

## Revisão para Específicas

1. Os textos abaixo foram retirados da coluna “Caras e bocas”, do Caderno Aliás, do jornal O Estado de São Paulo:

“A intenção é **salvar** o Brasil”. Ana Paula Logulho, professora e entusiasta da segunda “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, que pede uma intervenção militar no país e pretendeu reeditar, no sábado, a passeata de 19 de março de 1964, na capital paulista, contra o governo do Presidente João Goulart.”

“Será um evento **esculhambativo** em homenagem ao outro de São Paulo.” José Caldas, organizador da “Marcha com Deus e o Diabo na Terra do Sol”, convocada pelo Facebook para o mesmo dia, no Rio de Janeiro.

a) Descreva o processo de formação de palavras envolvido em “esculhambativo”, apontando o tipo de transformação ocorrida no vocábulo.

b) Discorra sobre a diferença entre as expressões “evento esculhambado” e “evento esculhambativo”, considerando as relações de sentido existentes entre os dois textos acima.

2. 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”.

- a) Qual é o efeito de sentido produzido pela associação dos elementos visuais e verbais presentes na imagem acima? Explique.
- b) O vocábulo “pra”, presente nas declarações atribuídas a João Paulo Silva, é próprio da língua falada corrente e informal. Cite mais dois exemplos de elementos linguísticos com essa mesma característica, também presentes nessas declarações.

### 3. PARA PARA

Numa de suas recentes críticas internas, a ombudsman desta Folha propôs uma campanha para devolver o acento que a reforma ortográfica roubou do verbo “parar”. Faz todo sentido. O que não faz nenhum sentido é ler “São Paulo para para ver o Corinthians jogar”. Pior ainda que ler é ter de escrever.

- a) No primeiro período do texto, existe alguma palavra cujo emprego conota a opinião do articulista sobre a reforma ortográfica? Justifique sua resposta.
- b) Para evitar o “para para” que desagradou ao jornalista, pode-se reescrever a frase “São Paulo para para ver o Corinthians jogar”, substituindo a preposição que nela ocorre por outra de igual valor sintático-semântico ou alterando a ordem dos termos que a compõem. Você concorda com essa afirmação? Justifique sua resposta.

### 4. Leia a seguinte mensagem publicitária de uma empresa da área de logística:

***A gente anda na linha para levar sua empresa mais longe***  
*Mudamos o jeito de transportar contêineres no Brasil e Mercosul. Através do modal ferroviário, oferecemos soluções logísticas econômicas, seguras e sustentáveis.*

- a) Visando a obter maior expressividade, recorre -se, no título da mensagem, ao emprego de expressão com duplo sentido. Indique essa expressão e explique sucintamente.
- b) Segundo o anúncio, uma das vantagens do produto (transporte ferroviário) nele oferecido é o fato de esse produto ser “sustentável”. Cite um motivo que justifique tal afirmação.

### 5. Os enunciados abaixo são parte de uma peça publicitária que anuncia um carro produzido por uma conhecida montadora de automóveis.

UM CARRO QUE ATÉ A ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE APROVARIA: ANDA MAIS E BEBE MENOS.

ELE CABE NA SUA VIDA. SUA VIDA CABE NELE.

- a) A menção à Organização Mundial da Saúde na peça publicitária é justificada pela apresentação de uma das características do produto anunciado. Qual é essa característica? Explique por que o modo como a característica é apresentada sustenta a referência à Organização Mundial da Saúde.
- b) A peça publicitária apresenta duas orações com o verbo caber. Contraste essas orações quanto à organização sintática. Que efeito é produzido por meio delas?

## Gabarito

1. a) A palavra “esculhambativo” é formada pelo processo de derivação sufixal, composto pelo verbo esculhambar + o sufixo tivo. O processo atribui um novo valor semântico ao novo vocábulo formado.  
b) Um “evento esculhambado”, seria um evento desorganizado, desorganizado. Das relações apreendidas a partir dos textos, podemos entender que um “evento esculhambativo” é aquele que pretende esculhambar o primeiro, o esculhambado.
2. a) O efeito de sentido produzido pela associação dos elementos visuais e verbais presentes na imagem é de contraste, de oposição, de contradição; e um antagonismo bastante enfático. Esse efeito se dá pelo fato de a imagem do homem dormindo sobre o teto do ponto de ônibus (nítida e obviamente, um local inapropriado para o repouso de qualquer ser humano, visto que além de alto e, por si só, perigoso, a “cama” improvisada é dura, extremamente desconfortável) contrasta com os dizeres presentes na própria parada de coletivos urbanos. Os elementos verbais “Conforto, segurança e beleza. Aqui, os benefícios não são passageiros” engendram uma forte oposição com a visão do corpo adormecido sobre a cobertura de vidro, em posição nada confortável, nem um pouco segura, nem tampouco bela.  
b) Outros dois exemplos de elementos linguísticos típicos da língua falada e, geralmente, corrente e informal, presentes nas declarações de João Paulo Silva podem ser o uso da terceira pessoa (com a mistura de tratamento na 2ª pessoa do singular) no lugar de se usar a primeira pessoa (em “ninguém te incomoda”). Há também o termo “numa” (junção de preposição “em” + artigo “uma”). O verbo “catar” (no lugar de “recolher”) também poderia ser outro exemplo de elemento tipicamente informal. O uso de verbo “ter” em “O teto tem um vidro”, em vez do indicado verbo “haver”, poderia também ser mais um exemplo.
3. a) Sim, no primeiro período do texto, existe uma palavra que conota sim a opinião do articulista sobre a reforma ortográfica; trata-se do vocábulo “roubou” em “(...)devolver o acento que a reforma ortográfica roubou do verbo „parar””. Com o verbo “roubar”, o jornalista deixa implícita a sua discordância com a extinção do acento gráfico, já que a palavra escolhida possui um valor semântico negativo, ruim; “roubar” conota valor pejorativo. Daí, poder-se concluir que Juca Kfoury, assim como o ombudsman do jornal, desgostou da mudança relativa à acentuação gráfica. Se o articulista pretendesse ser imparcial, a escolha vocabular teria sido neutra: “eliminou” ou “retirou” ou “subtraiu” poderiam ser algumas das várias opções lexicais neutras.  
b) Sim, é possível evitar o “para para” através da troca da preposição (teríamos: “São Paulo para A FIM DE ver o Corinthians jogar”) ou ainda alterando a ordem dos termos da frase ( como: “ Para ver o Corinthians jogar, São Paulo para”).
4. a) A expressão de duplo sentido utilizada é: “A gente anda na linha”. A expressão pode ser interpretada tanto como “nós agimos corretamente”, entendendo andar na linha como conotativamente agir corretamente; por outro lado pode-se interpretá-la como “nós nos

locomovemos na linha férrea”, interpretando denotativamente a expressão andar na linha como referência ao serviço oferecido pela empresa que transporta contêineres por via férrea.

b) Na peça publicitária, entende-se sustentável como “bom para o meio ambiente”. Desta maneira, um dos motivos que se pode entender o transporte ferroviário como sustentável é porque um vagão de trem equivale a muitos caminhões (um trem de carga com 100 vagões tira das estradas cerca de 357 caminhões, segundo a Associação Nacional dos Transportadores Ferroviários), assim diminuindo a poluição causada pelos automóveis consideravelmente.

5. a) O texto publicitário faz referência a recomendações médicas de “beber menos”, ou seja, evitar excesso de álcool, e “andar mais”, ou seja, evitar a vida sedentária. O alcoolismo e o sedentarismo estão entre os hábitos insalubres mais combatidos por campanhas promovidas por associações médicas e pela OMS. A peça publicitária em questão procura tirar partido disso.

b) Em “ele cabe na sua vida”, o verbo caber refere-se ao preço do carro, que “caberia” nas possibilidades financeiras do consumidor, ou seja, não seria mais caro do que ele poderia pagar. Em “sua vida cabe nele”, o verbo sugere que o carro anunciado atende a todas as necessidades do consumidor. Quanto às estruturas sintáticas, ressalta-se o fato de que na primeira oração ele (o carro) funciona como sujeito de caber e na segunda oração o mesmo pronome preenche a função de objeto indireto. O efeito dessa simetria é de identificar a acessibilidade econômica do produto e a utilidade que a ele se atribui, associando-as à vida do consumidor, objeto da primeira oração e sujeito da segunda.