Nome: _____ **N.º:** _____	
8º Ano –Turma C	**Data: 4 / 11 / 2013**
Classificação: ____% - _____ **A Professora:** _____ **Data:** ____/____/2013	**Tomei conhecimento,** **O Enc. de Educ.:** _____ **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. «Estrangeiro, 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.

Carlos Barbosa Oliveira,
Revista Formar, setembro 2007

Vocabulário

Epicurismo – doutrina moral de Epicuro (341-270 a.C.), filósofo grego do 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

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. Seleciona 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) 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 (ex: 2.1. **a.** *V*).

a. *Foi feito um estudo relativo à reação do cérebro humano à publicidade, em 2005*.
b. No dia-a-dia, cada indivíduo está exposto a 6000 mensagens publicitárias.
c. O indivíduo compreende 60 mensagens das 600 que recebe, retendo apenas seis.
d. A criatividade dos publicitários é um fator decisivo para o sucesso da sua atividade.
e. A lei não impõe qualquer tipo de restrição à atividade dos publicitários.

3. Seleciona a alternativa adequada ao sentido do texto.
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.** saber qual foi a primeira mensagem publicitária.
- **b.** reconhecer o valor a todos os anúncios publicitários.
- **c.** não copiar mensagens publicitárias.

3.2. A frase "Estrangeiro, aqui serás feliz. Aqui, o prazer é o bem supremo" significa que para os epicuristas:
- **a.** a felicidade e o prazer não combinam.
- **b.** a felicidade é considerar o prazer como o maior dos bens.
- **c.** não é possível ser feliz.

3.3. Para o autor, o que aproxima os epicuristas dos publicitários é:
- **a.** não consumir para poupar.
- **b.** consumir muito sem ter qualquer satisfação.
- **c.** obter a máxima satisfação dos produtos consumidos.

4. No primeiro 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.

PARTE B - Lê atentamente o texto a seguir transcrito.

Bonecos que ensinam a comer

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

Por Sara Sá

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 pelo mundo em busca do que sobra dos alimentos, retirados pelo mauzão de serviço, Alex Grand, que tem o monopólio de uma espécie de suplemento. Enquanto procuram 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 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 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 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 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 particularidade: pela primeira vez, são os atores americanos 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 atafulhado de Lisboa, 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 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 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.

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 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

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. Qual é a tipologia textual aqui representada. Justiçando a tua resposta com a indicação das características do texto.

6. Os *Nutri Ventures* são a "maior produção nacional de desenhos animados" (l. 1).

6.1. Para que público-alvo foi realizado este produto?

6.2. Quem são os responsáveis pela animação dos desenhos animados?

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 a relação existente entre o projecto de Rodrigo carvalho e Rui Miranda e a iniciativa da primeira-dama dos Estados Unidos da América.

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" (ll. 22-25).

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

9.2. Na tua opinião, quais serão as duas causas mais evidentes 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 não produzirão estes desenhos animados.
b. A obesidade não afetará uma grande parte da população infantil mundial?
c. UAU, os desenhos animados *Nutri Ventures* não 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) passiva(s) em frase(s) ativa(s).

11.3. Se possível, transforma a(s) frases(s) ativa(s) em passiva(s).

11.4. Classifica as formas verbais das frases das alíneas **b.** ("afetará") e **c.** ("foram") 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, masculino, singular;
b. uma contração de preposição e determinante artigo
c. um adjetivo qualificativo;
d. um advérbio;

III – Expressão escrita 30%

Escolhe UMA das seguintes opções 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 dos adolescentes*: um fator essencial para o seu desenvolvimento pessoal.**

Tema B

***A utilização das redes sociais* contribuem 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

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

Bom trabalho!
Teresa Figueiredo

PROPOSTA DE SOLUÇÃO

Grupo I – Análise textual ……..……..…….. 50

1. **– 1.1.** b; **|**

2. **–** **a.** V **b.** F **c.** V **d.** V **e.** F

3. **– 3.1.** a. **| – 3.2.** b. **| – 3.3.** c.

4. **– 4.1.** "Deu-lhe apenas «carta de alforria» e um protagonismo inusitado, que manifestamente até aí não tivera." (ll. 20-21)

5. **–** É uma reportagem. **| – 5.1.** O texto apresenta um título, uma introdução/abertura, um desenvolvimento/ corpo e uma conclusão/fecho e é ilustrado. É um texto jornalístico de autor (Sara Sá) que recorreu a uma linguagem subjetiva, revelando algumas preocupações estilísticas e evidenciando a sua opinião, socorrendo-se de citações de entrevistados para enriquecer o seu texto.

6. **– 6.1.** O produto foi pensado para o mercado global e é destinada a crianças dos 6 aos 10 anos. **| – 6.2.** Os responsáveis pela animação dos desenhos animados são os animadores da produtora Bang Bang.

7. **– 7.1.** Os desenhos animados transmitem mensagens relacionadas com a alimentação, para crianças entre os 6 e os 10 anos, o que vai ao encontro dos objetivos de M. Obama que quer desenvolver ações que contribuam para a resolução do problema da obesidade infantil.

8. **– 8.1.** A série "mostra as virtudes da alimentação saudável", como é comprovado pelo seu objetivo de levar "os miúdos a preferir frutas às batatas fritas", ou pelas mensagens nutricionais que deixa: "os cereais dão energia" ou "o leite faz bem aos ossos". O guião não esquece a aventura porque se centra numa ação desenvolvida por crianças que "andam pelo mundo" em missão e ao longo da qual "vivem muitas peripécias".

9. **– 9.1.** Rui Lima afirma que o facto de um terço das crianças que vivem em países ricos sofrer de obesidade se deve a razões diferentes da falta de informação. **| – 9.2.** As possíveis causas da obesidade infantil nos países ricos são: os hábitos alimentares que cultivam o consumo de alimentos que engordam (batatas fritas, refrigerantes, etc.); a existência de *fast-food*; a diminuição de consumo de alimentos saudáveis e naturais; muitas refeições feitas fora de casa; etc. (2)

10. Resposta pessoal

Grupo II – Conhecimento explícito da língua ……..…… 20

11. **– 11.1.** **a.** Declarativa, negativa, ativa **b.** Interrogativa, negativa, ativa
c. Exclamativa, negativa, passiva **d.** Imperativa, afirmativa, ativa

– 11.2. **a.** Estes desenhos animados não serão produzidos pelos americanos. / **b.** Uma grande parte da população infantil mundial será afetada pela obesidade?

– 11.3. **c.** Uau, portugueses não criaram os desenhos animados *Nutri Ventures*!

– 11.4. **a.** Futuro do Indicativo **b.** Pretérito perfeito do Indicativo

12. **– 12.1.** **a.** primeira-dama; obesidade; geração; saga; produção; **b.** nesta; **c.** seu; **d.** de.

Grupo III – Expressão escrita ……..…… 30

A. Tema e tipologia textual; **B.** Coerência e pertinência da informação; **C.** Estrutura e coesão textual; **D.** Vocabulário – variedade e riqueza lexical; **E.** Sintaxe; **F.** Ortografia