

ATIVIDADE 6

Tema: Anúncio publicitário

(EF69LP02-A) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, entre outras em diferentes mídias impressas e digitais). (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. (EF69LP03-A) Compreender a relação de sentido entre imagem e texto verbal (multimodalidade) nos variados gêneros, por meio de recursos linguísticos e semióticos. (EF67LP36) Utilizar, ao produzir texto do campo jornalístico-midiático, recursos de coesão referencial (léxica e pronominal) e sequencial, e outros recursos expressivos adequados ao gênero textual. (EF67LP32) Escrever palavras com correção ortográfica, obedecendo às convenções da língua escrita. (EF06LP03) Analisar diferenças de sentido entre palavras de uma série sinonímica. (EF67LP13-A) Produzir, revisar e editar textos publicitários, levando em conta o contexto de produção dado e explorar recursos multissemióticos, relacionando elementos verbais e visuais. (EF67LP13-B) Utilizar adequadamente estratégias discursivas de persuasão e/ou convencimento e criando título ou slogan que façam o leitor motivar-se a interagir com o texto produzido e se sinta atraído pelo serviço, ideia ou produto em questão.

NOME:

UNIDADE ESCOLAR:

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Agora vamos conhecer as características de mais um gênero textual. Desta vez, o nosso elemento de estudo será o anúncio publicitário. Ah! Certamente você já matou a charada... Por que publicitário? Os **textos publicitários** são aqueles que têm o objetivo de anunciar alguma coisa, fazer com que uma **informação** torne-se **pública**, desde uma **campanha de vacinação** até os **anúncios de produtos** e/ou prestação de serviços. Podemos encontrar os textos publicitários circulando em diversos suportes de comunicação, como os **midiáticos** (televisão, internet e rádio) e **jornalísticos** (jornais, revistas), e **espalhados pelas vias urbanas** (*outdoors*, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.)



Como todo texto, ele também se estrutura de determinada forma. Que tal conhecermos suas partes principais? Então vamos lá!

* O título – ele se compõe de pequenas frases, geralmente bastante atrativas, com o objetivo de chamar a atenção do leitor.

* Imagem – esta parte é de fundamental importância, pois muitas vezes nos sentimos atraídos por ela, e com isso procuramos conhecer melhor o objeto que está sendo anunciado.

* Corpo do texto – aqui, o anunciante desenvolve melhor sua ideia, demonstrando um pouco mais sobre as qualidades e vantagens do produto. Normalmente, o vocabulário é adequado ao público para o qual é destinado, contendo frases também atraentes.

* Identificação do produto ou marca – muitas vezes, alguns anunciantes já apresentam o slogan, isto é, uma frase com ou sem verbo que define e caracteriza o produto. Semelhante a algumas das quais já temos conhecimento, como por exemplo:

TIM, viver sem fronteira.
HAVAIANAS, as legítimas, e muitas outras.

Tipos de anúncio publicitário

Os anúncios publicitários apresentam subgêneros em sua manifestação no mundo. Essas subdivisões determinam variações na forma como os textos são construídos. A princípio, existem **duas grandes categorias** nessa diferenciação: os anúncios em texto/imagem e os anúncios em vídeo.

Os **anúncios em texto/imagem** enquadram todos os tipos de textos publicitários que apresentam uma forma “estática”, composta por elementos verbais e não verbais, ou seja, não se referem somente à escrita, mas principalmente à falta de movimento. Nessa categoria, enquadram-se outdoor, anúncios em margens de sites, cartazes e até posts em redes sociais.



Os **anúncios em vídeo** enquadram os textos que apresentam alguma cena ou animação responsável por, por meio da figuração, representar um estado de espírito, ilustrar uma vantagem, apresentar uma transformação ou explorar circunstâncias do cotidiano com outra perspectiva, para, assim, conseguir convencer os consumidores de que aquele produto ou marca é o melhor. Nesse sentido podem ocorrer diálogos, músicas, danças e outras linguagens artísticas como elementos da linguagem.

Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm>. Acesso em 12 de março de 2021.

Leia o anúncio e responda às atividades de 1 até 8.



Disponível em: <https://www.facebook.com/doriloficial/>. Acesso em 12 de março de 2021

01. Esse anúncio tem qual finalidade: anunciar e vender um produto ou promover uma ideia?

- a () O anúncio tem a finalidade de promover uma ideia – campanha contra a enxaqueca
- b () O anúncio tem a finalidade de promover o extrapoder do produto
- c () O anúncio tem a finalidade de anunciar e vender um produto: remédio para enxaqueca
- d () O anúncio tem a finalidade de apenas anunciar o produto

02. Muitas vezes, alguns anunciantes já apresentam o slogan, isto é, uma frase com ou sem verbo que define e caracteriza o produto. Identifique o slogan na propaganda acima.

03. Que tipo de público a propaganda tem o objetivo de atingir?

04. Qual é a cor predominante na propaganda? Por que você acha que foi utilizada essa cor?

05. Qual rima foi empregada na frase? Por que isso ocorreu?

06. Os verbos: tomou e sumiu concordam com qual pronome – pessoa gramatical? Explique.

07. A palavra “extrapoder”, que aparece no anúncio, tem duplo sentido? Ela é formada de quais palavras? Explique.

08. Na propaganda, o autor usou palavras que exprimem qualidade, mostrando os aspectos positivos do produto para convencer o consumidor a adquiri-lo. Que palavras são essas?

Leia o anúncio do outdoor e responda às questões 09 até 12



Disponível em: http://www.eagora.com.br/noticias_ler.php?nws-new. Acesso em 13 de março de 2021.

09. Que tipo de linguagem é predominante no texto?

- a () Literária e poética.
b () Verbal e não verbal.

- c () Objetiva e informativa.
d () Apenas a linguagem verbal.

10. As mensagens dos anúncios publicitários também têm a função mais apelativa com o objetivo de persuadir e chamar a atenção para algo de relevância social. Quais recursos persuasivos foram utilizados na linguagem (palavras e imagens) e qual foi a intenção ao utilizá-los na campanha?

11- Qual empresa patrocinou essa campanha publicitária? Onde encontra-se o logo da empresa?

12 –Os anúncios lidos na atividade são exemplos que pertencem ao gênero

- a () publicitário
b () informativo
c () entrevista
d () notícia

13- Agora é a sua vez! Você produzirá uma campanha com o objetivo de promover a ideia de COMBATE AO CORONAVIRUS. Utilize a linguagem verbal e não verbal, crie o slogan, a imagem e coloque a empresa ou instituição que promoveu a campanha. Observe os modelos nas atividades.