CAMPANHA "ADOTE UM JARDIM"
TEXTO PUBLICITÁRIO – ID: GTB

Você já sabe, mas não custa lembrar...
O **TEXTO PUBLICITÁRIO**, como o próprio nome adianta, tem o objetivo de dar publicidade/tornar público/anunciar alguma coisa, isto é, fazer com que uma informação, um produto, um serviço, uma advertência, uma campanha etc. tornem-se conhecidos. Ele circula em diversos suportes de comunicação: TV, rádio, internet, jornal, outdoor, revista, mural etc.

O redator de um texto publicitário pode utilizar a linguagem verbal e/ou não verbal. O vocabulário tem de ser simples, conciso (curto), pois o texto pretende atingir leitores de classes, faixas etárias e formações diversas, de forma, o quanto possível, rápida. Campanha, propaganda, folheto, banner, cartaz, anúncio, classificados são exemplos de textos publicitários.

Para seduzir, convencer, incentivar, explicar, advertir, comover, intimidar etc., o texto publicitário, quase sempre, emprega os verbos no Modo Imperativo. Geralmente, há um slogan – uma frase de efeito, rápida, de fácil memorização, que pode resumir características do produto, do serviço ou até mesmo da pessoa anunciados.



https://www.putasacada.com.br/wp-content/uploads/2015/01/itau-prev-dpz02.jpg

IMPORTANTE: Nos textos publicitários, as advertências são construídas com cautela – é preciso, ao mesmo tempo, ser implacável e educado! Por exemplo: BEBA COM MODERAÇÃO; FUMAR É PREJUDICIAL À SAÚDE.

O texto publicitário de campanha deverá contemplar, em linhas gerais: emissor, destinatário, apresentação, objetivo, motivo e finalidade, além de alguns detalhes que o contexto exigir.

CONTEXTUALIZAÇÃO: Imagine que, no bairro em que você mora, haja praças, cujos jardins estejam muito descuidados. Em diálogo com os demais alunos do colégio, você descobre que esse mesmo problema está acontecendo também em outros bairros. Você decide, então, fazer uma campanha, cujo texto publicitário será veiculado nas redes sociais, para incentivar os empresários da cidade a adotarem, cada qual, um jardim.

Mas é possível "adotar" jardins? Sim. Veja abaixo a matéria da Biovert, empresa nacional fornecedora de produtos e serviços no segmento de engenharia florestal:

> Se você é morador do Rio de Janeiro e costuma observar os jardins da cidade, saiba que você pode fazer a diferença para essas áreas. A Fundação Parques e Jardins (FPJ), responsável pela arborização urbana da cidade, possui um programa de adoção. É isso mesmo: você pode se tornar o responsável pela manutenção de canteiros, árvores ou áreas verdes administradas pelo município. Podem participar do programa pessoas físicas e jurídicas, condomínios e associações de moradores. O programa não prevê nenhum repasse financeiro para a Fundação. Ao contrário, o adotante deve apresentar uma proposta ao órgão que, se aprovada, dará a ele o direito de manter a área ou fazer projetos paisagísticos no local, podendo contratar um prestador de serviço credenciado para que efetue o trabalho.
>
> http://www.biovert.com.br/a-empresa/

COMANDO: Escreva o **TEXTO PUBLICITÁRIO**, que deverá conter, além dos aspectos comuns à **CAMPANHA**, breves explicações sobre como o empresário interessado deve proceder para aderir à campanha.

Atribua um slogan à campanha, que será composta apenas por texto verbal.