|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **LÍNGUA PORTUGUESA –9 º ANO** |  | |
| 5ª SEMANA - 2º CORTE |
| 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/atrair 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 relembrar 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 convenço e você compra.

**O que é importante na fabricação de uma propaganda:**

1. O produto: utilidade, características, qualidades, desvantagens e vantagens.
2. 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.
3. Objetivo: vender sempre é a principal meta. Contudo, pode ser apresentar algo novo, causar impacto, despertar a curiosidade, aumentar a venda ou audiência, etc.

d) Estilo: cores, tamanhos, tipos de objetos, tipo de letra, pano de fundo, etc.

Disponível em: <https://brasilescola.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:

1. Personalidade de Marca;
2. Design chamativo;
3. Predominância de enredos de conteúdo emocional, com associação a situações prazerosas, até mesmo fantásticas;
4. Praticidade no consumo. Exemplo: “pronto para beber”;
5. Algum elemento racional. Exemplo: “enriquecido de vitaminas”;
6. 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 lmagem 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, consequentemente, 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 guiadores 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**

1. Escreva o que você entende por propaganda?
2. As Propagandas são gêneros textuais que fazem parte de qual grupo de textos?
3. ( ) Religiosos.
4. ( ) 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.

1. Com relação ao texto A, marque a alternativa que demonstra o que a empresa usou para chamar mais a atenção do ouvinte
2. ( )”...melhores preços à vista e melhores condições a prazo...”
3. ( )”... Barracas, fogareiros, anzóis, redes e tarrafas e demais apetrechos...”
4. ( )”Espante o Stress. A Casa dos Esportes têm a melhor receita para você arejar a cabeça...”
5. ( )”... atendimento da Casa dos Esportes. Avenida Padre João Maria, 1.451, telefone 215.42.44, em São Domingos.”
6. 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, l.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](https://www.loucosporradio.com/2017/08/modelos-de-textos-comerciais.html) 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.

Respostas

**TEXTO 1**

1. Espera-se que o estudante responda que propaganda são textos que têm como objetivo divulgar um produto, um evento e podem ser escritos ou veiculados pela TV, rádio, internet.
2. (D)

**TEXTO A**

01.(C)

02. Stress e relaxar. Para chamar a atenção do ouvinte.

03. Espera-se que o estudante compreenda que ainda que os esportes promovam bem-estar e saúde, eles não são capazes, sozinhos, de combater o stress. Há uma série de fatores para se combater o stress e em alguns casos são necessários tratamentos médicos.

**TEXTO B**

01. Nada está mais na moda do que cuidar da saúde. Boa alimentação, distância das drogas e muita prática esportiva.

02. Artigos esportivos relacionados a Vôlei, futebol, basquete, ciclismo, caça, pesca ou camping.

03.Por meio do endereço: Casa dos Esportes. Avenida Padre João Maria, l.451, São Domingos ou pelo telefone 215.42.44.

04 Resposta pessoal.