

PERÍODO DE REVISÃO – 3ª semana

Habilidades Essenciais: (EF69LP02-A) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, banner, jingle, vídeos etc.); (EF69LP04-A) Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários. (EF08LP04) Utilizar, ao produzir textos do Campo Jornalístico-Midiático, conhecimentos linguísticos e gramaticais: ortografia, regências e concordâncias nominal e verbal, modos e tempos verbais, pontuação etc.

Nome:

Unidade Escolar:

I - OBJETO DE CONHECIMENTO: Anúncio publicitário

II – ATIVIDADES:

Leia com atenção essa publicação e responda as questões 1 a 7

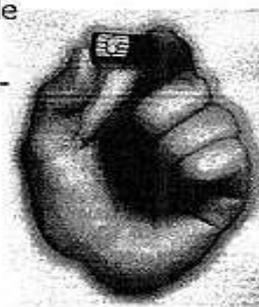
· PLANO SEU PESADELO.

Fez um pacote de minutos em outro lugar, não é? Agora se vira e fala tudo o que você contratou, se não vai pagar sem usar. Sei lá, liga para um amigo no dia 29, inventa uma crise existencial e usa os minutos que faltam alugando o sujeito.



- PLANO MEU SONHO.

O único pacote de minutos que se ajusta automaticamente ao seu uso, mês a mês. Se você falar muito, entra no pacote com a menor tarifa por minuto. Se você falar pouco, paga a menor franquia mensal. E isso vale para chamadas locais feitas na Rede XXX GSM de qualquer lugar. De um jeito ou de outro, você sai ganhando.


MEU SONHO. O ÚNICO PACOTE DE MINUTOS QUE SE AJUSTA AUTOMATICAMENTE A VOCÊ, TODO MÊS.

(ISTO É. 27 pp. 2002. Edição nº 1730, adaptado.)

Disponível em: <http://textoemmovimento.blogspot.com/2016/01/interpretacao-de-texto-publicidade-7ano.html> Acesso em 10 de jul de 2020.

1. A que gênero pertence essa publicação?

2. Em qual revista foi publicada?

3. Quem é o público-alvo?

- a) () consumidor de baixa renda.
 b) () todos os consumidores.
 c) () consumidor de alto poder aquisitivo
 d) () somente consumidores jovens.

4. Leia: **“Plano seu pesadelo.** **“Plano meu sonho.”** (anúncio 1) As expressões destacadas revelam um jogo de ideias que

- a) () compara dois pacotes de serviço, no sentido de igualar as suas vantagens.
- b) () compara dois pacotes de serviço, sem esclarecer quais serão as suas vantagens.
- c) () contrapõe dois pacotes de serviço, no intuito de ressaltar as qualidades de um dele apenas.
- d) () traça um paralelo entre os serviços prestados por duas empresas específicas.

5. **“Sei lá, liga para um amigo no dia 29, inventa uma crise existencial e usa os minutos que faltam alugando o sujeito.”** (anúncio 1) A expressão destacada sugere que o consumidor poderá

- a) () telefonar a um amigo para tratar de problemas inexistentes e, assim, gastar os créditos restantes.
- b) () fazer um novo amigo, utilizando o serviço anunciado pela empresa.
- c) () alugar um telefone celular da empresa, por intermédio de um amigo.
- d) () ficar conversando gratuitamente com um amigo, pelo telefone.

6. **“De um jeito ou de outro, você sai ganhando”** (final do anúncio 2). Justifique essa afirmativa de acordo com o texto.

7. Qual a sua opinião sobre esse anúncio? Conseguiu atingir o objetivo?

8. Cite em quais locais você costuma ver propagandas e anúncios.

9. Sobre o anúncio publicitário, marque as duas afirmativas corretas.

- a) () Apenas o texto não verbal é responsável pela persuasão.
- b) () Quanto maiores as frases, mais convincente será o anúncio.
- c) () Toda propaganda tem como proposição básica uma destas intenções: vender um produto ou conscientizar sobre um tema social.
- d) () O texto publicitário, necessariamente deve ser persuasivo.

10. Analise as afirmações e assinale a alternativa correta.

- A) Um dos recursos da linguagem utilizados para persuadir o interlocutor é o modo verbal imperativo.
- B) Slogan é a frase que resume a imagem que o publicitário deseja firmar no mercado sobre a identidade do produto.
- C) Uma das figuras de linguagem mais utilizadas em propagandas é a metáfora.

- a) () Apenas a alternativa A.
- b) () Apenas a alternativa B.
- c) () Apenas a alternativa C.
- d) () Todas as alternativas estão corretas.

Disponível em: <http://textoemmovimento.blogspot.com/2016/01/interpretacao-de-texto-publicidade-7ano.html> Acesso em 10 de jul de 2020. (Adaptado)