



PREFEITURA DE SANTOS
Secretaria de Educação



ATIVIDADE 1

UME: CIDADE DE SANTOS

ANO: T3 e T4 - Ciclo II

Arte

PROFESSOR: Thiago Costa

PERÍODO DE: 31/8/2020 a 11/09/2020

A arte do convencimento

A publicidade é, por natureza, a linguagem usada para convencer. Afinal, é a partir de anúncios publicitários que produtos, ideias, pessoas e empresas podem tornar-se conhecidos e aceitos pelo público.

Quando falamos em publicidade, pensamos imediatamente em anúncios com fins **comerciais**, como aqueles em que se pretende vender um determinado produto. Existem, porém, outros tipos de anúncio, como os **educativos**, usados em campanhas cujo objetivo é alertar e conscientizar a comunidade sobre os benefícios de determinadas práticas e os riscos de outras; e os **institucionais**, que visam promover empresas ou instituições, gerando uma imagem positiva entre os consumidores.

Para alcançar seus objetivos, os anúncios, publicitários precisam ter uma linguagem simples, de entendimento imediato e que cause impacto.

As peças publicitárias utilizam em geral um **slogan**, que é uma frase curta e direta para expressar o conceito de determinado produto ou ideia. Outra característica dos textos publicitários é o emprego de verbos no imperativo, como se fossem ordens: "compre", "beba", "use", "faça", "pare", etc.

Outro aspecto importante é o impacto visual do anúncio. Os elementos escolhidos devem despertar a atenção do público que se deseja atingir.

[Texto extraído do livro "EJA - educação de jovens e adultos". Componente curricular: Arte (6º ano) - Unidade 2/capítulo 4, editora responsável: Virginia Aoki. Organizadora: Editora Moderna]



Atividade: Observe o anúncio reproduzido nesta página e responda às questões a seguir.

- a. O anúncio faz parte de uma campanha comercial, educativa ou institucional?
- b. Que objetivo esse anúncio visa alcançar?
- c. Em sua opinião, por que a campanha utiliza atores jovens?