



CANAL SEDUC-PI3



PROFESSOR (A):

**FLÁVIA
LÊDA**



DISCIPLINA:

**OFICINA DE LÍNGUA
PORTUGUESA**



AULA Nº:

04



CONTEÚDO:

**ANÚNCIO
PUBLICITÁRIO - CONT.**



TEMA GERADOR:

**PAZ NA
ESCOLA**



DATA:

05/03/2020

NA AULA ANTERIOR

D16 - Identificar efeitos de ironia ou humor em textos variados.



[Prof.ª Flávia Lêda] No gênero textual publicidade, a fim de garantir a persuasão do público-alvo, usa-se uma série de recursos expressivos. No caso da peça em análise, vê-se um caso de

- A) duplo sentido.
- B) ambiguidade.
- C) ironia.
- D) hipérbole.

"MAIZENA"
"MÃE ZENA"



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IwUsMHJGgvk>.
Acesso em: 4 out. 2019.

ROTEIRO DE AULA

- **TEMPO DE AULA:** 50 (MANHÃ E TARDE)
- **ACOLHIMENTO**
- **CONTEÚDO: ANÚNCIO PUBLICITÁRIO - continuação**
- **EXPLANAÇÃO DO CONTEÚDO:** aula expositiva e slides
- **ATIVIDADE PARA CLASSE:** Exercícios de fixação para classe
- **DESCRITORES A SEREM ALCANÇADOS:**

DESCRITORES:

- ❖ **D5** - Interpretar texto com auxílio de material gráfico diverso (propagandas, quadrinhos, fotos, etc.)
- ❖ **D12** - Identificar a finalidade de textos de diferentes gêneros.
- ❖ **D13** - Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.
- ❖ **D16** - Identificar efeitos de ironia ou humor em textos variados.
- **ATIVIDADE PARA CASA**

GÊNEROS TEXTUAIS – anúncio publicitário [continuação]

- Características e função sociocomunicativa;
- análise de recursos estéticos e estilísticos do anúncio publicitário;
- trabalhando as habilidades da prova ENEM em anúncios.

HL → recursos expressivos

H19 → função conativa / apelativa

H21 → mudança de comportamentos e hábitos

H24 → estratégias argumentativas

Anúncio publicitário [características principais]

- Pretende persuadir o leitor a consumir um produto ou aderir a uma ideia [função sociocomunicativa].
- É geralmente composto de texto verbal e imagem. (mista)
- Tem estrutura variável [normalmente composta de enunciado principal (manchete), de corpo do texto e de assinatura, logotipo ou marca do anunciante.] argumentação
- Os verbos geralmente no modo imperativo ou no infinitivo.
- A linguagem é adequada ao perfil do produto anunciado e do público a que se destina, podendo ser menos ou mais formal.

ESTRUTURA DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Título

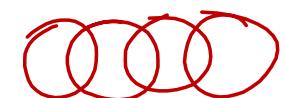
Imagen

Logótipo



Texto de argumentação

Slogan



Recursos Estilísticos

Figuras de linguagem



Gradação



Metonímia

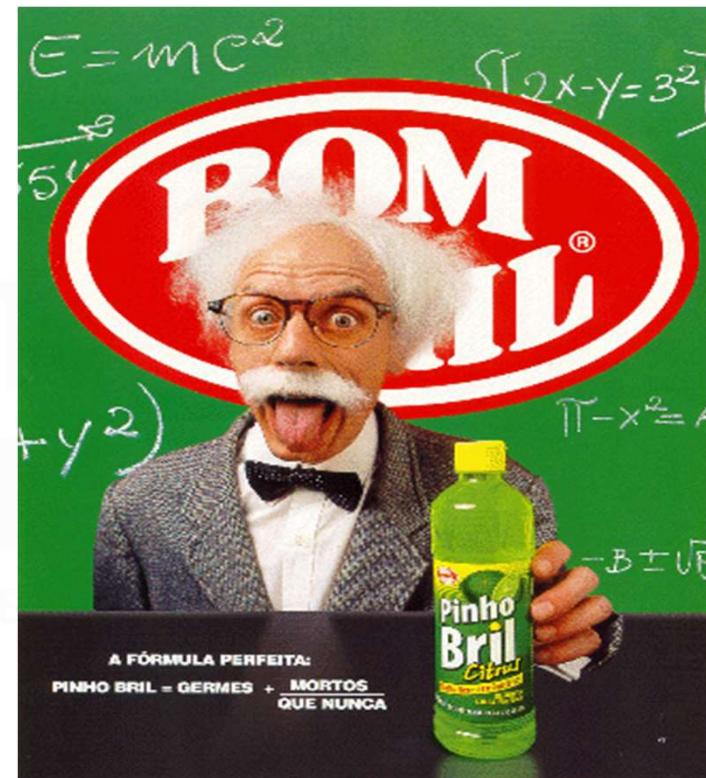


Disponível em: <https://agenciamaiscomunicacao.blogspot.com/2015/03/agencia-experimental-mais-comunicacao.html>. Acesso em: 29 fev. 2020.

Recursos Estilísticos



Paradoxo



Metáfora

Slogan

Frase de efeito
e de fácil
memorização.

Carrega o
conceito principal
do anúncio.

Tomou
doril
a dor
sumiu.



ATIVIDADE

QUESTÃO 1 [D12 - Identificar a finalidade de textos de diferentes gêneros.]

MOSTRE QUE SUA MEMÓRIA É MELHOR DO QUE A DE COMPUTADOR E GUARDE ESTA CONDIÇÃO: 12X SEM JUROS.

Campanha publicitária de loja de eletroeletrônicos. Revista Época. N° 424, 03 jul. 2006.

Ao circularem socialmente, os textos realizam-se como práticas de linguagem, assumindo configurações específicas, formais e de conteúdo. Considerando o contexto em que circula o texto publicitário, seu objetivo básico é

-  influenciar o comportamento do leitor, por meio de apelos que visam à adesão ao consumo.
- Ⓐ definir regras de comportamento social pautadas no combate ao consumismo exacerbado.
 - Ⓒ defender a importância do conhecimento de informática pela população de baixo poder aquisitivo.
 - Ⓓ facilitar o uso de equipamentos de informática pelas classes sociais economicamente desfavorecidas.
 - Ⓔ questionar o fato de o homem ser mais inteligente que a máquina, mesmo a mais moderna.

QUESTÃO 2 [D18 - Reconhecer o efeito de sentido decorrente da escolha de uma determinada palavra ou expressão.]



Disponível em: www.ccsp.com.br. Acesso em: 26 jul. 2010 (adaptado).

O anúncio publicitário está intimamente ligado ao ideário de consumo quando sua função é vender um produto. No texto apresentado, utilizam-se elementos linguísticos e extralingüísticos para divulgar a atração "Noites do Terror", de um parque de diversões. O entendimento da propaganda requer do leitor

- Ⓐ a identificação com o público-alvo a que se destina o anúncio.
- Ⓑ a avaliação da imagem como uma sátira às atrações de terror.
- Ⓒ a atenção para a imagem da parte do corpo humano selecionada aleatoriamente.
- Ⓓ o reconhecimento do intertexto entre a publicidade e um dito popular.
- Ⓔ a percepção do sentido literal da expressão "noites do terror", equivalente à expressão "noites de terror".

QUESTÃO 3 [D5 - Interpretar texto com auxílio de material gráfico diverso (propagandas, quadrinhos, fotos, etc.)]



Disponível em: <http://www.ccsp.com.br/>. Acesso em: 27 jul. 2016 (adaptado).

[ADAPTADA] 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 de buscar hábitos alimentares saudáveis, reforçando tal postura.
- C) criticar o consumo excessivo de produtos industrializados por parte da população, propondo a redução desse consumo.
-  associar o vocábulo “açúcar” à imagem do corpo fora de forma, sugerindo a substituição desse produto pelo adoçante.

QUESTÃO 4 [D5 - Interpretar texto com auxílio de material gráfico diverso (propagandas, quadrinhos, fotos, etc.)]



Cartaz afixado nas bibliotecas centrais e setoriais da Universidade Federal de Goiás (UFG), 2011.

[ADAPTADA] Considerando-se a finalidade comunicativa comum do gênero e o contexto específico do Sistema de Biblioteca da UFG, **esse cartaz tem função** predominantemente

- A. socializadora, contribuindo para a popularização da arte.
- B. sedutora, considerando a leitura como uma obra de arte.
- C. estética, propiciando uma apreciação despretensiosa da obra.
- educativa, orientando o comportamento de usuários de um serviço.

QUESTÃO 5 [D13 - Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto].



O reconhecimento dos diferentes tipos e gêneros textuais, seu contexto de uso e seu objetivo comunicativo relacionam-se aos conhecimentos construídos dentro de um universo sociocultural. A análise dos elementos constitutivos desse texto demonstra que o público-alvo do cartaz é formado por mulheres

- A) adolescentes que já tomaram a primeira dose da vacina contra o HPV.
- B) com idade superior a 60 anos e infectadas com HPV.
- C) grávidas que se encontram no último mês de gestação.
- D) jovens que já tiveram câncer de colo de útero.

Disponível em: <http://www.blog.saude.gov.br>. Acesso em: 12 ago. 2016.

QUESTÃO 6 Prof.^a Flávia Lêda [D12 - Identificar a finalidade de textos de diferentes gêneros.]



Disponível em: <http://nakatiguria.blogspot.com/2012/05/nesse-anuncio-publicitario-o-autor.html>. Acesso em: 4 out. 2019.

O anúncio promove uma loja - *Banho e Tosa* -, no qual se percebe o uso de um interessante recurso expressivo, cujo propósito principal é

- A. promover produtos para tratar verminoses em cães e gatos.
- B. convencer o interlocutor por meio do jogo de palavras.
- C. comprovar que a loja é a melhor no ramo.
- D. oferecer alimentação de qualidade para cães e gatos.

ATIVIDADE PARA CASA

- ❖ D13 - Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.



Disponível em: <https://casadeimagem.com/dia-internacional-da-mulher/>. Acesso em: 29 fev. 2020.

Nessa peça publicitária, o contato com o interlocutor é percebido por meio de

- A) estratégia de romantismo sugerida na palavra “flores”.
- B) cores e formas presentes na parte não verbal da peça.
- C) modo imperativo, buscando a adesão do público-alvo.
- D) imagem empoderada da mulher lutadora.

LETRA C

