



GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
MUNICÍPIO DE SANTO ANTÔNIO DE PÁDUA
SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO



Aluno: _____
Escola: _____
Data: ____/____/____ Ano de Escolaridade: 8º ano
Professor (a): _____ Disciplina: **Produção de Texto**

Semana 28: de 30 de agosto a 03 de setembro de 2021

Conteúdo(s) desenvolvido(s): As imagens como estratégia para convencer/persuadir o leitor.

Motive-se! Aprenda! Vídeo: <https://youtu.be/9CTOYg3-pTI> e <https://youtu.be/PCxTflouARE>

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

O anúncio publicitário (ou simplesmente publicidade) é um gênero textual que promove através de imagens e mensagens, 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 anúncios publicitários são textos que apresentam linguagens verbais (palavras) e não verbais (uso de imagens), e ainda textos orais, por exemplo, aqueles veiculados pelo rádio.

Os anúncios publicitários utilizam, como recursos básicos, texto e imagem. Em alguns anúncios, o apelo da imagem é tão forte que dispensa as palavras; em outros, as palavras transmitem a maior parte do significado da mensagem.

As principais características do Anúncio Publicitário são:

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

MAS O QUE SÃO TEXTOS PERSUASIVOS?

TEXTO PERSUASIVO: é aquele que tem a intensão de persuadir, de convencer alguém a aceitar algo; ou de convencer alguém da necessidade de algo. O mundo moderno explora, particularmente, o texto persuasivo na publicidade e na propaganda.

O texto publicitário, geralmente, está ligado à venda de um produto ou à promoção da imagem de uma empresa ou instituição. Para atingir suas intenções, utiliza diferentes estratégias de convencimento: usa recursos de imagens e de construção escolhidos para convencer.

Veja no anúncio publicitário da Coca-Cola como a imagem e as mensagens são distribuídas.



SERÁ QUE PERSUADIR É O MESMO QUE CONVENCER?



ATIVIDADES:

1- Observe o outdoor abaixo e identifique:

- (1) Slogan ou bordão (2) Logotipo (3) Imagem



2- Identifique o verbo no imperativo que sintetiza a linguagem persuasiva do objetivo do projeto:

3- Quem é o responsável pela publicação desse anúncio?

4) Leia o texto para responder às questões:



O objetivo do texto é:

- (a) promover uma ideia.
- (b) motivar os clientes a visitarem a empresa Aurora.
- (c) vender um produtor.
- (d) falar sobre a importância de uma boa alimentação.

b) Escreva a frase impacto da propaganda. _____

c) Qual a importância da personagem escolhida (Guga Kuerte, ex-tenista

brasileiro famoso) para apresentar o produto da empresa Aurora? _____

5- Quando desejamos convencer alguém sobre a importância de um produto ou de uma informação, utilizamos o recurso da propaganda. Observe a propaganda a seguir e responda:



a) O que a propaganda divulga?

b) Qual foi a imagem utilizada no anúncio? _____

c) Porque o anunciante escolheu essa imagem? _____

d) O que o texto verbal diz ao leitor? _____

e) O que há em comum entre a imagem e o texto do anúncio? _____

f) Que argumento foi utilizado no anúncio para convencer o leitor? _____
