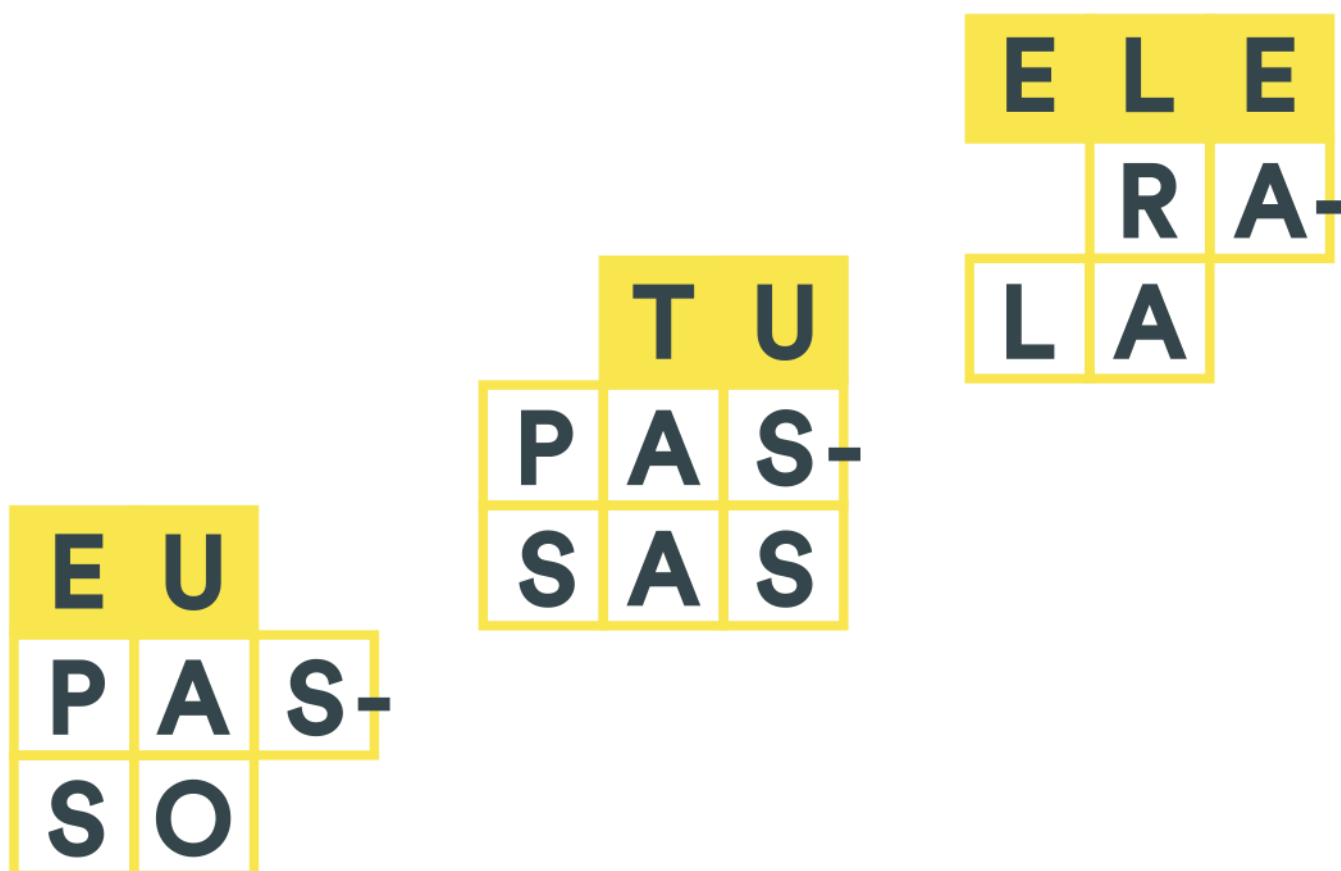


Gêneros Textuais: Jornalístico e Propagandístico



Gêneros Textuais: Jornalístico e Propagandístico

1. O dia em que o peixe saiu de graça

Uma operação do Ibama para combater a pesca ilegal na divisa entre os Estados do Pará, Maranhão e Tocantins incinerou 110 quilômetros de redes usadas por pescadores durante o período em que os peixes se reproduzem. Embora tenha um impacto temporário na atividade econômica da região, a medida visa preservá-la ao longo prazo, evitando o risco de extinção dos animais. Cerca de 15 toneladas de peixes foram apreendidas e doadas para instituições de caridade.

(Época, 23 mar. 2009. Adaptado).

A notícia, do ponto de vista de seus elementos constitutivos,

- a) apresenta argumentos contrários à pesca ilegal.
- b) tem um título que resume o conteúdo do texto.
- c) informa sobre uma ação, a finalidade que a motivou e o resultado dessa ação.
- d) dirige-se aos órgãos governamentais dos estados envolvidos na referida operação do Ibama.
- e) introduz um fato com a finalidade de incentivar movimentos sociais em defesa do meio ambiente.

2. Novas tecnologias

Atualmente, prevalece na mídia um discurso de exaltação das novas tecnologias, principalmente aquelas ligadas às atividades de telecomunicações. Expressões frequentes como “o futuro já chegou”, “maravilhas tecnológicas” e “conexão total com o mundo” “fetichizam” novos produtos, transformando-os em objetos do desejo, de consumo obrigatório. Por esse motivo carregamos hoje nos bolsos, bolsas e mochilas o “futuro” tão festejado. Todavia, não podemos reduzir-nos a meras vítimas de um aparelho midiático perverso, ou de um aparelho capitalista controlador. Há perversão, certamente, e controle, sem sombra de dúvida. Entretanto, desenvolvemos uma relação simbiótica de dependência mútua com os veículos de comunicação, que se estreita a cada imagem compartilhada e a cada dossiê pessoal transformado em objeto público de entretenimento. Não mais como aqueles acorrentados na caverna de Platão, somos livres para nos aprisionar, por espontânea vontade, a esta relação sadomasoquista com as estruturas midiáticas, na qual tanto controlamos quanto somos controlados.

(SAMPAIO A. S. A microfísica do espetáculo. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 1 mar 2013. Adaptado).

Ao escrever um artigo de opinião, o produtor precisa criar uma base de orientação linguística que permita alcançar os leitores e convencê-los com relação ao ponto de vista defendido.

Diante disso, nesse texto, a escolha das formas verbais em destaque objetiva

- a) criar relação de subordinação entre leitor e autor, já que ambos usam as novas tecnologias.
- b) enfatizar a probabilidade de que toda população brasileira esteja aprisionada às novas tecnologias.
- c) indicar, de forma clara, o ponto de vista de que hoje as pessoas são controladas pelas novas tecnologias.
- d) tornar o leitor copartícipe do ponto de vista de que ele manipula as novas tecnologias e por elas é manipulado.
- e) demonstrar ao leitor sua parcela de responsabilidade por deixar que as novas tecnologias controlem as pessoas.

3. A última edição deste periódico apresenta mais uma vez tema relacionado ao tratamento dado ao lixo caseiro, aquele que produzimos no dia a dia. A informação agora passa pelo problema do material jogado na estrada vicinal que liga o município de Rio Claro ao distrito de Ajapi. Infelizmente, no local em questão, a reportagem encontrou mais uma forma errada de destinação do lixo: material atirado ao lado da pista como se isso fosse o ideal. Muitos moradores, por exemplo, retiram o lixo de suas residências e, em vez de um destino correto, procuram dispensá-lo em outras regiões. Uma situação no mínimo incômoda. Se você sai de casa para jogar o lixo em outra localidade, por que não o fazer no local ideal? É muita falta de educação achar que aquilo que não é correto para sua região possa ser para outra. A reciclagem do lixo doméstico é um passo inteligente e de consciência. Olha o exemplo que passamos aos mais jovens! Quem aprende errado coloca em prática o errado. Um perigo!

(Disponível em: <http://jornaldacidade.uol.com.br>. Acesso em: 10 ago. 2012. Adaptado).

Esse editorial faz uma leitura diferenciada de uma notícia veiculada no jornal. Tal diferença traz à tona uma das funções sociais desse gênero textual, que é

- a) apresentar fatos que tenham sido noticiados pelo próprio veículo.
- b) chamar a atenção do leitor para temas raramente abordados no jornal.
- c) provocar a indignação dos cidadãos por força dos argumentos apresentados.
- d) interpretar criticamente fatos noticiados e considerados relevantes para a opinião pública.
- e) trabalhar uma informação previamente apresentada com base no ponto de vista do autor da notícia

4. E como manejava bem os cordéis de seus títeres, ou ele mesmo, títere voluntário e consciente, como entregava o braço, as pernas, a cabeça, o tronco, como se desfazia de suas articulações e de seus reflexos quando achava nisso conveniência. Também ele soubera apoderar-se dessa arte, mais artifício, toda feita de sutilezas e grosserias, de expectativa e oportunidade, de insolência e submissão, de silêncios e rompantes, de anulação e prepotência. Conhecia a palavra exata para o momento preciso, a frase picante ou obscena no ambiente adequado, o tom humilde diante do superior útil, o grosseiro diante do inferior, o arrogante quando o poderoso em nada o podia prejudicar. Sabia desfazer situações equívocas, e armar intrigas das quais se saía sempre bem, e sabia, por experiência própria, que a fortuna se ganha com uma frase, num dado momento, que este momento único, irre recuperável, irreversível, exige um estado de alerta para a sua apropriação.

(RAWET, S. *O aprendizado. In: Diálogo. Rio de Janeiro: GRD, 1963. Fragmento*).

No conto, o autor retrata criticamente a habilidade do personagem no manejo de discursos diferentes segundo a posição do interlocutor na sociedade. A crítica à conduta do personagem está centrada

- a) na imagem do títere ou fantoche em que o personagem acaba por se transformar, acreditando dominar os jogos de poder na linguagem.
- b) na alusão à falta de articulações e reflexos do personagem, dando a entender que ele não possui o manejo dos jogos discursivos em todas as situações.
- c) no comentário, feito em tom de censura pelo autor, sobre as frases obscenas que o personagem emite em determinados ambientes sociais.
- d) nas expressões que mostram tons opostos nos discursos empregados aleatoriamente pelo personagem em conversas com interlocutores variados.
- e) no falso elogio à originalidade atribuída a esse personagem, responsável por seu sucesso no aprendizado das regras de linguagem da sociedade.

5. (UERJ)

Competição e individualismo excessivos ameaçam saúde dos trabalhadores

Ideologia do individualismo

O novo cenário mundial do trabalho apresenta facetas como a da competição globalizada e a da ideologia do individualismo. A afirmação foi feita pelo professor da Universidade de Brasília (UnB) Mário César Ferreira, ao participar do seminário Trabalho em Debate: Crise e Oportunidades.

- 5 Segundo ele, pela primeira vez, há uma ligação direta entre trabalho e índices de suicídio, sobretudo na França, em função das mudanças focadas na ideia de excelência.

Fim da especialização

“A configuração do mundo do trabalho é cada vez mais volátil”, disse o professor. Ele destacou ainda a crescente expansão do terceiro setor, do trabalho em domicílio e do trabalho feminino, bem como a exclusão de perfis como o de trabalhadores jovens e dos fortemente especializados. “As organizações preferem perfis polivalentes e multifuncionais.” Desta forma, a escolarização clássica do trabalhador amplia-se para a qualificação contínua, enquanto a ultraespecialização evolui para a multiespecialização.

- 10

Metamorfoses do trabalho

Ele ressaltou que as “metamorfoses” no cenário do trabalho não são “indolores” para os que trabalham e provocam erros frequentes, retrabalho, danificação de máquinas e queda de produtividade.

- 15
- Outra grande consequência, de acordo com o professor, diz respeito à saúde dos trabalhadores, que leva à alta rotatividade nos postos de trabalho e aos casos de suicídio. “Trata-se de um cenário em que todos perdem, a sociedade, os governantes e, em particular, os trabalhadores”, avaliou.

Articulação entre econômico e social

Para a coordenadora da Diretoria de Cooperação e Desenvolvimento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Christiane Girard, a problemática das relações de trabalho envolve também uma questão: qual o tipo de desenvolvimento que nós, como cidadãos, queremos ter?

Segundo Christiane, é preciso “articular” o econômico e o social, como acontece na economia solidária. “Ela é uma das alternativas que aparecem e precisa ser discutida. A resposta do trabalhador se manifesta

- 25
- por meio do estresse, de doenças diversas e do suicídio. A gente não se pergunta o suficiente sobre o peso da gestão do trabalho”, disse a representante do Ipea.

Adaptado de www.diariodasaude.com.br

No texto, as falas do professor universitário e da coordenadora do instituto de pesquisa reforçam o sentido geral antecipado pelo título da matéria jornalística. A citação de falas como as referidas acima é um recurso conhecido da argumentação.

Esse recurso está corretamente descrito em:

- a) exemplificação de fatos enunciados no texto
- b) registro da divergência entre diferentes autores
- c) apoio nas palavras de especialistas em uma área
- d) apresentação de dados quantificados por pesquisas

6. (UERJ)

Superman: 75 anos

Não era um pássaro nem um avião. O verdadeiro Superman era um pacato contador passando férias num resort¹ ao norte de Nova York.

Joe Shuster, um dos criadores do personagem, junto com Jerry Siegel, descansava na colônia de férias quando encontrou Stanley Weiss, jovem de rosto quadrado e porte atlético, que ele julgou ser a encarnação do herói. Lá mesmo, pediu para desenhar o moço que serviria de modelo para os quadrinhos dali em diante. Só neste ano, esses desenhos estão vindo à tona nos E.U.A., como parte das atividades comemorativas dos 75 anos do personagem.

Embora tenha mantido a aparência de rapagão musculoso, Superman não foi o mesmo ao longo dos anos. Nos gibis, oscilou entre mais e menos sarado. Na TV, já foi mais rechonchudo, até reencarnar como o púbere² Tom Welling, da série de TV "Smallville".

"Desde pequeno eu sabia que Superman não existia. Mas também sabia que meu pai era o verdadeiro Superman", brincou David Weiss, filho do modelo do herói, em entrevista à *Folha de São Paulo*. Weiss cresceu comparando o rosto do pai ao desenho pendurado na sala de casa. Mas logo Joe Shuster, que foi seu principal desenhista, acabaria cedendo espaço para novos cartunistas, que adaptaram a figura aos fatos correntes.

"Essa mudança é o segredo do Superman. Cada época precisa de um herói só seu, e ele sempre pareceu ser o cara certo", diz Larry Tye, considerado o maior estudioso do personagem. "Nos anos 1930, ele tiraria a América da Grande Depressão. Nos anos 1940, era duro com os nazistas. Nos anos 1950, lutou contra a onda vermelha do comunismo." E foi mudando de cara de acordo com a função.

Invenção dos judeus Jerry Siegel e Joe Shuster, Superman também é visto como um paralelo da história de Moisés, a criança exilada que cresce numa terra estrangeira e depois se apresenta como um salvador. A aparência é um misto do também personagem bíblico Sansão, do deus grego Hércules e de acrobatas de circo. Mas há quem atribua, até hoje, a dualidade do personagem, que se alterna entre o *nerd*³ indefeso, tímido e de vista fraca (como Joe Shuster) e um super-herói possante, à origem judaica dos seus criadores.

"É o estereótipo judeu do homem fraco, tímido e intelectual que depois se revela um grande herói", diz Harry Brod, autor do e-book *Superman Is Jewish?* (Superman é judeu?), lançado nos E.U.A. em novembro passado. "Ele é a versão moderna de Moisés: um bebê de Krypton enviado à Terra, que desenvolve superpoderes para salvar o seu povo."

Segundo Brod, a analogia é tão nítida que os nazistas chegaram a discutir a suposta relação em revistas de circulação interna do regime. Mas, para ele, Hollywood e o tempo suavizaram o paralelo, transformando Superman numa releitura de Jesus Cristo. "Sua figura foi se tornando mais cristã com o tempo", diz Brod. "Não importa a religião. A ideia de um fracote que se torna um herói não deixa de ser uma fantasia universal."

Silas Martí
Adaptado de *folha.uol.com.br*, 03/03/2013.

¹ resort – hotel com área de recreação

² púbere – adolescente

³ nerd – pessoa muito estudiosa

Ao longo da reportagem, observa-se o uso de uma linguagem informal, registro que estaria mais próximo do usado pelo leitor. Um claro exemplo desse registro informal da linguagem está em:

- O verdadeiro Superman era um pacato contador passando férias num resort ao norte de Nova York. (l. 1-2)
- Lá mesmo, pediu para desenhar o moço que serviria de modelo para os quadrinhos dali em diante. (l. 5-6)
- Nos gibis, oscilou entre mais e menos sarado. (l. 9)
- Weiss cresceu comparando o rosto do pai ao desenho pendurado na sala de casa. (l. 13)

7.



Disponível em: www.portaldapropaganda.com.br. Acesso em: 1 mar. 2012. (Foto: Reprodução/Enem)

A publicidade, de uma forma geral, alia elementos verbais e imagéticos na constituição de seus textos. Nessa peça publicitária, cujo tema é a sustentabilidade, o autor procura convencer o leitor a

- a) assumir uma atitude reflexiva diante dos fenômenos naturais.
- a) evitar o consumo excessivo de produtos reutilizáveis.
- b) aderir à onda sustentável, evitando o consumo excessivo.
- c) abraçar a campanha, desenvolvendo projetos sustentáveis.
- d) consumir produtos de modo responsável e ecológico.

8.



Disponível em: <http://www.ccsp.com.br>. Acesso em: 27 jul. 2010 (adaptado). (Foto: Reprodução/Enem)

O texto é uma propaganda de um adoçante que tem o seguinte mote: “Mude sua embalagem”. A estratégia que o autor utiliza para o convencimento do leitor baseia-se no emprego de recursos expressivos, verbais e não verbais, com vistas a

- a) ridicularizar a forma física do possível cliente do produto anunciado, aconselhando-o a uma busca de mudanças estéticas.
- b) enfatizar a tendência da sociedade contemporânea de buscar hábitos alimentares saudáveis, reforçando tal postura.
- c) criticar o consumo excessivo de produtos industrializados por parte da população, propondo a redução desse consumo.
- d) associar o vocábulo “açúcar” à imagem do corpo fora de forma, sugerindo a substituição desse produto pelo adoçante.
- e) relacionar a imagem do saco de açúcar a um corpo humano que não desenvolve atividades físicas, incentivando a prática esportiva.

9. Texto I

Seis estados zeram fila de espera para transplante de córnea

Seis estados brasileiros aproveitaram o aumento no número de doadores e de transplantes feitos no primeiro semestre de 2012 no país e entraram para uma lista privilegiada: a de não ter mais pacientes esperando por uma córnea.

Até julho desse ano, Acre, Distrito Federal, Espírito Santo, Paraná, Rio Grande do Norte e São Paulo eliminaram a lista de espera no transplante de córneas, de acordo com balanço divulgado pelo Ministério da Saúde, no Dia Nacional de Doação de Órgãos e Tecidos. Em 2011, só São Paulo e Rio Grande do Norte zeraram essa fila.

Texto II

A notícia e o cartaz abordam a questão da doação de órgãos. Ao relacionar os dois textos, observa-se que o cartaz é

- a) ridicularizar a forma física do possível cliente do produto anunciado, aconselhando-o a uma busca de mudanças estéticas.
- b) enfatizar a tendência da sociedade contemporânea de buscar hábitos alimentares saudáveis, reforçando tal postura.
- c) criticar o consumo excessivo de produtos industrializados por parte da população, propondo a redução desse consumo.
- d) associar o vocábulo “açúcar” à imagem do corpo fora de forma, sugerindo a substituição desse produto pelo adoçante.
- e) relacionar a imagem do saco de açúcar a um corpo humano que não desenvolve atividades físicas, incentivando a prática esportiva.

10.



A publicidade acima foi divulgada no site da agência FAMIGLIA no dia 24 de janeiro de 2007, véspera do aniversário de São Paulo, no período em que foi proposta a campanha “Cidade Limpa”. Na base da foto, em letras bem pequenas, está escrito: Tomara, mas tomara mesmo, que nos próximos aniversários o paulistano comemore uma cidade nova de verdade.

Considerando os sentidos produzidos por esse anúncio, é correto afirmar:

- a) As duas perguntas e as duas respostas que configuram o texto do outdoor na publicidade acima pressupõem que os paulistanos estão discutindo o número de outdoors e também o abandono de muitos dos moradores da cidade.
- b) O texto escrito em letras pequenas tem a função de exortar os paulistanos a refletir sobre as próximas eleições e sobre como fazer para que seja estabelecido um conjunto de prioridades socialmente relevantes para toda a sociedade.
- c) A publicidade pretende levar os leitores a perceber que as prioridades estabelecidas pela gestão municipal da cidade não permitem que os paulistanos enxerguem os verdadeiros problemas que estão nas ruas de São Paulo.
- d) A publicidade, composta de texto verbal e imagem, tem como objetivo principal encampar o projeto “Cidade Limpa” elaborado pela gestão municipal e também propor a discussão de outras prioridades para a cidade.

Vem que tem mais!

No dia 14 de maio, o Londrina Esporte Clube, através de sua conta no Twitter, divulgou a escalação do jogo de estreia, contra o CRB, na série B do Campeonato Brasileiro de Futebol. A imagem publicada na rede social recebeu muitos retweets dos torcedores, pois o formato de divulgação do time que entraria em campo segue o formato da escalação do jogo de vídeo game International Superstar Soccer, sucesso nos anos 90.

A partir da análise da captura da imagem, explique como a estratégia adotada pelo clube pode se relacionar a uma forma de convocar a torcida.



Escalação do Tuba para a estreia na série B.



Gabarito

1. C
2. D
3. D
4. A
5. C
6. C
7. E
8. D
9. B
10. C

Gabarito “Vem que tem mais”!

Ao utilizar o formato de escalação do jogo de vídeo game International Superstar Soccer, o clube teve como intenção despertar o interesse não só dos amantes do futebol pela inovação, mas principalmente dos torcedores do clube. Por meio do sucesso dos anos 90, o clube comoveu aqueles que conhecem o jogo e atingiu diretamente os que jogaram. Como todo anúncio/publicidade, o objetivo foi interessar, persuadir, convencer o outro de algo. Nesse sentido, a estratégia adotada pelo clube pode se relacionar a uma forma de convocar a torcida, pois os torcedores se interessam, em outras palavras, voltaram sua atenção para o jogo de estreia. O Londrina voltou à Série B do Campeonato Brasileiro depois de 12 longos anos.