

Tema/ Conhecimento: Propaganda de Rádio e TV

Habilidades:(EF69LP02-)Analisar e comparar peças publicitárias variadas (anúncios, propagandas, entre outros) em diferentes mídias (jingle, vídeos etc.); (EF69LP02-B)Perceber a articulação entre peças publicitárias em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha; (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.

NOME:

DATA:

UNIDADE ESCOLAR:

PROPAGANDAS DE RÁDIO E TV: Com certeza você já estudou o gênero textual **Propaganda** e antes de falarmos especificamente sobre **Propagandas de Rádio e TV**, vamos revisar um pouco do que já foi estudado.

INFORMAÇÃO SOBRE O GÊNERO: O termo propaganda está relacionado à divulgação de ideias, porém algumas vezes é utilizado no sentido de publicidade, o que o torna um termo amplo. Embora os termos publicidade e propaganda sejam muitas vezes usados como sinônimos, se distinguem, pois, enquanto a publicidade tem como finalidade vender um produto/serviço, a propaganda tem como objetivo principal divulgar uma mensagem buscando influenciar opiniões ou obter adesão para uma ideia ou doutrina.

Visto o caráter persuasivo, tanto da propaganda quanto da publicidade, ambos os gêneros costumam apresentar textos cuja mensagem pretende sensibilizar/atraindo o interlocutor, para tanto faz uso de: imagens, música, recursos audiovisuais e efeitos sonoros e luminosos. Sua veiculação, em ambos os casos, pode se dar por meio impresso, pelo rádio, pela TV ou pela internet.

Disponível em: <https://novaescola.org.br/plano-de-aula/4614/elaboracao-de-propaganda-em-audio> acesso: 12, mai. 2020 (Adaptado)

Você já deve ter ouvido falar de **persuasão**, não é mesmo? Vamos lembrar o significado desse termo. Persuasão vem do verbo persuadir: levar a crer ou a acreditar (Aurélio). A propaganda, como já deve ter percebido, tem por objetivo justamente o que foi exposto na definição acima: tentar convencer o público de alguma coisa. Por isso, sempre quando vir ou ouvir um anúncio, lembre-se que os publicitários estão usando a linguagem persuasiva para conquistar você, seja por meio de palavras, de cores, de imagens, etc. E, principalmente, fazê-lo comprar mais e mais!

Curiosidade: A propaganda também é chamada de “merchandising”, que tem origem na palavra inglesa merchandiser que significa “negociante”. Como se vê, até na origem, a propaganda é um tipo de negociação: eu te convenco e você compra.

O que é importante na fabricação de uma propaganda:

- O produto: utilidade, características, qualidades, desvantagens e vantagens.
- O público: qual é o público-alvo: jovens, adolescentes, adultos, crianças. É importante determiná-lo para saber o tipo de linguagem que deverá ser utilizada.
- Objetivo: vender sempre é a principal meta. Contudo, pode ser apresentar algo novo, causar impacto, despertar a curiosidade, aumentar a venda ou audiência, etc.
- Estilo: cores, tamanhos, tipos de objetos, tipo de letra, pano de fundo, etc.

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/a-propaganda-persuasao.htm> acesso: 12, mai. 2020 (Adaptado)

OS SEGREDOS DOS PUBLICITÁRIOS: Os intervalos comerciais na TV trazem uma sucessão de produtos industrializados e de toda sorte cujos apelos se apoiam em:

- Personalidade de Marca;
- Design chamativo;
- Predominância de enredos de conteúdo emocional, com associação a situações prazerosas, até mesmo fantásticas;

- d) Praticidade no consumo. Exemplo: “pronto para beber”;
- e) Algum elemento racional. Exemplo: “enriquecido de vitaminas”;
- f) Presença constante na mídia; repetição.

A propaganda é o que garante visibilidade aos produtos. E vai se estender em cuidadosas estratégias até ao ponto de venda, seja o supermercado, a concessionária de veículos, etc. Ela não é mera informação; é informação “embalada para presente”. Para encantar, convencer, persuadir. E superar a concorrência.

Disponível em <https://maeperfeita.wordpress.com/2013/04/16/os-segredos-dos-publicitarios> acesso em 13 de maio de 2020



Propagandas de Rádio e TV

Observe o texto da empresa Boa Imagem de Brasília-DF Propaganda de Rádio

A propaganda possui grande poder de influência, além disso é um meio poderoso para as empresas e para o país. Elas possuem uma força brutal de influência, especialistas dizem que esse veículo pode ser um grande responsável pela mudança da nossa sociedade. Veículos de comunicação como televisão, revistas e jornais conseguem por si só construir uma sustentação usando a propaganda. Após a criação da TV o desejo de comprar coisas aumentou e isso, conseqüentemente, aumentou os gastos e influenciou diversas áreas. E é exatamente essa a intenção de todas as produções, frases criativas e spots que você escuta e vê assim que liga o rádio ou sai às ruas.

Esse veículo leva a informação para o telespectador ou para o leitor de forma direta. Por isso sempre estamos em contato com chamadas interessantes como, spots de cursos com preços baixos e produtos atuais com bons preços. [...]

[...] Estamos sempre observando a receptividade dos ouvintes, leitores e telespectadores, pois eles são os guias do que é produzido. Sabemos também que nossa vida é totalmente influenciada pela mídia e seus veículos. [...]

Todas as propagandas são muito válidas, porém cada uma oferece um tipo retorno. Tudo vai depender da necessidade da sua empresa. O rádio é um veículo de comunicação forte, porém não são todas as pessoas que o escutam. Esse veículo de divulgação é muito procurado pelos anunciantes, pois pode oferecer um baixo custo. Ou seja, para produzir e vincular, o valor é mais em conta. Lembrando que essa propaganda só necessita de um bom roteiro pois apenas o áudio será transmitido.

Por ser uma propaganda que as pessoas irão apenas escutar, a vinculação na rádio deve ser feita repetidas vezes. O público precisa fixar a informação. Diferente da TV que prende a atenção do telespectador, a propaganda na rádio precisa ser lembrada.

Por que escolher a propaganda de rádio?

A propaganda de TV tem uma receptividade e aceitação maior, pois a mesma contém imagens e vídeos que são pensados de forma completa para prender a atenção do telespectador, é um bom veículo de informações, porém, mesmo valendo a pena os custos para a criação da propaganda de televisão são bem altos.

[...]

A Boa Imagem, sabe a melhor forma de inserir o seu negócio na rádio, sabemos estudar o seu empreendimento e oferecemos as melhores saídas de divulgação. Conheça sobre o nosso trabalho em Propaganda de Televisão. Entre em contato conosco para que juntos possamos definir as melhores estratégias de divulgação.

Brasília, Distrito Federal

SCS Quadra 2 Bloco C Lote 22

Edifício Serra Dourada - Sala 713

Disponível em: <https://boaimagem.org/servicos/offline/propaganda-de-radio/> Acesso: 18, mai. 2020 (adaptado)

Como puderam observar a empresa apresenta inúmeras vantagens de Propagandas de Rádio e TV, como por exemplo:

- ✓ possuem grande poder de influência;
- ✓ são meios poderosos para as empresas divulgarem o seu negócio;
- ✓ possuem força brutal de influência;
- ✓ são grandes responsáveis pela mudança da nossa sociedade;
- ✓ conseguem por si só construir uma sustentação; entre outras.

Sabe-se que, de certa forma, a empresa tem razão e esses dois veículos de propaganda (TV e rádio) são de fato importantes para levar mensagens de forma mais rápida e eficaz ao público alvo, bem como para influenciá-los.

Cabe aos telespectadores, bem como aos ouvintes não se deixarem influenciar e filtrar cada informação, verificando a veracidade de cada uma delas e se, de fato, eles necessitam dos produtos que estão sendo promovidos.

Sem dúvida nenhuma, a televisão foi um dos inventos que mais tem provocado elogios; ao mesmo tempo em que desperta um grande número de críticas. São muitos os seus defensores; mas, cresce o número dos que a condenam por condicionar a mente dos seus telespectadores, notadamente dos mais novos.

ATIVIDADES

01. Escreva o que você entende por propaganda?

02. As Propagandas são gêneros textuais que fazem parte de qual grupo de textos?

- a) () Religiosos.
- b) () Filosóficos.
- c) () Literários.
- d) () Jornalísticos.

Propagandas de Rádio - Lojas de material esportivo

Texto A

Espante o Stress. A Casa dos Esportes tem a melhor receita para você arejar a cabeça. Que tal uma pescaria, caçada ou acampamento? – Tudo em caça, pesca e camping você encontra na Casa dos Esportes de São Domingos. Barracas, fogareiros, anzóis, redes e tarrafas e demais apetrechos. Fique longe do Stress. Na hora de relaxar, relaxe com os melhores preços à vista, as melhores condições a prazo e o atendimento da Casa dos Esportes. Avenida Padre João Maria, 1.451, telefone 215.42.44, em São Domingos.

01. Com relação ao texto A, marque a alternativa que demonstra o que a empresa usou para chamar mais a atenção do ouvinte

- a) () "...melhores preços à vista e melhores condições a prazo..."
- b) () "... Barracas, fogareiros, anzóis, redes e tarrafas e demais apetrechos..."
- c) () "Espante o Stress. A Casa dos Esportes têm a melhor receita para você arejar a cabeça..."
- d) () "... atendimento da Casa dos Esportes. Avenida Padre João Maria, 1.451, telefone 215.42.44, em São Domingos."

02. Quais as palavras se repetem no texto A e com qual objetivo?

03. "Espante o Stress. A Casa dos Esportes tem a melhor receita para você arejar a cabeça". Você acredita integralmente no que está sendo anunciado? Por quê.

Texto B

Nada está mais na moda do que cuidar da saúde. Boa alimentação, distância das drogas e muita prática esportiva. Seja qual for sua modalidade preferida, a Casa dos Esportes é a melhor companhia. Se você prefere Vôlei, futebol, basquete, ciclismo, caça, pesca ou camping, a Casa dos Esportes dispõe daquilo que você precisa. Venha fazer uma visita, consulte nossos preços, a qualidade do nosso estoque e as melhores opções de pagamento. A gente sempre dá um jeitinho para que você pratique esportes sem esquentar a cabeça. Casa dos Esportes. Avenida Padre João Maria, 1.451. Telefone 215.42.44, em São Domingos.

01. Cite o trecho que foi utilizado pelo locutor para chamar mais a atenção do ouvinte?
02. Que tipo de produtos foram anunciados?
03. Como o ouvinte poderá obter o contato da empresa para adquirir os produtos anunciados?

Disponível em: <https://www.loucosporradio.com/2017/08/modelos-de-textos-comerciais.htm> acesso em: 14 de maio de 2020

04. A partir dos estudos realizados e dos textos lidos, faça você o seu próprio texto, escreva sua Propaganda. Escolha seu produto, seu público-alvo, sua mídia, etc. Assim que terminar de escrever seu texto, revise-o. Corrija e aprimore sua produção, e, se necessário, faça correções de concordância, ortografia, pontuação, imagens, se for o caso, cortes ou acréscimos etc.