|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **LÍNGUA PORTUGUESA – 7º ANO** |  | |
| 5ª SEMANA - 2º CORTE |
| 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, pleonasmo, 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 acrescidos 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](https://www.todamateria.com.br/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://brasilescola.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.

B) ( ) às pessoas em geral.

C) ( ) às crianças.

D) ( ) aos idosos.

1. Essa propaganda vende um produto ou uma ideia? Explique.
2. Que motivo levou a empresa a fazer essa propaganda?

A) ( ) o surgimento da doença provocada pelo Coronavírus.

B) ( ) estimular os clientes a visitarem a empresa.

C) ( ) vender um produto.

D) ( ) falar sobre a importância de se ter uma boa saúde.

1. Que tipo de linguagem é predominante no texto?

A) ( ) Literária.

B) ( ) Verbal e não verbal.

C) ( ) Subjetiva.

D) ( ) Formal e informal.

1. 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.

1. Qual a função dessa propaganda?
2. ( ) Promover uma ideia.
3. ( ) Apresentar o Edu Guedes.
4. ( ) Vender um produto.
5. ( ) Falar sobre a importância de uma boa alimentação.
6. A que público-alvo ele se destina? Justifique sua resposta:
7. A frase de efeito utilizada na propaganda nos remete a um outro texto, um provérbio muito conhecido. Qual?
8. ( ) Do homem a praça, da mulher a casa.
9. ( ) Entre marido e mulher nunca metas a colher.
10. ( ) Ao lado de um grande homem sempre há uma grande mulher.
11. ( ) É a mulher que faz ou desfaz a casa.

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

1. Qual é o produto oferecido? Ele é novo no mercado? Comente:
2. Há, no anúncio, uma palavra que apresenta duplo sentido. Qual é e por quê?
3. Assinale a alternativa correta com relação aos principais suportes de veiculação dos textos de propaganda.
4. ( ) São veiculadas em revistas e jornais impressos.
5. ( ) São os outdoors encontrados ao longo das ruas e avenidas alertando as pessoas com relação aos cuidados com a saúde e alimentação.
6. ( ) Circulam apenas na internet, em sites e blogs.
7. ( ) São veiculados em televisão, internet, rádio, jornais, revistas, outdoors, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.
8. Sobre a propaganda é correto afirmar
9. ( ) apenas o texto não verbal é responsável pela persuasão.
10. ( ) toda propaganda tem como proposição básica uma destas intenções: vender um produto ou conscientizar sobre um tema social.
11. ( ) o público-alvo não é um elemento decisivo na elaboração de uma propaganda.
12. ( ) o texto publicitário não é, necessariamente, argumentativo.

Respostas:

1. Resposta pessoal. Espera-se que o estudante reconheça a marca Havaianas.
2. Havaianas, as legítimas, ou Havaianas, todo mundo usa. Resposta pessoal. Espera-se que o estudante conheça alguns slogans: Nescau, energia que dá gosto; Tomou Doril, a dor sumiu; Red Bull te dá asas; Toddy, sabor que alimenta etc.
3. Alternativa B) às pessoas em geral.
4. Vender uma ideia. Se as pessoas ficarem distantes, pode salvar vidas.
5. Alternativa A) o surgimento da doença provocada pelo Coronavírus.
6. Alternativa B) Verbal e não verbal.
7. Na propaganda usou-se a imagem das sandálias Havaianas, conhecidas mundialmente, a distância entre o par destas e cores fortes para convencer o público.
8. Alternativa C) Vender um produto.
9. Cozinheiros, donas de casa e/ou pessoas que geralmente preparam comida.
10. Alternativa C) Ao lado de um grande homem sempre há uma grande mulher.
11. Porque é um substantivo próprio e refere-se ao produto, ou seja, ao leite condensado Moça.
12. O leite condensado Moça. Não. É antigo, desde 1921.

## A palavra é “Moça”, porque ela substitui a palavra mulher no provérbio popular e ao mesmo tempo faz relação à marca do produto anunciado.

1. Alternativa D) São veiculados em televisão, internet, rádio, jornais, revistas, outdoors, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.
2. Alternativa B) toda propaganda tem como proposição básica uma destas intenções: vender um produto ou conscientizar sobre um tema social.