

Licença Creative Commons:



O trabalho Oficina sobre Anúncios de Classificados de Alexandre Xavier Lima e Angélica de Oliveira Castilho Pereira está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-Compartilhual 4.0 Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

```
<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/"></a><br />O trabalho <span xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" property="dct:title">Oficina sobre Anúncios de Classificados </span> de <span xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" property="cc:attributionName">Alexandre Xavier Lima e Angélica de Oliveira Castilho Pereira </span> está licenciado com uma Licença <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/">Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-Compartilhual 4.0 Internacional</a>.
```

APRESENTAÇÃO

Bem-vindos, participantes!

Nesta oficina, apresentamos os “anúncios de classificados”. Trata-se de mais um gênero presente nos jornais que aproveita da popularidade desse veículo de comunicação para divulgar serviços e produtos. Conhecer esse gênero significa ampliar a participação em situações comunicativas muito relevantes de nossa sociedade.

Vamos nesta oficina conceituar o gênero e reconhecer algumas características a partir de alguns exemplos. Para isso, utilizaremos a apresentação em PowerPoint. Se vocês ficarem com alguma dúvida, entre no fórum “Anúncios: o que são?” e nos escreva. Por fim, apontaremos algumas atividades para reconhecer os principais recursos do anúncio de classificados.

Boa semana!

FÓRUM

Título: “Anúncios: o que são?”

Descrição: Esse espaço é para tirarmos dúvidas sobre o que conversamos sobre “anúncios de classificados”

Réplica:

Título: O que você quer saber sobre anúncios?

Descrição: Fique à vontade para compartilhar suas dúvidas conosco.

POWERPOINT

Título: Conhecendo os classificados

Descrição: Leitura de anúncios e comentários sobre o gênero.

APRESENTAÇÃO

Imagem de um classificado

1) Conhecendo os Classificados



(O Globo, 26 de junho de 2020)

Essa imagem é um exemplo de uma página de Anúncios de Classificados. Como é possível observar, a seção é formada por pequenos quadros, disposto geralmente em colunas.

2) Conceito de Anúncios de Classificados

CONTRATA-SE
COZINHEIRO(A), SALÁ-
RIO R\$ 1.800, segunda
a sexta-feira, horário co-
mercial, com experiên-
cia em CTPS. Enviar cv
para: selecao.
centraldecadastro@
gmail.com

(Correio Braziliense, 24 de maio de 2020)

Anúncios de Classificados: seria uma espécie de anúncio em que o próprio negociante torna público sua intenção comercial. O jornal vende o espaço, servindo de meio para divulgação. Esse gênero tem o objetivo de vender, comprar, alugar, prestar serviços etc. Vale destacar que os Classificados reúnem diversas intencionalidades, variadas vozes.

3) Organização

CONTRATA-SE
COZINHEIRO(A), SALÁ-
RIO R\$ 1.800, segunda
a sexta-feira, horário co-
mercial, com experiên-
cia em CTPS. Enviar cv
para: selecao.
centraldecadastro@
gmail.com

(Correio Braziliense, 24 de maio de 2020)

Todas essas vozes são organizadas em pequenos quadros e classificadas, facilitando a sua localização. Assim, o interessado em uma oportunidade de emprego de cozinheiro, por exemplo, pode ir direto à subseção de empregos e observar os diversos anúncios nessa área.

4) Classificação dos anúncios

Imagem para exemplificar a classificação



(Jornal Extra, 13 de agosto de 2020)

Esse anúncio obedece a seguinte classificação: tipo de anúncio (“Imóveis”), subtipo (“Compra e Venda”), região (“Zona Centro”), bairro (“Gamboa”) e quantidade de quartos (“1 quarto”).

5) Categorias

Imagem



(O Dia, 24 de maio de 2020)

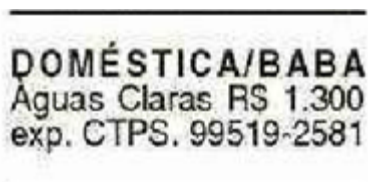
Cada jornal procura, à sua maneira e de acordo com a demanda da sociedade, organizar os itens, contudo, há uma certa recorrência: veículos, imóveis, serviços, empregos.



(O Globo, 26 de junho de 2020)

6) Objetividade

Imagem de um anúncio (objetividade)



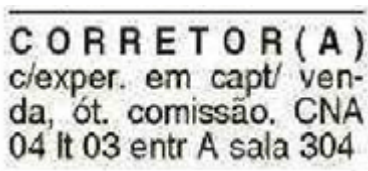
(Correio Braziliense, 24 de maio de 2020)

Em três linhas o anunciante apresentou as informações essenciais para seu objetivo.

Presume-se que o leitor que realize uma pesquisa nos classificados tenha pressa e só queira as informações essenciais para a confirmação de um negócio. Por isso, o texto geralmente curto.

7) Objetividade no texto

Outro dado importante é o fato de o gênero ter surgido no impresso, com espaço bem limitado. O anúncio geralmente é cobrado por linhas ou por letras. Por esses motivos, é comum abreviações, frases nominais, omissões de palavras de ligação (preposição).



(Correio Braziliense, 24 de maio de 2020)

Nesse exemplo, destaca-se o cargo oferecido, “corretor(a)” e seus requisitos. Nota-se o frequente uso de abreviações “c/exper.” (com experiência), “ót.” (ótima). “lt” (lote), “entr” (entrada). Algumas só recuperadas por profissionais da área, como em “capt.” (captação?).

8) Texto descritivo

Imagem de partes de objeto



(Jornal Extra, 13 de agosto de 2020)

Como o anunciante costuma oferecer um produto ou serviço e dispõe geralmente apenas da linguagem verbal, faz-se necessária a descrição das partes. É o que acontece com o anúncio do imóvel na Freguesia. Esse apartamento é formado de sala, dois quartos, cozinha, banheiro e vaga na garagem. Com essas informações, o interessado consegue reconstruir na cabeça esse imóvel e verificar se atende ao seu interesse.

9) Qualidades

Imagem de Qualidades

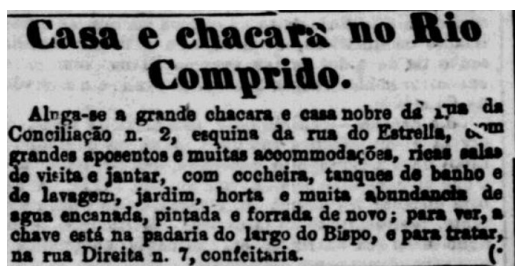


(Jornal Extra, 13 de agosto de 2020)

O anúncio ilustra outro ponto recorrente: a presença de qualificações avaliativas, essencialmente positivas: “toda equipada”, “em perfeitas condições” e “Oportunidade rara”.

O texto apresenta as características do anúncio, sobretudo, sua composição, suas qualidades, vantagens. Também é informado o contato, dependendo do anúncio, o preço.

10) Uma visita ao passado



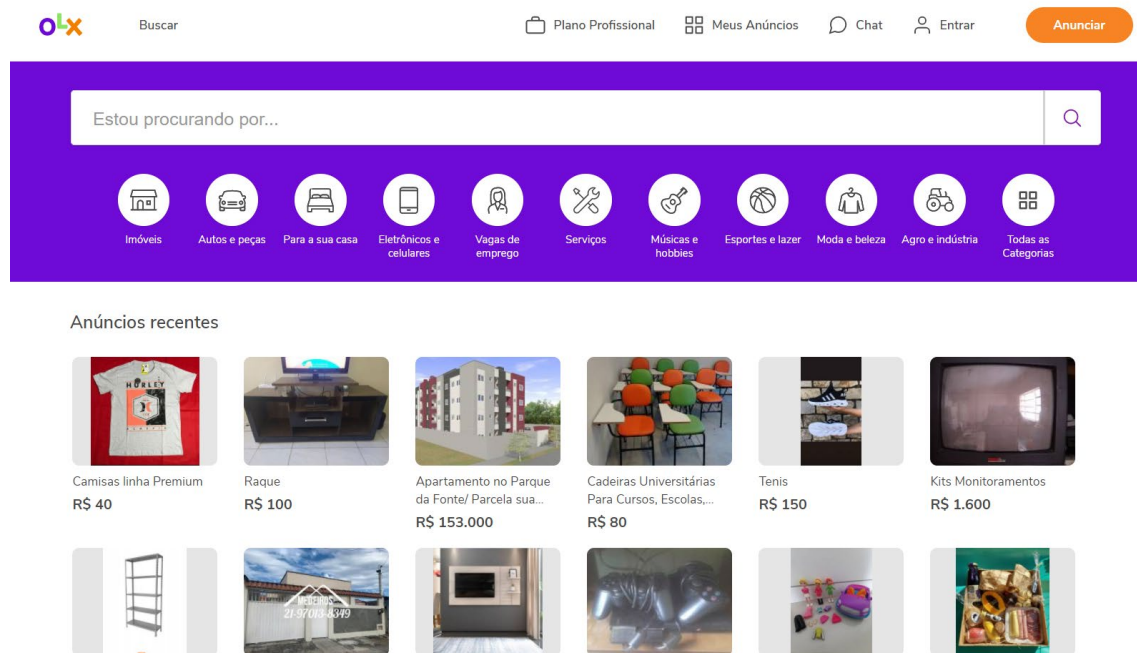
(Jornal do Commercio, 27 de fevereiro de 1870)

A prática de anunciar é tão antiga quanto o jornal. Nesse exemplo, o anúncio oferece imóveis no Rio Comprido. Como é possível observar o texto é mais longo, com mais detalhes.

11) Especialização

Com o avanço de novas mídias, os anúncios de classificados conheceram novas maneiras de publicidades:

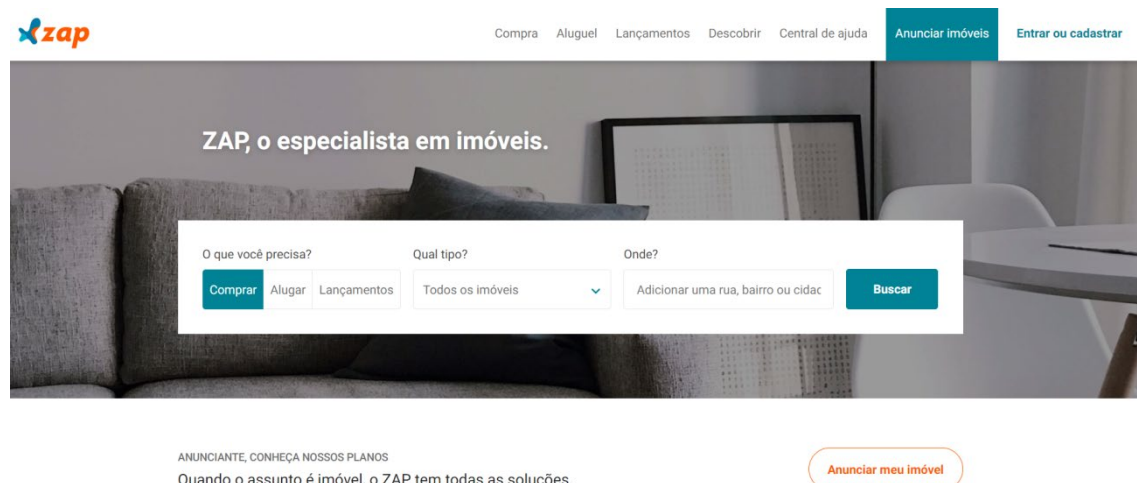
Sites de vendas



(<https://www.olx.com.br/>)

Geralmente, se especializam em algum serviço ou produto. Nesse exemplo, o *site* é especializado em compras e vendas de qualquer produto.

12) Especialização em imóveis



(<https://www.zapimoveis.com.br/>)

Já o exemplo apresentado é especializado em imóveis.

13) Site de classificados dos jornais

Os jornais também procuraram ocupar esse espaço:

<http://classificados1.folha.com.br/>

<http://classificados.globo.com/>

<https://www.classificados.em.com.br/>

14) Alguns são disponibilizados pela internet e no jornal impresso

Exemplos de anúncios

Online



6 fotos

Clique para ampliar

Câmera digital Sony **R\$ 1.000,00**

Seção: Fotografia

OBSERVAÇÕES
Modelo Sony DSCW310
Garantia de 12 meses
Resolução: 12.1 megapixels, Zoom Óptico: 5x, Fotos Panorâmicas
Itens Inclusos: 1 Câmera Digital Sony W570, 1 Cabo AV/USB, 1 Carregador de bateria, 1 Bateria recarregável, 1 CD-ROM com software, 1 Guia do usuário, Cordão de Mão

Anúncio publicado em: 16/05/2010

     Imprimir  Salvar |  Minha lista

Jornal

CAMERA DIGITAL SONY
Câmera fotográfica DSCW310
12.1 megapxl. garant. 12 meses
R\$ 1.000 Tel. (11) XXXX-XXXX
 **cód. 01234567**

(<http://classificados1.folha.uol.com.br/negocios/anuncie-planos>)

Nesse exemplo, podemos inclusive comparar a maneira como cada veículo apresenta o anúncio. Como é possível perceber, o anúncio online tem muito mais espaço e permite a inclusão de imagem.

Tem a vantagem de atualização instantânea, preço mais acessível, divulgação mais abrangente.

15) Gêneros associados

Apesar de não ser um gênero propriamente jornalísticos, tem sido muito comum a relação com reportagem com informações sobre algum setor.

Carreiras & Empregos

PARA ANUNCIAR
(11) 3855.2001



PANDEMIA DO CORONAVÍRUS

Venda de games sobe, mas produção sofre com atrasos. Pág. B10

Saúde mental de profissionais é posta em evidência

Para especialistas, empresas devem ajudar a controlar ansiedade e estresse, acenando durante pandemia

Marina Dugrell

Há mais de 30 dias trabalhando de casa, a servidora pública Maria Cláudia Mendes, de 33 anos, foi surpreendida com sintomas de ansiedade nunca antes vivenciados. Embora o cargo a garanta uma dose de estabilidade, o receio de um possível corte de salário associado à cobrança por produtividade e a medos comuns na pandemia do novo coronavírus a levaram a episódios de taquicardia e insônia. "Logo eu, que sou conhecida por dormir até no meio da balada", diz.

A história de Maria Cláudia se parece com a de muitos outros profissionais que têm convivido com a ansiedade. Uma pesquisa realizada pela startup Pulses, que desenvolve ferramentas para medir o clima organizacional, apontou que 54% dos entrevistados estão tendo níveis de ansiedade médios e altos na quarentena. Entre eles, as mulheres são as que se sentem mais ansiosas.

"O contraponto é que 80% se sentem superprodutivos. Esse excesso começa a gerar mais ansiedade e estresse. A grande preocupação é que, lá na frente, isso pode levar a um aumento de doenças como o burnout (exaustamento

profissional)", destaca o CEO da Pulses, Cesar Nanci. Foram ouvidos mais de 89 mil funcionários de 261 empresas do País. Um estudo da Universidade do Estado do Rio (UERJ), publicado online pela revista *The Lancet* na última semana, ainda revelou que casos de ansiedade e estresse mais do que dobraram, enquanto os de depressão tiveram aumento de 90% na pandemia. "Sentir um pouco de ansiedade é natural. Vira transtorno quando começa a atrapalhar a vida e a capacidade cognitiva. O pensamento fica acelerado, atrapalha o sono, surgem efeitos fisiológicos como taquicardia, sudorese", explica a psicóloga Luciene Bandeira.

Compreender os gatilhos que levam uma pessoa aos sintomas da ansiedade fica mais fácil agora. "É uma mudança na rotina. A frustração de não se sentir mais produtiva, a perda de um emprego, a perda de alguém que ama, ficar sem emprego, ter o salário reduzido. Toda incerteza gera medo e, muitas vezes, é o fermento da ansiedade."

Por isso, é preciso que as empresas assumam a responsabilidade de ajudar no cuidado da saúde mental dos funcionários. Para Ruy Shiozawa, CEO da Great Place to Work Brasil, consultoria global de organizações, o "novo normal" deixará em evidência a gestão de pessoas.

"A visão tradicional de que a vida profissional é uma coisa e a pessoal é outra está caindo por terra. A saúde mental é mais delicada porque existe preconceito. A empresa não quer ouvir, e a pessoa não quer falar para que



Terapia. O analista Gabriel Alves, em sessão com o terapeuta Marcos Lopes (de vermelho)

66
A DISTÂNCIA DO HOME OFFICE É QUE, POR NÃO TERMOS PONTOS COMPROVADOS, NÃO TEMOS COMO SABER SE O PROBLEMA É O TRABALHO OU O PROBLEMA É O PROBLEMA. NÃO SIGNIFICA QUE NENHUM DEUS ASSIMILAR A SITUAÇÃO

Marcelo Machado, de 28 anos, assessor jurídico

isso não dependa contra ela. O que não podemos é fazer de conta que não existe."

Para ir na raiz do problema, muitas empresas têm investido no acompanhamento psicológico

para os funcionários. Na GetNinjas, aplicativo de contratação de serviços, a demanda veio dos próprios colaboradores. Com o pedido, a organização selecionou os cinco psicólogos mais bem avaliados de sua base de serviços, e os cerca de 100 funcionários têm direito a quatro sessões mensais de 50 minutos, gratuitamente, mesmo após o fim da pandemia.

"O Organismo Mundial da Saúde diz que o Brasil é o País mais ansioso do mundo, são 18 milhões de pessoas. Tem muita empresa só mandando cadeira, computador. Mas como traze-

mos conforto emocional?", diz a diretora de Pessoas e Cultura da empresa, Andréia Girardini.

O analista financeiro Gabriel Alves, de 22 anos, que tem sessões com psicólogo por meio da empresa, diz que já era um pouco ansioso e estressado, mas os sintomas se agravaram. "Eu tento manter uma rotina. Acordo, tomo café, banho e começo a trabalhar, mas acabo me sentindo mais ansioso. Perco o sono e fico pensando no futuro, se eu estarei empregado, ou lembro de algo do trabalho que poderia ter terminado de fazer, acabo levantando e fazendo."

Na Wavy Global, do segmento de experiência do consumidor, a aposta foi em implementar momentos de desconpressão para os cerca de 300 funcionários no Brasil, como aulas de ioga, meditação, ginástica laboral e happy hour virtual com música ao vivo - já que atividades físicas e lúdicas também melhoram a saúde mental.

"Ainda que a empresa já tivesse alguns funcionários em trabalho remoto, não estamos no home office tradicional", diz a diretora de gente, Marcela Martins.

Comunicação. Um dos pontos importantes, defendem os especialistas, é a comunicação com os funcionários. "Não é porque estamos trabalhando de modo remoto que a proximidade não pode existir", afirma o CEO da Great Place to Work, segundo quem não dizer nada pode levar a uma ansiedade maior.

É justamente a comunicação que tem ajudado a farmacêutica Livia Freitas, de 24 anos, a lidar com a ansiedade e a síndrome do pânico, diagnosticadas há cinco anos.

Funcionária de uma empresa de pesquisas clínicas, ela conta ficar mais tranquila diante do modo com que os chefes têm se relacionado. "Já recebi mensagem da minha chefe perguntando como eu estava me sentindo. Também já tivemos uma reunião com o administrativo e eles deixaram claro que manteríamos o home office, os salários e os benefícios."

(O Estado de S. Paulo, 10 de maio de 2020)

Nessa reportagem, relatam-se as condições de trabalho em *Home Office*, uma situação que ganhou relevância com a pandemia. Trata-se de uma reportagem na seção dos Classificados. Sua inclusão se justifica em função do assunto relacionado a uma categoria (profissão ou emprego). O leitor dessa categoria pode se interessar por esse assunto também.

16) Outros anúncios

Atas, Avisos e Editais

ABANDONO de Emprego. Solicitamos o comparecimento no prazo de 48h. da Sra. Pamela Fernandes Gouvêa da Silva, portadora da CTPS nº 4808727 Série 0050/RJ, sob pena de ficar caracterizado Abandono de Emprego conforme Artigo 482 Letra I da CLT. FGPK Restaurante Ltda.

(Jornal Extra, 13 de agosto de 2020)

Os anúncios de classificados podem ainda apresentar: avisos públicos, licitações, editais, leilões. Nesse caso, o empregador precisa tornar público o abandono de emprego de sua funcionária para dar prosseguimento nos trâmites trabalhistas. Por isso, utiliza a seção dos Classificados para dar essa publicidade.

17) Retomando

Os anúncios de classificados visam tornar pública aos leitores do jornal uma atividade. Pode servir, vender, comprar, alugar, prestar serviços etc.

Os diversos anúncios são organizados a partir das atividades oferecidas, obedecendo a categorias relevantes para os leitores do jornal;

Esses anúncios são geralmente objetivos, com linguagem simples e descritiva;

Nota-se a migração dessa seção para o meio virtual, o que modifica a organização do texto;

Apesar de não ser propriamente o texto jornalístico, mas um texto no jornal, os anúncios de classificados podem sugerir a produção de reportagem sobre as áreas disponíveis (profissão, imóveis, veículos etc.).

PROPOSTAS

Proposta 1

Geralmente, os jornais organizam os anúncios por categorias (imóveis, automóveis, empregos e serviços). Pesquise nos jornais um exemplo de uma dessas categorias e comente se o texto apresenta claramente o que pretende anunciar.

Proposta 2

Já sabemos que um anúncio de classificados é objetivo, descritivo e tem por finalidade a divulgação de algum produto ou serviço. Vamos exercitar a produção desse gênero? Produza um anúncio de Classificados. O produto a ser anunciado deve ser o “Jornal Nossa Voz”. Procure descrever no anúncio as qualidades desse Jornal.

Proposta 3

O anúncio a seguir foi publicado online, no final de um texto juntamente com outros textos publicitários. Reescreva o anúncio, considerando sua organização no jornal impresso.

PUBLICIDADE



Ao clicar, o leitor é direcionado para uma aba com informações e com a possibilidade de comprar online:

(Revista Veja online, 04 de setembro de 2020)

Proposta 4

Leia o texto “Motoboy está desvalorizado” a seguir:

Imagem:

PREFEITURA DE VESPASIANO
PL N° 216/2019 - PP RP N° 076/2019. CONVOCAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO DE AMOSTRAS. OBJETO: Formação de registro de preços, resultados de propostas de empresas que ofereçam o menor custo para eventual fornecimento de materiais de limpeza em geral, conforme solicitação da Secretaria Municipal de Educação. Após transcurso do prazo recursal de desclassificação e classificação das empresas, a pregoeira convoca a empresa ESSENZA INDUSTRIA QUÍMICA EIRELI - ME, para apresentação de amostras dos itens nº 012, 013, 018, 020 e 216, em um prazo de 03 (Três) dias úteis, a contar desta publicação. Camila Lorraine Pereira Perdigão - Pregoeira Oficial.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 031/2020
PREGÃO PRESENCIAL Nº 011/2020
Tipo: Menor preço. Critério de Julgamento: Menor preço global. OBJETO: Contratação de empresa para construção de passarela, neste município. Entrega das Propostas: Dia 23/07/2020, às 14h30 horas, à Praça Central Dorval de Barros, 52 - Centro - Rio Piracicaba - MG, Cep 13.640-000.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 036/2020
TOMADA DE PREÇOS Nº 016/2020
Tipo: Menor preço. Critério de Julgamento: Menor preço global. OBJETO: Contratação de empresa para construção de passarela, neste município. Entrega das Propostas: Dia 23/07/2020, às 14h30 horas, à Praça Central Dorval de Barros, 52 - Centro - Rio Piracicaba - MG, Cep 13.640-000.

PREFEITURA DE VESPASIANO
PROCESSO 127/2020 - ADESAO 012/2020. Homologação e Adesão à ARP nº 197/2019 (XIV, XVII e XVIII), vinculada ao Processo 1320.01.0049262/2019-91 - Pregão Eletrônico 153/2019, firmada entre o município de Vespasiano/MG e as empresas Multifarma Comercial Ltda, Solumed Distribuidora de Medicamentos e Produtos para Saúde Ltda e SomaMG Produtos Hospitalares Ltda, visando à aquisição de medicamentos em geral, no valor total de R\$ 190.917,18. Lutz Felipe Caram, Secretário Municipal de Saúde.

PREFEITURA DE VESPASIANO
PL 120/2020 PE 027/2020 - A pregoeira declara vencedora e habilitada Bio Advance Diagnósticos Ltda no lote 01. Acolhimento de recurso até 14:36 do dia 07/07/2020 no site: www.licitacoes-e.com.br, Carolina ValadARES, Pregoeira.

Motoboy está desvalorizado

MATEUS MURATORI

Levantamento divulgado ontem pelo site de pesquisas MercadoMineiro aponta a desvalorização do serviço de entregadores por aplicativos em Belo Horizonte entre 2016 e 2020. Na última quarta-feira, uma mobilização nacional desses motojobs pediu por valorização e melhores condições de trabalho, principalmente durante a pandemia do novo coronavírus.

Em um dos aplicativos, o MercadoMineiro fez uma simulação de uma entrega de um envelope na cotação padrão da Avenida Raja Gabaglia para a Praça Sete. O valor mais barato do serviço é R\$ 10, enquanto o mais caro é R\$ 35. A diferença é de 250%, com média de preço de R\$ 16,85. Quando se compara esses números com os dados de 2016, percebe-se que há fundamento nas solicitações. O mesmo trajeto, da Raja Gabaglia até a Praça Sete, tinha preço médio de R\$ 18,35, uma redução de R\$ 1,50 (ou 8,17%) no valor.

Já o frete para entregar nas proximidades da empresa ficou mais vantajoso. Os valores atuais variam de R\$ 9,90 a R\$ 35. A diferença é de 253%, com média de R\$ 16,05. Em 2016, os serviços próximos têm média de R\$ 15,43, o que mostra R\$ 0,62 de aumento para atualmente. Outro ponto importante a se considerar é o preço da gasolina em 2016 e neste ano. Segundo o MercadoMineiro, o preço médio do litro desse combustível em julho de 2016 era de R\$ 3,57. Já atualmente o preço médio é R\$ 4,062, com aumento de 13,53%.

O texto é uma reportagem sobre a desvalorização do trabalho do motoboy. A reportagem foi publicada na seção dos Classificados, pois é um assunto de interesse de uma área divulgada na seção (emprego).

ANUNCIE (31) 3228-2000
TERÇA-FEIRA, 7 DE JULHO DE 2020

Classificados do ESTADO DE MINAS

(A Tribuna, 7 de julho de 2020)

Texto

Levantamento divulgado nesta segunda-feira pelo site de pesquisas *MercadoMineiro* aponta a desvalorização do serviço de entregadores por aplicativos em **Belo Horizonte** entre **2016** e **2020**. Na última quarta-feira, uma mobilização nacional desses motojobs pediu por valorização e melhores condições de trabalho, principalmente durante a pandemia do novo coronavírus.

Em um dos aplicativos, o MercadoMineiro fez uma simulação de uma entrega de um envelope na cotação padrão da Avenida Raja Gabaglia para a Praça Sete. O valor mais barato do serviço é R\$ 10, enquanto o mais caro é R\$ 35. A diferença é de 250%, com média de preço de R\$ 16,85. Quando se compara esses números com os dados de 2016, percebe-se que há fundamento nas solicitações. O mesmo trajeto, da Raja Gabaglia até a Praça Sete, tinha preço médio de R\$ 18,35, uma redução de R\$ 1,50 (ou 8,17%) no valor.

Já o frete para entregar nas proximidades da empresa ficou mais vantajoso. Os valores atuais variam de R\$ 9,90 a R\$ 35. A diferença é de 253%, com média de R\$ 16,05. Em 2016, os serviços próximos têm média de R\$ 15,43, o que mostra R\$ 0,62 de aumento para atualmente. Outro ponto importante a se considerar é o preço da gasolina em 2016 e neste ano. Segundo o MercadoMineiro, o preço médio do litro desse combustível em julho de 2016 era de R\$ 3,57. Já atualmente o preço médio é R\$ 4,062, com aumento de 13,53%.

O texto é uma reportagem sobre a desvalorização do trabalho do motoboy. A reportagem foi publicada na seção dos Classificados, pois é um assunto de interesse de uma área divulgada na seção (emprego).

Crie um anúncio solicitando um motoboy. Procure apresentar qualidades exigidas do profissional.

anúncios e classificados REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Editora 34, 2016.

FARIA, M. A. *O jornal na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 1996.

_____. *Como usar o jornal na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 1998.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual de Redação*. São Paulo, 1992.

KOCH, I. V. & ELIAS, V. M. *Ler e compreender os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2007.

MARCUSCHI, L. A. *Da fala para a escrita: atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez, 2007.

_____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

O Globo, 26 de junho de 2020

Correio Braziliense, 24 de maio de 2020

Jornal Extra, 13 de agosto de 2020

O Dia, 24 de maio de 2020

O Globo, 26 de junho de 2020

Jornal do Commercio 27 de fevereiro de 1870

<https://www.olx.com.br/>

<https://www.zapimoveis.com.br/>

<http://classificados1.folha.com.br/>

<http://classificados.globo.com/>

<https://www.classificados.em.com.br/>

<http://classificados1.folha.uol.com.br/negocios/anuncie-planos>

O Estado de S. Paulo, 10 de maio de 2020

A Tribuna, 7 de julho de 2020