

Conteúdo: estudo de anúncio publicitário “Mais um grande motivo...” (manual pp. 48-49)

Pré-leitura

- 1.1. O texto publicitário é misto, uma vez que é constituído por texto icónico (imagem) e texto verbal.

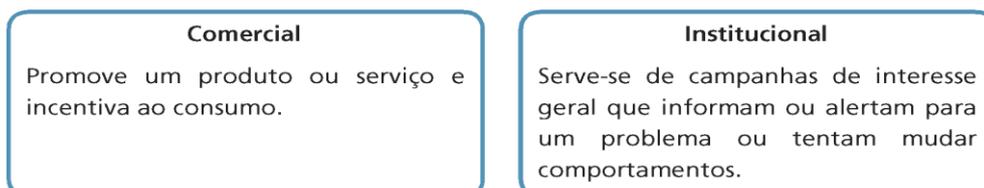
Síntese das características da publicidade

1. A publicidade

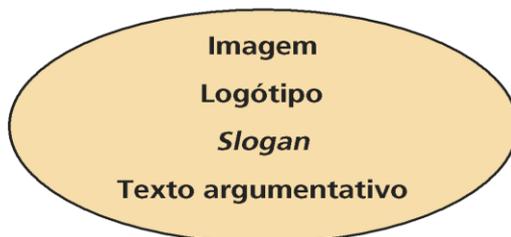
Constituída por um texto verbal associado a uma imagem, pretende, de uma forma extremamente apelativa, cativar o público para o levar à aquisição de um produto ou alertar para uma questão concreta.



2. Tipos de publicidade



3. Estrutura do anúncio publicitário



4. Características da linguagem publicitária



Orientações de leitura

1. - a. visitar o Oceanário;
- b. anfíbio;
- c. Oceanário;
- d. *Mais um grande motivo para visitar o Oceanário.*
- e. *slogan*;
- f. texto argumentativo;
- g. Oceanário de Lisboa;
- h. adjetivos;
- i. *fascinantes*;
- j. *frágeis*;
- k. *Venha*;
- l. *descubra*.

1.1. Um anúncio publicitário é um texto de carácter apelativo, que pretende **convencer o destinatário a adquirir determinado produto** ou, neste caso, a **ter determinado comportamento**.

É constituído, entre outros elementos, por um **texto verbal** (em que se destacam o *slogan* e outros blocos textuais de natureza argumentativa) e por **texto icónico** (imagem).

A linguagem utilizada tem um pendor **argumentativo** muito forte (destacando-se os **adjetivos valorativos** e as **formas verbais com valor imperativo** /exortativo).

Conhecimento explícito da língua

- 1.1. -ário.
 - 1.1.1. Local onde se guarda ou armazena algo.
 - 1.1.2. Aquário, herbário, herbanário, vestiário, relicário, santuário, armário, imaginário...
- 1.2. - a. Galinheiro, tinteiro, cinzeiro...;
- b. Covil, canil...;
- c. Tesouraria, leitaria, vacaria, pizaria, padaria, livraria...