



PORTUGUÊS

6º ANO



HABILIDADE:

EF69LP14 – Formular perguntas e decompor, com a ajuda dos colegas e dos professores, tema/questão polêmica, explicações e ou argumentos relativos ao objeto de discussão para análise mais minuciosa e buscar em fontes diversas informações ou dados que permitam analisar partes da questão e compartilhá-los com a turma.



Conteúdo das atividades:

Atividade 1: CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO/MULTIMODALIDADE/FIGURAS DE LINGUAGEM

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

1 Leia o texto e, em seguida, responda à questão.

“Anúncio publicitário

Como publicidade, trata-se de uma mensagem que procura transmitir ao público, por meio de recursos técnicos, multissemióticos e através dos veículos de comunicação, as qualidades e os eventuais benefícios de determinada marca, produto, serviço ou instituição. Os anúncios podem circular em vários meios de comunicação e suportes: imprensa escrita, falada, televisiva e internet, faixas [...].”

(Fonte: Sérgio Roberto Costa. Dicionário de gêneros textuais. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p. 32.)

Qual das alternativas a seguir não representa, adequadamente, o gênero textual anúncio publicitário?

- a) Em anúncios publicitários, é frequente o uso de recursos estratégicos como imagens atraentes e textos criativos, que empregam linguagem figurada, frases de efeito e figuras de linguagem.
- b) Por meio de anúncios publicitários, as marcas divulgam seus produtos e serviços para o público e, assim, se tornam conhecidas. Os anúncios estão presentes por toda parte: em jornais, revistas, internet, televisão, rádio, em placas nas ruas e no comércio.
- c) O objetivo do anúncio publicitário é, essencialmente, despertar o interesse das pessoas e induzir o público a um tipo de comportamento: o consumo.
- d) Esse gênero textual utiliza linguagem objetiva e apelativa, que geralmente combina textos (linguagem verbal) e imagens (não verbal) com o objetivo de persuadir o público-alvo a comprar o produto ou a utilizar o serviço anunciado.
- e) Um fator determinante no processo de criação de um anúncio publicitário é a identificação do público-alvo a que ele se dirige. Para se conectar com esse público e despertar o seu desejo, é preciso conhecer os seus interesses, hábitos e valores.