



PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO CORRENTE
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
E.M.E.B. “JORNALISTA GRANDUQUE JOSÉ”

Rua Marechal Deodoro, 815 – Bairro Centro – Ribeirão Corrente - SP. CEP: 14445-000 - Fone: (16) 3749.1017

Ato de Criação: Lei Municipal Nº 986, de 20 de março de 2008

Email - granduquejose@educacao.sp.gov.br

ESTUDO EM CASA - DISTANCIAMENTO SOCIAL - COVID 19
ATIVIDADES DE REDAÇÃO – 6º ANOS A, B, C e D
23ª SEMANA – DE 2 A 6 de agosto de 2021 –
3º BIMESTRE

PROFESSORAS: RITA CLÁUDIA e GISLAINE REIS

Olá! Vamos iniciar o 3º Bimestre!

Segue a correção dos exercícios da 19ª semana (2º Bimestre).

Nessa semana, vamos iniciar nossos estudos sobre **Anúncio Publicitário**.

Faremos a leitura atenciosa do texto informativo; após, os exercícios sobre tal gênero textual.

Qualquer dúvida, estou à disposição.

Assim que todas as questões estiverem realizadas, favor me mandar a foto no pv para anotar pontos para a nota bimestral. Não se esqueçam de colocar qual semana se refere a foto enviada.

Enviar as fotos até o dia **13-08-21** para valer 8,0; após esta data, valerá 6,0.

Bons estudos!

CORREÇÃO DA 19ª SEMANA-2º Bimestre

Gabarito

1- Pesquisadores da Fio Cruz de Pernambuco e Integrantes da Rede Genômica da Fundação descobriram que há uma nova variante do vírus COVID que se chama “Gama”.

2- a) Spike

b) A vacinação completa na maioria da população.

3- c)

TEXTO INFORMATIVO

ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

Os textos publicitários são aqueles que têm o objetivo de anunciar alguma coisa, fazer com que uma informação torne-se pública, desde uma campanha de vacinação até os anúncios de produtos e/ou prestação de serviços. Podemos encontrar os textos publicitários circulando em diversos suportes de comunicação, como os midiáticos (televisão, internet e rádio) e jornalísticos (jornais, revistas), e espalhados pelas vias urbanas (outdoors, pontos de ônibus, postes de iluminação pública etc.)



Vamos estudar a estrutura do anúncio publicitário, a saber:

- * O título – ele se compõe de pequenas frases, geralmente bastante atrativas, com o objetivo de chamar a atenção do leitor.
- * Imagem – esta parte é de fundamental importância, pois muitas vezes nos sentimos atraídos por ela, e com isso procuramos conhecer melhor o objeto que está sendo anunciado.
- * Corpo do texto – aqui, o anunciante desenvolve melhor sua ideia, demonstrando um pouco mais sobre as qualidades e vantagens do produto. Normalmente, o vocabulário é adequado ao público para o qual é destinado, contendo frases também atraentes.
- * Identificação do produto ou marca – muitas vezes, alguns anunciantes já apresentam o **slogan**, isto é, uma frase que define e caracteriza o produto. .

Exemplos de slogan:

“TIM, viver sem fronteira” .

“HAWAIANAS, as legítimas.”

Em relação à identificação do produto, poderá haver o logotipo, que é uma representação visual, composta de símbolos e palavras que tem o objetivo de identificar um produto ou uma empresa.

ESTRUTURA DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO



Tipos de anúncio publicitário

A princípio, existem duas grandes categorias nessa diferenciação: os anúncios em texto/imagem e os anúncios em vídeo.

Os anúncios em texto/imagem enquadram todos os tipos de textos publicitários que apresentam uma forma “estática”, composta por elementos verbais(escrita) e não verbais (imagens).Nessa categoria, enquadram-se outdoor, anúncios em margens de sites, cartazes e até posts em redes sociais.

Os anúncios em vídeo enquadram os textos que apresentam alguma cena ou animação para, assim, conseguir convencer os consumidores de que aquele produto ou marca é o melhor. Nesse sentido podem ocorrer diálogos, músicas, danças e outras linguagens artísticas como elementos da linguagem.

ATIVIDADES

I- Leia o anúncio e responda os exercícios de números 1 ao 5.



01. Esse anúncio tem qual finalidade de:

- a () de promover uma ideia-campanha;
- b () anunciar e vender um produto.
- c () apenas anunciar o produto.

2. Muitas vezes, alguns anunciantes já apresentam o slogan, isto é, uma frase que define e caracteriza o produto. Identifique o slogan na propaganda acima.

3. Que tipo de público a propaganda tem o objetivo de atingir?

4. Qual é a cor predominante na propaganda? Por que você acha que foi utilizada essa cor?

5. Qual rima foi empregada na frase? Por que isso ocorreu?

II- Leia o anúncio abaixo e responda os exercícios de números 6 a 11.



6. Que tipo de linguagem é predominante no texto?

- a () Literária e poética.
- b () Verbal e não verbal.
- c () Objetiva e informativa.

7. As mensagens dos anúncios publicitários também têm a função mais apelativa com o objetivo de persuadir e chamar a atenção para algo de relevância social. Quais recursos persuasivos foram utilizados na linguagem (palavras e imagens)?

8. Qual foi a intenção de utilizar tais recursos persuasivos (palavras e imagens) na campanha?

9- Qual empresa patrocinou essa campanha publicitária?

10- Onde encontra o logotipo da empresa?

11–Os anúncios lidos na atividade são exemplos que pertencem ao gênero:

a () publicitário

b () jornalístico

c () literário