

**1ª
SÉRIE**

CANAL SEDUC-PI1



PROFESSOR (A):

**FERNANDO
SANTOS**



DISCIPLINA:

**OFICINA DE
LÍNGUA
PORTUGUESA**



CONTEÚDO:

**ANÚNCIO
PUBLICITÁRIO**



TEMA GERADOR:

**CIÊNCIA NA
ESCOLA**



DATA:

24.09.2019

ROTEIRO DE AULA

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

BOA VIAGEM!!!



**O SPA SOROCABA
AGUARDA O SEU RETORNO**



**SPA SOROCABA**
R. 11 - Av. São João - Sorocaba - SP

Responsável Clínico:
Dr. Manoel Carlos B. Costantini

Informações e reservas: (13) 2182-4799 / 0800 704 4474
Endereço: Rua São João nº 11 - Sorocaba - SP
SPA Sorocaba - Rua São João nº 11 - Sorocaba - SP

O **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-lo também em outdoors, panfletos, faixas ou cartazes na rua, no ônibus, no metrô, etc.

A principal característica desses tipos de textos é 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: 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* utilizam a função conativa ou apelativa.

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

PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

Principais Características do Anúncio Publicitário

- 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.



Estrutura: Como Fazer um Anúncio Publicitário?

Os anúncios publicitários são estruturados de diversas maneiras: **com imagens e textos ou somente textos**, não possuindo 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.”