



PORTUGUÊS

6º ANO



HABILIDADE:

EF69LP17 - Perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais, o efeito de imparcialidade do relato, a morfologia do verbo, em textos noticiosos e argumentativos, reconhecendo marcas de pessoa, número, tempo, modo, a distribuição dos verbos nos gêneros textuais (por exemplo, as formas de pretérito em relatos; as formas de presente e futuro em gêneros argumentativos; as formas de imperativo em gêneros publicitários), o uso de recursos persuasivos em textos argumentativos diversos (como a elaboração do título, escolhas lexicais, construções metafóricas, a explicitação ou a ocultação de fontes de informação) e as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados (tempo verbal, jogos de palavras, metáforas, imagens).



PORTUGUÊS

6º ANO



Conteúdo das atividades:

Atividade 1: CARACTERÍSTICAS DE UMA CARTA DE RECLAMAÇÃO

Atividade 2: CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO/TEXTOS PERSUASIVOS/LINGUAGEM MULTISSEMIÓTICA

NOMINAL/SUBSTANTIVOS/ARTIGOS/NUMERAIS

Atividade 3: CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PUBLICITÁRIO/LINGUAGEM MULTIMODAL

Atividade 4: CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PUBLICITÁRIO/TIPOS DE LINGUAGEM

Atividade 5: TEXTOS OPINATIVOS/RECURSOS COESIVOS/ARTICULADORES TEXTUAIS/TIPOS DE ARGUMENTOS/REGRAS DE PONTUAÇÃO

Atividade 6: CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO TEXTUAL ARTIGO DE OPINIÃO/TEXTOS OPINATIVOS

Atividade 7: TEXTOS ARGUMENTATIVOS/TIPOS DE ARGUMENTOS/ARTIGO DE OPINIÃO

Atividade 8: TEXTOS ARGUMENTATIVOS/TIPOS DE ARGUMENTOS

Atividade 9: TEXTOS OPINATIVOS/RECURSOS COESIVOS/ARTICULADORES TEXTUAIS/TIPOS DE ARGUMENTOS/REGRAS DE PONTUAÇÃO

Atividade 10: CARACTERÍSTICAS DE FANZINES/LINGUAGEM DE FANZINES/EXPEDIENTE

Atividade 11: FANZINES/EMPREGO DE LETRA

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 internética, 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.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

2

Indique a alternativa incorreta sobre o gênero textual anúncio publicitário.

- a) O *slogan* de um anúncio publicitário deve atrair a atenção do público-alvo a que ele se destina e ser lembrado com facilidade.
- b) Para criar um anúncio publicitário, é preciso considerar o local no qual será anunciado e o público-alvo em questão.
- c) Trata-se de um texto persuasivo, de linguagem direta e apelativa, que utiliza recursos criativos para conquistar seu público.
- d) A estrutura do gênero textual anúncio publicitário é formada por título, imagem, corpo do texto e *slogan* da marca.
- e) Em anúncios publicitários, é frequente identificarmos verbos no modo imperativo, expressando ordem, pedido, convite etc.

3

Leia os *slogans* a seguir para responder à questão.

“Não é assim uma Brastemp”
Slogan da marca Brastemp.

“Porque se sujar faz bem”
Slogan da marca Omo.

“1001 utilidades”
Slogan da marca Bombril.

“Dedicação total a você”
Slogan da marca Casas Bahia.

“É gostoso e faz bem”
Slogan da marca Kibon.

Indique a alternativa que contém informações incorretas sobre o elemento, usado nos *slogans* lido, frequentemente utilizado no gênero textual anúncio publicitário.

- a) O *slogan* deve traduzir a missão, a visão e a ideologia da empresa.
- b) O *slogan* é uma palavra ou frase utilizada para gerar a identificação do público com uma marca ou campanha.
- c) O *slogan* deve ter poucas palavras e ser de fácil memorização, para fixar-se na mente das pessoas.
- d) O *slogan* consiste em uma ideia que expressa as características da marca, o que ela representa e no que se destaca.
- e) O *slogan* da marca deve se destacar visualmente em relação ao restante do texto, seja por meio da fonte, cor ou de outros elementos gráficos que podem ser utilizados.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

4 Leia o texto a seguir para responder à questão.

“Publicidade infantil: entenda o debate e saiba como a questão é regulamentada

Joaquim tomava sempre o mesmo iogurte pela manhã. Um dia, viu na televisão um produto com a imagem de um personagem que ele gostava muito. Queria aquele. Quando viu a embalagem do lanche habitual servido pela mãe, desatou num choro. [...]

O caso não é exceção. Oitenta por cento das decisões de compra das famílias são influenciadas por crianças, segundo um estudo da TNS/InterScience, de 2003. Em geral, os pequenos pedem produtos alimentícios (92%), seguidos por brinquedos (86%) e roupas (57%). Biscoitos, bolachas, refrigerantes, salgadinhos de pacote, achocolatados, balas e chocolates são os mais requisitados. [...]

(Fonte: Adriana Franzin; Leandro Melito. Publicidade infantil: entenda o debate e saiba como a questão é regulamentada. Agência Brasil, 5 jul. 2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-07/publicidade-infantil-entenda-o-debate-e-saiba-como-questao-e-regulamentada>. Acesso em: 10 fev. 2022.)

Imagine que você foi convocado a participar de um debate a respeito dos perigos da publicidade direcionada a crianças e selecionou os materiais apresentados para abordar o assunto com seus colegas. O que não faria sentido dizer?

- Que, ao serem expostas a anúncios publicitários nos intervalos comerciais dos programas de televisão, vídeos de internet, cinema e outros meios que utilizam anúncios, as crianças têm o comportamento de compra estimulado.
- Que a publicidade infantil pode desenvolver o desejo por bens de consumo e desencadear frustrações e comportamentos indesejáveis ao promover a conexão entre o conceito de felicidade e o ato de consumir.
- Que as crianças acabam sendo seduzidas por conteúdos que veem na TV e são estimuladas a pedirem pelos produtos divulgados nos anúncios publicitários.
- Que os fabricantes – de alimentos, brinquedos, roupas, entre outros – sabem que as crianças influenciam a decisão de compra de suas famílias e se aproveitam disso.
- Que o consumo descontrolado de produtos e serviços é um problema que atinge a sociedade de forma geral, mas que as crianças não são vistas como consumidoras porque ainda não possuem poder de compra.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

5

Observe os aspectos gramaticais do texto a seguir e faça o que se pede.

“Eu aprendi que nunca somos pequenos demais para fazer a diferença. Se algumas crianças conseguem atenção no mundo todo, então imagine o que poderíamos fazer juntos se realmente quiséssemos.”

(Fonte: Greta Thunberg, em discurso na Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, em 2018.)

Com base em seus conhecimentos prévios e, por meio de uma análise crítica, assinale a alternativa que não contém informações verdadeiras sobre tais características do texto.

- a) O trecho consiste em um ponto de vista da ativista ambiental Greta Thunberg, portanto é um texto opinativo.
- b) Em “imagine o que poderíamos fazer juntos se realmente quiséssemos”, nota-se a presença do recurso coesivo chamado de elipse.
- c) O tipo de argumento utilizado para defender a ideia da ativista se enquadra na categoria de princípios e valores, ou seja, uma opinião baseada em um princípio ético ou uma crença pessoal.
- d) O termo “então” utilizado no texto exerce o papel de um articulador textual de finalidade.
- e) Na fonte “Greta Thunberg, em discurso na Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, em 2018”, as vírgulas foram utilizadas para separar informações explicativas.

6

Entre as afirmações a seguir, assinale a única alternativa falsa a respeito do gênero textual artigo de opinião.

- a) A pessoa que escreve um artigo de opinião pode ser chamada de articulista.
- b) Geralmente, o artigo de opinião é estruturado em três partes: introdução, desenvolvimento e conclusão.
- c) Em artigos de opinião, é frequente a abordagem de temas polêmicos que despertem o interesse público.
- d) Nesse gênero textual, o autor apresenta seu ponto de vista por meio de uma sequência argumentativa.
- e) Por ter um caráter opinativo, esse gênero textual tem uma linguagem informal, carregada de marcas da linguagem falada.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

7 Leia o texto para responder à questão.

“Trabalho infantil é quando uma criança começa a trabalhar com menos de 16 anos de idade. Essa prática é proibida no Brasil e pode provocar a prisão dos pais ou dos responsáveis, assim como da pessoa que realizou a contratação da criança.”

(Fonte: Rodolfo Alves Pena. Trabalho infantil. Escola Kids. Disponível em: <https://escolakids.uol.com.br/geografia/trabalho-infantil.htm>. Acesso em: 19 abr. 2022.)

Assinale o tipo de argumento utilizado pelo autor no trecho em destaque.

- a) A argumentação do autor nos trechos é de exemplificação.
- b) A argumentação do autor nos trechos é de comparação.
- c) A argumentação do autor nos trechos é de evidência ou dados concretos.
- d) A argumentação do autor nos trechos está relacionada a princípios e valores.
- e) A argumentação do autor nos trechos é de autoridade.

8

Leia o texto a seguir e considere as afirmações listadas logo após.

“No dia 12 de junho é celebrado o Dia Mundial de combate ao trabalho infantil. No Brasil, 2,5 milhões de crianças e adolescentes entre 5 e 17 anos ainda são explorados, mas muitas vezes a violação passa invisível.”

(Fonte: Bruna Ribeiro. Dia Mundial de combate ao trabalho infantil: 2,5 milhões de crianças e adolescentes ainda são explorados. Estadão, 12 jun. 2019. Emais. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/blogs/bruna-ribeiro/dia-mundial-de-combate-ao-trabalho-infantil-25-milhoes-de-criancas-e-adolescentes-ainda-sao-explorados/>. Acesso em: 20 abr. 2022.)

- I. 168 milhões de crianças de 5 anos a 17 anos trabalham. Mais de 50% dessas crianças trabalham mais de nove horas por dia.
- II. Segundo a OIT (Organização Internacional do Trabalho), “o trabalho infantil é uma grave violação dos direitos humanos e dos direitos e princípios fundamentais no trabalho”.
- III. Muitas crianças e adolescentes trabalham em plantações, como as de algodão e cana-de-açúcar, e na produção de roupas e calçados.
- IV. A criança que trabalha, por estar em uma situação de vulnerabilidade, fica mais exposta à violência e tem mais chances de entrar para o crime.
- V. Para as populações mais pobres, a educação é a única maneira para romper o ciclo de exclusão social e de violação de direitos.

Qual item apresenta o mesmo argumento relatado no texto? Assinale a alternativa correta.

- a) I.
- b) II.
- c) III.
- d) IV.
- e) V.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

9

Leia o texto para responder à questão.

“Estatuto da Criança e do Adolescente

No Brasil, alguns normativos legais, pela sua importância, são condensados em codificações que facilitam o tratamento das questões jurídicas no âmbito mais específico e detalhado do assunto selecionado pela sua prioridade social. Existem então o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto das Cidades, o Estatuto do Idoso e o Estatuto da Criança e do Adolescente, que são exemplos de consolidações legislativas, inclusive para melhor compreensão dos interessados.

Este último, também denominado ECA, conforme o próprio nome demonstra, é um estatuto ou codificação que trata do universo mais específico vinculado ao tratamento social e legal que deve ser oferecido às crianças e adolescentes de nosso país, dentro de um espírito de maior proteção e cidadania decorrentes da própria Constituição promulgada em 1988. O ECA dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente, sendo fruto da lei 8.069 de 13 de julho de 1990, que neste ano de 2008 completa “maioridade” de existência.

Consoante à própria Lei, é caracterizada na condição de criança àquele de idade até doze anos incompletos, e adolescente é àquele que estiver entre doze e dezoito anos de idade, determinando que ambos devem usufruir de todos direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral do ECA. Também estabelece que é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária. [...]”

(Fonte: Vandeler Ferreira da Silva. Estatuto da Criança e do Adolescente. Disponível em: www.infoescola.com/direito/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente/. Acesso em: 20 abr. 2022.)

Se você fosse o autor do texto e tivesse de apontar alguns aspectos textuais e gramaticais que utilizou em sua produção, o que não poderia citar?

- No início do segundo parágrafo, o termo “Este último” foi usado como um mecanismo coesivo para evitar a repetição de “Estatuto da Criança e do Adolescente”.
- Em “Consoante à própria Lei, é caracterizada na condição de criança àquele de idade até doze anos incompletos”, nota-se a presença de um articulador textual de conformidade.
- O tipo de argumento utilizado no terceiro parágrafo é classificado como um argumento de exemplificação extraído das premissas do ECA, um documento legal que também exerce o papel de autoridade nesse contexto.
- As palavras “próprio”, “convivência” e “comunitária”, encontradas no texto, são exemplos de palavras paroxítonas que recebem acento por terem penúltima sílaba tônica e terminarem em ditongo crescente.
- No trecho “[...] a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, [...]”, as vírgulas foram utilizadas para separar informações explicativas.

ATIVIDADES COM FOCO NO ACOMPANHAMENTO DAS APRENDIZAGENS

ESCOLA:

PROFESSOR(A):

ESTUDANTE:

TURMA:

10

Supondo que você tivesse que compartilhar oralmente, em uma atividade coletiva, os seus conhecimentos sobre o formato e as características estruturais de um fanzine, assinale a alternativa que traz informações falsas a respeito desse tipo de comunicação:

- a) São exemplos de conteúdos possíveis para fanzines: resenhas críticas; poemas; entrevistas; sinopses e dicas de livros, filmes, séries e histórias em quadrinhos.
- b) O fanzine é uma publicação de natureza independente, muitas vezes confeccionada artesanalmente, em papel, com recortes e colagens que misturam elementos diversos e produzem um conjunto visual jovem e moderno.
- c) Em fanzines, o expediente é uma seção da publicação em que os autores deixam registrada uma mensagem para o seu público. Os autores sempre assinam seus nomes de forma manuscrita.
- d) Produções artísticas e culturais são temas muito recorrentes em fanzines, mas esses veículos também podem tratar de outros assuntos.
- e) Fanzines também são chamados de “zines” e têm o objetivo de informar, avaliar, entreter o público que tenha interesse pela temática abordada na publicação.

11

Leia o texto que fala sobre fanzine e responda à questão a seguir.

“Antes de tudo, o fanzine é um importante meio de comunicação e o seu principal objetivo é juntar e aumentar o círculo de amizades entre pessoas com ideias e gostos em comum [...]. Também serve como alternativa para quem produz alguma arte (histórias em quadrinhos, contos, poesias etc.) e não tem onde publicar. [...]”

(Fonte: Márcio Sno. Fanzines de papel. 2. ed. Publicação independente, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://issuu.com/marciosno/docs/fanzinesdepapel>. Acesso em: 4 nov. 2021.)

O autor argumenta a importância do fanzine, ressaltando benefícios que podem ser conquistados por quem se envolve com uma produção como essa. Com os argumentos do texto em mente, se tivesse que gravar uma frase chamativa para divulgar o fanzine em um *vlog*, o que consideraria adequado escrever?

- a) Vamos produzir Fanzine: a mídia para o jovem se comunicar e se dar bem!
- b) A vez do fanzine: um jeito criativo para se comunicar, mostrar a sua arte e achar a sua turma!
- c) Fanzine: um veículo para se ligar no que você curte e aproximar pessoas...
- d) Comunique com Fanzine e mostre sua Arte para o mundo!
- e) Para aumentar seu círculo de amizades e fazer a divulgação do seu trabalho, vale a pena criar um fanzine?