



# MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE

Estado de São Paulo  
SEDUC - Secretaria de Educação

SEMANAS 31 e 32

## SALA DE AULA



Disciplina: Língua Portuguesa

7º ano do Ensino Fundamental

Olá, esperamos que você esteja bem. Nesta atividade, conheceremos melhor o gênero propaganda e refletiremos sobre o consumismo que é estimulado por meio de textos publicitários elaborados para atrair o cliente. Fique atento e faça a tarefa com dedicação. Bons estudos!

## Consumismo

### Texto 1

#### PROPAGANDA OU TEXTO PUBLICITÁRIO

A propaganda busca **convencer o leitor a adquirir algo**. Atualmente a propaganda ou a publicidade<sup>1</sup> são instrumentos de comunicação fundamentais utilizados para atingir, engajar e convencer o público a consumir um determinado serviço, marca, produto ou conceito. É, portanto, um recurso de mídia bem organizado e estruturado. Nada é em vão. Observe os influenciadores digitais, eles usam sua influência para estimular os seguidores a comprarem o que anunciam ou a compartilharem suas ideias.

Os textos desta natureza têm como características:

- ✓ Linguagem objetiva, precisa e atraente. É necessário que seja compatível com o público a que se destina. Assim, os anúncios dirigidos a um público infantil, jovem ou adulto devem, além de despertar o interesse do grupo, ter linguagem apropriado para esta faixa etária.
- ✓ Uso de imagens chamativas.
- ✓ Uso de letras, cores, músicas e outros recursos chamativos.
- ✓ Uso criativo de frases de comando.
- ✓ Uso de verbos no modo imperativo (compre, escolha, use, compare, pegue, veja, sinte, faça).
- ✓ Uso de pronomes de tratamento direto (você, vocês).
- ✓ Uso de *slogans*, que são frases que resumem a filosofia da marca.

Outro elemento que podemos pensar sobre a propaganda é que ela acompanha o desenvolvimento de uma sociedade, seja em seus aspectos tecnológicos ou em seus valores morais. Podemos destacar alguns momentos importantes da propaganda:

- ✓ A propaganda que traz o produto em primeiro plano, quando o foco é o produto em si.
- ✓ A propaganda que traz em primeiro plano não o produto em si, mas algum valor que se quer associar a ele: liberdade, diversão, beleza, família, etc.
- ✓ A propaganda demonstrando preocupações com ideias de ética, diversidade e responsabilidade social.
- ✓ A propaganda que estimula a competição, o *status* social e o consumismo vazio.

Adaptado de: <https://bitly.com/kAR8C> e <https://bitly.com/xU6IC>

<sup>1</sup> Embora os termos publicidade e propaganda sejam usados como sinônimos no Brasil, originalmente esses dois conceitos são diferentes. Propaganda é a atividade associada à divulgação de ideias (políticas, religiosas, partidárias, comportamentais, saúde etc.) para influenciar um comportamento. Já publicidade, em sua essência, quer dizer tornar algo público. É a comunicação utilizada para anunciar um produto ou serviço de uma empresa, para fins comerciais.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/355362226829543101/>



- 1) Sobre a propaganda da fabricante de brinquedos *Estrela*, qual alternativa está correta?
  - a) É uma propaganda rica em cores e tem como foco divulgar valores morais da infância.
  - b) É uma propaganda em que o produto não se encontra no primeiro plano, o foco é a responsabilidade social.
  - c) É uma propaganda em que o produto está em primeiro plano, tanto que a presença humana é secundária.
  - d) É uma propaganda que não traz o produto em si, mas algum valor que se quer associar a ele, como diversão, beleza, família.
  
- 2) A propaganda acima pretende que o leitor adquira produtos ou ideias? Justifique sua resposta.
  
- 3) Ao dizer que “12 de outubro é dia do brinquedo Estrela”, a marca enfatiza que
  - a) as outras marcas de brinquedos não têm seu dia.
  - b) a marca Estrela é a melhor para o Dia das Crianças.
  - c) só existe esta marca de brinquedos.
  - d) o Dia das Crianças só existe por causa dos brinquedos desta marca.
  
- 4) Qual o público-alvo do anúncio do texto 2?
  - a) Adultos, pais em geral.
  - b) Idosos que querem agradar os netos.
  - c) Mulheres acima de 40 anos.
  - d) Crianças ou adolescentes.

**SAIBA MAIS:** O Dia das Crianças foi criado no Brasil em 1924, mas somente entre 1955 e 1960 a data começou a ser celebrada a partir de uma campanha de *marketing* elaborada pela indústria de brinquedos *Estrela*, em parceria com a Johnson & Johnson. As empresas lançaram a Semana do Bebê Robusto (intenção comercial de aumentar a venda de brinquedos nessa semana) e ela passou a ser comemorada em 12 de outubro. Saiba mais em: <https://www.guiadobebe.com.br/a-origem-do-dia-das-criancas/>

### Texto 3

5) As propagandas usam palavras de ordem (conselhos, ordens, sugestões) como verbos no modo imperativo. Das frases retiradas da propaganda ao lado, qual exprime uma ideia de comando?

- a) No dia das crianças.
- b) O dia é dele e não do comércio.
- c) Infância livre do consumismo.
- d) Tire o foco do consumismo.

6) Qual o público-alvo do anúncio do texto 3?

- a) Adultos, pais em geral.
- b) Idosos que querem agradecer os netos.
- c) Mulheres acima de 40 anos.
- d) Crianças ou adolescentes.



Fonte: <https://milc.net.br/2012/10/menos-presentes-mais-presenca/#.X2pwWmhKhPZ>

7) Compare as duas propagandas dos textos 2 e 3, analise as frases abaixo e marque **V** para a afirmação verdadeira ou **F** para a falsa.

- a) ( ) Podemos ver uma diferença conceitual nas duas propagandas, a primeira estimula o consumismo e a segunda, não.
- b) ( ) A propaganda da Estrela não tem as características de uma propaganda.
- c) ( ) A propaganda da Estrela, ao mostrar crianças brincando com sorrisos no rosto, tem por intenção vender produtos que passam a ideia de prazer, felicidade.
- d) ( ) A propaganda do Movimento Infância Livre de Consumismo (MILC), ao afirmar que o dia 12 de outubro não é do comércio, mas das crianças; tem por intenção sugerir que os pais presenteiem seus filhos com sua presença e atenção, e não com brinquedos.
- e) ( ) As imagens na propaganda do MILC estão inadequadas ao público-alvo, pois os desenhos infantis simples não cativam o leitor.

8) Podemos destacar alguns aspectos importantes da propaganda:

1. A propaganda traz o produto em primeiro plano, quando o foco é o produto em si.
2. A propaganda traz em primeiro plano não o produto em si, mas algum valor que se quer associar a ele: liberdade, diversão, beleza, família, etc.
3. Para ressaltar os valores da sociedade atual, a propaganda demonstra preocupações com ideias de ética, diversidade e responsabilidade social.
4. A propaganda pode estimular a competição, o *status* social e o consumismo vazio.

São características da propaganda do MILC (texto 3):

- a) Itens 1, 2, 3 e 4.
- b) Itens 1 e 4.
- c) Itens 2 e 3.
- d) Itens 1 e 2.