



Área do conhecimento: Linguagens

Componente curricular: Língua Portuguesa

Série/Segmento de ensino: 8.º Ano do Ensino Fundamental

Prezado(a) Estudante,

Esta **Trilha de Aprendizagem** apresenta possíveis caminhos para o desenvolvimento de habilidades relacionadas ao componente curricular e tem o objetivo de auxiliá-lo(a) na sua rotina de estudos para que você alcance o desempenho esperado.

No decorrer da Trilha, você poderá compreender melhor os temas estudados e ampliar seus conhecimentos, por meio de diferentes estratégias que visam contribuir para o seu processo de aprendizagem.

Segue abaixo a relação de práticas de linguagem, objetos de conhecimento e habilidades a serem desenvolvidas.

PRÁTICAS DE LINGUAGEM E OBJETOS DE CONHECIMENTO	HABILIDADES
CAMPO JORNALÍSTICO-MIDIÁTICO	
LEITURA – 6.º ao 9.º ano Apreciação e réplica Relação entre gêneros e mídias	(EF69LP02-B) Analisar a adequação de peças publicitárias variadas ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros.
Estratégia de leitura: apreender os sentidos globais do texto	(EF69LP03-D) Identificar em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou humor presente, reconhecendo os efeitos Educação de qualidade desses recursos na construção desses gêneros de textos.
CAMPO ARTÍSTICO-LITERÁRIO	
LEITURA – 6.º ao 9.º ano Reconstrução da textualidade e compreensão dos efeitos de sentidos provocados pelos usos de recursos linguísticos e multissemióticos	(EF69LP48) Interpretar, em poemas, efeitos produzidos pelo uso de recursos expressivos sonoros (estrofação, rimas, aliterações etc.), semânticos (figuras de linguagem, por exemplo), gráfico espacial (distribuição da mancha gráfica no papel), imagens e sua relação com o texto verbal.

1. APROXIMAÇÃO

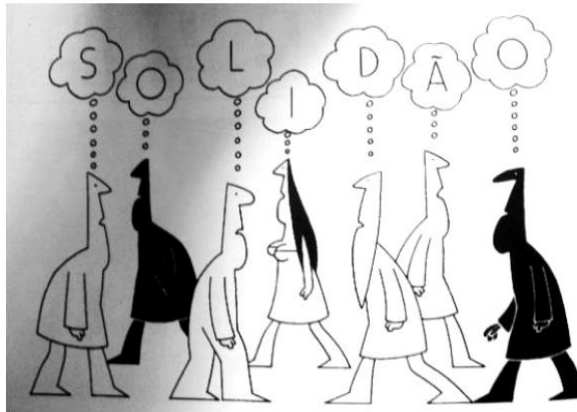
Olá, querido/a estudante,

Estamos distantes fisicamente, mas permanecemos juntos/as neste processo escolar diferenciado!

Nesta Trilha de Aprendizagem vamos rever as características dos textos publicitários, a interação pela linguagem, os efeitos de sentido de recursos linguísticos na construção do texto. Rever a articulação entre a linguagem verbal e a não verbal, analisando as imagens, os recursos multissemióticos em geral, no contexto dos textos publicitários. Interpretar, em poemas, efeitos produzidos pelo uso de recursos expressivos sonoros como as aliteraões e semânticos como as figuras de linguagem.

2. PERCEPÇÃO E PREPARAÇÃO

Leia a charge a seguir.



CAULIOS
Só doi quando eu respiro. Porto Alegre: L&PM, 2001.

Disponível em: http://www.revista.vestibular.uerj.br/questao/questao-objetiva.php?seq_questao=619. Acesso em: 05 Abr. 2015.

Identifique a relação lexical que contribuiu, como recurso argumentativo, para a construção do sentido do texto. Para isso, considere a relação entre linguagem verbal e não verbal.

3. FEEDBACK E AMPLIAÇÃO

Confira a ideia central da atividade proposta anteriormente.

A relação lexical é estabelecida pela palavra “solidão”, sendo que cada pessoa revela essa ideia pela letra que aparece no balão representativo do seu pensamento, e a ideia de várias pessoas juntas fisicamente, porém distantes no relacionamento.

- Assista ao vídeo e fique atento(a) à letra da música. Em seguida, escreva um poema expressando os sentimentos que lhe forem surgindo durante a escuta. Segue o [link](https://youtu.be/bjt12qbolSI): <https://youtu.be/bjt12qbolSI>.

4. USO

01. (INSPER – ADAPTADA) Utilize o texto abaixo para responder à questão.



Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/>. Acesso em: 16 jul. 2020.

EXPLIQUE a finalidade desse anúncio publicitário, levando em consideração a linguagem verbal e a não verbal do texto.

02. (FUVEST – ADAPTADA) Examine a seguinte matéria jornalística:

Sem teto usa topo de pontos de ônibus em SP como cama

Às 9h desta segunda (17), ninguém dormia no ponto de ônibus da rua Augusta com a Caio Prado. Ninguém a não ser João Paulo Silva, 42, que chegava à oitava hora de sono em cima da parada de coletivos.



“Eu sempre durmo em cima desses pontos novos. É gostoso. O teto tem um vidro e uma tela embaixo, então não dá medo de que quebre. É só colocar um cobertor embaixo, pra ficar menos duro, e ninguém te incomoda”, disse Silva depois de acordar e descer da estrutura. No dia, entretanto, ele estava sem a coberta, “por causa do calor de matar”.

Por não ter trabalho em local fixo (“Cato lata, ajudo numa empresa de carreto. Faço o que dá”), ele varia o local de pouso. “Às vezes é aqui no centro, já dormi em Pinheiros e até em Santana. Mas é sempre nos pontos, porque eu não vou dormir na rua”.

Disponível em: www1.folha.uol.com.br. Acesso em: 19 mar. 2014. (Adaptado).

Qual é o efeito de sentido produzido pela associação dos elementos visuais e verbais presentes na imagem anterior? **EXPLIQUE**.

03. Leia o texto de campanha publicitária.

Ele deu TUDO pra você DOAR um pouco!

A Primeira Igreja Batista em Cidade Operária, em parceria com o Hemomar, convida você para um gesto de amor: Doar Sangue! Além disso, será oferecido um dia de Ação Social, onde serão realizados serviços como:

- Aferição de Pressão Arterial
- Teste de glicemia
- Atendimento nutricional
- Corte de cabelo e escova
- Limpeza de pele
- Massoterapia e Serviços de Fisioterapia
- Espaço Infantil

Seja solidário. Doe sangue!

Dia 04 de julho, das 9h00 às 16h30
Local: Primeira Igreja Batista em Cidade Operária (Unidade 203, Rua 15, Nº 31)

ibco

Disponível em: <https://bit.ly/2WIOZaL>. Acesso em: 16 jun. 2020.

IDENTIFIQUE uma figura de linguagem empregada nesse texto de campanha publicitária e **EXPLIQUE** o efeito de sentido que o uso desse recurso produz no texto.

04. Leia o cartaz a seguir.



Disponível em: <https://www.pequenopolisba.com.br/sem-categoria/feira-do-livro-infantil>. Acesso em: 20 maio. 2019.

IDENTIFIQUE uma figura de linguagem empregada nesse cartaz e **EXPLIQUE** o efeito de sentido que o uso desse recurso produz no texto lido.

05. O anúncio publicitário abaixo foi criado para divulgar o 15º Prêmio Ford de Conservação Ambiental:



“QUEM AJUDA A NATUREZA, AJUDA A SI MESMO. Inscreva-se no Prêmio Ford de Conservação Ambiental. De 1º de Julho a 1º de Outubro. FORD. Viva o novo.

Disponível em: <https://rodrigopia.files.wordpress.com/2010/10/15c2ba-premio-ford-02.jpg>. Acesso em: 06 abr. 2015.

A construção do sentido do texto ocorre pela combinação da linguagem verbal com a linguagem não verbal. **EXPLIQUE** de que maneira o autor constrói a reflexão nesse anúncio publicitário.

06. Leia o anúncio publicitário a seguir.



Disponível em: <http://www.planejamento.gov.br/aedes/material>. Acesso em: 2 jun.2019.

EXPLIQUE a finalidade desse anúncio publicitário, levando em consideração a linguagem verbal e a não verbal.

07. Leia o anúncio publicitário a seguir.



Disponível em: <https://www.ibama.gov.br/ceperg/index.php?op34>. Acesso em: 3 jun. 2019.

EXPLIQUE a finalidade desse anúncio publicitário, levando em consideração a linguagem verbal e a não verbal.

08. (ENEM 2018 – 2.ª APLICAÇÃO – ADAPTADA)

SOU LEGAL NO TRÂNSITO

1,5 m

MOTORISTA LEGAL É MOTORISTA CONSCIENTE.

DÊ PREFERÊNCIA E MANTENHA UMA DISTÂNCIA SEGURA AO ULTRAPASSAR CICLISTAS.

No trânsito é preciso ter sempre em mente o perigo que você pode causar aos outros e a si mesmo. Motoristas devem sempre estar alertas à presença de veículos menores. Por isso, tenha atenção com os ciclistas. Dirija com

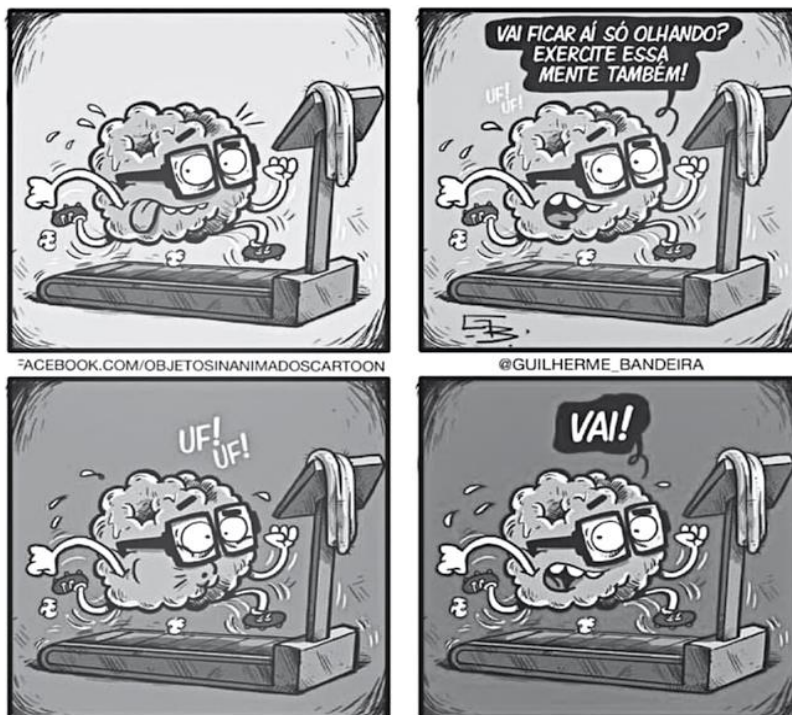
Denatran Ministério das Cidades **BRASIL** UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

Disponível em: www.pedal.com.br. Acesso em: 3 jul. 2014 (adaptado).

No texto, o uso da linguagem verbal e não verbal atende à finalidade de

- A) chamar a atenção para o respeito aos sinais de trânsito.
- B) divulgar a distância permitida entre carros e veículos menores.
- C) alertar sobre os perigos presentes nas vias urbanas brasileiras.
- D) propor mudanças de postura por parte de motoristas no trânsito.

09. (FATEC 2019/2)



Disponível em: <https://tinyurl.com/yynj49zv>. Acesso em: 20 jun. 2019.

O humor dos quadrinhos apresentados constrói-se por meio da

- A) oposição entre “corpo” e “mente”.
- B) representação da mente como um ser animado.
- C) caracterização do cérebro como “mente saudável”.
- D) incoerência entre o conceito de “movimento” e “observação”.

10. (ENCCEJA – 2017)

Chegança

Eu atraquei
num porto muito seguro,
céu azul, paz e ar puro,
botei as pernas pro ar. [...]
Mas de repente
me acordei com a surpresa:
uma esquadra portuguesa
veio na praia atracar.
Da grande nau,
um branco de barba escura

vestindo uma armadura
me apontou pra me pegar.
Assustado
dei um pulo da rede,
presenti a fome, a sede,
eu pensei: “vão me acabar”!
Me levantei
de borduna já na mão.
ai, senti no coração:
O Brasil vai começar.

NÓBREGA, A. Disponível em: www.antonio-nobrega.com. Acesso em: 15 jul. 2014 (fragmento).

A letra da canção ganha um sentido de humor e originalidade pela

- A) releitura de fatos históricos em outra perspectiva.
- B) idealização do encontro entre índios e europeus.
- C) caracterização dos traços físicos dos portugueses.
- D) capacidade do indígena de antever o futuro.

5. FEEDBACK

GABARITO – IDEIA CENTRAL

01. A finalidade do anúncio é conscientizar as pessoas da importância da educação na qualidade de vida das pessoas e evitar a evasão escolar. Esse raciocínio é apresentado pelas carteiras vazias de uma sala de aula e o texto escrito no quadro faltando algumas letras, despertando, assim, a reflexão sobre a importância do processo de alfabetização/letramento.
02. O efeito de sentido é a crítica à desigualdade social, ao desrespeito e ao abandono em relação a alguns cidadãos, pois em um mesmo ambiente que diz revelar “conforto, segurança e beleza”, existe um ser humano em uma condição de desconforto, insegurança em uma imagem nada bela por passar a noite sob um ponto de ônibus.
03. Nessa campanha publicitária há o emprego da figura de linguagem denominada antítese (“tudo” e “nada”). O efeito de sentido é provocar reflexão sobre a própria vida e sensibilizar as pessoas, em relação ao contexto apresentado, para que pratiquem a empatia. Essa reflexão deve resultar em uma ação de solidariedade, que é a doação de sangue.
04. Nesse cartaz há o emprego da figura de linguagem denominada metáfora: comparação estabelecida entre a sensação provocada na leitura de um livro e a ação de voar. Esse é o estímulo para que as pessoas participem da Feira de Livros, porque lendo os livros é que as pessoas irão exercitar a imaginação.
05. Esse anúncio publicitário promove a reflexão de que o ser humano e a natureza fazem parte de um mesmo universo. É preciso que o ser humano cuide bem da natureza porque depende dela para viver, por isso “quem ajuda a natureza, ajuda a si mesmo”.
06. Esse anúncio publicitário tem a finalidade de conscientizar a comunidade da importância da responsabilidade social em relação aos cuidados com vasos e plantas, para não deixar água parada e, assim, evitar a propagação da dengue.
07. Esse anúncio publicitário tem a finalidade de conscientizar a comunidade de que a propagação da febre amarela não acontece por culpa do macaco, já que ele não é o propagador da doença. Dessa forma, é injusto matá-los porque essa atitude não irá resolver o problema.
08. D 09. B 10. A

Entre em contato com o(a) professor(a), por meio da ferramenta Microsoft Teams – Equipe Chat Professor, caso necessite de suporte para utilizar a Trilha de Aprendizagem ou esclarecer dúvidas na realização das atividades.

6. AVALIAÇÃO

As orientações para a Avaliação de Recuperação seguirão posteriormente.