

Slogans, imperativo e persuasão nos anúncios

Inglês 9º ano · Gabarito

O essencial: Superlativos curtos levam -est: the fastest, the cheapest. Cada uma das 20 respostas do gabarito indica a regra aplicada, para entender o erro e não apenas copiar a resposta.

Nível: 9º ano do Ensino Fundamental (BNCC Língua Inglesa, referência QECR A2+) ·

Referência oficial: BNCC Língua Inglesa 9º ano (Ensino Fundamental, Anos Finais), Nível de referência QECR A2+, BNCC EF09LI11 recursos verbais e não verbais da persuasão em textos publicitários, BNCC EF09LI12 produzir textos (infográficos, fóruns, campanhas, memes) com posicionamento crítico

Gabarito de publicidade em inglês (9º ano)

Atividade 1. Relacione os recursos

1-C, 2-E, 3-D, 4-A, 5-B. **1C 2E 3D 4A 5B**

Atividade 2. Complete o imperativo

Há mais de uma combinação possível. Uma resposta: **a) Join · b) Try · c) Save · d) Visit**

Atividade 3. Imperativo negativo

- a. Don't waste paper.
- b. Don't miss the show!
- c. Don't leave the lights on.

Don't + verbo simples

Atividade 4. Comparativo ou superlativo?

- a. faster
- b. the fastest
- c. better

a) 2 · b) 1 · c) 1

Atividade 5. Reconheça o imperativo

- a. Taste
- b. Walk, Save

- c. Open, open

Taste · Walk, Save · Open

Atividade 6. Leia o anúncio

- a. The freshest.
- b. Try 2 bottles.
- c. Leve 2, ganhe 1 grátis.

a) freshest · b) Try 2 bottles · c) 2 por 1

Atividade 7. Ordene as palavras

- a. Try it today.
- b. The best pizza in the city.
- c. Don't waste water.

Respostas acima

Atividade 8. Traduza os slogans

- a. Leia mais, sonhe maior.
- b. O dia mais doce começa aqui.
- c. Não desperdice água. Salve vidas.

Traduções acima

Atividade 9. Verbal ou não verbal?

- a. V
- b. N
- c. N
- d. V

a) V · b) N · c) N · d) V

Atividade 10. Corrija o erro

- a. Our tea is better.
- b. The cheapest tickets in Brazil.
- c. Don't forget your umbrella!

better · cheapest · Don't forget

Atividade 11. Complete as rimas

Modelos: **swell** · **day** · **look**. Aceite outras palavras que rimem de verdade.

Atividade 12. Quem é o público?

(a) estudantes; (b) pais ocupados; (c) estudantes que viajam. **a) alunos · b) pais · c) estudantes**

Atividade 13. Traduza para o inglês

- a. Try the best ice cream in Fortaleza!
- b. Don't miss the sale.
- c. Save 20% today.

Respostas modelo

Atividade 14. Transforme em slogan

Modelos:

- a. Walk in the most comfortable shoes!
- b. Drink water. Feel great!

Confira: recurso persuasivo e frase curta.

Atividade 15. Recursos não verbais

Modelo: fundo e imagem verde (natureza), letras grandes (chamam atenção) e botão vermelho (urgência/ação). **Verde, letra grande, botão vermelho**

Atividade 16. Mediação: explique em inglês

Modelo: It says it is the best running shoe. Buy now and get 20% off. **Confira:** superlativo, imperativo e desconto.

Atividade 17. Leia a campanha

- a. Reduzir o uso de sacolas plásticas.
- b. Don't use them; Bring your own bag; Join our Saturday clean-up.
- c. Sacolas duram 400 anos.
- d. The cleanest.

a) sacolas · b) imperativos · c) 400 anos · d) the cleanest

Atividade 18. Escreva um slogan

Modelo: Eat it, don't waste it! — imperativo e repetição. **Confira:** slogan curto, recurso correto, explicação coerente.

Atividade 19. Crie um cartaz de campanha

Modelo: Give a book, give a dream! Donate 1 book this week. Help the poorest libraries in our city. Join the biggest book drive of the year! **Confira:** imperativo, número, superlativo e slogan presentes.

Atividade 20. Compare dois anúncios

Modelo: o A é mais emocional e usa superlativo; o B traz um dado que se pode checar e é mais confiável. **Confira:** distingue emoção e evidência.