|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **LÍNGUA PORTUGUESA –9 º ANO** |  | |
| 5ª QUINZENA - 2º CORTE |
| Tema/ Conhecimento: Propaganda de Rádio e TV | | |
| Habilidades:(EF69LP02-A) 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**

Como já vimos alguns conceitos relacionados à propaganda na aula anterior, vejamos, agora, de forma mais específica, as Propagandas de Rádio e TV - Vamos lá?

**A propaganda de T**V tem uma aceitação grande, pois contém imagem, vídeos e um custo alto; mas seu alcance atinge um público enorme.

**A propaganda de Rádio** também tem grande visibilidade**,** abrange um público muito amplo, mas se diferente da propaganda de TV, nela não há imagens. Ela não conta com os elementos constantes em uma imagem. A propaganda de rádio necessita, principalmente, de um bom roteiro, pois somente o áudio será transmitido. As pessoas irão somente ouvir, por isso, será repetida várias vezes. O público na rádio precisa ser lembrado da propaganda.

**Locução de Rádio**

# O rádio, assim como a televisão, é um dos mais importantes meios de comunicação, responsável pela difusão de entretenimento e de informação para grande parte da população. Esse veículo de comunicação de massa atua como instrumento de disseminação de notícias, informações, prestação de serviços, entretenimento, cultura, educação e publicidade. Apesar dessas qualidades, contudo, o rádio depende basicamente de um profissional: o locutor, elemento vital para seu sucesso.

# O locutor é aquele que, apenas com palavras, consegue transformar um meio basicamente auditivo em imagens, estimulando a imaginação do radiouvinte a criar a sua própria representação do que está sendo dito. É aquele que, simplesmente lendo um texto, conquista a audiência e provoca os mais variados sentimentos e reações.

Disponível em: <https://www.tevepro.com/locutor> Acesso em 20 de maio de 2020.

Termos gerais usados na rádio para produção de propagandas

a. **Locutor**: aquele que fala, reproduz a propaganda. É necessário ter boa pronúncia, ser claro e objetivo, pois o tempo é curto.

b. **Locução**: é o nome que se dá ao texto que o locutor fala.

c. **Spot**: geralmente, é um tipo de anúncio ou propaganda, um texto comercial pequeno.

d. **Vinheta**: é a assinatura de uma marca. Feita de frases curtas, de apenas alguns segundos, sua função é marcar a entrada ou a saída de um programa, um texto cantado.

e. **Jingle:** é uma peça musical, com letra e melodia, em que o anúncio é cantado para gerar empatia e memorização, contém frases com trocadilhos e repetições de palavras.

f. **Esperas**: é o tempo de espera durante as chamadas telefônicas.

Disponível em: <https://teletronix.com.br/blog/vinhetas-para-radio-qual-a-importancia-delas-para-seu-publico/> Acesso em 19 de maio de 2020. (Adaptado)

**As propagandas podem atingir todo tipo de alvo**

Spot de Rádio deve atentar para o tempo de duração que pode variar de 15 a 60 segundos. Veja abaixo algumas dicas básicas para um spot de qualidade.

* Clareza no nome da empresa ou instituição;
* Tem que conquistar o ouvinte a ouvir o comercial até o fim;
* Linguagem direta, sem enrolação, direto ao ponto;
* O principal assunto deve vir logo no início para que o ouvinte se interesse e permaneça sintonizado.

**Propaganda para criança**

Pesquisas apontam que, no Brasil, as crianças influenciam em até 80% as decisões de consumo das famílias.As crianças não têm maturidade suficiente para se proteger da persuasão exercida pela publicidade, sendo facilmente seduzidas para o consumo.

Em um sistema democrático, não pode ser delegado ao Estado o poder de decidir sobre os hábitos de consumo de um indivíduo. A conscientização de uma criança nasce da boa orientação passada pelos pais, e não de uma norma imposta por decreto A obesidade não é causada pela propaganda, mas, sim, por uma série de fatores, desde socioculturais até genéticos. O que falta é uma boa educação alimentar. Não adianta impedir a publicidade de alimentos gordurosos se, em casa os pais não possuem hábitos saudáveis.

Ninguém questiona que as propagandas abusivas devam ser controladas. A questão é que já há mecanismos eficientes para isso no Brasil. O Conselho de Autorregulamentação Publicitária (Conar) tem uma resolução que trata do cuidado com público infantil, e nosso Código de Defesa do Consumidor é um dos mais avançados do mundo.

Disponível em : <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/a-publicidade-deve-ser-proibida-para-criancas/> Acesso em 16 de maio de 2020.

Nos Estados Unidos, a simples [reorganização dos refeitórios](http://qctimes.com/news/local/bettendorf/fruit-veggie-buffet-open-at-pv-schools/article_3983d048-28f0-11e2-84a3-0019bb2963f4.html) gerou resultados impressionantes. O que foi feito?

Cartazes e banners com fotos maravilhosas de alimentos saudáveis logo na entrada;

\*Mesas com buffet permanente de frutas cortadinhas;

\*Frutas e legumes em bandejas separadas por cor, apresentados bem suculentos;

\*Refrigerantes, frituras, guloseimas fora do alcance dos olhos e da mão – todos escondidos atrás do balcão, se a criança quiser, vai ter que pedir.

[](https://maeperfeita.files.wordpress.com/2013/04/colorful-lunches-larry-fisher.jpg) Podemos tomar emprestadas essas ideias e testar em casa.

Os “garotos-propaganda” não poderiam ser melhores: os pais. Saborear essas delícias em família é o melhor exemplo… A propaganda é inteiramente fundamentada na marca. Todos os outros apelos são para enaltecer a assinatura, a marca. Podemos convidar as crianças a pensar em nomes, slogans e enredos divertidos para os alimentos.

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

**ATIVIDADE 1**

**Texto 1**

[](https://maeperfeita.files.wordpress.com/2013/04/tartaruvas-ninja.jpg)

Foto: Larry Fisher

**Observe o texto 1 e responda:**

01.Qual o público alvo?

02.Percebe-se que por se tratar de uma campanha publicitária para promover alimentos saudáveis, são promovidos alimentos de hortifruti. Você consegue identificar o produto oferecido na propaganda? Acha que ele é realmente importante para a nossa sáude?

03. Faça uma pesquisa e descubra qual a importância do limão para a nossa sáude e escreva, no seu caderno, um pequeno resumo do que você descobriu de mais importante.

04.A caracterização da fruta remete a qual super-herói?

05. Qual é o Slogan do texto?

**Texto 2**

**[](https://maeperfeita.files.wordpress.com/2013/04/mulher-marervilha.jpg)**

01.Qual o produto em divulgação?

02. Qual a frase de persuasão que você observa na propaganda?

03. O público alvo é específico, qual seria?

04.Há um enfeite no produto o qual está intimamante ligado à super-heroína. A qual super-heroína o texto se refere?

05. Na sua opinião aparece uma associação de prazer, poder e até de fantasia na propaganda, por quê?

**Texto 3**

[](https://maeperfeita.files.wordpress.com/2013/04/dois-milhos-de-francisco.jpg)

**Texto 4**

[](https://maeperfeita.files.wordpress.com/2013/04/e-o-coentro-levou.jpg)

1. Na comparação dos textos 3 e 4, qual o público alvo em comum ?
2. No texto 4, há um trocadilho com um filme clássico. Qual o é trocadilho e a que filme se refere?
3. No texto 3, também há um trocadilho com um filme. Qual o é trocadilho e a que filme se refere?
4. No texto 3, o que chama a sua atenção na caracterização dos personagens, na composição das imagens?
5. Quais são os slogans do texto 1 e do texto 2?
6. O você que observou que há em comum em todos os produtos oferecidos?

Disponível em: <https://www.facebook.com/comermelhorNutricionista/photos/rpp.429595713752554/3067647193280713/?type=3&theater> Acesso em 15 de maio de 2020

**ATIVIDADE 2**

**Produção textual**

Agora segue para vocês uma sugestão: baseado na campanha de alimentos saudáveis para pais e filhos, o que é perfeito em tempos de Pandemia, você fará a sua Propaganda.

Por onde começar? Primeiro releia as orientações nos textos acima e nas atividades realizadas. Tenha às mãos: o produto, seu público alvo e sua mídia e comece a trabalhar com eles. Terminado o texto, revise-o.

**ATIVIDADE 3**

**Produção Textual**

Agora faça você o seu próprio texto, escreva a sua propaganda de rádio. Após reler os nossos estudos, escolha seu produto, seu público-alvo, sua mídia, etc., e faça uma locução perfeita.

Lembre-se de que, assim que terminar de escrever seu texto, revise, corrija e aprimore sua produção, para que fique tudo perfeito e seja um sucesso na mídia que escolher publicar! Se necessário, faça correções de concordância, ortografia, pontuação, imagens, se for o caso, cortes ou acréscimos etc.

**Capriche na locução!**

Respostas

Atividade 1 - Respostas sobre o texto 1

01.Crianças e as mamães

02. Resposta pessoal. Espera-se que o estudante identifique que o produto oferecido é o limão e que é importante para a saúde.

03. Resposta pessoal.

04. As Tartarugas Ninja.

05. “Mestres em defender sua Pele”

Resposta sobre o texto 2

01. É um coco verde.

02. Faz desaparecer o colesterol malfeitor.

03. Crianças que gostam de super- heróis e para as mães.

04- A Mulher Maravilha

05. Resposta pessoal. Espera-se que o estudante responda que sim e que há um enredo no qual o poder do super-herói age e está transferido para o produto. O coco além de delicioso é um alimento que promove saúde, o que é um benefício para o público alvo.

Respostas sobre os textos 3 e 4

1. Adultos e crianças que gostam de filmes e de alimentos saudáveis, principalmente as mães.
2. E o Coentro levou com o filme “E o vento levou.”
3. Os 2 milhos de Francisco com o filme “Os Dois filhos de Francisco”.
4. Os milhos estão com violão e um acordeon, os quais materializam a alusão ao filme.

05. Texto 3- SAÍRAM DO CAMPO PARA ESTOURAR NO HORTIFRUTI

Texto 4-UM CLÁSSICO DA HORTIFRUTI.

06.Todos são alimentos

Atividade 2: Produção textual – Resposta pessoal

Atividade 3: Produção textual – Resposta pessoal