

Tema/ Conhecimento: Propaganda

Habilidades: (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. (EF67LP08) Identificar, em reportagens, fotorreportagens, foto-denúncias, memes, anúncios publicitários e propagandas publicadas em jornais, revistas, sites na internet etc, os efeitos de sentido devidos à escolha de imagens estáticas, sequenciação ou sobreposição de imagens, definição de figura/fundo, ângulo, profundidade e foco, cores/tonalidades, relação com o escrito (relações de reiteração, complementação ou oposição) etc.(EF69LP17-A) Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários. (EF67LP32) Escrever palavras com correção ortográfica, obedecendo as convenções da língua escrita.

NOME:

DATA:

UNIDADE ESCOLAR:

## PROPAGANDA

A **propaganda** ou **anúncio publicitário** é um gênero textual que promove um produto ou uma ideia sendo veiculado pelos meios de comunicação de massa: jornais, revistas, televisão, rádio e internet. Podemos encontrá-los também em outdoors, panfletos, faixas ou cartazes na rua, no ônibus, no metrô, etc.

A principal característica desses tipos de textos são precisamente o **convencimento do consumidor** para a compra de um produto ou serviço.

Aqueles que produzem as propagandas utilizam diversas **ferramentas discursivas**, por exemplo, uso de imagens, de linguagem simples e humor. Note que esse tipo de texto tem como intuito **chamar a atenção do consumidor** e, portanto, são atrativos. São repletos de verbos no imperativo, o modo verbal que oferece ordem: Compre! Veja! Analise!

De acordo com as funções da linguagem, as propagandas são textos que apresentam a **função conativa** ou apelativa, que por sua vez possuem o intuito de convencer os receptores da mensagem, ou seja, os consumidores. Podem ser textos verbais (palavras) e não verbais (uso de imagens), e ainda textos orais, por exemplo, aqueles veiculados pelo rádio.

### Características:

- Linguagem verbal e não verbal.
- Linguagem simples.
- Textos relativamente curtos.
- Textos persuasivos e atrativos.
- Humor, ironia e criatividade.
- Verbos no modo imperativo.
- Figuras e vícios de linguagem, como metáfora, pleonasma, hipérbole, antítese etc.
- Uso de cores, imagens, fotografias.

Outro recurso muito utilizado em propagandas é a intertextualidade, ou seja, uma releitura de algo que já existe, como por exemplo, uma música, um texto, uma imagem.

### Estrutura:

As propagandas ou anúncios publicitários são estruturados de diversas maneiras: com imagens e textos ou somente textos. Ou seja, 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).

- **Título:** Geralmente escrito em letras maiores, com o objetivo de chamar a atenção do consumidor, por exemplo:

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

- **Corpo de Texto:** Trata-se da mensagem ou informação que envolve os **aspectos persuasivos** da linguagem publicitária. No corpo do texto publicitário são acrescentados adjetivos, verbos no imperativo, vocativos e imagens. Tudo isso, é apresentado de maneira breve, numa linguagem clara e simples. Vale atentar que o corpo do texto publicitário 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.”*

- **Slogan:** Os *slogans* são elementos fundamentais dos textos publicitários, posto que definem em poucas palavras (ou frases de efeito) a marca de maneira criativa e que aproxime o leitor da proposta publicitária.

*“Tem 1001 utilidades” (Bombril)*

- **Marca:** Abaixo 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).

Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/> Acesso em 11 de maio de 2020.

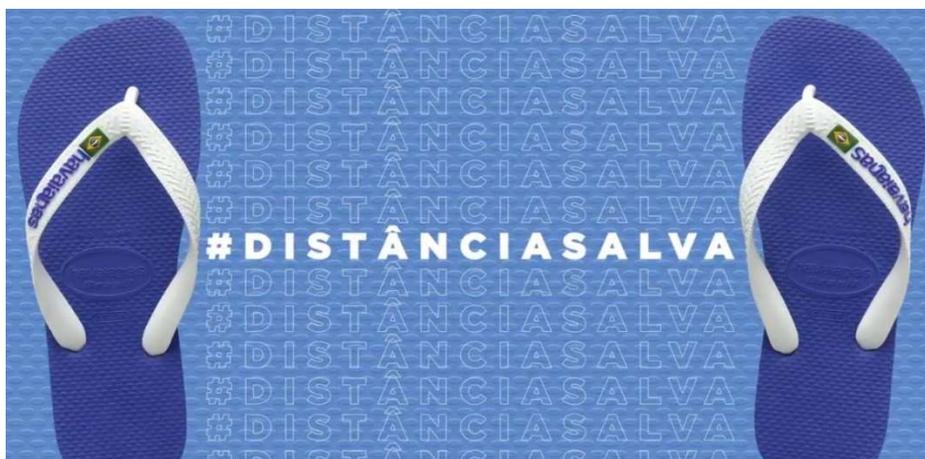
**Para saber mais:** : <https://descomplica.com.br/artigo/mapa-mental-genero-propaganda/4Mh/>

**Para saber mais, se possível, veja o vídeo em:**

<https://brasilecola.uol.com.br/redacao/intertextualidade-.htm>

## TEXTO 1

Leia o texto abaixo e depois responda as atividades no seu caderno:



Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/17/marcas-se-engajam-por-campanha-contra-a-disseminacao-do-coronavirus.htm> Acesso em 11 de maio de 2020.

- 1) Você conhece a marca do produto da propaganda?
- 2) E o slogan você conhece? Lembra de mais alguns?
- 3) A propaganda é direcionada principalmente
- |                             |                     |
|-----------------------------|---------------------|
| A) ( ) aos jovens.          | C) ( ) às crianças. |
| B) ( ) às pessoas em geral. | D) ( ) aos idosos.  |
- 4) Essa propaganda vende um produto ou uma ideia? Explique.
- 5) Que motivo levou a empresa a fazer essa propaganda?
- |   |   |
|---|---|
| A) ( ) o surgimento da doença provocada pelo Coronavírus. | C) ( ) vender um produto.                                 |
| B) ( ) estimular os clientes a visitarem a empresa.       | D) ( ) falar sobre a importância de se ter uma boa saúde. |
- 6) Que tipo de linguagem é predominante no texto?
- |                             |                           |
|-----------------------------|---------------------------|
| A) ( ) Literária.           | C) ( ) Subjetiva.         |
| B) ( ) Verbal e não verbal. | D) ( ) Formal e informal. |
- 7) A propaganda trabalha com a linguagem verbal e não verbal. O uso das imagens e das cores provoca no leitor uma reflexão crítica. Como esses recursos gráficos contribuem para o sucesso da propaganda?

## TEXTO 2

Leia o texto abaixo e depois responda as atividades no seu caderno



Disponível em: <https://www.slideshare.net/Aguinamar/anncio-publicitrio-4o-bimestre-69004670> Acesso em 12 de maio de 2020.

- 8) Qual a função dessa propaganda?
- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| A) ( ) Promover uma ideia.      | C) ( ) Vender um produto.                                |
| B) ( ) Apresentar o Edu Guedes. | D) ( ) Falar sobre a importância de uma boa alimentação. |

9) A que público-alvo ele se destina? Justifique sua resposta:

10) A frase de efeito utilizada na propaganda nos remete a um outro texto, um provérbio muito conhecido. Qual?

- A) ( ) Do homem a praça, da mulher a casa.  
B) ( ) Entre marido e mulher nunca metas a colher.

- C) ( ) Ao lado de um grande homem sempre há uma grande mulher.  
D) ( ) É a mulher que faz ou desfaz a casa.

Por que a palavra "Moça" encontra-se com inicial maiúscula, no anúncio?

11) Qual é o produto oferecido? Ele é novo no mercado? Comente:

12) Há, no anúncio, uma palavra que apresenta duplo sentido. Qual é e por quê?

13) Assinale a alternativa correta com relação aos principais suportes de veiculação dos textos de propaganda.

- A) ( ) São veiculadas em revistas e jornais impressos.  
B) ( ) São os outdoors encontrados ao longo das ruas e avenidas alertando as pessoas com relação aos cuidados com a saúde e alimentação.

- C) ( ) Circulam apenas na internet, em sites e blogs.  
D) ( ) São veiculados em televisão, internet, rádio, jornais, revistas, outdoors, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.

14) Sobre a propaganda é correto afirmar

- A) ( ) apenas o texto não verbal é responsável pela persuasão.  
B) ( ) toda propaganda tem como proposição básica uma destas intenções: vender um produto ou conscientizar sobre um tema social.

- C) ( ) o público-alvo não é um elemento decisivo na elaboração de uma propaganda.  
D) ( ) o texto publicitário não é, necessariamente, argumentativo.