

Identificação do Projeto Folhas

“Advertisements and their influence on our lives”

Autora: <u>Rosângela Aparecida Alves</u>	
NRE: Umuarama	
Escola: Colégio Estadual Tiradentes	
Disciplina: LEM - Inglês	<input checked="" type="checkbox"/> (X) Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> () Ensino Médio
Conteúdo estruturante: Gêneros Textuais	
Conteúdo específico: Gênero Textual Anúncio Publicitário	
Orientadora: Luciana Cabrini Simões Calvo (UEM)	

ADVERTISEMENTS AND THEIR INFLUENCE ON OUR LIVES

Why do people buy certain products?

Have you bought any product just because you saw an advertisement run by the media?

Was it the advertisement that convinced you? How did it happen?

* Let's have a look in the advertisement below and discuss it with your friends.



↓
“Fanta vai trazer os sabores do mundo pra você. E o primeiro é Fanta Mundo Tailândia, que vai virar a sua cabeça. Fique esperto, que é por tempo limitado”

Source: Capricho Magazine, 2007

- *Qual o assunto desta propaganda?*
- *Qual é o seu objetivo?*
- *Quem são seus possíveis leitores? Justifique.*
- *Quando e onde ela foi publicada?*
- *Você se interessaria em consumir este produto devido à sua propaganda? Por quê?*

► Do you know the advertisement's role?

People are in contact with a variety of texts present in the society. Among them, the advertisement aims at the promotion of products, brands, goods and services. In Brazil, in the nineteenth century, when the advertisements appeared, they were short, informative and without illustrations.



→Advertisement of 1893.

Source:<<http://jipemania.com/coke/1890/1890C2/MyAlbum/photos/photo2.html>.>
Accessed on 03/12/2007.

Today, they seek to convince people to consume products through a direct and clear language, according to the target public and the vehicle used. It generally presents an image which intends to attract the reader's attention. The advertisement not only sells products and services, it also sells ideas and ideals.

In this lesson ...

Vamos conhecer um pouco mais do gênero Anúncio Publicitário ou ADVERTISEMENT ou AD, em inglês.

► A little bit about the history...

O primeiro anúncio de que se tem notícia no Brasil, conforme Ricardo Ramos, surgiu em 1808, com o aparecimento da gazeta do Rio de Janeiro:

“Quem quiser comprar uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita, fale com Joaquina da Silva, que mora nas mesmas casas...”

Em seguida começam a surgir pequenos textos nos quais oferecem vários serviços, como aulas de idioma, casas à venda ou para alugar e ofertas de escravos. Em 1875, com os jornais Mequetrefe e O Mosquito, encontram-se os primeiros anúncios com ilustrações, desenhos e litrogravuras.

A partir de 1900 é a vez de artistas e poetas subirem ao palco e a propaganda começa a se tornar uma constante nos diários.

Com a importação de máquinas e o advento de novas técnicas de impressão, os jornais ganham a companhia das primeiras revistas ilustradas, A Revista da Semana, O Malho e, logo em seguida, Fon Fon, A Careta e outras menores. (CARRASCOZA, 1999)

► Before we go on, let's stop and think a little bit:

- Is it important to drink something during the day? What? How much?
- Do you have any preferences?
- According to nutritionists, what is (are) the healthier drink(s)? Why?

Understanding an advertisement:

Now we are going to read an advertisement about a drink.

- Try to identify the following: (**Don't forget to justify**)
 - What kind of drink is being advertised?
 - What kind of people consume this type of drink?
 - Now, regarding the advertisement, what is the aim of it?
 - When was it published?
 - Where was it published?
 - Who, do you think, developed the advertisement?

←
A delicious blend of fruit juices and with vitamins and minerals that help maintain a strong body.



Source: Now Magazine, 2007.

Planning an advertisement

■ When planning an advertisement, people need to pay attention to many aspects, such as:

- the colors;
- the size of the letters;
- the structure of the advertisement / visual appeal;
- the language used.

► Activities:

■ **COLORS:**

a) Study the colors presented in the advertisement. Make a survey, trying to identify their meanings and the reason why they are present in this advertisement.

COLORS	THEIR MEANINGS IN THE AD

As cores quando ocupam um lugar destacado e adequado, adquire uma simbologia e uma linguagem específica e pode ser utilizada a favor da informação e da comunicação. (GUIMARÃES, p. 134, 2002)

Na formação da imagem e percepção das cores é importante considerar o conhecimento do aparelho óptico humano e o cérebro com suas capacidades cognitivas. Além destas questões biológicas, a cor revela informações culturais como crenças, religião, história, mitos, ritos, etc. O conhecimento sobre as cores torna-se mais interessante quando se percebe a influência que ela exerce sobre o indivíduo. Na publicidade, as cores e a imagem de um produto têm grande poder de atração, cativando e estimulando o consumidor a comprar o produto. (GUIMARÃES, 2002)

■ **LETTERS / FONT:**

a) Have a look at the size of the letters. Are they from the same size? Which one is different? Why is it different?

.....
.....
.....
.....
.....

b) Is there the use of capital letters? Where? Why, do you think, it was used? Let's think about the name of the product. What idea does the word AdeZ convey?

.....
.....
.....
.....
.....

■ **STRUCTURE / VISUAL APPEAL:**

a) Which is/are the most highlighted element(s)? Is it the written part or the image? Justify your answer.

.....
.....
.....
.....

b) Have a look at the position of the boxes. Describe it. How is the liquid going to the glass? Can we relate it with a word used in the advertisement?

.....
.....
.....
.....
.....

Writing an Advertisement

a) Look at the ad and try to identify the most highlighted words. What is the aim of using these words? Are there repetitions?

.....
.....
.....

b) Analyze the sentences. Are they long or short? Justify your answer.

.....
.....
.....

► Follow – up:

- a) Have you tried this product? If yes, did you like it? If no, would you like to try? Why / Why not?
- b) Would this ad convince you to buy the product? Why / Why not?
- c) Do we find the product announced in *Now* magazine, from England, here in Brazil? If yes, is it the same or different?

REVIEW: Let's review some of the most important characteristics of advertisements:

☺ **Frases curtas e concisas:**

“Em anúncios publicitários as frases curtas e concisas permitem fácil percepção e memorização, como o Slogan, o qual é uma expressão que concentra e sugere uma idéia, podendo ser enfático, simples, resumido e dinâmico” (MARTINS, 1997).

“Na busca da expressão mais original, concisa e coerente em um anúncio, é necessário desdobrar, quando possível, a frase em outras menores, contendo cada uma apenas uma idéia. Para isso, convêm usar mais pontuação, inversões na ordem dos termos e transformações nos enunciados” (MARTINS, 1997).

☺ **Linguagem apelativa:**

As propagandas visam convencer o leitor de que um determinado produto merece ser experimentado. Elas têm como objetivo persuadir o leitor e, por isso, contam com a presença da linguagem apelativa. Esta linguagem fica evidente nas palavras usadas, como também nas imagens ou ilustrações que, geralmente, acompanham o texto escrito.

Na propaganda analisada, houve uma escolha por priorizar o uso de adjetivos (*new, delicious, fabulous e strong*) e pela repetição de alguns deles (*delicious e strong*).

A ilustração apresentada também é bastante sugestiva.

☺ **Cores:**

Na publicidade, as cores e a imagem de um produto têm grande poder de atração, cativando e estimulando o consumidor a comprar o produto. (GUIMARÃES, 2002)

► Activity:

- Make a survey in the area where you live and identify:
 - the products people produce;
 - the types of stores, markets, bakeries and other commerce you can find.
- Then, talk to the people responsible for the places or products you searched, proposing to develop an advertisement for them.

If they accept ...

LET'S DEVELOP ONE!!!!

So, think:

- What is the product?
- Who consumes it?
- Where are you going to advertise it?
- What is the aim of your advertisement?
- Are you going to use sentences? If yes, are they going to be short or long? Why?
- Are you going to use images? What kind? Are they from the product?
- What kind of colors are you going to use? Why?
- What size of letters / font are you going to use? Why?
- Which is/are going to be the most highlighted element(s)? Will it be the written part or the image?

REFERENCES

ALVES, Rosângela A. Plano de trabalho. In: PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL, 2007, Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2007. p. 36.

Anúncio publicitário de Coca Cola. Disponível em:<<http://jipemania.com/coke/1890/1890C2/MyAlbum/photos/photo2.html>.> Acesso em: 03 dez. 2007.

CAPRICO. São Paulo: Abril, nº 1029, p.01 – 02, out. 2007.

CARRASCOZA, João A. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Atlas, 1997.

CRISTOVÃO, Vera L. L.; NASCIMENTO, Elvira L. Modelos didáticos de gêneros: questões teóricas e aplicadas. In:_____ (Org.). **Gêneros textuais: teoria e prática**. Londrina: Moriá, 2004, p. 18-29.

DIONÍSIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora. **Gêneros Textuais & Ensino**. 4.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

GUIMARÃES, Luciano. **A Cor como Informação**: a construção biofísica e cultural da simbologia das cores. São Paulo: ANNABLUME, 2002.

MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária**: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

NOW MAGAZINE, London: IPC, march 2007.

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO. **Diretrizes Curriculares de Língua Estrangeira e Moderna para a Educação Básica**. Curitiba, 2006.

_____. **Língua Estrangeira Moderna – Espanhol e Inglês** / vários autores. Curitiba,2006.

WIKIPEDIA. Adjetivo. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Adjective>> Acesso em: 25 nov. 2007.