

ROTEIRO DE ATIVIDADES

- 3º bimestre do 1º ano do Ensino Médio -

EIXO BIMESTRAL: PROPAGANDA, TIRA, CHARGE (1º CICLO)

Neste roteiro, será apresentada a primeira série de atividades articuladas de *leitura, uso da língua e produção textual* que fornecerão uma visão bem próxima sobre os gêneros textuais propaganda, tira e charge. Aproveite, então, as leituras, os exercícios e a chance que você terá de exercitar a sua criatividade!

TEXTO GERADOR 1



fonte: www.malvados.com.br

ATIVIDADE DE LEITURA

- Nesse texto, o efeito de humor é causado
 - pelo número de informações fornecidas pelo filho.
 - pelo contraste de valores entre o pai e o filho.
 - pela seriedade demonstrada pelo pai.
 - pela reação do pai à resposta do filho.
- No texto 1, as diferenças ideológicas (relativas à visão de mundo) entre a geração do pai e a geração do filho são notórias. Identifique uma delas.


ATIVIDADES DE USO DA LÍNGUA

- No trecho “Não sou uma informação, Juca. Sou seu pai.”, o pronome possessivo destacado refere-se
 - à informação.
 - ao pai.
 - ao filho.
 - ao telefone.
- Sendo assim, no trecho “Não precisa se diminuir, papai”, o verbo diminuir adquire o sentido de
 - rebaixar.
 - elogiar.
 - abaixar.
 - considerar.


TEXTO COMPLEMENTAR 1

O texto a seguir apresenta uma classificação das últimas gerações que recupera a referência à “geração Y”, citada na tirinha que nos serviu como primeiro texto gerador. Com a caracterização dessas gerações em mente, você terá mais um elemento para fazer a produção textual proposta logo em seguida.


"VAMOS MUDAR O MUNDO!"
Nos últimos 60 anos, três gerações marcaram época e mudaram os valores e o jeito de a sociedade pensar. Agora é a vez da abusada Geração Y




TRADICIONAIS (até 1945) >>> É a geração que enfrentou uma grande guerra e passou pela Grande Depressão. Com os países arrasados, precisaram reconstruir o mundo e sobreviver. São práticos, dedicados, gostam de hierarquias rígidas, ficam bastante tempo na mesma empresa e sacrificam-se para alcançar seus objetivos.



BABY-BOOMERS (1946 a 1964) >>> São os filhos do pós-guerra, que romperam padrões e lutaram pela paz. Já não conheceram o mundo destruído e, mais otimistas, puderam pensar em valores pessoais e na boa educação dos filhos. Têm relações de amor e ódio com os superiores, são focados e preferem agir em consenso com os outros.



GERAÇÃO X (1965 a 1977) >>> Nesse período, as condições materiais do planeta permitem pensar em qualidade de vida, liberdade no trabalho e nas relações. Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação já podem tentar equilibrar vida pessoal e trabalho. Mas, como enfrentaram crises violentas, como a do desemprego na década de 80, também se tornaram céticos e superprotetores.



GERAÇÃO Y (a partir de 1978) >>> Com o mundo relativamente estável, eles cresceram em uma década de valorização intensa da infância, com internet, computador e educação mais sofisticada que as gerações anteriores. Ganham autoestima e não se sujeitam a atividades que não fazem sentido em longo prazo. Sabem trabalhar em rede e lidam com autoridades como se eles fossem um colega de turma.

fonte: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>

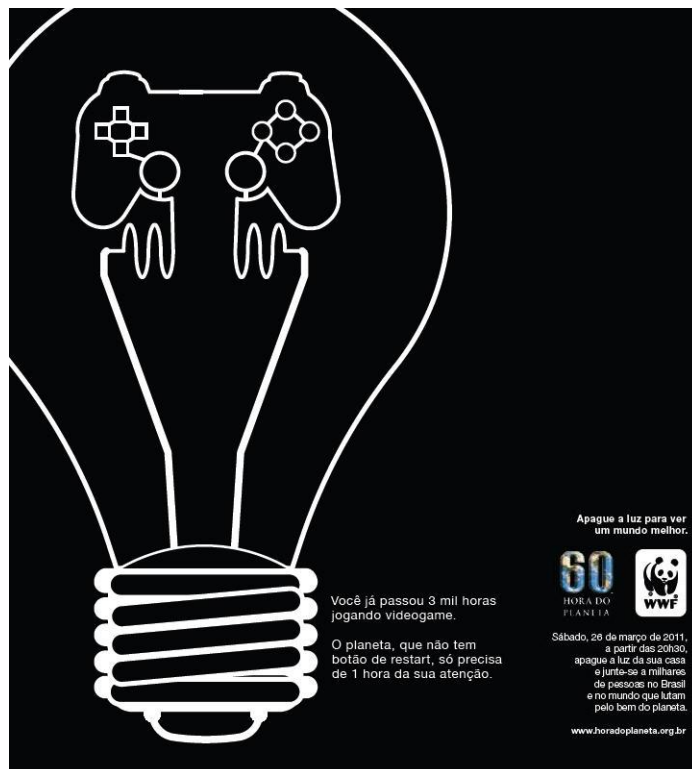
ATIVIDADES DE PRODUÇÃO TEXTUAL

5- Estamos propondo, abaixo, uma atividade de criação com vários desdobramentos interessantes, que ligarão a nossa sala de aula aos espaços que podem ser atingidos pela internet. Vamos lá?

- Crie uma tira que explore as diferenças entre gerações mencionadas no texto;
- Se possível, copie todas as tiras criadas pela turma através de um *scanner* e publique esse material num *blog* que possa ser acessado e comentado por toda a sua turma, criando uma espécie de coletânea sobre o tema;
- Vote na tira de que você mais gostou postando um *comentário* no qual você não só aponte qual é essa tirinha, mas também justifique seu voto explicando que qualidades você viu na produção escolhida.

TEXTO GERADOR 2

A seguir, você verá uma *propaganda* sobre a Hora do Planeta. As atividades propostas a partir dela continuam articulando leitura e uso da língua.



fonte: www.planetasustentavel.abril.com.br

ATIVIDADE DE LEITURA

6. Identifique, na propaganda, quais elementos do texto verbal e não verbal são utilizados como estratégia de convencimento do interlocutor.
7. Considerando-se algumas estratégias de convencimento utilizadas, qual seria o público-alvo desse texto. Justifique sua resposta.

ATIVIDADES DE USO DA LÍNGUA

8. Reconheça a função da linguagem predominante no texto 3 e justifique sua resposta identificando as marcas linguísticas que caracterizam o uso da linguagem com essa função.
9. Esse texto tem a finalidade de
 - a) obter adesão para um evento social.
 - b) anunciar um projeto de lei.
 - c) vender um produto.
 - d) ditar normas de conduta.
10. Normalmente, as propagandas apresentam muitas cores a fim de chamar a atenção de seu interlocutor. Todavia, no texto 3, observa-se uma propaganda preto e branco. Justifique essa escolha do autor.

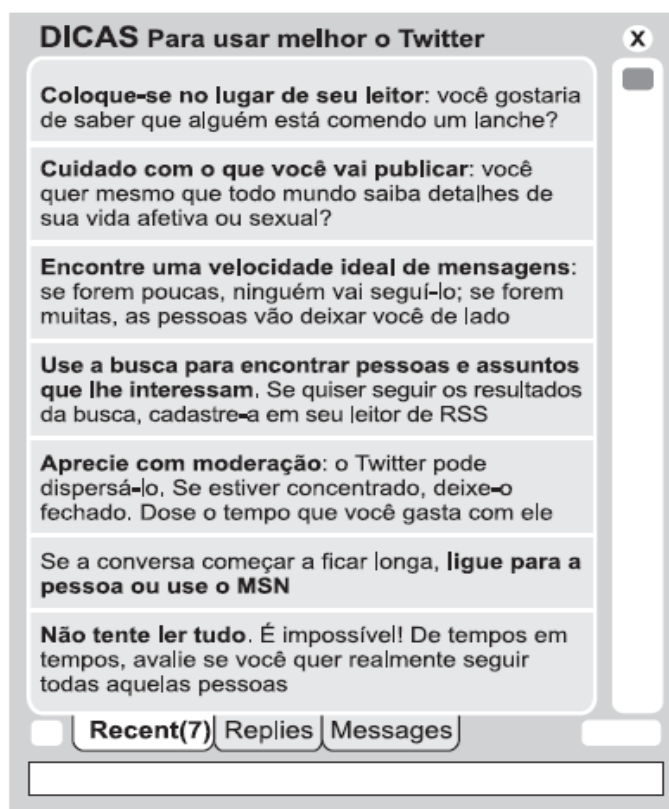
TEXTOS COMPLEMENTARES 2 e 3

Tente solucionar a questão seguinte e se inteirar sobre o *Twitter*:

Sob o olhar do *twitter*

Vivemos a era da exposição e do compartilhamento. Público e privado começam a se confundir. A ideia de privacidade vai mudar ou desaparecer. O trecho acima tem 140 caracteres exatos. É uma mensagem curta que tenta encapsular uma ideia complexa. Não é fácil esse tipo de síntese, mas dezenas de milhões de pessoas o praticam diariamente. No mundo todo, são disparados 2,4 trilhões de SMS por mês, e neles cabem 140 toques, ou pouco mais. Também é comum enviar e-mails, deixar recados no Orkut, falar com as pessoas pelo MSN, tagarelar no celular, receber chamados em qualquer parte, a qualquer hora. Estamos conectados. Superconectados, na verdade, de várias formas.[...] O mais recente exemplo de demanda por total conexão e de uma nova sintaxe social é o *Twitter*, o novo serviço de troca de mensagens pela internet. O *Twitter* pode ser entendido como uma mistura de blog e celular. As mensagens são de 140 toques, como os torpedos dos celulares, mas circulam pela internet, como os textos de blogs. Em vez de seguir para apenas uma pessoa, como no celular ou no MSN, a mensagem do *Twitter* vai para todos os “seguidores” – gente que acompanha o emissor. Podem ser 30, 300 ou 409 mil seguidores.

Fonte: MARTINS, I.; LEAL, R. **Ver. Época.** 16 mar. 2009. (fragmento adaptado).



Fonte: MARTINS, I.; LEAL, R. **Época.** 16 mar. 2009.

11. Da comparação entre os textos, depreende-se que o texto A exemplifica e explica o novo serviço global de mensagens rápidas e o texto B constitui um passo a passo para interferir no comportamento dos usuários, dirigindo-se diretamente aos leitores. Sendo assim, qual é a função da linguagem predominante do texto B? Justifique sua resposta e identifique as marcas linguísticas que caracterizam a intenção do autor do texto.

TEXTO GERADOR 3

O texto apresentado a seguir é uma *charge* que se relaciona aos assuntos já levantados. Atividades se seguirão a partir dela, encerrando com uma proposta de *Produção Textual* que reunirá os três gêneros abordados até aqui, com uma circulação social ampliada com o uso de novas tecnologias da informação e da comunicação.



ATIVIDADES DE LEITURA

12. Qual é a ironia explorada pelo autor do texto gerador 3 por meio do contraste entre a mensagem enviada pelo menino e a situação ilustrada na charge?
13. De que forma os dois quadrados negros, no topo da charge, relacionam-se com o texto gerador 2?

ATIVIDADE DE USO DA LÍNGUA

14. Reconheça quais elementos exercem a função de núcleo (envolvendo-os) e quais exercem a função de determinante (sublinhando-os) nos seguintes sintagmas nominais, retirados do texto gerador 3:
 - a) a Hora do Planeta
 - b) o planeta
 - c) minha contribuição
 - d) o esgotamento dos recursos naturais
 - e) os recursos naturais

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO TEXTUAL

15. Estamos propondo, mais uma vez, uma atividade de criação com vários desdobramentos que poderão ligar a nossa sala de aula à internet. Vamos lá!
 - a) Que tal mobilizar a sua escola em prol do meio ambiente? Pesquisem notícias sobre o meio ambiente e, a partir delas, produzam propagandas e charges que tenham como objetivo incentivar a comunidade escolar a reduzir o consumo de água, luz e papel em sua escola.
 - b) Enviem as propagandas e charges coladas a um texto de e-mail para colegas da sua própria turma e de outras, e peçam que encaminhem a mensagem para mais familiares e conhecidos;
 - c) Publiquem as propagandas e charges produzidas pela turma numa rede social (como *Orkut* e *Facebook*).