

LP8

2º BIMESTRE

ESCOLA: _____

ALUNO: _____ TURMA: _____

2011

Secretaria Municipal de Educação

Coordenadoria de Educação

Coordenadoria
de Educação

LÍNGUA PORTUGUESA 8º ANO
2º BIMESTRE / 2011

Prezado/a Professor/a,

Este material foi estruturado com o objetivo de auxiliá-lo em suas atividades pedagógicas. Constitui-se em suporte à elaboração de suas aulas.

Para que fosse possível dar concretude a essa empreitada, contamos com a participação efetiva de professores regentes da Rede e da equipe da E/SUBE/CED, sob a supervisão de professores doutores da UFRJ, UERJ e PUC.

No entanto, para que esse trabalho tenha legitimidade e êxito, torna-se imprescindível a sua avaliação criteriosa, já que é você, PROFESSOR/A, que o estará utilizando no cotidiano da sala de aula.

Fale conosco, envie críticas e sugestões, para que seja possível o aprimoramento de nosso fazer pedagógico. Somente desta forma poderemos atendê-lo nas suas reais necessidades. Colocamo-nos à sua inteira disposição por meio do *Fala Professor* e do e-mail:

linguaportuguesa@rioeduca.net

Seguem os telefones para contato:
2976.2301 / 2976.2313 / 2976.2325 / 2976.2182 / 2976.2287

Informamos, ainda, o endereço da E/SUBE/CED:
Rua Afonso Cavalcanti, nº 455, 4º andar, salas 412, 435 e 461.

Estamos convictos de que, somente por meio da interlocução diária e permanente, será possível superar/minimizar os desafios da educação pública da cidade do Rio de Janeiro.

Respeitosamente,

Professores Regentes e Equipe da E/SUBE/CED



Olá! Estamos aqui outra vez e isso é muito bom! Nesse caderno você terá a oportunidade de se divertir e descobrir que ler bastante ajuda muito na hora da inspiração para criar seus próprios textos. Vamos lá!

Recapitulando...

A crônica é quase sempre um texto curto, com poucas personagens, ligada à vida cotidiana. É uma história informal, familiar, intimista. Usa a oralidade na escrita e, por isso, sua linguagem é coloquial. Na crônica, um acontecimento do cotidiano dá origem ao enredo, ao conflito da narrativa.



Na última crônica, falei da trágica dedicação de um cão a seu dono e posso ter deixado a impressão de que a humanidade é ingrata, maltrata os animais, ou não paga amor com amor.

Não é isso. O que acontece é que o ambiente urbano foi afastando, aos poucos, o homem dos alados, quadrúpedes e bípedes, emplumados ou peludos, com os quais convivia. Sumiram não apenas do convívio, mas de vista. Meninos nunca viram um frango vivo, só o conhecem como um item das compras de supermercado; cabritos, cavalos, bois e burricos são seres da televisão, como os ETs. Para muitas crianças, bichos como coelho, gato e pica-pau são personagens falantes de desenho animado, geralmente históricos, cujo comportamento e caráter nada têm a ver com os apresentados pelos animais de verdade.

Capivaras e garças recusam-se a ser expulsas da cidade. Quando vim para São Paulo, descobriu-se uma enorme preguiça no Parque Trianon. Jacarés apareceram no Tietê. Aves peregrinas, como o falcão da Groenlândia, visitam a cidade. Bandos de jandaias fazem algazarra nas árvores de frutas dos Jardins. Há tempos falei de um pássaro que não conhecia, "cinza-esverdeado, pés e bico como os de um periquito, pequeno penacho espetado na cabeça, como o de um pavão", que se instalou algumas vezes na viga do 11º andar do prédio onde moro, para apreciar o pôr-do-sol junto comigo. Sumiu, mas recentemente desfiz o mistério ao ver um igual numa loja de rações da Vila Madalena: informaram-me que era uma calopsita, grande periquito nativo da Austrália. Por que ela estaria voando solta pelo bairro de Perdizes?

Iguasas, cobras, furões, tartarugas vão-se tornando bichos de estimação na cidade de carentes. O cão é o preferido, e muitos são criados como pessoas da família, mas quem não pode ter um, por alguma razão, recorre a animais silenciosos. Gatos domésticos vão rareando, não se sabe por quê, e seus irmãos vadios encontram quem lhes dê iscas nos parques da cidade.

Na metrópole atribulada existem muitos exemplos de afeição desinteressada. Todos conhecem um. Tenho um amigo que cria galinhas, poleiro cheio, e nunca teve coragem de comer nenhuma. Logo galinha, bicho que não troca nada com ninguém, não tem cabeça para isso. Uma professora de balé leva o cágado a passear na calçada, para tomar sol.

Um veterinário criava no jardim de casa uns moluscos gigantes, caracóis de quase 100 gramas. Foi ele quem recebeu de bom grado os três micos que um conhecido jornalista costumava levar emaranhados na própria cabeleira de estilo hippie, e dos quais desistiu quando trocou de namorada. Esse doutor recebe em casa bichos acidentados, e deles cuida pelo resto da vida. Quem vai querer um cachorro manco, um pássaro de asa quebrada, um gato cego? Só ele.

E tem o caso da jovem gaúcha que, em cena sensacional, parou o trânsito na saída do túnel da Nove de Julho para salvar um cavalo que corria solto e apavorado de um lado para o outro, em meio a buzinas e freadas. Ela estacionou o carro na calçada e correu atrás do animal, para agarrá-lo; o cavalo mudava de rumo, quase enfartando. A moça não tinha com que segurá-lo, e os dois resvalavam nos carros na correria; motoristas gritavam olé, outros aplaudiam. Um caminhoneiro estendeu-lhe um pedaço de corda, com o qual ela improvisou um laço. Depois de quatro tentativas, laçou o bicho. Palmas e buzinaço. Irritada, ela abanou as mãos, pedindo silêncio. Conseguiu chegar perto do cavalo, falando com ele, murmurando, acalmado-o, logo acariciando-o, depois tirou a blusa, jogou-a sobre os olhos do animal e, só de sutiã, belíssima, conduziu-o docemente para a calçada.

Espaço pesquisa!

Procure no dicionário as palavras do texto que você não conhece. Copie, no seu caderno, o sentido que elas têm no texto. Aproveite para organizá-las em ordem alfabética.

PALAVRA	SIGNIFICADO

1. Qual o tema da crônica ?

2. Onde mora o narrador da crônica? Retire do texto um trecho que comprove sua resposta.

3. O trecho “Para muitas crianças, bichos como coelho, gato e pica-pau são personagens falantes de desenho animado...” demonstra uma consequência de que fato do cotidiano urbano?

1. O autor inicia o texto fazendo referência a um outro texto escrito por ele anteriormente. Qual tema foi abordado pelo autor na crônica anterior a essa?

2. O autor procura desfazer uma má impressão que ele acha que causou ao leitor de suas crônicas. Que impressão é essa?

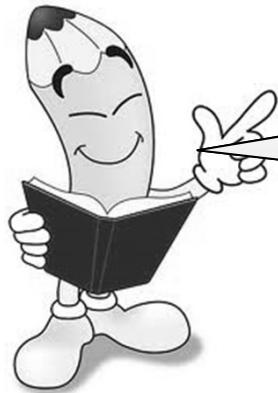
3. Qual a opinião do cronista quanto ao afastamento entre os homens e os animais?

4. Que exemplos da realidade urbana podem confirmar a opinião do autor? Retire-os do texto.

5. Na sua opinião, o que causa o afastamento dos animais dos grandes centros urbanos?

6. Em seu desfecho a crônica nos mostra uma atitude surpreendente. O que podemos concluir sobre a relação de algumas pessoas com os animais?

7. De acordo com o texto, quais as consequências do afastamento dos animais para as pessoas que vivem nas grandes cidades?



Prepare-se! Na próxima atividade você vai escrever sua própria crônica. Procure se lembrar de um fato que envolva convivência com animais que o tenha intrigado, no seu dia a dia.

Sistematizando...

Antes de começar sua crônica, planeje aqui o que você vai escrever. Procure se lembrar de um fato, que envolva convivência com animais e que o tenha intrigado.

Personagem	Tempo em que ocorre a narrativa	Espaço onde ocorre a narrativa	Os fatos narrados	Narrador
Situação inicial	Conflito		Clímax do Conflito	Desfecho

Negócio de Menino

Tem dez anos, é filho de um amigo, e nos encontramos na praia:

- Papai me disse que o senhor tem muito passarinho...

- Só tenho três.

- Tem coleira?

- Tenho um coleirinha.

- Virado?

- Virado.

- Muito velho?

- Virado há um ano.

- Canta?

- Uma beleza.

- Manso?

- Canta no dedo.

- O senhor vende?

- Vendo.

- Quanto?

- Dez contos.

Pausa. Depois volta:

- Só tem coleira?

- Tenho um melro e um curió.

- É melro mesmo ou é vira?

- É quase do tamanho de uma graúna.

- Deixa coçar a cabeça?

- Claro. Come na mão...

- E o curió?

- É muito bom curió.

- Por quanto o senhor vende?

- Dez contos.

Pausa.



<http://www.saudeanimal.com.br/imagens/coleiro.jpg>



http://i3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQEe5_6mtJ6PV-ujUL07tsEE6XhRSFFMWHmWcwsMuTgGayHbWCs



<http://i1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQdwOU2cUN3JzetY-f93xfEh5xXQ6lYHMWkdGef5EOg-kYM7VWz7A>

- Deixa mais barato. . .
- Para você, seis contos.
- Com a gaiola?
- Sem a gaiola.

Pausa.

- E o melro?
- O melro eu não vendo.
- Como se chama?
- Brigitte.

- Uai, é fêmea?

- Não. Foi a empregada que botou o nome.[...]

Pausa.

- O coleira o senhor também deixa por seis contos?
- Deixo por oito contos.
- Com a gaiola?
- Sem a gaiola.

Longa pausa. Hesitação. A irmãzinha o chama de dentro d'água. E, antes de sair correndo, propõe, sem me encarar:

- O senhor não me dá um passarinho de presente, não?



<http://i3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTcxEVGBsk13k8K34IMux2Fs6XTYfscOUssFPvZMIQdEJm0z5EA>

Adaptado de Rubem Braga in Os melhores contos, Ed. Global, 1985.



Espaço pesquisa!

Procure, no dicionário, as palavras do texto que você não conhece. Copie, no seu caderno, o sentido que elas têm no texto. Aproveite para organizá-las em ordem alfabética.

PALAVRA	SIGNIFICADO

1- De que trata o texto?

2-O narrador do episódio é também personagem ou não?

3- A crônica “Negócio de menino” é estruturada em forma de diálogo.

a) Quem são os personagens do diálogo?

b) Que marcas aparecem no texto que comprovam a estrutura do diálogo?

c) Qual é a função do 1º parágrafo no texto?

4- Em que lugar os personagens estão durante o diálogo?

5- Repare a seguinte fala do menino:

– **Uai, é fêmea?**

a) Você conhece a expressão “uai”? Sabe dizer em que estado brasileiro ela é bastante usada?

b) O que ela expressa no texto?

6- O menino, em sua opinião, tem preferência por um pássaro em especial? Por quê?

Visite o site da Educopédia.
Selecione a aula 11 do 8º ano.



Observe as características do texto que você leu:

- O narrador conta um fato que vivenciou ou presenciou no seu dia a dia. O narrador também é personagem.
- O diálogo tenta reproduzir a espontaneidade da linguagem oral.
- O título, assim como todo o texto, expressa, de forma bem humorada, o ponto de vista do narrador em relação às resoluções encontradas pelas crianças para seus problemas.
- As personagens que aparecem no texto são reais ou foram inspiradas em pessoas reais que convivem com o narrador.

Sistematizando...

Agora, você é o narrador e personagem do texto! Crie um diálogo, em que você conta um fato que presenciou ou vivenciou. Não esqueça que o diálogo pode ser com uma pessoa real ou inspirado em pessoas reais que convivem com você. Antes de começar sua crônica, planeje aqui o que você vai escrever.

Personagem	Tempo em que ocorre a narrativa	Espaço onde ocorre a narrativa	Os fatos narrados	Narrador
Situação inicial	Conflito		Clímax do Conflito	Desfecho

Escreva, aqui, o seu diálogo.

Recapitulando...

No caderno anterior, nós falamos sobre verbos, lembra? Vamos, agora, reforçar os conhecimentos adquiridos.



Procure nos textos lidos, trechos que contenham verbos na mesma situação temporal indicada e escreva nas caixinhas.

**PRETÉRITO
PERFEITO**

PRESENTE

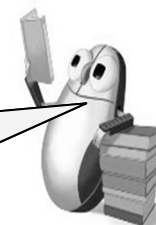
**FUTURO DO
PRESENTE**

Ação que começou
no passado e
terminou no
passado também

**VERDADE
UNIVERSAL**

Ação que, em relação
ao momento do
discurso, ainda vai ser
realizada.

Visite o site da
Educopédia.
Selecione a aula
15 do 8º ano.





Agora, vamos brincar um pouquinho com os tempos verbais e as frases retiradas de alguns textos lidos até aqui.



PRETÉRITO PERFEITO DO INDICATIVO (Ação que começa e termina no passado.)	PRESENTE DO INDICATIVO (Tempo verbal que atesta um estado - na verdade incontestável, universal.)	FUTURO DO PRESENTE DO INDICATIVO (Ação que em relação ao presente, ainda vai ser realizada)
	"...a humanidade é ingrata, maltrata os animais..." (texto1)	
	"- Tenho um melro e um curió." (texto2)	
	"- Por quanto o senhor vende ?" (texto2)	

PRETÉRITO PERFEITO DO INDICATIVO (Ação que começa e termina no passado.)	PRESENTE DO INDICATIVO (Tempo verbal que atesta um estado - na verdade incontestável, universal.)	FUTURO DO PRESENTE DO INDICATIVO (Ação que em relação ao presente, ainda vai se realizar)
"...que se instalou algumas vezes na viga do 11º andar do prédio..." (texto 1)		
	"A irmãzinha o chama de dentro d'água." (texto 2)	
"Ela estacionou o carro na calçada e correu atrás do animal..." (texto 1)		

Eu, etiqueta



Em minha calça está grudado um nome
Que não é meu de batismo ou de cartório
Um nome... estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida
Que jamais pus na boca, nessa vida,
Em minha camiseta, a marca de cigarro
Que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produtos
Que nunca experimentei
Mas são comunicados a meus pés.
Meu tênis é proclama colorido
De alguma coisa não provada
Por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,
Minha gravata e cinto e escova e pente,
Meu copo, minha xícara,
Minha toalha de banho e sabonete,
Meu isso, meu aquilo.
Desde a cabeça ao bico dos sapatos,
São mensagens,
Letras falantes,
Gritos visuais,
Ordens de uso, abuso, reincidências.
Costume, hábito, premência,
Indispensabilidade,
E fazem de mim homem-anúncio itinerante,
Escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.

<http://euamomoda.com/wp-content/gallery/tenis-da-nike-cor-de-rosa/tenis-da-nike-cor-de-rosa-14.jpg>



<http://r1.gstatic.com/images?q=tbz-AN69GcO5mIVGK4zUdLUURpDdsWYKwRVm9g588c6JRUOQkx-rGTBtrIrl>

É duro andar na moda, ainda que a moda
Seja negar minha identidade,
Trocá-la por mil, açambarcando
Todas as marcas registradas,
Todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser
Eu que antes era e me sabia
Tão diverso de outros, tão mim mesmo,
Ser pensante sentinte e solitário
Com outros seres diversos e conscientes
De sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio
Ora vulgar ora bizarro.
Em língua nacional ou em qualquer língua
(Qualquer principalmente.)
E nisto me comparo, tiro glória
De minha anulação.
Não sou - vê lá - anúncio contratado.
Eu é que mimosamente pago
Para anunciar, para vender
Em bares festas praias pérgulas piscinas,
E bem à vista exhibo esta etiqueta
Global no corpo que desiste
De ser veste e sandália de uma essência
Tão viva, independente,
Que moda ou suborno algum a compromete.

http://i0.gstatic.com/images?q=lbLl:ANd9GcsZDE8EID_EB6AkzW0d414x6FPUgU9IRZC3Qk7RP4zS2FbmfXIZA



<http://img129.imageshack.us/img129/4231/logos018.gif>



Onde terei jogado fora
 Meu gosto e capacidade de escolher,
 Minhas idiossincrasias tão pessoais,
 Tão minhas que no rosto se espelhavam
 E cada gesto, cada olhar
 Cada vinco da roupa
 Sou gravado de forma universal,
 Saio da estamparia, não de casa,
 Da vitrine me tiram, recolocam,
 Objeto pulsante mas objeto
 Que se oferece como signo dos outros
 Objetos estáticos, tarifados.
 Por me ostentar assim, tão orgulhoso
 De ser não eu, mas artigo industrial,
 Peça que meu nome retifiquem.
 Já não me convém o título de homem.
 Meu nome novo é Coisa.
 Eu sou a Coisa, coisamente.

Carlos Drummond de Andrade

Espaço pesquisa!

Procure, no dicionário, as palavras do texto que você não conhece. Copie no seu caderno o sentido que elas têm no texto. Aproveite para organizá-las em ordem alfabética.

PALAVRA	SIGNIFICADO



Após a leitura da crônica, responda:

1- Que tipo de texto acabamos de ler?

2- Este texto está escrito em versos ou em prosa?

3- Quantos versos possui o poema?

4- Quem foi Carlos Drummond de Andrade?

5- Por que você acha que Carlos Drummond de Andrade escreveu este texto?

6- O que denuncia o título Eu, etiqueta?

7- O eu lírico ressalta que não é um “anúncio contratado”, já que não ganha para anunciar. Por que a expressão “como um homem-anúncio da moda” define bem o eu lírico?

8- O eu lírico refere-se à época em que não se deixava envolver pelo modismo e consumismo exacerbados. Releia os versos 34 a 39 e explique como o eu lírico se autodefinia antes de transformar-se em “homem-anúncio”.

Espaço pesquisa!

Aproveite o espaço abaixo e faça uma colagem de anúncios de produtos (peças de vestuário, acessórios etc.) e/ou marcas de produtos que você usa.

Agora, responda:

a) Você já se sentiu como o eu lírico do poema "Eu, etiqueta"? Por quê?



No texto anterior, o autor nos fala das relações entre o homem e a publicidade. Mas nem só de publicidade vive o homem... Vamos pensar em outros vínculos?

Escolha um dos títulos abaixo e escreva um lindo poema sobre você e sua relação com outros aspectos do seu cotidiano.

Eu, alegria.

Eu, futebol.

Eu, televisão.

Eu, amigo.

Eu, mau humor.

Eu, amor.

Eu, moda.

Eu, música.



FIQUE LIGADO!!!!

Em São Paulo, o projeto Cidade Limpa, aprovado pela Câmara Municipal em 2006, tem sido objeto de polêmica desde o início de sua implantação. Nos primeiros quatro meses, após a regulamentação, a prefeitura **retirou mais de 700 outdoors da cidade**. A lei deu um prazo para os comerciantes e anunciantes se adequarem às novas normas. Findo o prazo, a prefeitura começou a aplicar multas. Alguns setores chiaram, mas, sem dúvida, a cidade hoje já tem outro aspecto. Em um ano de vigência da lei, foram banidos das ruas da capital paulista cerca de **1.312 outdoors e mais de cem mil faixas**.

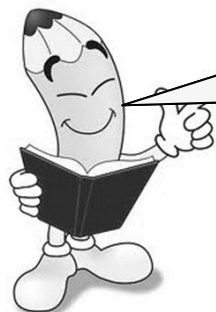
<http://ambiente.hsw.uol.com.br/poluicao-visual1.htm>

1- O que a imagem retrata? Descreva o que você vê na foto.

2- Onde é comum encontrarmos esse tipo de publicidade?

3- Qual a principal função dos anúncios publicitários?

4- O que você entende por poluição visual?



No mundo altamente competitivo em que vivemos, tentar formar, ou mudar a opinião do outro, é uma prática constante. A intenção de persuadir está presente em quase todos os tipos de discurso, mesmo que de maneira não evidente, clara.

Publicidade: uma forma de persuadir.

Os anúncios publicitários utilizam, como recursos básicos, texto e imagem. Em alguns anúncios, o apelo da imagem é tão forte que dispensa as palavras; em outros, as palavras transmitem a maior parte do significado da mensagem.

FIQUE LIGADO!!!!!!



Texto persuasivo: é aquele que tem a intenção de persuadir, de convencer alguém a aceitar algo ou a se decidir a respeito de algo; ou de convencer alguém da necessidade de algo. O mundo moderno explora, particularmente, o texto persuasivo na publicidade e na propaganda.

Para você,
é leite.
Para a criança,
é vida.

Samara Felippo,
doadora de leite e
mãe de Alice.

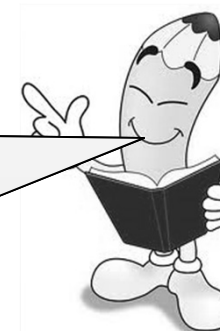
www.redebh.fiocruz.br
www.saude.gov.br
DOAR SAOBE 0800 51 1192

Doe leite materno.
A vida agradece.

SUS + Ministério da Saúde
BRASIL GOVERNO FEDERAL

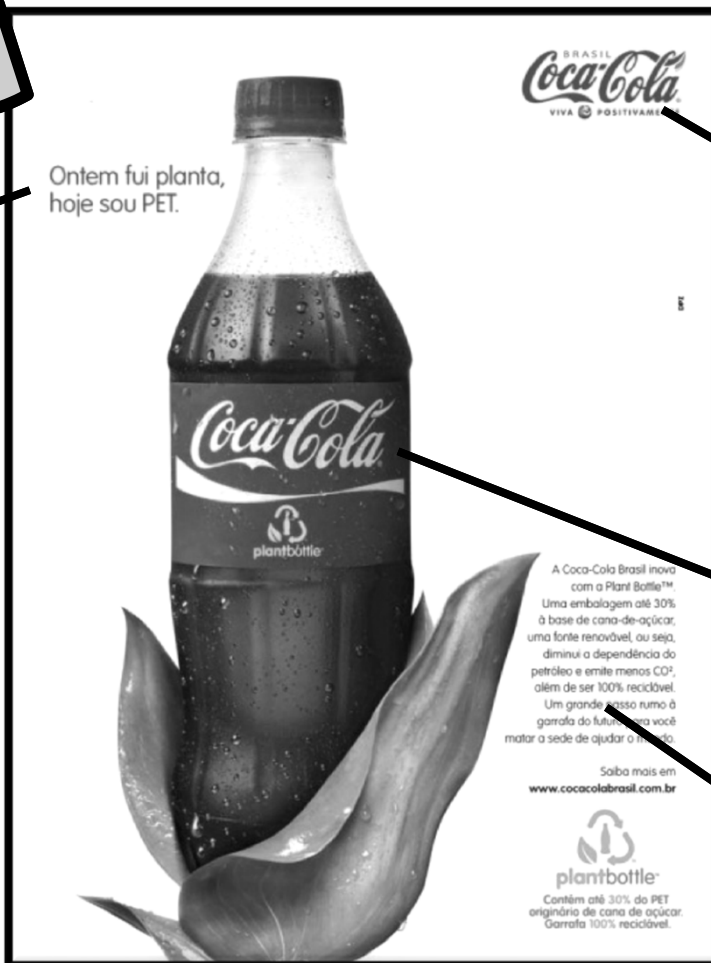
O mundo moderno explora, particularmente, o texto persuasivo na publicidade e na propaganda.

O texto publicitário, geralmente, está ligado à venda de um produto ou à promoção da imagem de uma empresa ou instituição. Para atingir suas intenções, utiliza diferentes **estratégias de convencimento**: usa **recursos de linguagem e de construção** escolhidos para convencer.



TEXTO
4

Slogan (frase curta, fácil de lembrar, sempre associada a um produto ou a uma empresa). Também chamado de bordão.



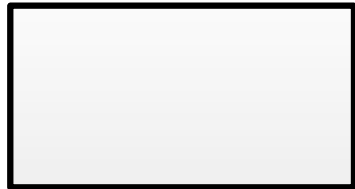
Logotipo (grupo de letras que forma a sigla ou palavra representativa da marca).

Imagem.

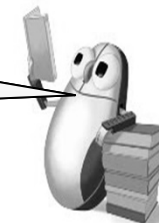
Texto/mensagem.



De acordo com o que aprendeu, preencha as lacunas esclarecendo os detalhes da estrutura da peça publicitária.



Visite o site da Educopédia.
Selecione a aula 1 do 8º ano.



**TEXTO
5**

**Uma Emília diverte muito a gente.
Três Emílias divertem muito mais.**

A boneca Emília, da Estrela, é como sorvete de morango, bolo de chocolate e pipoca. Criança adora. E como tudo que é bom merece ter repeteco, a Estrela lançou a Emilinha. Sucesso de brigadeiro em festa de criança. Agora chegou a Emília Caçulinha. A menor das três. Menor, só no tamanho. Na hora de divertir ela é deste tamanho. Emília, Emilinha e Emília Caçulinha. Três Emílias divertem muito mais.



<http://i51.tinypic.com/50ilno.png>

**TEXTO
6**

**Sou um Cão-Guia,
treinado para conviver
em locais públicos.
Juntos podemos dar
uma lição de cidadania.**



**Sejamos
dóceis!**



http://www.gazetadopovo.com.br/midia_tmp/370--caoguia.jpg

**TEXTO
7**

Dirija-se ao Lounge* na Praça de Eventos e Faça o seu chinelo.

Promoção válida de 27/07 a 09/08/2009

* Lounge = salão

R\$ 150,00 em compras + R\$ 6,00 = 1 par de chinelos.
R\$ 150,00 em compras c/ cartão VISA + R\$ 3,00 = 1 par de chinelos.
Parte da venda será revertida para o SOS CRIANÇA

estação DÊ UM DESCANSO PARA O SEU PAI.

Dirija-se ao Lounge na Praça de Eventos e faça o seu chinelo.
Promoção válida de 27/07 a 09/08/2009

São 4 modelos exclusivos pra você colecionar.

Você também pode criar o seu próprio modelo.

R\$ 150,00 em compras + R\$ 6,00 = 1 par de chinelos.
R\$ 150,00 em compras c/ cartão Visa + R\$ 3,00 = 1 par de chinelos.
Parte da renda será revertida para o SOS CRIANÇA

www.prudenshopping.com.br

SOS CRIANÇA prudenshopping

São 4 modelos exclusivos pra você colecionar.

Você também pode criar o seu próprio modelo.

A respeito do TEXTO 5.

1- O anúncio relaciona o produto anunciado a que ideia?

2- Associando o produto a essa ideia, o anúncio define um público. Que público é esse?

3- Qual é o argumento que apoia o anúncio?

4- Indique os elementos da imagem que reforçam o argumento.

A respeito do TEXTO 6.

1- Que tipo de sensação ele procura recriar? Justifique com elementos do anúncio.

2- O que a propaganda sugere sobre o cachorro nela retratado? Justifique com elementos do anúncio.

3- Observe todos os elementos que compõem o anúncio: texto, foto, anunciante.

a) Que questão social o texto apresenta?

b) Qual público que pretende atingir?

A respeito do TEXTO 7.

1. Observe a foto e responda.

a) O que ela ressalta?

b) Qual a relação entre a foto e o texto do anúncio?

c) Que público pretende atingir?

d) Qual é a tese e o argumento do anúncio?

A respeito dos três textos.

1. Considerando o público a que se destina cada um dos anúncios, em que veículos (jornal, revista, outdoor etc.) você imagina que eles possam aparecer? Justifique.

**TEXTO
8**



DIRIJA COM UM ÚNICO SENTIDO: VIVER. PEGUE A ESTRADA COM CONSCIÊNCIA.

Motorista que dirige cansado ou sob o efeito de medicamento acaba dormindo onde não deve: na direção. Antes de pegar a estrada, durma bem e lembre-se: o sonho mais bonito é a própria vida. O governo federal está melhorando nossas estradas, investindo por mês o que era investido por ano em 2004.

O Governo Federal está cuidando das nossas estradas.

Faça sua parte: dirija com responsabilidade.

DIRIJA COM UM ÚNICO SENTIDO: VIVER. PEGUE A ESTRADA COM CONSCIÊNCIA.

Motorista que dirige cansado ou sob efeito de medicamento acaba dormindo onde não deve: na direção. Antes de pegar a estrada, durma bem e lembre-se: o sonho mais bonito é a própria vida. O governo federal está melhorando as nossas estradas, investindo hoje por mês o que era investido por ano em 2004.

O governo federal está cuidando das nossas estradas.

Faça sua parte: dirija com responsabilidade.



Responda, de acordo com o texto 8

1. Qual o significado da expressão “CAPOTAR só se for na cama?”

2. Qual o objetivo da campanha publicitária promovida pelo Governo Federal?

Para saber mais!!

A Propaganda Institucional é uma forma de publicidade que não se refere ao produto em si, e sim à empresa ou instituição, visando a disseminação de ideias no intuito de moldar e influenciar a opinião pública, motivando comportamentos desejados por uma instituição ou provocando mudanças na imagem pública desta instituição. Fala-se da sua importância para a sociedade, dos empregos que ela gera, da sua contribuição pro progresso do país, enfim, das coisas boas que a empresa faz. Assim, cria-se uma imagem positiva da marca.

FIQUE LIGADO!!!!



Consumidor: é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final; aquele que compra para usar.

Consumista: é aquele que compra em excesso, especialmente artigos supérfluos.

1. O que difere o consumidor do consumista?

2. Todos somos consumidores?

3. E consumistas? Por quê? Dê exemplos que justifiquem sua posição.

Os três anúncios são compostos de texto por imagem. Com relação aos recursos utilizados, marque, na tabela, com um X, em que texto eles aparecem.

TEXTOS	Ênfase na imagem.	Ênfase no texto.	Imagem e texto na mesma proporção.
Texto 5			
Texto 6			
Texto 7			
Texto 8			



Com a finalidade de persuadir o consumidor a adquirir um produto, incutir uma ideia ou até vender um serviço, a publicidade encaminha seu argumento, apelando para os vários sentidos humanos. Vamos conferir?

Senso Prático	Apela para o interesse pessoal e objetivo, no que diz respeito à saúde, segurança, economia etc.
Senso Ético	Apela para os deveres e responsabilidades sociais, familiares, comunitários.
Sentimento de Prazer	Apela para a satisfação emocional e física, divertimento, apreciação da beleza etc.

Agora, vamos voltar aos textos 5, 6, 7 e 8.
Observe bem os anúncios e classifique-os de acordo com o tipo de senso/sentimento que eles buscam despertar em seus clientes.



Publicidade	Apelo
Texto 5	
Texto 6	
Texto 7	
Texto 8	

Dona Leonor

Começou na hora do almoço. De repente, a mãe virou-se para um lado, sorriu e disse:

– Quero o melhor para minha família. Por isto, na nossa mesa, só usamos o arroz integral Rizobom.

O pai virou-se rapidamente para ver com quem ela estava falando naquele tom tão estranho e não viu ninguém. O filho e a filha se entreolharam.

– O que foi, Leonor? – Perguntou o marido.

– Ficou doida, mãe?

Mas Dona Leonor não respondeu. Parecia perdida em pensamento. Mais tarde o pai entrou na cozinha e encontrou dona Leonor segurando uma lata de óleo à altura do rosto e falando para uma parede:

– A saúde em primeiro lugar. Na cozinha moderna, Óleo Paladar.

– Leonor...

Sem deixar de fitar o mesmo ponto na parede e sem parar de sorrir, Dona Leonor indicou o marido com a cabeça e disse:

– Eles vão gostar.

O marido achou melhor não dizer nada. Nunca vira dona Leonor assim. Talvez fosse melhor chamar um médico. Abriu a geladeira à procura de uma cerveja. Dona Leonor postou-se ao lado da geladeira e abriu ainda mais a porta. Parecia estar se dirigindo a uma platéia invisível.

– Minha família não para de vir aqui. É o ponto de encontro da nossa casa. E todos encontram tudo que procuram na nova Supergel Espacial, agora com prateleiras superdimensionadas e gavetas em vidro-glass. Supergel Espacial, a cabetudo.

Pais e filhos reuniram-se para uma conferência secreta. O que estava acontecendo com dona Leonor?

Decidiram não fazer nada. Ela estava nervosa, era isto. Mas não parecia nervosa. Ao contrário. Nunca estivera tão sorridente. Não passava pelos filhos ou pelo marido sem fazer um comentário alegre e afetuoso para o lado:

– Eles são mais felizes desde que comecei a usar Limpol nos ralos.

Ou:

– Ele passou a usar desodorante Silvester. E agora todos aqui em casa respiram aliviados. O filho estava escovando os dentes e levou um susto. Dona Leonor entrou no banheiro, de repente, pegou o tubo de pasta de dentes e começou a falar para o espelho.

– O Jorginho tinha horror de escovar os dentes. Eu não sabia o que fazer até que o dentista me disse a palavra mágica: Zaz. E a mágica funcionou! Não é, Jorginho?

– Mamãe, eu...

– Diga você também a palavra mágica. Zaz com H3O.

Deitado na cama, o marido assistiu com alguma inquietação enquanto Dona Leonor, sentada em frente ao espelho de seu toucador, passava creme no rosto e falava com sua platéia imaginária:

– “Forever” não é apenas um creme hidratante. “Forever” devolve à sua pele aquele frescor que o tempo levou e que parecia perdido para sempre. Recupere o tempo perdido com “Forever”.

Dona Leonor dirigiu-se para a cama, deixando cair seu robe de chambre no caminho. Deslizou para dentro dos lençóis e beijou o marido [...]

(Adaptado de Luis Fernando Verissimo. Todas as comédias. Porto Alegre, L&PM, 1999.)

1- Que fato desencadeia a narrativa?

2- Por que Veríssimo produziu essa crônica?

3- Qual era o sentimento dos outros personagens da história com relação às estranhas atitudes de Dona Leonor

4- Na crônica, Dona Leonor “anuncia” alguns produtos. Quais?

5- Textos de humor sempre foram excelentes meios de fazer crítica social. A crônica de Veríssimo nos faz refletir, com humor, a respeito de que situação vivenciada em nosso cotidiano?

6- A família de dona Leonor concluiu, em reunião, que ela não estava bem de saúde. As atitudes dela demonstravam seu desequilíbrio. Quais eram os sintomas da doença de Dona Leonor?

7- Na sua opinião, que consequência nos traz o excesso de publicidade a que somos submetidos diariamente ?

8. Por que a palavra “forever” foi posta entre aspas? Você sabe o seu significado? Apele para o dicionário de inglês ou fale com seu professor(a). Descubra!

A cada instante, dona Leonor parecia anunciar um novo produto, diante de uma platéia fictícia. Você sabe distinguir os slogans dos produtos? Complete a tabela abaixo.

PRODUTO	SLOGAN PROMOCIONAL.
Arroz Rizobom	
	“A saúde em primeiro lugar. Na cozinha moderna, Óleo Paladar.”
Supergel Espacial	

FIQUE LIGADO!!!!

Discurso direto:

Reproduz a fala dos personagens.

O próprio personagem fala.

Antes da fala do personagem, existe um travessão.

Pode ser organizado de duas maneiras:

a- Informa quem vai falar. A frase termina por dois-pontos (:). Abre-se então um novo parágrafo, para, nele, colocar o travessão, seguido da fala do personagem.

b- Registra-se, depois de posto o travessão, a fala do personagem. Na mesma linha, coloca-se um outro travessão e, em seguida, a frase pela qual o narrador explica quem está dizendo aquilo (iniciada por letra minúscula).

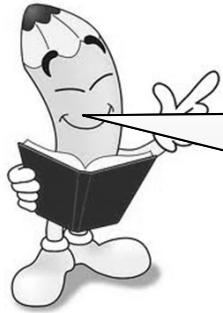
Discurso indireto:

O narrador conta, com suas próprias palavras, o que o personagem diria. Funciona como testemunha auditiva e passa para o leitor o que ouviu do personagem. Os verbos aparecem na 3ª pessoa do singular.

Qual é a posição do narrador na crônica? Ele participa ou não da história? Explique.

No discurso direto, as explicações do narrador podem vir antes, no meio ou depois da fala dos personagens. Preencha o esquema abaixo retirando trechos do texto:

Discurso Direto



Sua próxima tarefa será produzir sua própria crônica , podendo conservar os personagens e a grande figura que é a dona Leonor. Pense em produtos que estão com anúncios veiculados nas grandes mídias. Faça uma boa mistura! Mude os cenários! Imagine dona Leonor tendo um ataque desses, dentro de um SUPERMERCADO?

Sistematizando...

Antes de começar sua crônica, planeje aqui o que você vai escrever.

Personagem	Tempo em que ocorre a narrativa	Espaço onde ocorre a narrativa	Os fatos narrados	Narrador
Situação inicial	Conflito		Clímax do Conflito	Desfecho



Espaço criação!



Ensine seu filho a se valorizar pelo que ele é

”Os filhos são um poço sem fim de demandas: eles querem ter coisas, eles querem fazer coisas, eles querem e eles pedem tudo o que querem sem o menor constrangimento. Alguns são bastante enfáticos nos pedidos que fazem, outros são sedutores, e outros, por puro aprendizado, fruto da observação da atitude dos adultos, são capazes de fazer chantagens que pegam fundo na alma da maioria dos pais. Mas o resultado é quase sempre o mesmo: os pais acham difícil resistir ao pedido que o filho faz. Afinal, quem é que não quer ver o filho satisfeito e feliz?

O problema é que nem sempre é possível atender a todos os pedidos, principalmente quando eles se referem e quase sempre se referem ao consumo.

Quem é que não conhece pais que já fizeram um esforço imenso, muito maior do que poderiam, ou deveriam, para comprar um determinado brinquedo ao filho, para dar a ele uma roupa ou um calçado de grife, para possibilitar uma viagem especial ou coisa que o valha? É sobre essa situação que vamos falar aqui. Ou seja, quando o pedido do filho se transforma em prioridade, ou em meta financeira para os pais, ainda que o estilo de vida deles não combine com esse pedido.

A criança não vem ao mundo com qualquer noção da realidade de vida que a espera. Ela deve ser introduzida, por meio da ação dos pais, aos poucos, à realidade, ao mundo que tem limites e regras, que exige espera para a satisfação dos impulsos, que provoca frustrações e que nem sempre permite que as pessoas tenham boa parte daquilo que está disponível para o consumo.

Pois bem: se não se defrontar com esses limites desde cedo, com essas impossibilidades que terá necessariamente de enfrentar no futuro, a criança vai construir uma imagem bastante deturpada de si mesma, de sua relação com os pais e, conseqüentemente, com a vida. Ela vai achar que os pais têm a obrigação de fazer tudo, de passar por qualquer sacrifício para atender a suas demandas.

Pode parecer que essa situação tem relação direta apenas com tudo o que se relaciona ao consumo, porém o alcance dessa história é muito maior.

Em geral, os pais querem oferecer ao filho tudo do bom e do melhor e com razão. Essa expectativa é muito positiva, pois expressa a importância que os pais dão ao filho que tiveram. Mas acontece que oferecer à criança ou ao adolescente tudo do bom e do melhor não deve se restringir a objetos, coisas, produtos, consumo de qualquer tipo. Isso se refere também e, principalmente, aos cuidados com a saúde e à educação do filho. E é bom marcar que educação não se restringe, por sua vez, à escolarização.

É preciso bastante cuidado para que o filho tenha condições de aprender a se perceber e a se valorizar pelo que ele é, pelo que pensa, pela maneira como se relaciona com os outros e com a vida, e não pelo que ele tem. E isso não é nada fácil de conseguir com o estilo de vida que adotamos atualmente. Mas, mesmo com dificuldade, os pais têm muitas chances de ajudar o filho a crescer, valorizando o que há de humano na vida.

Querer ter coisas é salutar, desde que isso tenha uma medida: a da realidade da pessoa e de suas possibilidades e desde que não se transforme no aspecto mais importante da vida da pessoa. As crianças e os adolescentes são bombardeados, diariamente, pelo mercado de consumo. Cabe aos pais a formação para que o filho não sucumba sem crítica a tais apelos.”

1- De acordo com o texto, há filhos que pedem tudo. Existem vários modelos. Uns “sem o menor constrangimento”; outros, são “bastante enfáticos”. Existem os “sedutores” e os que “fazem chantagens”. Você se encaixa em algum desses modelos de filhos? Justifique.

2- Você conhece pais que realizam um imenso esforço, maior do que na verdade poderiam, para dar ao filho alguma coisa? Exemplifique.

3- Segundo o texto, oferecer tudo do bom e do melhor para os filhos não é apenas dar a eles objetos, coisas, produtos. O que mais seria importante ofertar a eles?

4- Por que “não é nada fácil de conseguir “ que os filhos se valorizem apenas pelo que são e não pelo que têm?

5- Que consequências, o bombardeio diário pelo mercado de consumo, podem causar nos jovens adolescentes?

6- O que a autora quer dizer com a expressão “Os filhos são um poço sem fim de demandas...”?

7- “O problema é que nem sempre é possível atender a todos os pedidos, principalmente quando eles se referem - e quase sempre se referem - ao consumo.” Justifique a afirmativa com palavras do texto.



Observe o trecho retirado do texto que você leu.

**PRETÉRITO-
MAIS-QUE-
PERFEITO**

**PRETÉRITO
IMPERFEITO**

**PRETÉRITO
PERFEITO**

Indica uma ação do passado em relação a outra ação do passado também.

Em relação ao momento do discurso a ação se iniciou no passado, mas não há um fim definido. A ação é incompleta.

Ação que começou no passado e terminou no passado também

Vamos imaginar que o personagem do pai falasse em nome da família... Como ficaria esse trecho? Eu vou começar e você completa...

“O marido achou melhor não dizer nada. Nunca vira Dona Leonor assim. Talvez fosse melhor chamar um médico.”

Nós achamos melhor não dizer nada. Nunca _____ Dona Leonor assim. Talvez fosse ,melhor chamar um médico.





Procure nos textos lidos, trechos que contenham verbos de acordo com a mesma situação temporal indicada e escreva na caixinha, mudando o verbo de acordo com o tempo verbal solicitado.

PRESENTE

FUTURO DO
PRESENTE

FUTURO DO
PRETÉRITO

VERDADE
UNIVERSAL

Ação que em relação
ao momento do
discurso ainda vai se
realizar.

Ação passada que nos
coloca diante de uma
possibilidade futura,
que, no entanto, não
aconteceu (pelo menos
não ainda).

Juntos **podemos** dar uma lição de
cidadania (texto 6)

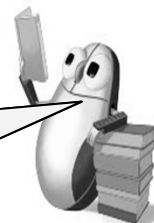
Juntos **poderemos** dar uma lição
de cidadania.

Juntos **poderíamos** dar uma lição
de cidadania.

Seu livro
didático é
muito
importante
neste
momento.



Visite o site da
Educopédia.
Selecione a aula
15 do 8º ano.





Complete a tabela, flexionando, de acordo com os tempos verbais, as frases retiradas de alguns textos lidos até aqui.



PRETÉRITO-MAIS-QUE-PERFEITO	PRETÉRITO IMPERFEITO	PRETÉRITO PERFEITO	PRESENTE DO INDICATIVO
			“- O senhor não me dá um passarinho de presente, não?” (Texto 2)
			“Uma Emília diverte muita gente.” (Texto 6)
			““Forever” devolve à sua pele aquele frescor... “ (Texto 9)

PRESENTE DO INDICATIVO	FUTURO DO PRESENTE DO INDICATIVO	FUTURO DO PRETÉRITO DO INDICATIVO
“- O senhor não me dá um passarinho de presente, não?” (Texto 2)		
“Uma Emília diverte muita gente.” (Texto 6)		
““Forever” devolve à sua pele aquele frescor... “ (Texto 9)		

Epitáfio

Titãs

**TEXTO
11**

Composição: Sérgio Britto

Devia ter amado mais
Ter chorado mais
Ter visto o sol nascer
Devia ter arriscado mais
E até errado mais
Ter feito o que eu queria fazer...
Queria ter aceitado
As pessoas como elas são
Cada um sabe a alegria
E a dor que traz no coração...
O acaso vai me proteger
Enquanto eu andar distraído
O acaso vai me proteger
Enquanto eu andar...
Devia ter complicado menos
Trabalhado menos
Ter visto o sol se pôr
Devia ter me importado menos
Com problemas pequenos
Ter morrido de amor...
Queria ter aceitado
A vida como ela é
A cada um cabe alegrias
E a tristeza que vier...
O acaso vai me proteger
Enquanto eu andar distraído
O acaso vai me proteger
Enquanto eu andar...
Devia ter complicado menos
Trabalhado menos
Ter visto o sol se pôr...



http://4.bp.blogspot.com/_uLvBdqt7OMs/TGWawfRnF_I/AAAAAAAAASE/ZdkuC6W_g4/s1600/epit%C3%A1fio.jpg

“O tempo não pára...” - Na lápide de Cazuza, no Cemitério São João Batista, Rio de Janeiro, RJ

“Foi poeta, sonhou e amou na vida.” - Álvares de Azevedo, escritor brasileiro

“Terra minha amada, tu terás os meus ossos o que será a última identificação do meu ser com este rincão abençoado.” - Inscrição que foi colocada na lápide de Tancredo Neves, político brasileiro.

“É uma honra para o gênero humano que tal homem tenha existido.” - Na lápide de Isaac Newton, na Abadia de Westminster.

FIQUE LIGADO!!!!

Um epitáfio (do grego antigo ἐπιτάφιος [epitáfios], "sobre a tumba") são frases escritas sobre túmulos, mausoléus e campas cemiteriais para homenagear pessoas ali sepultadas. Normalmente, os dizeres são colocados em placas de metal ou pedras.

TEXTO
12



1- Que sentimentos o poema, texto 11, sugere em relação à vida?

2- Levando em conta o contexto, dê uma interpretação ao último verso do texto 11.

3- Que relação existe entre o texto 11 e o título do poema?

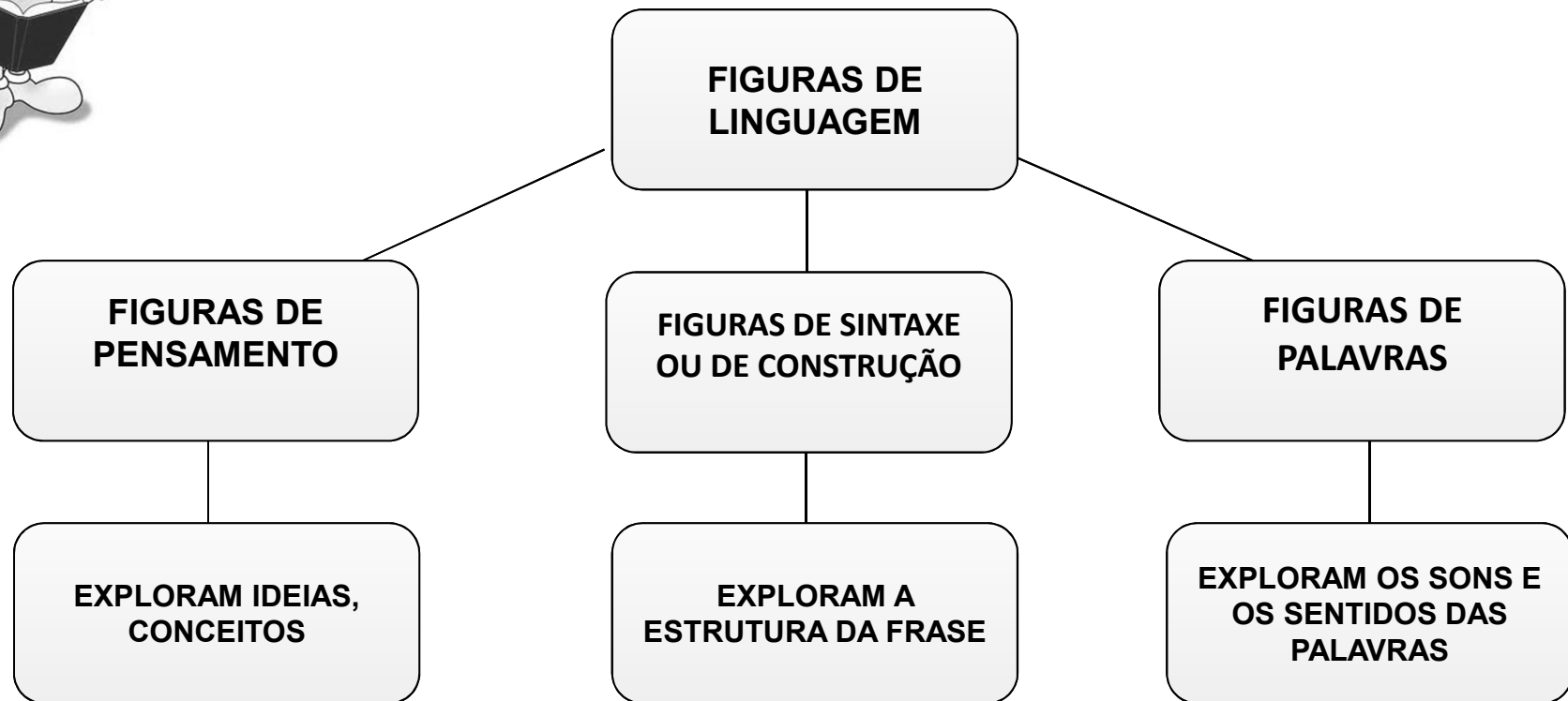
4- Comparando os textos 11 e 12, podemos dizer que eles falam sobre o mesmo assunto?

5- No texto 12, qual o significado da expressão “epitáfio específico”?

6- Que ideia é reforçada pela repetição da estrutura “Devia ter...” contida no texto 11?

Para refletir!

Figuras de linguagem são desvios das normas gerais da linguagem. São recursos especiais utilizados na comunicação. Elas podem ser divididas em três grupos: figuras de construção ou de sintaxe; figuras de pensamentos e figuras de palavras. Vamos entender mais um pouquinho? Para reforçar a mensagem, foi usado um recurso na construção do texto 11: a repetição da estrutura “**Devia ter...**” . Essa repetição é chamada de **anáfora** e é também uma figura de linguagem.



Esses recursos são empregados para criar um efeito inesperado e, assim, obter maior expressividade e criatividade na linguagem. Há figuras também na linguagem cotidiana.





Nesse caderno, estudaremos um pouco as **figuras de linguagem** que exploram a estrutura das frases.

ANÁFORA

É a repetição de uma ou mais palavras, no início de verso ou de orações.

Observe a repetição da partícula “que”.

*“O que será que será?
Que vive nas idéias desses amantes
Que cantam os poetas mais delirantes
Que juram os profetas embriagados...”
(À flor da pele – Chico Buarque)*

INVERSÃO

É a inversão da ordem dos termos da oração.

Observe a inversão na frase “Navegar eu quero”.

*“Pois bem, cheguei
Quero ficar bem à vontade
Na verdade eu sou assim
Descobridor dos sete mares
Navegar eu quero.”
(O descobridor dos sete mares - Michel e Gilson)*

ELIPSE

É a omissão de um termo que o contexto ou a situação permitem facilmente suprimir.

Observe como o pronome “eu” foi omitido em “Sou do mundo, sou Minas Gerais”.

*“Mas agora sou cowboy
Sou do ouro, eu sou vocês
Sou do mundo, sou Minas Gerais...”*

(Para Lennon e McCartney - Marcio Borges / Fernando Brant / Lô Borges)

PLEONASMO

É a repetição de uma mesma ideia com a intenção de realçá-la.

Observe como na expressão “Chove Chuva” ocorreu uma repetição poética, desnecessária em outros contextos.

*“Por favor, chuva ruim
Não molhe mais
O meu amor assim
Chove Chuva
Chove sem parar...”*

(Chove chuva - Jorge Ben Jor)

SILEPSE

É a concordância nominal ou verbal feita pela ideia subentendida na palavra, não pela forma gramatical.

Observe! A concordância usual seria “A gente não sabe tomar conta da gente”.

“...A gente não sabemos
Tomar conta da gente
A gente não sabemos
Nem escovar os dentes...”

(Inútil - Roger Moreira)

ALITERAÇÃO

É a repetição de fonemas iguais ou semelhantes, em palavras próximas, provocando um efeito sonoro sugestivo.

Observe a repetição do som “isca”, que remete ao som de uma descarga elétrica.

“...Aquilo reage em cadeia
Incendeia o corpo inteiro
Faísca, risca, trisca, arrodeia
Dispara o rito certo...”

(Aquilo que dá no coração – Lenine)

POLISSÍNDETO

É a repetição de conjunções numa sequência de orações.

Observe , o “e” enfatiza a adição de ideias, em progressão.

“...Sorrir
Se dar
E se perder
E se achar
E tudo aquilo que é viver
Eu quero mais é me abrir...”

(Não dá mais pra segurar (explode coração) – Gonzaguinha)

ASSÍNDETO

É, ao contrário do polissíndeto, a ausência de conjunções numa sequência de orações.

Observe a ausência da conjunção que enfatiza a rapidez da sequência de ações


“...Chorando, gostando
Sofrendo
Adorando
Gritando
Feito louca alucinada e criança...”

(Não dá mais pra segurar (explode coração) – Gonzaguinha)

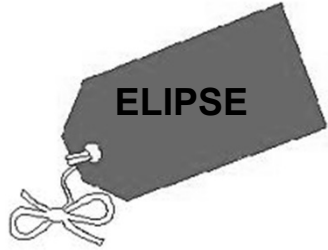
Agora, você vai fazer uma pesquisa sobre as figuras de construção. Procure trechos em dicionários, livros, revistas, publicidade, internet etc.




Espaço pesquisa!



INVERSÃO



ELIPSE



SILEPSE

Espaço pesquisa!

PLEONASMO

POLISSÍNDETO

ASSÍNDETO

ALITERAÇÃO

a TURMA DA PIMENTINHA

Ilustração por Marçal Nunes // Lay-out Felipe França // Cores por J. Igor Vencys Lao



Após a leitura da história em quadrinhos, responda ao solicitado.

1- Onde se passa a conversa entre as três amigas?

2- O que provoca o riso das amigas de Fer?

3- No segundo quadrinho, o que nos permite saber que a aula das personagens já começou?

4- Por que Ingrid diz que Fer voltou das férias e desaprendeu a falar?

5- Por que a expressão utilizada pela Fer é considerada um pleonismo?

Intertextualidade!

TEXTO
14

TEXTO
15

Chico Tirando Palha do Milho, 2000.
Acrílica sobre tela 164 x 125cm



Caipira Picando Fumo, 1983. Almeida Junior (1850-1899) Óleo sobre tela, 202 x 141 cm. Pinacoteca do Estado de São Paulo, São Paulo, Brasil

Uma conversa entre textos.

A intertextualidade é a relação entre dois textos. Pode-se dizer que é o "diálogo" entre textos. A intertextualidade pertence a um universo cultural muito amplo e complexo, pois exige a identificação e o reconhecimento de remissões a outras obras ou textos. Exige-se também, do interlocutor, a capacidade de interpretar a função citada. Mas, para essa compreensão de textos, muito dependerá das experiências de vida, vivências e leituras de cada interlocutor. Ou seja, a intertextualidade está diretamente ligada ao conhecimento partilhado do mundo, conhecimentos em comum ao produtor e ao receptor de textos.



**TEXTO
16**



http://4.bp.blogspot.com/_F0y12Ris60w/So13JIVmxLI/AAAAAAAABP0/RBh6SEzqRuQ/s320/shrek+1.jpg

**TEXTO
17**



www.omelhordomarketing.com.br



Você viu como os autores trataram o mesmo assunto de forma diferente? A isso chamamos de intertextualidade. Os textos se relacionam, ampliando o universo da leitura, reconhecendo diferentes formas de tratar uma informação.

Visite o site da Educopédia. Selecione a aula 2 do 8º ano.



**TEXTO
18**

Ai que saudades da Amélia

Composição: Ataulpho Alves - Mário Lago

Nunca vi fazer tanta exigência
 Nem fazer o que você me faz
 Você não sabe o que é consciência
 Nem vê que eu sou um pobre rapaz
 Você só pensa em luxo e riqueza
 Tudo que você vê você quer
 Ai, meu Deus, que saudade da Amélia
 Aquilo sim é que era mulher
 Às vezes passava fome ao meu lado
 E achava bonito não ter o que comer
 E quando me via contrariado
 Dizia: Meu filho, que se há de fazer
 Amélia não tinha a menor vaidade
 Amélia é que era mulher de verdade
 Amélia não tinha a menor vaidade
 Amélia é que era mulher de verdade
 Às vezes passava fome ao meu lado
 E achava bonito não ter o que comer
 E quando me via contrariado
 Dizia: Meu filho, que se há de fazer
 Amélia não tinha a menor vaidade
 Amélia é que era mulher de verdade

(www.letas.terra.com.br)

**TEXTO
19**



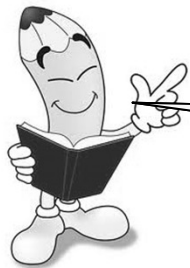
<http://prismapp.files.wordpress.com/2008/09/amelia1.jpg>

Conversando sobre os textos!!!

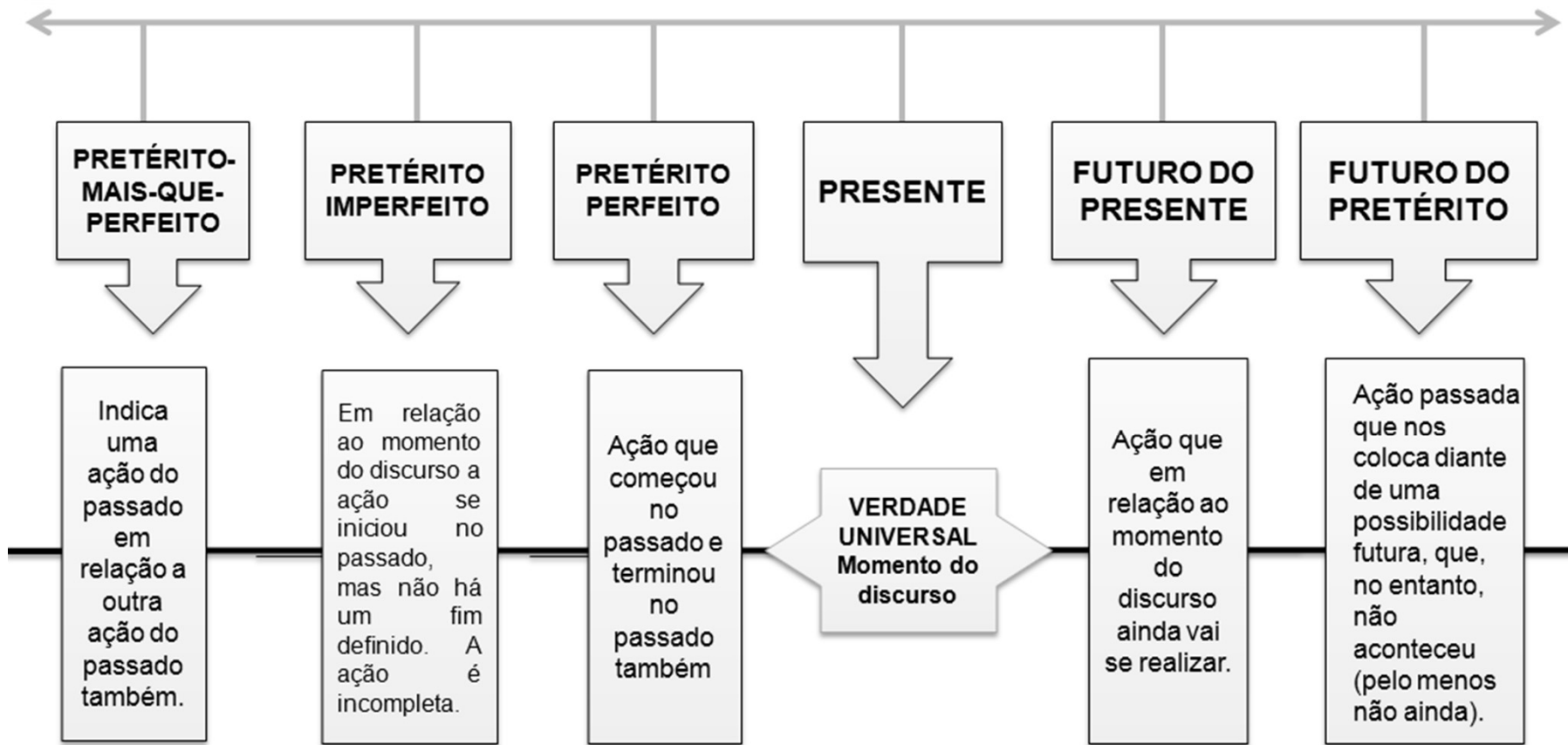
1. Observando as imagens (textos 14 e 15), Maurício de Souza traz para o mundo dos quadrinhos a realidade do homem caipira. Que recursos, utilizados na pintura (texto 15) são lembrados na imagem de Chico Bento?

2. Ao anunciar, o estabelecimento HORTIFRUTI faz uma promoção para seus clientes, que devem participar criando filmes baseados em outros filmes consagrados, utilizando seus produtos como personagens. Para isso dão um exemplo utilizando a linguagem de um filme de sucesso (textos 16 e 17). Que filme é esse?

3. Os textos 18 e 19 conversam entre si quando a publicidade compara a margarina Amélia à Amélia, mulher homenageada na música de Ataulpho Alves e Mário Lago. Que característica positiva tem a Amélia, mulher de verdade, para emprestar à margarina?



Observe a linha do tempo e acompanhe o tempo dos verbos!



Visite o site da Educopédia.
Selecione a aula 15 do 8º ano.





Utilize a linha do tempo da página anterior para consulta!

Leia as tirinhas e responda em que posição a ação destacada se encontra na linha do tempo.

Seu livro didático é muito importante neste momento.

se.nao.gov.br

VERUÇO O INACREDITÁVEL



“Destesto embrulhar presentes!”

<https://lh6.googleusercontent.com/-DANYvSq5tZg/TX1tg6uZxqI/AAAAAAAAACUw/4DghOUhtvk0/s640/embrulhando-presente.jpg>

“Eu sabia!!”

VERUÇO O INACREDITÁVEL



<http://1.bp.blogspot.com/-uSfBX1M1tWs/TVVxjYODCiI/AAAAAAAAACSc/wcl9NbkSykw/s640/nana-banana.jpg>

Verônica Saiki

VERDUGO O INACREDITÁVEL

“Valeu a faxina!”



http://4.bp.blogspot.com/-A8uxcTw_xEA/TVRFR09_NMI/AAAAAAAAACSM/K4Iy7YKsP4U/s640/ENQUANTO-SE-DESCANSA....jpg

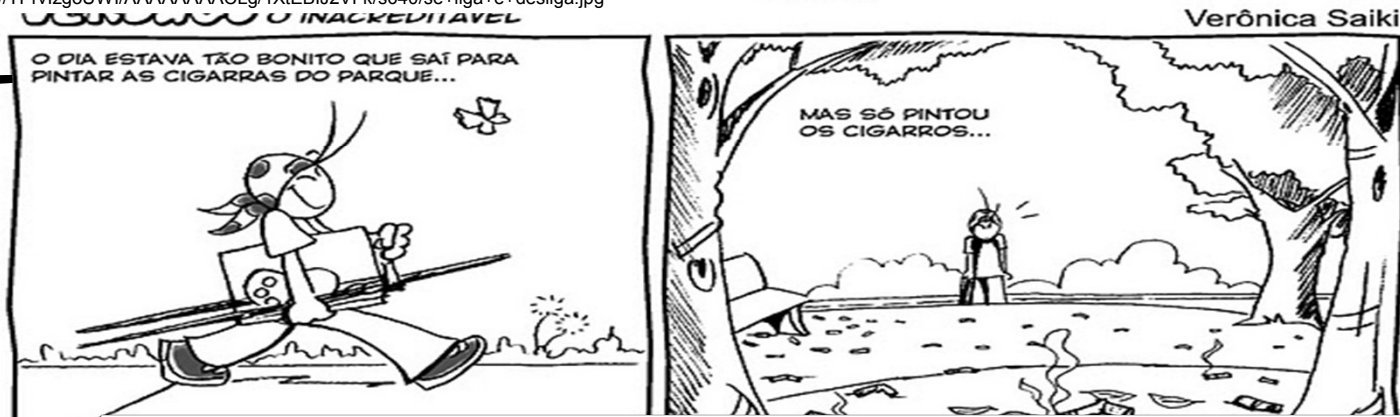
VERDUGO O INACREDI



http://3.bp.blogspot.com/_-2fY9btP83w/TPVlzgoUWI/AAAAAAAAACLg/1XtEBlJ2VfK/s640/se+liga+e+desliga.jpg

“O planeta agradece!”

“O dia estava tão bonito que saí para pintar cigarras no parque”



http://1.bp.blogspot.com/_-2fY9btP83w/TPmTySZ_5MI/AAAAAAAAACLU/as94DcUnHBM/s1600/CIGARRAS-X-CIGARROS-TIRA.jpg



Um texto oral pode ser apresentado através de diferentes gêneros textuais. Lembra do texto 2 “Negócio de menino?”

Na linguagem oral o falante tem claro com quem fala e em que contexto. O conhecimento da situação facilita a produção oral. Nela o interlocutor, presente fisicamente, é ativo, tendo possibilidade de intervir, de pedir esclarecimentos, ou até de mudar o curso da conversação. O falante pode ainda recorrer a recursos que não são propriamente linguísticos, como gestos ou expressões faciais. Na linguagem escrita a falta desses elementos extratextuais precisa ser suprida pelo texto, que se deve organizar de forma a garantir a sua inteligibilidade.

O próximo texto é uma entrevista. A entrevista é um registro escrito da fala de alguém sobre um determinado assunto. Preste bastante atenção!

Entrevista

O problema não é comprar

A jornalista americana Alissa Quart, autora de um livro sobre hábitos de compra dos adolescentes, fala do consumismo juvenil

Veja – O jovem é um consumista?

Alissa Quart – Todo mundo é consumista, em maior ou menor grau, adultos ou adolescentes. Em 2001, os jovens gastaram 155 bilhões de dólares nos Estados Unidos. Em média, o adolescente americano gasta 60 dólares por semana do próprio dinheiro. Apenas 56% desse valor vem da mesada dos pais. O restante ele ganha sozinho, normalmente trabalhando em empregos de meio período.

Veja – Por que os jovens estão comprando produtos de luxo?

TEXTO 20

Divulgação



Alissa – Porque nos últimos anos as empresas adotaram a estratégia de direcionar esses produtos para os jovens. Esse avanço foi influenciado pelo estilo de vida dos astros de rap e hip hop, que valorizam esses produtos em sua música e em sua vida pessoal. Marcas caras, como Louis Vuitton, tornaram-se símbolos de cultura popular. O interesse por esses símbolos de status também cresceu bastante entre os adultos e, por consequência, entre seus filhos.

Veja – Por que os pais não tentam barrar essa avalanche de consumismo juvenil?

Alissa – Porque o consumismo não é considerado um problema. O que preocupa é se as filhas vão engravidar ou se os filhos vão se viciar em crack. Nesse contexto, consumir é inofensivo. O consumo é visto com uma conquista do adolescente, sua primeira inserção no mundo adulto. Os pais dão mesadas aos filhos como uma preparação para a responsabilidade de ter o próprio dinheiro. Na verdade, o consumismo só se torna realmente perigoso quando assume proporções exageradas.

Veja – Como mostrar a um adolescente que um produto de luxo que ele deseja comprar está fora da realidade?

Alissa – Pais e filhos deveriam tentar um olhar crítico em relação à mídia e à publicidade. Não é fácil, pois o marketing moderno utiliza-se de técnicas sutis para atingir os jovens. É comum nos Estados Unidos “infiltrar” num shopping center adolescentes usando marcas de grife. A idéia é estimular seus amigos a comprar aqueles produtos. Os pais não devem apenas dizer não. Precisam também estar atentos às técnicas para induzir as compras.

Após a leitura do texto 20, responda.

1. Qual é o tema da entrevista?

2. Quem é o entrevistador? E quem está sendo entrevistado?

3. A jornalista Alissa Quart diz que o consumismo não é visto como um problema pelos pais. Por quê?

4. De acordo com a entrevista, por que adultos e jovens estão consumindo mais produtos de luxo?

5. Como você entende o trecho: “Pais e filhos deveriam tentar um olhar crítico em relação à mídia e à publicidade?”

6. Na sua opinião, o jovem é consumista?

Visite o site da Educopédia. Selecione a aula 11 do 8º ano.



**TEXTO
21**

Lendo dados!!!

http://veja.abril.com.br/especiais/jovens_2003/p_080.html

37% dos jovens brasileiros se interessam muito por fazer compras, índice superior aos de

- Franceses **32%**
- Japoneses **31%**
- Argentinos **28%**
- Americanos **12%**

O principal objeto de desejo dos jovens entre 12 e 14 anos é o computador. Entre os de 15 a 20, são um carro e um celular novo

25% gostariam de trocar o computador nos próximos seis meses

1. Que país, segundo a pesquisa, verifica-se um menor interesse dos adolescentes pelas compras?

2. Qual o objeto de desejo dos jovens entre os 12 e 14 anos de idade?

3. Em que faixa de idade percebemos a necessidade de troca de aparelhos celulares por outros mais modernos?



Preparando uma entrevista!

- Marque a entrevista com alguém que tenha uma atuação profissional relacionada ao assunto. Você pode também entrevistar estudantes da área, um representante de algum órgão da prefeitura ou da administração local etc. Uma outra possibilidade é mandar um e-mail para alguma ONG ligada ao assunto e solicitar a entrevista.
- Pesquise esse assunto em livros, jornais, revistas. Leia o que coletou e anote: o que achou interessante, sobre o que gostaria de obter mais informações.
- Elabore as perguntas que considera mais importantes sobre o assunto. Selecione a que deve iniciar a entrevista e elimine ou/e acrescente outras, se julgar necessário.
- Em uma folha à parte, passe a limpo as perguntas. Escreva-as na ordem de importância decrescente, isto é, começando pelo que é mais importante.

O objetivo da entrevista é levar o entrevistado a expor suas ideias, opiniões e conhecimentos sobre o assunto. Procure fazer desse encontro um momento agradável.

- Apresente-se para o entrevistado.
- Explique o objetivo da entrevista e onde ela será publicada.
- Solicite ao entrevistado que fale devagar para que você tenha tempo de fazer as anotações. Se preferir, para ser mais rápido, use palavras-chave, a fim de lembrar o que foi dito. Se for viável, utilize um gravador.

Espaço criação!

HOME

FIQUE LIGADO!!!!

A entrevista deve aprofundar o tema em discussão, garantir o encadeamento lógico dos assuntos e ter um desfecho interessante.

Anote as respostas, em uma folha avulsa, exatamente como foram faladas.

Passa a limpo o texto da entrevista. Lembre-se de:

- Destacar o nome do entrevistado e o do entrevistador, antes de apresentar a fala de cada um.
- Adequar a linguagem das respostas, procurando fazer a concordância correta entre os pronomes de tratamento e os verbos.
- Eliminar as marcas de oralidade, tais como *tá, né, é* etc.

O amor por entre o verde

Não é sem frequência que, à tarde, chegando à janela, eu vejo um casalzinho de brotos que vem namorar sobre a pequenina ponte de balaustrada branca que há no parque. Ela é uma menina de uns treze anos, o corpo elástico metido nuns blue jeans e num suéter folgado, os cabelos puxados para trás num rabinho-de-cavalo que está sempre a balançar para todos os lados; ele, um garoto de, no máximo, dezesseis, esguio, com pastas de cabelo a lhe tombar sobre a testa e um ar de quem descobriu a fórmula da vida. Uma coisa eu lhe asseguro: eles são lindos, e ficam montados, um em frente ao outro, no corrimão da colunata, os joelhos a se tocarem, os rostos a se buscarem a todo momento para pequenos segredos, pequenos carinhos, pequenos beijos. São, na extrema juventude, a coisa mais antiga que há no parque, incluindo velhas árvores que por ali espaçam sua verde sombra; e as momices e brincadeiras que se fazem dariam para escrever todo um tratado sobre a arqueologia do amor, pois têm uma tal ancestralidade que nunca se há de saber a quantos milênios remontam.

Eu os observo por um minuto apenas para não perturbar-lhes os jogos de mão e misteriosos brinquedos mímicos com que se entretêm, pois suspeito de que sabem de tudo o que se passa à sua volta. Às vezes, para descansar da posição, encaixam-se os pescoços e repousam os rostos um sobre o ombro do outro, como dois cavalinhos carinhosos, e eu vejo então os olhos da menina percorrerem vagarosamente as coisas em torno, numa aceitação dos homens, das coisas e da natureza, enquanto os do rapaz mantêm-se fixos, como a perscrutar desígnios. Depois voltam à posição inicial e se olham nos olhos, e ela afasta com a mão os cabelos de sobre a frente do namorado, para vê-lo melhor, e sente-se que eles se amam e dão suspiros de cortar o coração. De repente o menino parte para uma brutalidade qualquer, torce-lhe o pulso até ela dizer-lhe o que ele quer ouvir, e ela agarra-o pelos cabelos, e termina tudo, quando não há passantes, num longo e meticuloso beijo.

Que será, pergunto-me eu em vão, dessas duas crianças que tão cedo começam a praticar os ritos do amor? Prosseguirão se amando, ou de súbito, na sua jovem incontinência, procurarão o contato de outras bocas, de outras mãos, de outras mãos, de outros ombros? Quem sabe se amanhã, quando eu chegar à janela, não verei um rapazinho moreno em lugar do louro ou uma menina com a cabeleira solta em lugar dessa com os cabelos presos?

E se prosseguirem se amando, pergunto-me novamente em vão, será que um dia se casarão e serão felizes? Quando, satisfeita a sua jovem sexualidade, se olharem nos olhos, será que correrão um para o outro e se darão um grande abraço de ternura? Ou será que se desviarão o olhar, para pensar cada um consigo mesmo que ele não era exatamente aquilo que ela pensava e ela era menos bonita ou inteligente do que ele a tinha imaginado?

É um tal milagre encontrar, nesse infinito labirinto de desenganos amorosos, o ser verdadeiramente amado... Esqueço o casalzinho no parque para perder-me por um momento na observação triste, mas fria, desse estranho baile de desencontros, em que frequentemente aquela que devia ser daquele acaba por bailar com outro porque o esperado nunca chega; e este, no entanto, passou por ela sem que ela o soubesse, suas mãos sem querer se tocaram, eles olharam-se nos olhos por um instante e não se reconheceram.

E é então que esqueço de tudo e vou olhar nos olhos de minha bem-amada como se nunca a tivesse visto antes. É ela, Deus do céu, é ela! Como a encontrei, não sei. Como chegou até aqui, não vi. Mas é ela, eu sei que é ela porque há um rastro de luz quando ela passa; e quando ela me abre os braços eu me crucifico neles banhado em lágrimas de ternura; e sei que mataria friamente quem quer que lhe causasse dano; e gostaria que morrêssemos juntos e fôssemos enterrados de mãos dadas, e nossos olhos indecomponíveis ficassem para sempre abertos mirando muito além das estrelas.

(Para viver um grande amor -**Vinicius de Moraes**
Crônicas e poemas. São Paulo, Companhia das Letras, 1991).

FIQUE LIGADO!!!

Marcos **Vinicius de Melo Moraes** (1913-1980) nasceu no Rio de Janeiro, onde se formou em direito e ingressou na carreira diplomática. Versátil, foi cronista, poeta, dramaturgo, compositor, intérprete, letrista. Alguns de seus sonetos, como o “Soneto de fidelidade”, se tornaram bastante conhecidos e são considerados obras-primas de nossa literatura. Ganhou popularidade como parceiro de músicos como Chico Buarque, Edu Lobo e Toquinho. Com o maestro Tom Jobim, compôs a canção “Garota de Ipanema”, conhecida e admirada internacionalmente.

Espaço pesquisa!

Procure, no dicionário, as palavras do texto que você não conhece. Copie no seu caderno o sentido que elas têm no texto. Aproveite para organizá-las em ordem alfabética.

PALAVRA	SIGNIFICADO

Recapitulando...

Foco narrativo é o ângulo por meio do qual o narrador conta a história. Os mais comuns são dois: foco narrativo em primeira pessoa e em terceira pessoa. Eles acontecem assim:

a) **foco narrativo em primeira pessoa** – a história é narrada por um personagem que participa dos acontecimentos, observando, sentindo, vivendo a experiência narrada.

b) **foco narrativo em terceira pessoa** – a história é contada do ângulo de um narrador que não participa dos acontecimentos, apenas observa, reflete e mostra, de forma distanciada, a experiência vivida pelo(s) personagem(ns).

Após a leitura do texto, responda às questões abaixo.

1. Qual o tema do texto?

2. O foco narrativo está na 1ª ou 3ª pessoa? Justifique com um trecho do texto.

3. Em que espaço se encontra o narrador?

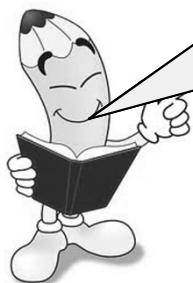
4. O que o narrador observa desse espaço?

5. No texto, qual o significado da expressão “**casalzinho de brotos**”?

6. No trecho “...e sente-se que **eles** se amam e dão suspiros de cortar o coração.” a quem se refere o termo em destaque?

O texto pode ser dividido em quatro partes. Indique os parágrafos em que são desenvolvidos os seguintes conteúdos.

Conteúdo	Parágrafo(s)
Descrição de uma cena: as personagens que dela participam, seus gestos, seus movimentos.	
Indagações e suposições a respeito do que acontecerá, futuramente, com as personagens observadas.	
O narrador volta-se para a sua amada e revela como tem certeza de que ele é o ser amado.	
O autor demonstra que gostaria que seu amor fosse eterno?	



Na sua opinião, existe amor eterno?

Nossa língua é viva e está em constante transformação. No texto 22, a linguagem usada pelo autor contém palavras que estão em desuso. Que tal você reescrever o texto utilizando palavras do seu cotidiano? Ficar bem diferente e numa linguagem atual!

Então, mãos à obra!!!



Espaço criação!

