobre a boa qualidade de um determinado produto, convencendo-o a adquiri-lo. Isto nos remete à ideia daquele velho ditado popular, o qual diz que “**a propaganda é a alma do negócio**”, e se analisarmos, concluiremos que a afirmação é totalmente verdadeira, porque quanto mais criativo e objetivo for o anúncio, mais haverá a possibilidade de aceitação. Para isso, é importante saber o público-alvo, ele é um fator decisivo perante a elaboração das estratégias a serem aplicadas.

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm> Acesso: 29, abr. 2020.

Atente-se para a sua estrutura

✓ Título

Geralmente é bastante criativo e atraente, baseado em um jogo de palavras carregadas de linguagem conotativa, justamente com o intento de atrair o consumidor. Imagens - As mais inusitadas possíveis, dispostas de forma a chamar a atenção de acordo com as características do produto anunciado.

Veja um exemplo de título:

“**Novo Chocolate Asteca: Mais Delicioso!!!**”

✓ Corpo de Texto

Nesta parte é desenvolvida a ideia sugerida no título, com uma mensagem ou informação que envolva os **aspectos persuasivos** da linguagem publicitária, acrescidos de adjetivos, verbos no imperativo, vocativos e

imagens. É apresentado de maneira breve, numa linguagem clara e simples. Utiliza, muitas vezes, uma linguagem coloquial (informal) para se aproximar do público alvo.

Sendo assim, podem incluir figuras (metáforas, metonímia, hipérbole, ironia, etc.) e vícios de linguagem (estrangeirismo, neologismos, ambiguidade, etc.).

“Experimente o novo e delicioso chocolate asteca: com mais de 70% de cacau e 0% de gordura saturada.”

✓ **Identificação ou Marca do Produto**

Funciona como uma “assinatura” do anunciante. Ocorre também de aparecer o Slogan junto à marca anunciada, para dar mais ênfase à comunicação. Segue a marca do produto, junto com o logotipo da empresa, por exemplo:

“Chocolate Asteca LTDA”

✓ **Contato**

São as informações de contato e identificação da empresa que comercializa o produto, por exemplo, número de telefone (serviço do consumidor), e-mail, página da internet e das redes sociais (facebook, twitter, linkedIn, tumblr, dentre outros).

“E-mail: choco_asteca@produtos.com

Página Oficial: www.chocolateasteca.com

Facebook: www.facebook.com/chocolateasteca

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC): 0800 554 4000”

Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/caracteristicas-do-anuncio-publicitario/> Acesso: 29, abr. 2020. (Adaptado)

Algo importante nos textos publicitários é a criação de *slogan* (uma frase curta e de fácil memorização) ou **manchetes**, os quais resumem em um único enunciado as informações e os objetivos do texto.

Exemplo de slogan:

“TIM - Viver sem Fronteiras”, RED BULL - Te dá Asas!

Disponível em <https://brasilescola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm> Acesso: 29, abr. 2020. (Adaptado)

Confira o exemplo de anúncio publicitário - Coleta Seletiva - O anúncio publicitário sobre coleta seletiva foi promovido pelo Governo de São Paulo e tem como intuito divulgar a importância de ter o cuidado com a coleta seletiva, confrontando o leitor através da frase “O lixo é seu”.



Texto 1 - Disponível em: <https://escolaeducacao.com.br/anuncio-publicitario/> acesso: 30, abr. de 2020.

TEXTO 2



Disponível em: <http://tudosaladeaula.blogspot.com/2016/11/atividade-de-interpretacao-de-anuncio.html> 30, abril. 2020.

1º. Os anúncios são dirigidos a um público-alvo.

- Qual é o público-alvo desse anúncio?
- Como você chegou a essa conclusão?

2º. Identifique no texto:

- o produto oferecido;
- segundo o anúncio, há quantos anos o produto é ofertado?

3º. Por que aparece no texto o nome Eduardo Guedes? Explique qual é a importância dessa informação?

Disponível em: <http://tudosaladeaula.blogspot.com/2016/11/atividade-de-interpretacao-de-anuncio.html> 30, abril. 2020. (Adaptado)

4º. No texto 2, em “Porque atrás de todo homem há sempre uma grande **Moça**”

- porque a palavra negritada está grafada com letra maiúscula?
- que ambiguidade ela apresenta?
- qual figura de linguagem ela representa?
- baseado nos conhecimentos que você possui sobre acentuação gráfica, responda: o acento na palavra **atrás** é justificado por qual regra de acentuação?

5º. Assinale a alternativa correta com relação aos principais suportes de veiculação dos textos publicitários.

- () Os textos publicitários circulam apenas na internet, em sites e blogs.
- () Os textos publicitários são veiculados em livros didáticos para que os professores possam utilizá-los como hipertexto e ensinarem os alunos a desenvolverem um texto cuja função da linguagem é apelativa.
- () Os textos publicitários são os outdoors encontrados ao longo das ruas e avenidas das grandes cidades alertando as pessoas com relação aos cuidados com a saúde e alimentação.
- () Os textos publicitários são veiculados em televisão, internet, rádio, jornais, revistas, outdoors, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/textos-publicitarios.htm> Acesso: 03, abr. 2020

6º. Com relação aos textos publicitários, marque a alternativa que melhor define seus principais objetivos.

- a) () Os textos publicitários têm o objetivo de divulgar as produções literárias e não literárias escritas pelos publicitários.
- b) () Os textos publicitários têm o objetivo de vender e/ou tornar pública alguma informação, anunciar algum produto ou serviço e/ou convencer os leitores.
- c) () Os textos publicitários têm o objetivo de informar os leitores a respeito das atualidades econômicas e políticas dos estados e municípios.
- d) () Os textos publicitários têm o objetivo de anunciar quais são os produtos em oferta nos supermercados de médio e grande portes.

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/textos-publicitarios.htm> Acesso: 03, abr. 2020

Texto 3



PHARMACIA Brasileira. Revista A Novidade, ano II, n. 6, 1937.

http://aracajuantigga.blogspot.com.br/2011_11_01_archive.html. Acesso em: 28 abril de 2020.

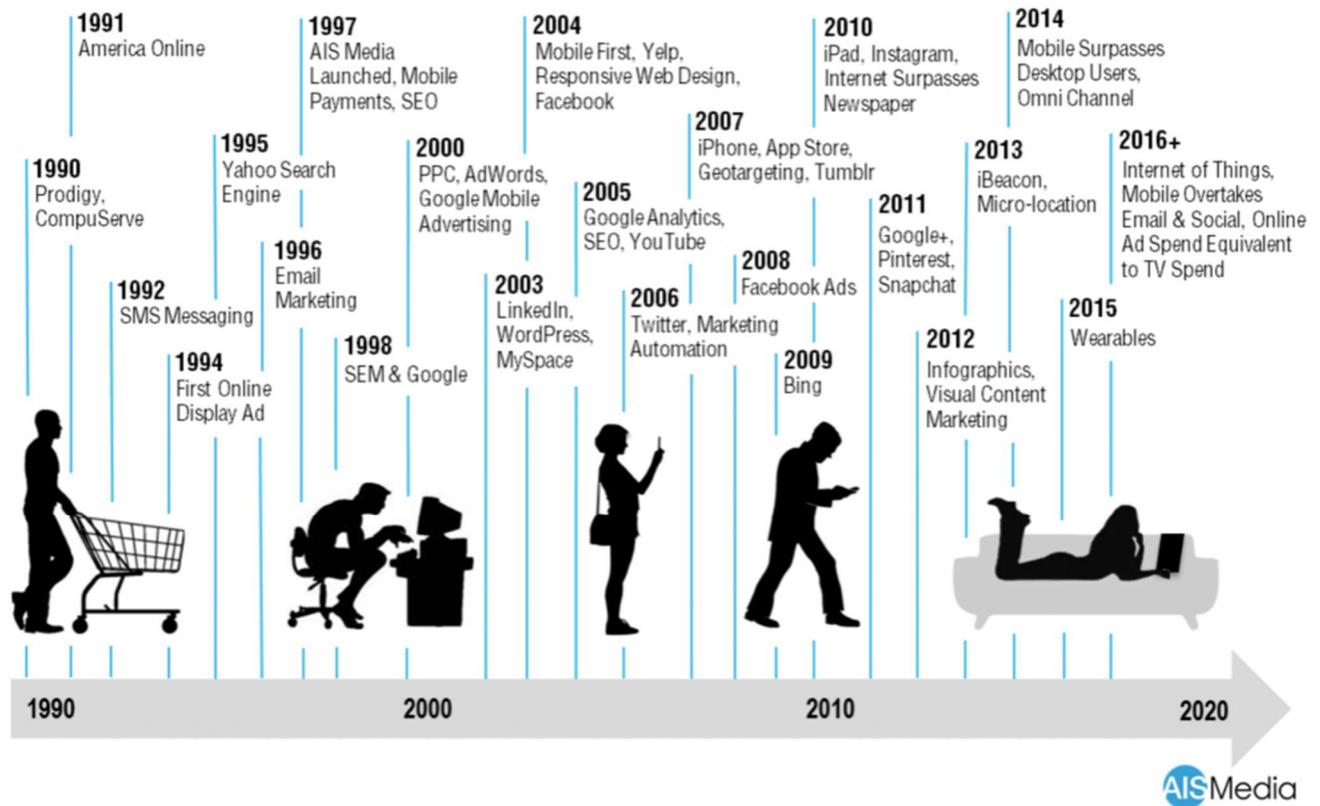
Texto 4



Disponível em: <https://web.facebook.com/farmacia.homeopaticaquintessencia/photos/a.1441427566163867/1689259444714010/?type=1&theater>
Acesso em 30 de abril de 2020.

Texto 5

EVOLUTION OF DIGITAL MARKETING



Disponível em: <https://www.reamp.com.br/blog/2017/12/a-evolucao-da-propaganda-e-sua-importancia-nos-meios-digitais/> Acesso: 30, abr. 2020.

Leia os textos 3, 4 e 5 para responder às questões de 7 a 14.

7º - Verifica-se que no **texto 3**, escrito em 1937, algumas palavras têm grafia diferente da que escrevemos hoje. Retire do texto cinco (cinco) palavras com essa escrita diferente e escreva-as na forma correta.

8º - Apesar dessas diferenças, é possível compreender o que está escrito? Por quê?

9º - Ao comparar o **texto 3** e o **texto 4**, observa-se claramente o quanto houve evolução nesse tipo de texto, cite elementos que demonstrem essa evolução.

10º - No **texto 5**, vemos “**A evolução da propaganda e sua importância nos meios digitais**”. Você acha que é possível acompanhar todas as mudanças que ocorrem no meio digital? Justifique sua resposta.

11º - Nas redes sociais é comum o uso de textos curtos, emojis, palavras abreviadas etc. Você concorda que o mal desempenho dos estudantes nas **Redações do Enem** tem como causa as postagens, isto é, a forma de escrever nas redes sociais? Justifique.

12º - Muitos professores, pais e a própria mídia tem incentivado a todos a praticarem o hábito da leitura. Atualmente, as pessoas têm lido mais que no passado, principalmente por causa dos meios tecnológicos. Na sua opinião essa afirmativa é verdadeira? Por quê?

13º - No **texto 5**, notamos duas palavras que já fazem parte do vocabulário brasileiro, pois são muito utilizadas no Brasil. Essas palavras já foram introduzidas ao nosso vocabulário e são conhecidas como estrangeirismo. Cite-as.

14º- A Língua Inglesa e a Língua Espanhola têm feito parte do nosso dia a dia, principalmente por causa das redes sociais. Como é chamada a pessoa que fala mais de uma língua?

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO TEXTUAL

Agora é a sua vez de produzir

15º - Faça um anúncio publicitário promovendo uma ideia ou um produto.

- Primeiramente, escolha a ideia e os objetivos que a envolvem:
 - ✓ Para que ela é importante?
 - ✓ Qual o público alvo envolvido?
 - ✓ Vale utilizar imagens?
- Após respondida as perguntas, elabore um texto curto e criativo de acordo com a estrutura acima (título, corpo de texto, marca e contato).
- Importante conhecer o público alvo, ou seja, se o anúncio é destinado ao público jovem pode apresentar uma linguagem mais despretensiosa, com uso de figuras de linguagem e gírias.
- No entanto, se o público alvo são os idosos, a linguagem deve ser mais cuidada e clara, destituídas de gírias que podem não atingir o público pretendido.
- Pense que o anúncio pode estar no mural da escola e, portanto, deve conter um título interessante e que chame a atenção do público.

Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/caracteristicas-do-anuncio-publicitario/> Acesso: 29, abr. 2020. (Adaptado)

Bons Estudos!