

ROTEIRO DE ESTUDOS

UME: MONTE CABRÃO

ANO: 8º ANO

COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA PORTUGUESA

PROF.: JACI

PERÍODO DE 08/06/2020 a 19/06/2020

ANÁLISE DE TEXTO PUBLICITÁRIO



1-)

(NO LADO DIREITO DIREITO DO CARTAZ ESTÁ ESCRITO: "MUDE SUA EMBALAGEM")

O texto é uma propaganda de um adoçante que tem o seguinte mote: "*Mude sua embalagem*". A estratégia que o autor utiliza para o convencimento do leitor baseia-se no emprego de recursos expressivos, verbais e não verbais, com vistas a:

a) ridicularizar a forma física do possível cliente do produto anunciado, aconselhando-o a uma busca de mudanças estéticas.

b) enfatizar a tendência da sociedade contemporânea e buscar hábitos alimentares saudáveis, reforçando tal postura.

c) criticar o consumo excessivo de produtos industrializados por parte da população, propondo a redução desse consumo.

d) associar o vocábulo "açúcar" à imagem do corpo fora de forma, sugerindo a substituição desse produto pelo adoçante.

e) relacionar a imagem do saco de açúcar a um corpo humano que não desenvolve atividades físicas, incentivando a prática esportiva.

2 - Faça uma pesquisa sobre o significado das palavras contidas nesta atividade :

1-Mote-

2-ridicularizar-

3-enfatizar-

4-contemporâneo-

5-tendência-

3-Substitua a expressão destacada do texto por sinônimos:

a) forma física -

b) ser humano -

c) sociedade contemporânea -

3-Para relembrar a aprendizagem , pesquise e dê 2 exemplos de

A) Recurso expressivo verbal:

B) Recurso expressivo não-verbal

Responda:

4) Qual é o público alvo desta propaganda ?

5) Qual é a intenção implícita do anunciante na frase: "Mude sua embalagem"?

6) Qual o recurso utilizado na imagem para chamar a atenção do leitor ?

a) criatividade b) ironia c) humor d) crítica

7) Pesquise e responda em seu caderno :

a) Textos Persuasivos- O que são?

**b) Modo imperativo - para que serve ? quais os tipos ?
Escreva 2 exemplos**

1. GÊNERO TEXTUAL

2.

Características do Anúncio Publicitário

anúncio publicitário (ou simplesmente publicidade) é um gênero textual que promove um produto ou uma ideia sendo veiculado pelos meios de comunicação de massa: jornais, revistas, televisão, rádio e internet.

Podemos encontrá-los também em outdoors, panfletos, faixas ou cartazes na rua, no ônibus, no metrô, etc.

A principal característica desses tipos de textos são precisamente o **convencimento do consumidor** para a compra de um produto ou serviço.

Os publicitários, ou seja, aqueles que produzem os anúncios publicitários, utilizam diversas **ferramentas discursivas**, por exemplo, uso de imagens, de linguagem simples e humor.

Note que esse tipo de texto tem como intuito **chamar a atenção do consumidor** e, portanto, são atrativos. São repletos de verbos no imperativo, o modo verbal que oferece ordem: Compre! Veja! Analise!

De acordo com as funções da linguagem, os anúncios publicitários são textos que apresentam a **função conativa** ou apelativa, que por sua vez possuem o intuito de convencer os receptores da mensagem, ou seja, os consumidores.

Podem ser textos verbais (palavras) e não verbais (uso de imagens), e ainda textos orais, por exemplo, aqueles veiculados pelo rádio.

Características do Anúncio Publicitário

As principais características do Anúncio Publicitário são:

- π Caráter comercial
- π Linguagem verbal e não verbal
- π Linguagem simples
- π Textos relativamente curtos
- π Textos persuasivos e atrativos
- π Humor, ironia e criatividade
- π Verbos no modo imperativo
- π Figuras e vícios de linguagem
- π Uso de cores, imagens, fotografias

Estrutura: Como Fazer um Anúncio Publicitário?

Embora sejam os especialistas (publicitários) os criadores de diversas mensagens publicitárias, vale a pena saber a estrutura básica desses tipos de textos, uma vez que cotidianamente temos contato com eles.

Os anúncios publicitários são estruturados de diversas maneiras: com imagens e textos ou somente textos. Ou seja, não têm uma estrutura fixa padrão.

Isso dependerá também do local em que será anunciado, por exemplo, o espaço que será preenchido com a mensagem (meia folha, uma folha, um outdoor, um cartaz).

Não podemos esquecer que os anúncios publicitários são muito utilizados nas provas, simulados e vestibulares. Portanto, esteja atento a sua estrutura:

Título

Geralmente escrito em letras maiores, com o objetivo de chamar a atenção do consumidor, por exemplo:

"Novo Chocolate Asteca: Mais Delicioso!!!"

Corpo de Texto

Trata-se da mensagem ou informação que envolve os **aspectos persuasivos** da linguagem publicitária. No corpo do texto publicitário são acrescentados adjetivos, verbos no imperativo, vocativos e imagens.

Tudo isso, é apresentado de maneira breve, numa linguagem clara e simples. Vale atentar que o corpo do texto publicitário utiliza, muitas vezes, uma linguagem coloquial (informal) para se aproximar do público alvo.

Sendo assim, podem incluir figuras (metáforas, metonímia, hipérbole, ironia, etc,) e vícios de linguagem (estrangeirismo, neologismos, ambiguidade, etc.).

"Experimente o novo e delicioso chocolate asteca: com mais de 70% de cacau e 0% de gordura saturada."

Abaixo segue a marca do produto, junto com o logotipo da empresa, por exemplo:

"Chocolate Asteca LTDA"

Contato

São as informações de contato e identificação da empresa que comercializa o produto, por exemplo, número de telefone (serviço do consumidor), e-mail, página da internet e das redes sociais (facebook, twitter, linkedIn, tumblr, dentre outros).

"E-mail: choco_asteca@produtos.com"

Página Oficial: www.chocolateasteca.com

Facebook: www.facebook.com/chocolateasteca

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC): 0800 554 4000"

¶ É importante conhecer o público alvo, ou seja, se o anúncio é destinado ao público jovem pode apresentar uma

linguagem mais despretensiosa, com uso de figuras de linguagem e gírias.

No entanto, se o público alvo são os idosos, a linguagem deve ser mais cuidada e clara, destituídas de gírias que podem não atingir o público pretendido.

Pense que o anúncio pode estar no mural da escola e, portanto, deve conter um título interessante e que chame a atenção do público.

ORTOGRAFIA

1- COMPLETE AS FRASES FAZENDO A ESCOLHA CORRETA , PESQUISE ANTES DE RESPONDER .

1. Jessica sempre resolve suas dificuldades com.....:

(A) descrição B) discrição (c) nenhuma anterior

2. Quero ir ao cinema,não posso.

(A) mas (B) mais (c) más

3. Patrick é um homem.....

(A) mal (B) mau (c) nenhuma anterior

4. Catrina falou que queria.....exemplos,não explicou quantos.

(A) mais/más (B) mais/mas (c) mas/mais

5. Aquela mulher é

(A) má (B) mau (c) mal

6.....nove horas da manhã.

(A) são (B) é

7.Preciso levar minha roupa para.....

(A) consertar (B) concertar

8..... fica a rua da sua casa, Marla?

(A) aonde (B) onde

9.....você vai?

(A) onde (B) aonde

10.Não quero ficar com essas pessoas.....

(A) mas (B) más

]

11.Vamos ajudar o

(A) mendingo (B) mendigo

12.As pessoas fizerampor melhores salários.

(A) reinvidicação (B) reivindicação

13.Aquele menino é um.....

(A) malcriado (B) mau criado

14.O supermercado faz entregas.....domicílio.

(A) em (B) a (C) à



PREFEITURA DE SANTOS
Secretaria de Educação



15. Vamos ao almoço

(A) beneficiante

(B) beneficente