

|   |   |
|---|---|
| Nome: _____ N.º: _____  |   |
| 8º Ano – Turma C Data: 4 / 11 / 2013  |   |
| Classificação: _____ % - _____<br>A Professora: _____<br>Data: _____ / _____ / 2013 | Tomei conhecimento,<br>O Enc. de Educ.: _____<br>Data: _____ / _____ / 2013 |

Lê atentamente **TODO** o enunciado. Depois, responde de forma clara, objetiva e com **frases completas**, sempre que possível. Nos itens de seleção, seleciona a mais completa e adequada. Cuidado com a ortografia e a ordenação das tuas ideias.

**Usa SEMPRE a folha de respostas.**

**I – Análise textual ..... 50%**

**PARTE A – Lê atentamente o texto abaixo transcrito.**

Estudos realizados em 2005 concluíram que somos bombardeados diariamente com 600 mensagens publicitárias, mas o nosso cérebro só consegue «perceber 60». E, dessas, cada indivíduo retém em média apenas SEIS. Perante um funil tão apertado, aos publicitários não resta outra solução a não ser apurar a criatividade. Só que a lei impõe alguns limites...

Uma das questões que se coloca com mais frequência quando se fala de publicidade é a de saber quando apareceu a primeira mensagem publicitária. Quase se poderia dizer que cada estudioso tem a sua teoria, mas tendo a aceitar como boa a que atribui aos epicuristas a primeira frase publicitária. «Estrangeliro, aqui serás feliz. Aqui, o prazer é o bem supremo» era a frase inscrita no cimo do portão de acesso ao Jardim onde os epicuristas se reuniam e que pretendia atrair a atenção dos passantes. Como é sabido, os epicuristas defendiam que a finalidade da vida era atingir o máximo prazer sensível vivendo cada momento. Ora, como penso que a publicidade, mais do que informação, procura ajudar os consumidores a obterem a máxima satisfação daquilo que consomem, encontro uma semelhança de objetivos entre epicuristas e publicitários que me leva a simpatizar com os que atribuem aos seguidores de Epicuro a invenção da publicidade.

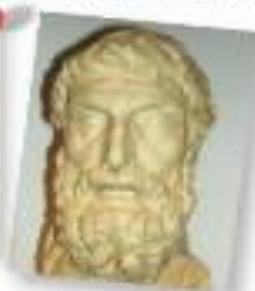
Não sendo possível determinar, com exatidão, quando surgiu a primeira mensagem publicitária, uma coisa é possível garantir: não foi a sociedade de consumo que inventou a publicidade. Deu-lhe apenas «carta de alforria» e um protagonismo inusitado, que manifestamente até aí não tivera.

**Vocabulário**

**Epicurismo** – doutrina moral de Epicuro (341-270 a C.), filósofo grego da séc. III a C. que identifica o bem com o prazer

**Alforria** – liberdade que se concede ao escravo

**Carta de alforria** – carta que confere a liberdade ao escravo



Carlos Barbosa Oliveira,  
Revista Formar, setembro 2007

## Bonecos que ensinam a comer

1 A maior produção nacional de desenhos animados mostra as virtudes da alimentação saudável.  
· Sem esquecer o humor e a aventura.

· Por Sara Sá

5 A primeira-dama dos EUA, Michelle  
· Obama, quer resolver o problema da  
· obesidade infantil, no tempo de uma  
· geração. Ao seu lado, nesta saga, estarão  
· Lena, Teo, Ben e Nina, heróis dos desenhos  
animados *Nutri Ventures*, de produção inteiramente nacional. Os quatro amigos andam

10 pelo mundo em busca do que sobra dos  
· alimentos, retirados pelo mau serviço,  
· Alex Grand, que tem o monopólio de uma  
· espécie de suplemento. Enquanto procuram  
15 o trigo, o leite ou as laranjas, vivem muitas  
· peripécias. A moral da história passa sempre  
· por uma mensagem nutricional – “os cereais  
· dão energia” ou “o leite faz bem aos ossos”.

· “Queremos educar, mas de forma  
divertida”, resume Rodrigo Carvalho, 37  
20 anos, sócio-gerente da *Nutri Ventures*. “Não  
· é por falta de informação que a obesidade e  
· o excesso de peso afetam um terço das  
· crianças, nos países ricos”, nota Rui Lima  
25 Miranda, 38 anos, o outro sócio da empresa.

· Para convencer as crianças a preferir os  
· alimentos saudáveis, a empresa criou uma  
· trama tradicional – com vilões, heróis e  
· superpoderes. “Queremos gerar um clima  
30 favorável à passagem da mensagem  
· nutricional”, continua Rui Miranda. O rigor  
· científico da série, destinada a crianças dos 6  
· aos 10 anos, está garantido pela Associação  
· Portuguesa de Nutricionistas, que revê os  
35 textos.

· Desde a sua raiz que o projeto foi  
· pensado para o mercado global. Neste  
· momento, a produção está a decorrer em  
· português e em inglês, com uma particulari-  
· dade: pela primeira vez, são os atores ameri-



40 canos a dobrarem os portugueses, nos  
· estúdios da Disney, em Miami. Quase cem  
· pessoas trabalham a todo o vapor para pôr o  
· programa no ar, no verão de 2012.

· Num apartamento atafalhado de Lisboa,  
45 meia centena de animadores da produtora  
· *Bang Bang* queimam as pestanas a dar cor às  
· aventuras no reino em que os alimentos têm  
· poderes especiais. “São 600 minutos de  
· animação – a maior produção a nível  
50 nacional”, revela Rodrigo Carvalho, que  
· também é guionista.

· Entretanto, os dois sócios correm o  
· mundo a divulgar os seus bonecos.  
· Estabelecendo parcerias com entidades  
· promotoras do bem-estar, como a  
55 Organização Mundial de Saúde, que os  
· recebeu de braços abertos, ou a iniciativa de  
· Michelle Obama, *Let's Move*. E também  
· com escolas ou representantes dos pais.

60 A ideia é que todos possam tirar partido  
· da capacidade de persuasão de Teo ou Lena,  
· levando os miúdos a preferir a fruta às  
· batatas fritas. Nas feiras de TV, o produto  
· tem sido bem recebido e há contratos  
· 65 apalavrados com estações de vários países  
· europeus, do Brasil e do México. Por cá,  
· passará no canal Panda e na RTP 2.  
· Sintonize-se.

Revista Visão, 13 de outubro de 2011



**Atenta no texto da Parte A (p. 1) e responde aos itens que se seguem, de acordo com as orientações que te são dadas.**

**1. O texto que acabaste de ler é um exemplo de um tipo de texto comunicacional.**

1.1. Selecciona a opção correta quanto à tipologia do texto.

Escreve o número do item e a letra da alínea correspondente à tua opção de resposta.

- |                             |                                     |            |
|-----------------------------|-------------------------------------|------------|
| a. Verbete de enciclopédia. | b. Artigo de divulgação científica. | c. Notícia |
|-----------------------------|-------------------------------------|------------|

**2. Respeitando o sentido do texto, indica a veracidade (V) ou a falsidade (F) de cada uma das seguintes afirmações.**

Escreve o número do item, o número das alíneas e a letra V ou F, correspondente à tua opção de resposta, conforme o seguinte exemplo:

|  |
|--|
| a. Foi feito um estudo relativo à reação do cérebro humano à publicidade, em 2005. |
|--|

Resposta: 2.1. a. V.

- |   |
|---|
| a. No dia-a-dia, cada indivíduo está exposto a 6000 mensagens publicitárias.<br>b. O indivíduo compreende 60 mensagens das 600 que recebe, retendo apenas seis.<br>c. A criatividade dos publicitários é um fator decisivo para o sucesso da sua atividade.<br>d. A lei não impõe qualquer tipo de restrição à atividade dos publicitários. |
|---|

**3. Selecciona a alternativa adequada ao sentido do texto, de modo a completares as afirmações que se seguem.**

Escreve o número do item e o número das alíneas correspondente à tua opção de resposta.

3.1. No estudo da publicidade, “Uma das questões que se coloca” (l. 6) consiste em:

- a. não copiar mensagens publicitárias.
- b. saber qual foi a primeira mensagem publicitária.
- c. não valorizar o aparecimento da publicidade.

3.2. A frase “Estrangeiro, aqui serás feliz. Aqui, o prazer é o bem supremo” significa que para os epicuristas:

- a. a felicidade é considerar o prazer como o maior dos bens.
- b. o prazer e o bem viver eram negados.
- c. não é possível ser feliz.

3.3. Para o autor, o que aproxima os epicuristas dos publicitários é:

- a. gastar em demasia para alcançar o prazer.
- b. não consumir para poupar.
- c. obter a máxima satisfação dos produtos consumidos.

**4. No último parágrafo do texto, o autor afirma que a publicidade não nasceu com a sociedade de consumo. Esta conferiu-lhe uma liberdade que até então não tinha.**

4.1. Transcreve o segmento textual que confirma esta ideia.



**Presta agora atenção ao texto da Parte B (p. 2) e responde aos itens que se seguem, de acordo com as orientações que te são dadas.**

**5. Este é um exemplo de outra tipologia textual.**

5.1. Identifica a tipologia textual aqui representada, justificando a tua resposta com a indicação das características do texto presentes.

**6. Os *Nutri Ventures* são a “maior produção nacional de desenhos animados” (I. 1).**

6.1. Identifica os responsáveis por este projeto;

6.2. Aponta a data de lançamento da série.

**7. É evidente que há uma relação entre os desenhos animados *Nutri Ventures* e o projeto de Michelle Obama Let’s Move.**

7.1. Explica essa relação.

**8. A série dos *Nutri Ventures* alia a alimentação saudável à aventura.**

8.1. Comprova esta afirmação com expressões retiradas do texto.

**9. Rui Lima afirma: “Não é por falta de informação que a obesidade e o excesso de peso afetam um terço das crianças nos países ricos” (II. 22-25).**

9.1. Explica, por palavras tuas, a opinião de Rui Lima.

9.2. Indica duas possíveis causas para a existência de índices elevados de obesidade nos países ricos.

## PARTE C

**10. Num texto com um mínimo de 25 e um máximo de 40 palavras, recordando o texto da Parte B, comenta brevemente a importância de uma alimentação equilibrada, explicitando em que consiste.**



## II – Conhecimento explícito da língua ..... 20%

### 11. Atenta nas seguintes frases:

- a. Os americanos produzirão estes desenhos animados?
- b. A obesidade afeta uma grande parte da população infantil mundial.
- c. Uau, os desenhos animados *Nutri Ventures* foram criados por portugueses!
- d. Jovens, cuidem da vossa alimentação.

- 11.1. Identifica o tipo e as formas das frases.  
Escreve o número do item, a letra da alínea e a tua resposta.
- 11.2. Se possível, transforma a(s) frase(s) ativa(s) em frase(s) passiva(s).
- 11.3. Se possível, transforma a(s) frases(s) passiva(s) em ativa(s).
- 11.4. Classifica as formas verbais das frases das alíneas **a.** (“produzirão”) e **b.** (“afeta”). quanto ao tempo e modo.

### 12. Lê o texto abaixo:

*A primeira-dama dos EUA, Michelle Obama, quer resolver o problema da obesidade infantil, no tempo de uma geração. Ao seu lado, nesta saga, estarão Lena, Teo, Ben e Nina, heróis dos desenhos animados Nutri Ventures, de produção inteiramente nacional.*

- 12.1. Retira do texto uma palavras que pertença às seguintes classes e/ou subclasses e respeite as flexões indicadas.
  - a. um nome comum, feminino, singular;
  - b. uma contração de preposição e determinante demonstrativo;
  - c. um determinante possessivo;
  - d. uma preposição.

## III – Expressão escrita ..... 30%

Escolhe UMA das seguintes opções (Tema A ou Tema B) e redige um texto, com um mínimo de 120 e um máximo de 240 palavras, em que:

- apresentes a tua opinião (texto de opinião e/ou argumentativo)      OU
- produzas um texto passível de ser publicado no jornal da escola (texto jornalístico)

sobre o tema sugerido.

### Tema A

**Televisão no quarto de adolescentes: um fator essencial para o seu desenvolvimento pessoal.**

### Tema B

**A utilização das redes sociais contribui para formar amizades sólidas e verdadeiras.**

**Toma atenção às instruções dadas.**

Organiza as ideias de forma coerente. Revê o texto com cuidado e, se necessário, corrige-o. Se fizeres rascunho, copia o texto para a folha de respostas, pois só será classificado o que estiver escrito nessa folha.

**FIM**



## Cotação dos itens

| ITEM         |  | COT.       |
|--------------|--|------------|
| FIZ          | <b>Grupo I – Análise Textual</b>                   | <b>50</b>  |
|              | <b>Parte A</b>                                     | <b>16</b>  |
|              | <b>1.</b>  |            |
|              | 1.1. ....  | 2          |
|              | <b>2.</b>  | 5          |
|              | <b>3</b>   |            |
|              | 3.1. ....  | 2          |
|              | 3.2. ....  | 2          |
|              | 3.3. ....  | 2          |
|              | <b>4.</b>  |            |
|              | 4.1. ....  | 3          |
|              | <b>Parte B</b>                                     | <b>26</b>  |
|              | <b>5.</b>  |            |
|              | 5.1. ....  | 4          |
|              | <b>6.</b>  |            |
|              | 6.1. ....  | 2          |
|              | 6.2. ....  | 2          |
|              | <b>7.</b>  |            |
|              | 7.1. ....  | 5          |
|              | <b>8.</b>  |            |
|              | 8.1. ....  | 3          |
|              | <b>9.</b>  |            |
|              | 9.1. ....  | 5          |
|              | 9.2. ....  | 5          |
|              | <b>Parte C</b>                                     | <b>8</b>   |
|              | 10. ....   | 8          |
|              | <b>Grupo II – Conhecimento explícito da língua</b> | <b>20</b>  |
|              | <b>11.</b>   |            |
|              | 11.1. ....   | 8          |
|              | 11.2. ....   | 3          |
|              | 11.3. ....   | 3          |
|              | 11.4. ....   | 2          |
|              | <b>12.</b>   |            |
|              | 12.1. ....   | 4          |
|              | <b>Grupo III – Expressão escrita</b>               | <b>30</b>  |
| <b>TOTAL</b> |  | <b>100</b> |

**Bom trabalho!**  
*Teresa Figueireda*



