



Aluno(a):

nº: Turma:

Ano: 3º Ano E.M.

Data: 20/08/2019

Trabalho Recuperação

Professor(a): Victor

Matéria: Redação

Nota

Valor: 10,0

Sua prova deve ser feita à **caneta azul ou preta.**  
**Não rasure e não use corretivo**

1-

# Leia para uma criança.

A cada livro,  
o Brasil inteiro vira a página.

Gostar de ler é o início de  
uma história cheia de descobertas  
e aprendizados na vida da criança.  
E tudo começa quando você abre  
um livro para ela.



Época, n. 698, 3 out. 2011 (adaptado).

Os textos publicitários são produzidos para cumprir determinadas funções comunicativas. Os objetivos desse cartaz estão voltados para a conscientização dos brasileiros sobre a necessidade de

- a) as crianças frequentarem a escola regularmente.
- b) a formação leitora começar na infância.
- c) a alfabetização acontecer na idade certa.
- d) a literatura ter o seu mercado consumidor ampliado.
- e) as escolas desenvolverem campanhas a favor da leitura.

2- Leia o trecho de *Quincas Borba*, de Machado de Assis:

*E enquanto uma chora, outra ri; é a lei do mundo, meu rico senhor; é a perfeição universal. Tudo chorando seria monótono, tudo rindo cansativo; mas uma boa distribuição de lágrimas e polcas<sup>1</sup>, soluços e sarabandas<sup>2</sup>, acaba por trazer à alma do mundo a variedade necessária, e faz-se o equilíbrio da vida.*

(Quincas Borba, 1992.)

<sup>1</sup> polca: tipo de dança.

<sup>2</sup> sarabanda: tipo de dança.

De acordo com o narrador,

- a) os erros do passado não afetam o presente.
- b) a existência é marcada por antagonismos.
- c) a sabedoria está em perseguir a felicidade.
- d) cada instante vivido deve ser festejado.
- e) os momentos felizes são mais raros que os tristes.

### 3- O fim do marketing

A empresa vende ao consumidor

— com a web não é mais assim

Com a internet se tornando onipresente, os Quatro Ps do marketing — produto, praça, preço e promoção — não funcionam mais. O paradigma era simples e unidirecional: as empresas vendem aos consumidores. Nós criamos produtos; fixamos preços; definimos os locais onde vendê-los; e fazemos anúncios. Nós controlamos a mensagem. A internet transforma todas essas atividades.

(...)

Os produtos agora são customizados em massa, envolvem serviços e são marcados pelo conhecimento e os gostos dos consumidores. Por meio de comunidades online, os consumidores hoje participam do desenvolvimento do produto. Produtos estão se tornando experiências. Estão mortas as velhas concepções industriais na definição e marketing de produtos.

(...)

Graças às vendas online e à nova dinâmica do mercado, os preços fixados pelo fornecedor estão sendo cada vez mais desafiados. Hoje questionamos até o conceito de "preço", à medida que os consumidores ganham acesso a ferramentas que lhes permitem determinar quanto querem pagar. Os consumidores vão oferecer vários preços por um produto, dependendo de condições específicas. Compradores e vendedores trocam mais informações e o preço se torna fluido. Os mercados, e não as empresas, decidem sobre os preços de produtos e serviços.

(...)

A empresa moderna compete em dois mundos: um físico (a praça, ou marketplace) e um mundo digital de informação (o espaço mercadológico, ou marketspace). As empresas não devem preocupar-se com a criação de um web site vistoso, mas sim de uma grande comunidade online e com o capital de relacionamento. Corações, e não olhos, são o que conta. Dentro de uma década, a maioria dos produtos será vendida no espaço mercadológico. Uma nova fronteira de comércio é a marketface — a interface entre o marketplace e o marketspace.

(...)

Publicidade, promoção, relações públicas etc. exploram "mensagens" unidirecionais, de um-para-muitos e de tamanho único, dirigidas a consumidores sem rosto e sem poder. As comunidades online perturbam drasticamente esse modelo. Os consumidores com frequência têm acesso a informações sobre os produtos, e o poder passa para o lado deles. São eles que controlam as regras do mercado, não você. Eles escolhem o meio e a mensagem. Em vez de receber mensagens enviadas por profissionais de relações públicas, eles criam a "opinião pública" online.

Os marqueteiros estão perdendo o controle, e isso é muito bom.

(Don Tapscott. O fim do marketing. INFO, São Paulo, Editora Abril, janeiro 2011, p. 22.)

A leitura atenta deste instigante artigo de Don Tapscott revela que o tema central de sua mensagem é:

- O advento do comércio via internet subverteu as teorias tradicionais de marketing.
- O comércio via internet confirma todas as teorias de publicidade e marketing vigentes.
- A aplicação dos princípios tradicionais de marketing se tornou vital para o sucesso do comércio online.
- O comércio realizado em lojas físicas é ainda preferível ao realizado online.
- A lei da oferta e da procura não influencia de nenhum modo o comércio via internet.

#### 4. "Todo abacate é verde. O incrível Hulk é verde. O incrível Hulk é um abacate."

Todo argumento pode se tornar um sofisma: um raciocínio errado ou inadequado que nos leva a conclusões falsas ou imprecisas.

O último parágrafo do texto é um exemplo de sofisma, considerando que, da constatação de que todo abacate é verde, não se pode deduzir que só os abacates têm cor verde.

Esse é o tipo de sofisma que adota o seguinte procedimento:

- enumeração incorreta
- generalização invertida
- representação imprecisa
- exemplificação inconsistente

5. "Em um mundo marcado por conflitos em diferentes regiões, as operações de manutenção da paz das Nações Unidas são a expressão mais visível do compromisso solidário da comunidade internacional com a promoção da paz e da segurança.

Embora não estejam expressamente mencionadas na Carta da ONU, elas funcionam como instrumento para assegurar a presença dessa organização em áreas conflituosas, de modo a incentivar as partes em conflito a superar suas disputas por meio pacífico — razão pela qual não devem ser vistas como forma de intervenção armada."

Acesso em: 26.08.2016. Adaptado.

Historicamente, o Brasil envia soldados para participar de operações de paz. Em 2004, foi criada pelo Conselho de Segurança da ONU a Missão das Nações Unidas para Estabilização do Haiti (Minustah).

De acordo com o texto, essa missão foi criada para

- a) restabelecer a segurança e normalidade institucional do Haiti após sucessivos episódios de turbulência política e de violência, que marcaram esse país no início do século XXI.
- b) atacar os garimpos ilegais de diamantes no interior do Haiti, que usavam mão de obra infantil nas minas onde esse minério é encontrado.
- c) combater o narcotráfico comandado pelo Cartel de Medellín, que a partir do Haiti distribuía drogas para todos os países da América Latina.
- d) acabar com os problemas ambientais crônicos no Haiti, pois esse país era o principal responsável pela poluição ambiental no Caribe.
- e) extinguir a rede de trabalho escravo existente no Haiti, que utilizava esse tipo de mão de obra nas plantações de soja e trigo.

6. Leia o texto para responder às questões.

### O labirinto dos manuais

Há alguns meses troquei meu celular. Um modelo lindo, pequeno, prático. Segundo a vendedora, era capaz de tudo e mais um pouco. Fotografava, fazia vídeos, recebia e-mails e até servia para telefonar. Abri o manual, entusiasmado. "Agora eu aprendo", decidi, folheando as 49 páginas. Já na primeira, tentei executar as funções. Duas horas depois, eu estava prestes a roer o aparelho. O manual tentava prever todas as possibilidades. Virou um labirinto de instruções! Na semana seguinte, tentei baixar o som da campainha. Só aumentava. Buscava o vibracall, não achava. Era só alguém me chamar e todo mundo em torno saía correndo, pensando que era o alarme de incêndio! Quem me salvou foi um motorista de táxi.

— Manual só confunde – disse didaticamente. – Dá uma de curioso.

Insisti e finalmente descobri que estava no vibracall há meses! O único problema é que agora não consigo botar a campainha de volta!

Atualmente, estou de computador novo. Fiz o que toda pessoa minuciosa faria. Comprei um livro. Na capa, a promessa: "Rápido e fácil" – um guia prático, simples e colorido! Resolvi: "Vou seguir cada instrução, página por página. Do que adianta ter um supercomputador se não sei usá-lo?". Quando cheguei à página 20, minha cabeça latejava. O livro tem 342! Cada vez que olho, dá vontade de chorar! Não seria melhor gastar o tempo relendo Guerra e Paz\*?

Tudo foi criado para simplificar. Mas até o microndas ficou difícil. A não ser que eu queira fazer pipoca, que possui sua tecla própria. Mas não posso me alimentar só de pipoca! Ainda se emagrecesse... E o fax com secretária eletrônica? O anterior era simples. Eu apertava um botão e apagava as mensagens. O atual exige que eu toque em um, depois em outro para confirmar, e de novo no primeiro! Outro dia, a luzinha estava piscando. Tentei ouvir a mensagem. A secretária disparou todas as mensagens, desde o início do ano!

Eu sei que para a garotada que está aí tudo parece muito simples. Mas o mundo é para todos, não é? Talvez alguém dê aulas para entender manuais! Ou o jeito seria aprender só aquilo de que tenho realmente necessidade, e não usar todas as funções. É o que a maioria das pessoas acaba fazendo!

(Walcyr Carrasco, Veja SP, 19.09.2007. Adaptado)

Livro do escritor russo Liev Tolstói. Com mais de mil páginas e centenas de personagens, é considerada uma das maiores obras da história da literatura.

Pelos comentários feitos pelo narrador, pode-se concluir corretamente que

- a) a leitura de obras-primas da literatura é atividade mais produtiva do que utilizar celulares e computadores.
- b) os manuais cujas diversas instruções os usuários não conseguem compreender e pôr em prática são improdutivos.
- c) a vendedora foi convincente, pois o narrador comprou o celular, embora duvidasse das qualidades prometidas pelo aparelho.
- d) o manual sobre computadores, ao contrário de outros do gênero, cumpria a promessa assumida nos dizeres impressos na capa.
- e) os jovens deveriam ensinar computação aos mais velhos, pois, dessa forma, estes últimos entenderiam as funções básicas do equipamento.

Leia o texto de Millôr Fernandes e responda às questões abaixo:

### A morte da tartaruga

O menininho foi ao quintal e voltou chorando: a tartaruga tinha morrido. A mãe foi ao quintal com ele, mexeu na tartaruga com um pau (tinha nojo daquele bicho) e constatou que a tartaruga tinha morrido mesmo. Diante da confirmação da mãe, o garoto pôs-se a chorar ainda com mais força. A mãe a princípio ficou penalizada, mas logo começou a ficar aborrecida com o choro do menino. "Cuidado, senão você acorda seu pai". Mas o menino não se conformava. Pegou a tartaruga no colo e pôs-se a acariciar-lhe o casco duro. A mãe disse que comprava outra, mas ele respondeu que não queria, queria aquela, viva! A mãe lhe prometeu um carrinho, um velocípede, lhe prometeu uma surra, mas o pobre menino parecia estar mesmo profundamente abalado com a morte do seu animalzinho de estimação.

Afinal, com tanto choro, o pai acordou lá dentro, e veio, estremunhado, ver de que se tratava. O menino mostrou-lhe a tartaruga morta. A mãe disse: – "Está aí assim há meia hora, chorando que nem maluco. Não sei mais o que faço. Já lhe prometi tudo mas ele continua berrando desse jeito". O pai examinou a situação e propôs:

– "Olha, Henriquinho. Se a tartaruga está morta não adianta mesmo você chorar. Deixa ela aí e vem cá com o pai". O garoto depôs cuidadosamente a tartaruga junto do tanque e seguiu o pai, pela mão. O pai sentou-se na poltrona, botou o garoto no colo e disse: – "Eu sei que você sente muito a morte da tartaruguinha. Eu também gostava muito dela. Mas

nós vamos fazer pra ela um grande funeral". (Empregou de propósito a palavra difícil). O menino parou imediatamente de chorar. "Que é funeral?" O pai lhe explicou que era um enterro. "Olha, nós vamos à rua, compramos uma caixa bem bonita, bastante balas, bombons, doces e voltamos para casa. Depois botamos a tartaruga na caixa em cima da mesa da cozinha e rodeamos de velinhas de aniversário. Aí convidamos os meninos da vizinhança, acendemos velinhas, cantamos o Happy-Birth-Day-To-You pra tartaruginha morta e você assopra as velas.

Depois pegamos a caixa, abrimos um buraco no fundo do quintal, enterramos a tartaruginha e botamos uma pedra em cima com o nome dela e o dia que ela morreu. Isso é que é um funeral! Vamos fazer isso? O garotinho estava com outra cara. "Vamos, papai, vamos! A tartaruginha vai ficar contente lá no céu, não vai? Olha, eu vou apanhar ela". Saiu correndo. Enquanto o pai se vestia, ouviu um grito no quintal. "Papai, papai, vem cá, ela está viva!" O pai correu pro quintal e constatou que era verdade. A tartaruga estava andando de novo, normalmente. "Que bom, hein?" – disse – "Ela está viva! Não vamos ter que fazer o funeral!" "Vamos sim, papai" – disse o menino ansioso, pegando uma pedra bem grande – "Eu mato ela".

Moral: O importante não é a morte, é o que ela nos tira.

**7-** a) Quais foram os artifícios utilizados pela mãe e pelo pai para que o menino parasse de chorar?

---

---

b) Descreva as ações da mãe

---

---

**8-** a) A mãe ofereceu uma surra ao menino, mas antes tinha oferecido um carrinho ou um velocípede. Por que?

---

---

b) Que palavra difícil o pai do menino usou na conversa com ele?

---

---

**9-** a) O que fez o menino parar de chorar?

---

---

b) Por que o menino quis matar a tartaruga?

---

---

**10-** a) Classifique, quanto ao gênero e à tipologia, o texto de Millôr Fernandes

---

---

---

---

---

---

b) A história, de fato, conta o quê?

---

---

---

---

---

---