

**2ª
SÉRIE**

CANAL SEDUC-PI2



PROFESSOR (A):

**FLÁVIA
LÊDA**



DISCIPLINA:

**OFICINA DE LÍNGUA
PORTUGUESA**



AULA Nº:

24



CONTEÚDO:

**ANÚNCIO PUBLICITÁRIO
cont.**



TEMA GERADOR:



DATA:

24.09.2020

ROTEIRO DE AULA

- **TEMPO DE AULA:** 30min
- **ACOLHIMENTO**
- **GÊNERO TEXTUAL:** **ANÚNCIO PUBLICITÁRIO [cont.]**
- **EXPLANAÇÃO DO CONTEÚDO:** leitura e interpretação de ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS
- **DA TEORIA À PRÁTICA:** ATIVIDADES DE SALA
- **DESCRITORES A SEREM ALCANÇADOS:**
 - ❖ **D1** - Localizar informações explícitas em um texto.
 - ❖ **D3** - Inferir o sentido de uma palavra ou expressão.
 - ❖ **D6** - Identificar o tema de um texto.
 - ❖ **D12** - Identificar a finalidade de textos de diferentes gêneros.
- **QUESTÕES COMPLEMENTARES - CASA**

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

PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

Recursos Estilísticos

Imaginação



Recursos Estilísticos

Figuras de linguagem



Gradação

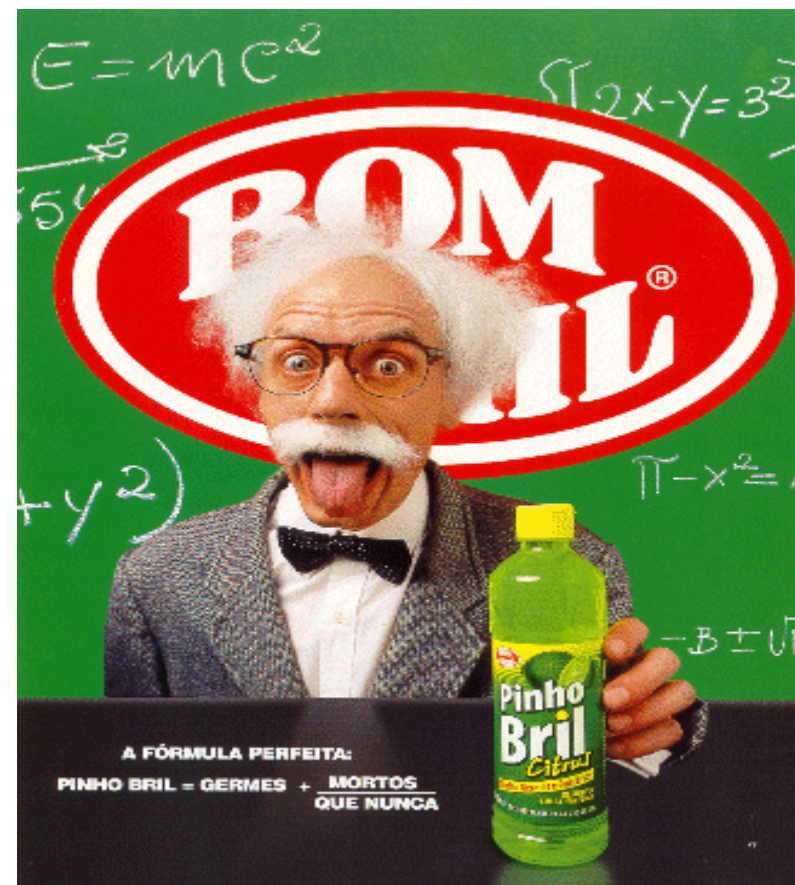


Metonímia

Recursos Estilísticos



Paradoxo



Metáfora

Slogan

Frase de efeito

E de fácil

Memorização.

Carrega o

Conceito principal
do anúncio.

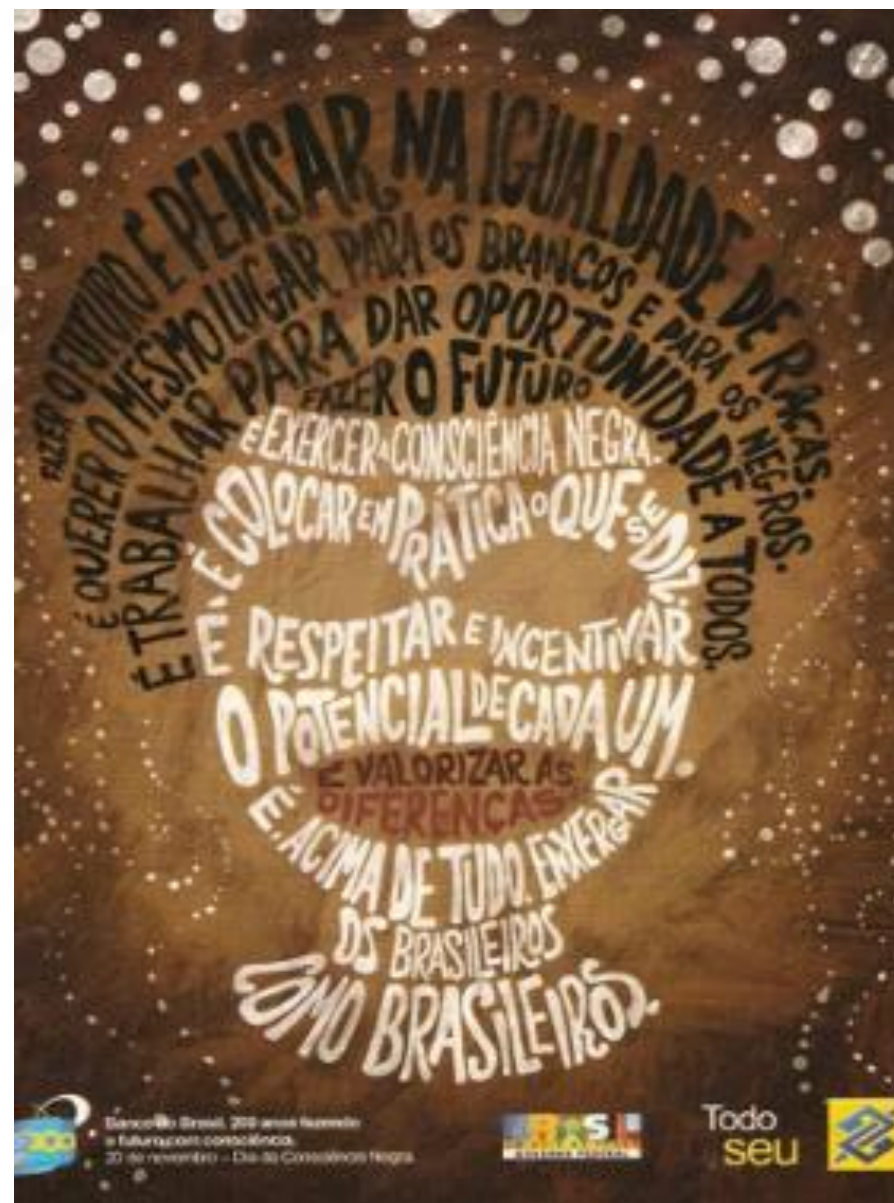


Anúncio e intergenericidade

A **intergenericidade** ou **intertextualidade entre gêneros** ocorre quando um gênero textual dialoga com outro, porém com finalidade distinta. Nesse caso, trata-se de um gênero híbrido, que assume a forma de outro para melhor comunicação com o interlocutor. Na linguagem publicitária isso é muito comum.

FATORES

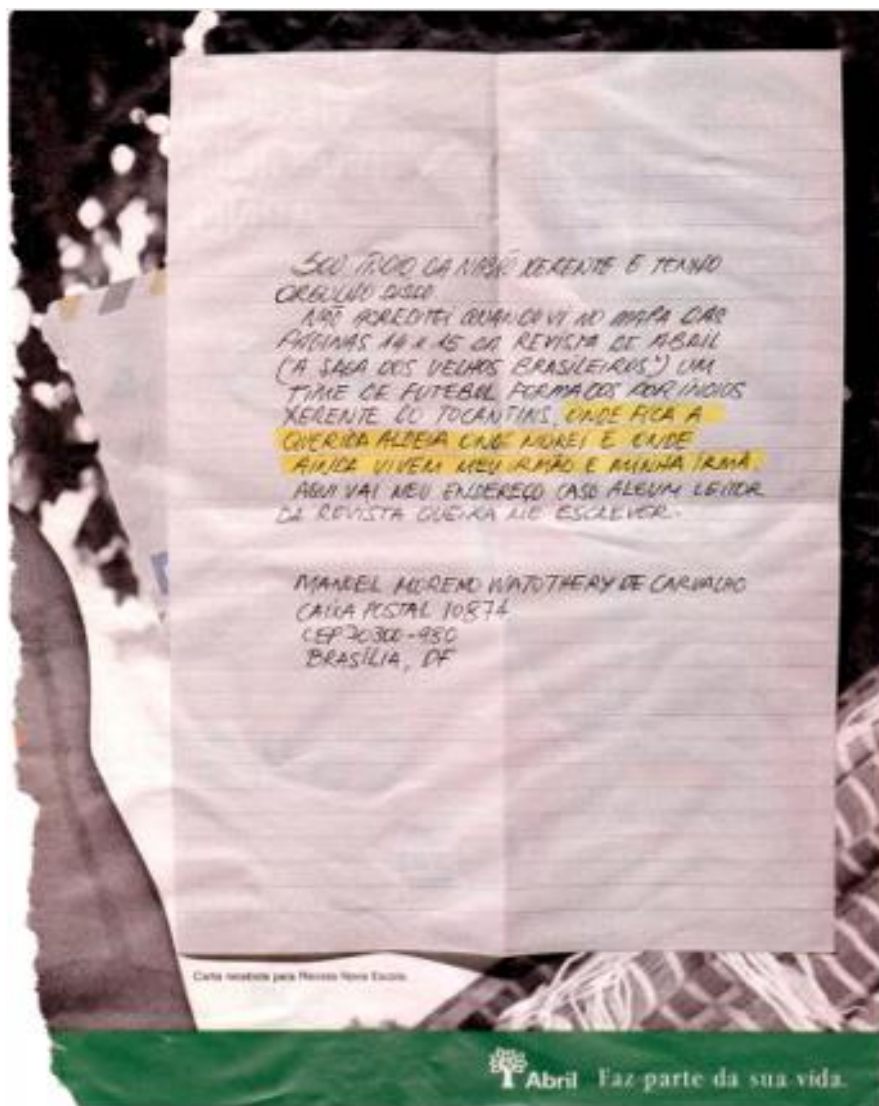
- Dinamicidade da linguagem e dos gêneros;
- intencionalidade/atos de fala;
- propósito sociocomunicativo.



POESIA CONCRETA

ANÚNCIO

ANUNCIANTE



Sou índio da nação xerente e tenho orgulho disso. Não acreditei quando vi no mapa das páginas 14 e 15 da revista de Abril (“A saga dos velhos brasileiros”) um time de futebol formado por índios xerente do Tocantins, onde fica a querida aldeia onde morei e onde ainda vivem meu irmão e minha irmã.

Aqui vai meu endereço caso algum leitor da revista queira me escrever:

Manoel Moreno Watothery de Carvalho
Caixa Postal 10874
CEP 70300-980,
Brasília - DF



TIRINHA



NOTÍCIA

É UMA MÚSICA. MAS JÁ REPAROU
COMO PODERIA SER UM RECAPO
DO SEU FUTURO PRA VOCÊ?

Mais uma vez
Renato Russo e Flávio Venturini

Mas é claro que o sol vai voltar amanhã
mas uma vez, eu sei
nunca deixei que lhe digam
que não vale a pena
Acreditar no sonho que se tem
ou que seus planos nunca vão dar certo
ou que você nunca vai ser alguém
Quem acredita sempre alcança!
Quem acredita sempre alcança!
Quem acredita sempre alcança!

CAIXA
O banco que acredita nas pessoas

Fonte: Revista *Veja*, edição 2190, 10 nov. 2010, p. 6-7

MÚSICA

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 exagerado.
- Ⓑ 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.