



MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE

Estado de São Paulo
SEDUC - Secretaria de Educação

ATIVIDADE 11 PONTE DO SABER



Disciplina: Língua Portuguesa

9º ano do Ensino Fundamental

A propaganda¹ na atualidade

A palavra propaganda envolve o verbo “propagar”, que significa, conforme diz o dicionário, “multiplicar-se por meio da reprodução”. Nesse sentido, a propaganda visa atingir o outro por meio de sua reprodução.

Pensar nas origens da propaganda no Brasil é pensar nos primórdios do século XIX, com ambulantes, mascates e tropeiros anunciando seus produtos ainda sem a TV ou o Rádio.

A propaganda, não só no Brasil, ganha força quando se encontra com a imagem, principalmente com as imagens da televisão.

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.

Leia a propaganda e responda às questões de 1 a 4.

Bons exemplos também marcam a gente. Isso vale para a vida e para o trânsito. Quando a gente se coloca no lugar do outro, tudo fica mais fácil. E o mundo fica um pouco mais humano.



Fonte: <http://www.portalpropaganda.com.br/noticias/20035/global->

¹ Diferença entre publicidade e propaganda: 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 etc.) para influenciar um comportamento. Já publicidade, em sua essência, quer dizer tornar algo público. Leia mais em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-diferencaentre-publicidade-e-propaganda/>

1- A propaganda tem por finalidade

- A) persuadir o público a exercer diariamente a empatia e o cuidado com o próximo no trânsito.
- B) vender os produtos, neste caso, os guarda-chuvas e capas coloridas.
- C) atrair consumidores para utilizarem as capas em dias de chuva, deixando assim o dia mais colorido.
- D) convencer as pessoas a cumprimentarem uns aos outros no trânsito.

2- Ao observar a propaganda, pode-se afirmar que

- A) a atitude dos pedestres em atravessar na faixa é a mais correta, apesar de o motorista do ônibus não concordar.
- B) atravessar na faixa de pedestres é obrigatório apenas em dias de chuva.
- C) a atitude do motorista do ônibus em respeitar a faixa de pedestres e esperar com cortesia as pessoas passarem, demonstram empatia no trânsito.
- D) o texto explicativo da propaganda não condiz com a imagem apresentada.

3- Sobre o slogan “O trânsito pode deixar marcas boas”, é correto assegurar que

- A) há um fio de esperança quando o ser humano se preocupa com o outro e isso é um exemplo de marca boa deixada pelo filho(a) para pais e mães.
- B) a falta de civilidade das pessoas no trânsito pode ser uma das marcas boas deixadas nas futuras gerações.
- C) as situações egoístas no trânsito em grandes centros urbanos, são exemplos positivos deixados nas pessoas.
- D) os bons exemplos no trânsito, assim como o demonstrado na propaganda, valem para a vida e deixam marcas positivas para as futuras gerações.

4- Após a leitura do quadro explicativo e da propaganda, pode-se concluir que a propaganda em análise

- A) tem como foco propagar o produto “trânsito”.
- B) traz como primeiro plano a empatia e a responsabilidade com o outro dentro do trânsito.
- C) demonstra a importância da família unida atravessando a faixa de pedestres.
- D) apresenta a diversão em caminhar pela rua em dias de chuva e a beleza representada pelas cores das capas e dos guarda-chuvas.