

Compare essas imagens de anúncios comerciais, observando suas datas de produção e as relaçõe com as informações da página 3.

1822 - Anúncio da loja Alberto Martins no Rio de Janeiro



1891 - Anúncio de produto de limpeza

ENOCH MORGANS SONS C:



Sapolio

Estabelecido em 1870, é quasi universalmente usado para lavar louças e para limpar os utensilios de cozinha e artigos de folha, ferro, cobre, bronze, facas e garfos, obras de madeira, oleados, banheiros marmore, etc.

SAPOLIO

não se usa para lavar a roupa.
Sapolio se vende em casas de ferragen armazens mercearias, drogas etc.

E' fácil enxugar roupa...



automáticamente em poucos minutos em qualquer espaço com qualquer tempo

Motor monofásico, 110 ou 220 volts. Consumo insignificante de electricidade. Fácil manejo. Pode ser ligada em qualquer tomada de corrente. Vários tamanhos para o lar, colégios, hotéis, hospitais, lavanderias etc.

LAVATOR
máquina centrífuga, importada dos E.E.UU.

VENDAS EM MÓDICAS PRESTAÇÕES MENSAIS

1953 - Anúncio de secadora de roupa

1985 - Anúncio de fita adesiva



2015 - Anúncio de cerveja em vagões do metrô



2015 - Anúncio no suporte de papel de banheiro público. Está escrito "Economize papel - salve o planeta" (tradução livre)

Texto de apoio:

História da publicidade no Brasil

- Até 1800 - as propagandas eram feitas oralmente, principalmente, pelos mascates e escravos de ganho ou em cartazes.
- 1806 e 1808 - foram fundados os primeiros jornais brasileiros e com eles, os classificados. Os anúncios impressos, dificilmente eram decorados e limitavam-se em sua maioria a venda de escravos e patrimônio.
- 1891 - Foi criada a “Empresa de Publicidade e Comércio”. Era uma espécie de agência publicitária. Os anúncios, foram profissionalizados, ficaram maiores e começaram a fazer “promessas” sobre os resultados do produto. Perceba o homem olhando para a panela no anúncio do “Sapólio”.
- 1830 - Os anúncios começam a serem transmitidos nas rádios e se tornam mais interessantes com os *jingles* e usando a imaginação dos ouvintes. Os cartazes que eram fixados internamente nos bondes também eram mais criativos.
- 1950 - Após a Segunda Guerra Mundial com a ampliação econômica dos EUA no cenário internacional, eles também ampliaram sua influência pelo cinema e televisão. Nossas propagandas refletiam essa mudança com imagens que lembravam o modo de vida americano e seus produtos enchiam nossas prateleiras.
- 1980 - As propagandas brasileiras começaram a participar de festivais internacionais e serem premiadas. Propagandas inteligentes, bem-humoradas e criativas marcaram este período. Porém, as propagandas também tornaram-se tão persuasivas e convincentes que precisaram ser regulamentadas, ou seja, criar leis e normas éticas.

Além do formato dos anúncios, os meios usados também mudaram. As propagandas iniciaram oralmente, foram para cartazes e jornais, fixaram-se em bondes, ônibus, metrô e outdoors, ganharam graça e destaque no rádio com os jingles, viraram vídeos na televisão e hoje estão em toda parte: na internet, nos campos dos estádios, nas paradas de ônibus.

Glossário:

Patrimônio - conjunto de bens familiares

Jingle - mensagem publicitária musicada simples e de curta, com o objetivo de ficar na memória do ouvinte.

Ética - conjunto de regras que contém o valor e a moral de uma sociedade.

Hora de colocar no papel:

Após observarem as figuras e lerem o texto de apoio, produzam um texto que contenha as respostas para as perguntas abaixo:

1. Quais as mudanças que vocês conseguiram observar nas propagandas ao longo do tempo?
2. Como vocês podem relacionar a “História da publicidade no Brasil” com os exemplos de propaganda apresentados? Para responder, vocês podem utilizar uma das datas do texto e corresponder à figura do mesmo ano, explicando a relação.
3. Por estas propagandas podemos nos questionar sobre a função da propaganda: ela serve apenas para vender produtos e serviços ou também pode ser usada para informar as pessoas a respeito de questões sociais e ambientais, por exemplo?
4. Com a ampliação dos meios de comunicação e propagandas cada vez mais atrativas, o desejo pelos produtos aumentaram. No entanto, nem todas as pessoas podem consumi-los. Qual a opinião de vocês sobre essas afirmativas? Seria uma forma de exclusão? Justifique.

[illegible]

Fontes:

1822 - Anúncio da loja Alberto Martins no Rio de Janeiro. Disponível em
-http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon1462744/icon1462744.jpg
Acesso em 10 de fevereiro de 2019.

1891 - Anúncio de produto de limpeza - Sapólio. Disponível em:
<https://www.propagandashistoricas.com.br/2015/05/sapolio-1891.html> Acesso em 10 de
fevereiro de 2019.

1953 - Anúncio de secadora de roupa - Lavator. Disponível em:
<https://www.propagandashistoricas.com.br/2016/07/maquina-de-lavar-lavator-1953.html> Acesso em
 10 de fevereiro de 2019.

1985 - Anúncio de fita adesiva - Scotch. Disponível em:
<http://www.top10melhores.com.br/anuncios-criativos-e-engracados-publicidade/> Acesso em 10 de fevereiro de 2019.

2015 - Anúncio de cerveja em vagões do metrô - Antártica. Disponível em:

<https://www.facebook.com/DMSMidia/photos/a.382465235152020/791325707599302/?type=3&theater> Acesso em 10 de fevereiro de 2019.

2015 - Anúncio no suporte de papel de banheiro público - WWF. Disponível em:
<https://publicinove.com.br/anuncios-publicitarios/> Acesso em 10 de fevereiro de 2019.