



MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE

Estado de São Paulo
SEDUC - Secretaria de Educação

SEMANAS 31 e 32

Ponte do Saber



Disciplina: Língua Portuguesa

8º ano do Ensino Fundamental

Agora, você vai analisar duas propagandas de creme dental, uma antiga e uma moderna, para responder às questões de **01 a 03**.

Imagem 1



Fonte: encurtador.com.br/hyAW6

Imagem 2



Fonte: <https://www.sorriso.com/>

1. Sobre a propaganda da *Kolynos* (imagem 1), qual alternativa está correta?

- a) É uma propaganda que tem como foco não o produto, mas valores 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 não há nem a presença humana.
- d) É uma propaganda que traz a ideia de felicidade.

2. Sobre a propaganda da *Sorriso* (Imagem 2), qual afirmativa está correta?

- a) O produto está em primeiro plano, o foco é a pasta de dente em si.
- b) O produto não está em primeiro plano, em primeiro plano está uma ideia de juventude bonita (principalmente dentes brancos e bonitos) em um espaço de prazer e curtidão.
- c) A propaganda tem como foco demonstrar preocupação com a natureza, tanto que aparecem folhas espalhadas, mar e um coqueiro.
- d) O produto não se associa a nenhum valor que não seja ele mesmo.

3. Compare as duas propagandas, analise as frases abaixo e marque V para verdadeiro ou F para falso.

- () Podemos ver uma diferença técnica nas duas propagandas, a primeira possui poucos objetos e poucas cores, já a segunda é rica em elementos e cores vivas.
- () A propaganda antiga é menos sugestiva em relação à propaganda moderna.
- () A propaganda da *Kolynos*, ao afirmar que o produto passou por testes clínicos, tem por intenção vender um bom produto. Já a propaganda da *Sorriso*, ao mostrar jovens bonitos em um lugar paradisíaco, tem por intenção vender a ideia de prazer, liberdade e frescor, não apenas o produto.
- () As imagens na propaganda da *Sorriso* poderiam ser utilizadas para outros produtos, pois não envolvem escovação dental exatamente.

Analise a propaganda da *Dove* para responder às questões 04, 05 e 06.



4. Em relação ao produto estar ou não em primeiro plano, o que ocorre nessa propaganda da *Dove*? Marque V para verdadeiro e F para falso.

- () Nessa propaganda, o produto não aparece.
- () Há apenas a marca do produto e a ideia de pluralidade .
- () A propaganda erra ao não mostrar o seu produto.
- () A propaganda vende a ideia de que todos são iguais.
- () A propaganda demonstra que os produtos são construídos pensando apenas na beleza padrão.
- () A marca quer ser lembrada pela ideia de respeito às diversas belezas.

- 5.** Recentemente, algumas marcas foram acusadas de usarem softwares, como o *photoshop*, para corrigir imperfeições nas fotos de suas modelos. Esse fato gerou uma discussão em relação à desonestidade desse tipo de ação. Além disso, existe uma consequência para quem consome essas imagens. Pensando nesta propaganda da *Dove*, o que se percebe sobre a filosofia da marca?
- a) A marca defende a liberdade de se usar correções em suas modelos.
 - b) As modelos pertencem a um mesmo padrão de beleza.
 - c) A propaganda reforça o estereótipo da beleza feminina, isto é, mulheres altas, magras e com características europeias.
 - d) A marca constrói sua propaganda contrariando a ideia de beleza padronizada, uma vez que suas modelos se assemelham a pessoas comuns.
- 6.** De acordo com a imagem, qual seria, em sua opinião, “a verdade sobre a beleza”?