

- 4- a- O objetivo do anúncio é vender um produto.
 b- A escolha de um artista famoso contribui para dar mais credibilidade ao produto anunciado, ou seja, as pessoas serão mais persuadidas a escolherem a marca promovida pelo anúncio.
 c- Verbal e não verbal ou mista.
 d- A marca é Aurora e o logotipo é "a hora mais gostosa do dia".
 e- Além da escolha do artista famoso para anunciar a marca, a escolha de um lindo pão recheado de presunto da marca e um ambiente claro e limpo contribuem para chamar a atenção do leitor.
 f- Aos adultos.
 g- Anúncio publicitário.

5- B 6- B 7- B

Atividades

1- (ENEM)



O emprego dos recursos verbais e não verbais nesse gênero textual adota como uma das estratégias persuasivas:

A) evidenciar a inutilidade terapêutica do cigarro.

B) indicar a utilidade do cigarro como pesticida contra ratos e baratas.

C) apontar para o descaso do Ministério da Saúde com a população infantil.

D) indicar que os que mais sofrem com as consequências do tabagismo são os fumantes ativos, ou seja, aqueles que fazem uso direto do cigarro.

2- Leia o anúncio e responda.



Disponível em: G1.Globo. Acesso em: 26 jan. 2016.

Em todo feriado prolongado, o Governo Federal lança campanhas de conscientização em relação aos perigos nas rodovias. Um dos temas mais abordados é a combinação nada perfeita do álcool e direção. Analisando o anúncio em questão, é possível afirmar que:

A) o texto não verbal não faz referência ao feriado em questão.

B) a iniciativa tem o objetivo de causar impacto e sensibilizar a população sobre os cuidados com o trânsito durante as festas.

C) há exagero ao retratar um acidente, o que reduz a credibilidade da campanha.

D) o modo imperativo “Seja você” não é indicado para o resultado esperado, visto que não devemos influenciar os leitores em propagandas.

3 - Leia o anúncio e responda.



O slogan de uma marca é responsável por transmitir, em poucas palavras, todo o conceito da empresa. A Coca-Cola, marca de refrigerante reconhecida mundialmente, tem um marcante slogan “*Viva o lado Coca-Cola da vida*”. Esse slogan foi veiculado entre 2006 e 2009 e, hoje em dia, ainda é referenciado nos anúncios da empresa. Analisando as imagens apresentadas anteriormente e o slogan em questão, podemos afirmar que:

A) o slogan não procura representar um estado eufórico.

B) o slogan não manipula o consumidor.

C) o slogan efetua-se por um verbo no imperativo (viva), o qual supõe uma perspectiva futura para o sujeito efetivar essa vivência.

D) o verbo viver, no modo imperativo, não faz o consumidor se incluir na mensagem, o que prejudica o objetivo do anúncio: influenciar o leitor.

4- Com base nas características do texto, responda:



a) A que gênero pertence o texto?

b) Quem é o interlocutor/alvo?

c) O texto da propaganda acima não obedece ao padrão culto formal da língua. Para adequá-lo à norma padrão, como deveria ter sido escrito?

5- Leia o anúncio e responda.

O CIGARRO APAGA AS MELHORES NOTÍCIAS DA SUA VIDA

4 milhões de fumantes morrem por ano. Não entre para esse quadro de realidade ruim. No DIA MUNDIAL DE COMBATE AO TABACO você pode escrever uma nova história e tornar sua respiração uma história de primeira capa.

31 de Maio - DIA MUNDIAL DE COMBATE AO TABACO

Grupo Gazeta
Pernambuco

Em relação a essa peça de propaganda, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

() Maior presença de frases curtas, linguagem apelativa, correção gramatical são características da propaganda social, como é o caso.

() O visual da propaganda mostra uma folha de jornal ou revista sendo queimada, estabelecendo relação de sentido com o título e não com o fumante.

() Destina-se a fumantes e a não fumantes.

() A linguagem verbal apresenta termos usados comumente na esfera da mídia impressa, a exemplo de matéria de primeira capa.

Assinale a sequência correta.

a) V, V, F, F

b) V, F, V, V

c) F, V, F, F

d) F, F, V, V

Proposta de Produção Textual

Faça um anúncio publicitário promovendo uma ideia ou um produto.

Primeiramente, escolham a ideia e os objetivos que a envolvem:

- Para que ela é importante?
- Qual o público alvo envolvido?
- Vale utilizar imagens?

Após respondida as perguntas, elabore um texto curto e criativo de acordo com a estrutura acima (título, corpo de texto, marca e contato).

Importante conhecer o público alvo, ou seja, se o anúncio é destinado a público jovem pode apresentar uma linguagem mais despretensiosa, com uso de figuras de linguagem e gírias.

No entanto, se o público alvo são os idosos, a linguagem deve ser mais cuidada e clara, destituídas de gírias que podem não atingir o público pretendido.

Pense que o anúncio pode estar no mural da escola e, portanto, deve conter um título interessante e que chame a atenção do público.