

ATIVIDADE 9

Tema: Gênero Anúncio Publicitário

NOME:

UNIDADE ESCOLAR:

RETOMANDO O GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO

Os anúncios publicitários são de alta circulação social e tendem a se tornar mais e mais comuns em virtude das características da sociedade atual, baseada na produção e no consumo de mercadorias e ideias. São textos que atuam justamente no sentido de convencer o público a comprar determinado produto ou, ainda, no sentido de despertar a consciência do público para a não destruição do meio ambiente ou abordar quaisquer outros problemas sociais.

No segundo caso, os textos publicitários procuram "vender" uma ideia, ou estimular os leitores a mudar seu comportamento, suas atitudes acerca de algo.

Nesse sentido, existem textos publicitários que visam convencer o leitor a parar de fumar, a levar uma vida mais saudável, a conservar o patrimônio cultural de uma cidade, a usar adequadamente o transporte público, etc.

Característica do anúncio publicitário

É um texto curto, de linguagem mista, mesclando elementos verbais com não verbais. A linguagem visual — com a exploração de cores, texturas, contrastes, luz — e a linguagem sonora podem ser exploradas de modo significativo nos textos publicitários.

Por sua **linguagem concisa e curta**, os textos trabalham a palavra como um recurso de forte poder expressivo, portanto fogem dos seus usos denotativos e mais “comuns” e passam a ser um “ícone” de alguma parte da mensagem. Isso também ocorre com os outros elementos, como as cores, que possuem uma simbologia, bem como a padronização dos corpos, do bom e mal, do bonito e feio, etc.

Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/ingles/texto-publicitario-propaganda-tambem-vende-ideias-e-sugere-atitudes.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 16, abr. 2021. (Adaptado)

Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm> Acesso em: 16, abr. 2021. (Adaptado)

Observe o texto a seguir:

Fica claro que o texto apresenta a ideia do uso da máscara para a defesa do COVID 19. **O texto verbal com frases curtas e incisivas é colocado em posição superior**, o que chama a atenção do leitor e objetiva reforçar a ideia. Há também o **jogo de cores** que mistura os **tons de vermelho, preto e branco**, o que remetem ao mesmo tempo à vida e à morte. **O fundo vermelho** remete à ideia de sangue, enquanto a **cor preta** contribui para uma noção de seriedade e tristeza. Mesclado a esses tons mais fechados, observa-se a cor branca símbolo da ideia de vida e paz, mesclada com o texto verbal “# FAÇAASUAPARTE”, o que objetiva contribuir com a ideia divulgada, afim de que seja aceita e acatada pelo leitor. Esses recursos são algumas das estratégias de atração e convencimento que a



Imagem disponível em:
<https://casperlibero.edu.br/noticias/cartazes-sobre-covid-19-produzidos-por-alunos-de-publicidade-e-propaganda/> Acesso em: 16, abr. 2021

publicidade pode utilizar para defender uma ideia, serviço ou produto.

Observe esse outro exemplo de anúncio



Imagem disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm> Acesso em: 16, abr. 2021.

O texto apresenta uma propaganda da nova bebida do “Café da Lu”. **O nome do estabelecimento já é colocado em posição superior**, algo que pode reforçar o vínculo entre produto, consumidor e marca. Há também o jogo de cores que mistura os **tons de marrom, que remetem ao café e ao chocolate**, ao mesmo tempo em que o fundo preto contribui para uma noção de seriedade ou sofisticação, que pode, inclusive, ser uma identidade da cafeteria. Mesclado a esses tons mais fechados, vê-se a marcação do verde das folhas e do amarelo, contribuindo para o “clima de verão”, sem negar a identidade do estabelecimento.

O anúncio trabalha com frases curtas e incisivas que apresentam as dúvidas, necessidades, respostas e soluções: “VOCÊ JÁ EXPERIMENTOU?”/ “AQUI TEM”. Além disso, embora não conste o preço da bebida, afirma-se que, na compra de uma bebida, ganha-se outra. Essas são algumas das estratégias de atração e convencimento que a publicidade pode utilizar para oferecer um produto ou serviço.

Imagem disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/anuncio-publicitario.htm> Acesso em: 16, abr. 2021. (Adaptado)

Leia os textos a seguir para resolver as atividades propostas

Texto 1



Imagens disponíveis em:

<https://casperlibero.edu.br/noticias/cartazes-sobre-covid-19-produzidos-por-alunos-de-publicidade-e-propaganda/> Acesso em: 16, abr. 2021.

Texto 2



Analizando o texto

Cada texto possui uma função social, ele cumpre a um propósito específico de acordo com a intenção, para atender a uma necessidade comunicativa do locutor e do interlocutor. Nesse sentido, responda:

1. Qual a finalidade desses textos?
2. Sabe-se que o assunto de um texto é mais generalizado, tem um significado mais amplo, mais geral, pode ser desdobrado em diversos **temas**. Nesse sentido, qual é o assunto abordado nesse texto?
3. Qual é a ideia divulgada nesse texto?
4. Para qual público-alvo o texto foi destinado?
5. Que tipo de linguagem é predominante nesses dois textos?
 - a) () Literária.
 - b) () Verbal e não verbal.
 - c) () Subjetiva.
 - d) () Formal e informal.
6. Os anúncios publicitários são direcionados
 - a) () aos jovens.
 - b) () aos adultos.
 - c) () à todas as idades.
 - d) () aos idosos.
7. Os textos em estudo são exemplos do gênero
 - a) () publicitário.
 - b) () informativo.
 - c) () classificado.
 - d) () notícia.

Analise e compare as peças publicitárias a seguir e responda às atividades propostas.

Texto 1

Avits Estúdio Gráfico/Arquivo da editora



Texto 2

Banco de imagens/Arquivo da editora
Pixabay/<pixabay.com>



(Fonte: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/tag/foca-no-transito/>. Acesso em: 10/8/2018.)

Disponível em: https://plurall-content.s3.amazonaws.com/oeds/NV_ORG/PNLD/PNLD20/Portugues_Linguagens/8ano/03_BIMESTRE/08_VERSAO_FINAL/03_PDFS/22_LING_LP_8ANO_3BIM_Gabarito_TRTART.pdf Acesso em: 14. abr. 2021.

8. Ao comparar e analisar esses cartazes, percebe-se que

- a) ambos buscam comercializar um produto.
- b) ambos expõem a faixa etária de seu público-alvo.
- c) o texto 2 tem como finalidade incentivar o uso de um dispositivo de segurança.
- d) o texto 1 utiliza desenhos para atingir exclusivamente seu público-alvo: crianças.

Disponível em: https://plurall-content.s3.amazonaws.com/oeds/NV_ORG/PNLD/PNLD20/Portugues_Linguagens/8ano/03_BIMESTRE/08_VERSAO_FINAL/03_PDFS/22_LING_LP_8ANO_3BIM_Gabarito_TRTART.pdf Acesso em: 14. abr. 2021.

9. Com relação ao texto 1, pode-se afirmar que

- a) ele busca comercializar um produto de relevância nacional.
- b) o texto objetiva informar uma única faixa etária sobre a vacinação.
- c) o texto 1 tem como finalidade informar sobre uma arma importante de combate a todas as doenças.
- d) o texto 1 tem como finalidade incentivar a fascinação, informar a data e o público-alvo.

10. Com relação ao texto 2, pode-se afirmar que

- a) é uma propaganda social cujo produto/ideia é de relevância nacional.
- b) objetiva comercializar um produto e por isso se utiliza de inúmeros recursos.
- c) não é um enunciado híbrido, pois, utiliza-se da linguagem verbal e não verbal..
- d) tem como finalidade propagar as diversas leis de trânsito.

11. Em relação às características dos dois textos publicitários analisados, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

Maior presença de frases curtas, linguagem mista e apelativa, correção gramatical que são características da propaganda social.

Texto curto, de linguagem mista, mescla elementos verbais e não verbais, com a exploração de cores, texturas, contrastes e luz.

Linguagem concisa e curta, trabalham a palavra como um recurso de forte poder expressivo e persuasivo.

A linguagem verbal e não verbal não apresentam termos persuasivos comumente utilizados em textos publicitários.

Assinale a sequência correta.

- a) () V, V, F, F
- b) () V, V, V, F
- c) () F, V, F, F
- d) () F, F, V, V

12. Observe o texto a seguir para responder às atividades propostas.



Disponível em: <http://escritosmodernos.blogspot.com/2011/08/trabalho-avaliativo-p02-o-anuncio.html> Acesso em: 14, abr. 2021.

- a) Qual produto está sendo anunciado nesse texto?
- b) Qual é o público-alvo?
- c) Você acha que a apresentação do produto ficou adequada ao público-alvo? Por quê?
- d) Qual é a marca do produto anunciado?
- e) Comente sobre o efeito de sentido da linguagem verbal e não verbal utilizadas e a repetição de palavras.
- f) Você acha que os recursos utilizados para anunciar o produto foram eficientes, ou seja, alcançaram o objetivo almejado? Comente.

PRODUÇÃO TEXTUAL

Leia este trecho da peça teatral Romeu e Julieta, escrita por William Shakespeare, para produzir o seu anúncio.

CENA II

[...] Jardim de Capuleto. Entra Romeu

ROMEU – Só ri das cicatrizes quem ferida nunca sofreu no corpo.

(Julieta aparece na janela.) Mas silêncio! Que luz se escoia agora da janela? Será Julieta o sol daquele oriente? Surge, formoso sol, e mata a lua cheia de inveja, que se mostra pálida e doente de tristeza, por ter visto que, como serva, és mais formosa que ela. Deixa, pois, de servi-la; ela é invejosa. Somente os tolos usam sua túnica vestal, verde e doente; joga-a fora. Eis minha dama. Oh, sim! é meu amor. Se ela soubesse

disso! Ela fala; contudo, não diz nada. Que importa? Com o olhar está falando. [...]. Ah! se eu fosse uma luva dessa mão, para poder tocar naquela face!

JULIETA – Ai de mim!

ROMEU – Oh, falou! Fala de novo, anjo brilhante [...].

JULIETA – Romeu, Romeu! Ah! Por que és tu Romeu? Renega o pai, despojade do nome; ou então, se não quiseres, jura ao menos que amor me tens, porque uma Capuleto deixarei de ser logo.

Disponível em: https://plurall-content.s3.amazonaws.com/oeds/NV_ORG/PNLD/PNLD20/Portugues_Linguagens/8ano/03_BIMESTRE/08_VERSAO_FINAL/03_PDFS/22_LING_LP_8ANO_3BIM_Gabarito_TRT_ART.pdf Acesso em: 14, abr. 2021.

13. Imagine que a sua turma se organizou para apresentar essa peça teatral para toda a comunidade escolar. Produza um anúncio publicitário divulgando esse evento e convencendo o público a prestigiá-lo.

Disponível em: https://plurall-content.s3.amazonaws.com/oeds/NV_ORG/PNLD/PNLD20/Portugues_Linguagens/8ano/03_BIMESTRE/08_VERSAO_FINAL/03_PDFS/22_LING_LP_8ANO_3BIM_Gabarito_TRTART.pdf Acesso em: 14, abr. 2021.