

Como Interpretar Textos Motivadores?

- **Interpretar e compreender** os textos motivadores são dois passos fundamentais para que você possa redigir bem a sua redação, de maneira alinhada ao tema proposto.
- No entanto, é preciso diferenciar as habilidades de interpretar e compreender.

COMPREENDER

- É o ato de decodificar e entender o texto, fazendo uma análise objetiva sobre ele.

INTERPRETAR

- É o ato de estabelecer conexões entre o que está escrito e a realidade, fazendo uma análise subjetiva.

- Ao lermos um texto, nossa primeira tarefa é a de compreender. É nessa fase que compreendemos as informações que estão no texto, sem nenhum juízo de valor ou interpretamos sobre a situação. Isto é, obtemos um reconhecimento da informação.

- Analise a seguinte oração:

O guri estava observando as ondas do mar.

- O que podemos compreender?

- Ao compreendermos a oração (**O guri estava observando as ondas do mar.**), entendemos que há uma pessoa do sexo masculino que estava olhando atentamente para as ondas do mar, por um determinado período.
- Isso é o que a frase nos diz, não estamos tentando descobrir quem é este guri, por que ele estava observando as ondas e por quanto tempo esta ação perdurou.

- No entanto, a habilidade de interpretar envolve olhar além do texto ou da frase, atribuindo a ele um contexto que nos permite subentender, deduzir ou concluir algo. Porém, essas informações não estão no texto, mas são fruto do entendimento do leitor.

- Vamos, agora, retornar à mesma frase:

O guri estava observando as ondas do mar.

- Como podemos interpretá-la?

O guri estava observando as ondas do mar.

- Podemos deduzir que o guri, que é o sujeito da oração, é um menino ou um jovem rapaz, que está provavelmente no litoral gaúcho (pelo termo “guri” utilizado).
- Além disso, com base em outras pistas textuais, podemos imaginar que ele observava as ondas do mar porque elas estavam muito altas ou baixas. É provável que ele seja um surfista e estava analisando se seria possível “pegar ondas” na tal circunstância.

- Veja que as possibilidades de interpretação são muitas e todas têm base no texto. O que confirmará ou não a veracidade de nossa forma de interpretar são as outras informações obtidas no texto. Precisamos lembrar de que existe todo um contexto.
- Mesmo sabendo que a interpretação é feita pelo leitor, com base nas inferências, em seu conhecimento de mundo e repertório (além do suporte textual, é claro!), ela possui limites. Ela nunca pode ir contra algo que o texto diz explicitamente. Toda interpretação precisa ser coerente com o texto.

Pontos importantes:

1. NÍVEIS DE LEITURA

- É preciso fazer a leitura dos textos motivadores em vários níveis, tendo em vista que novas informações são assimiladas após cada leitura realizada.
- Ao concluir a primeira leitura, é possível entender alguns pontos:
 - a ideia central do texto;
 - as palavras-chave do texto;
 - o tema proposto.

- O primeiro nível de leitura nos leva a compreender o tema central. Porém, nas próximas leituras, conseguimos reconhecer alguns marcadores textuais, como:

Modos Verbais – maneiras como os verbos se expressam:

- Indicativo - exprime fatos, certezas.
Exemplo: Discursa muito bem.
- Subjuntivo - exprime desejos, possibilidades, dúvidas.
Exemplo: Talvez discurse bem esta noite.
- Imperativo - exprime ordens, pedidos.
Exemplo: Discurse como ele!

Sinais de pontuação - representam os recursos atribuídos à escrita. Dentre suas muitas finalidades, está a de reproduzir pausas e entonações:

- o autor usa pontos de exclamação? Qual efeito a escolha dá ao período?
- o autor usa muitas vírgulas? Por que há essa necessidade de separar tanto as ideias?

Adjetivos – são aqueles que compreendem a classe gramatical cuja função é acompanhar e modificar os substantivos, atribuindo-lhes características ou particularidades.

- As orações são marcadas por muitos adjetivos?
- Há frases com mais adjetivos em relação às outras? Qual seria a razão disso?
- O autor faz questão de detalhar características? Com que finalidade?

Conjunções adversativas - são aquelas que indicam oposição e contraste dentro de uma mesma oração.

- Quando há conjunções adversativas numa oração, precisamos prestar bastante atenção, pois a informação que vem após tal conjunção (mas, porém, todavia, entretanto) é mais relevante do que a que veio anteriormente. Veja: “Eu gosto de você, mas não para namorar.”

Advérbios de negação ou afirmação – são palavras modificadores que podem expressar, por si só uma, uma circunstância.

- Em que momento eles aparecem?
- Por que a necessidade de negar ou afirmar com tanta ênfase determinada ideia?
- Há gradação nos advérbios, como por exemplo: não, de jeito nenhum, jamais?

2. TIPOS DE TEXTO

- Os textos motivadores podem ser de vários tipos, mas há aqueles mais comuns.

Reportagens

- Um dos tipos mais comuns de textos motivadores são as reportagens (notícias). Para que haja maior entendimento sobre elas, analise:
 - O que acontece?
 - Com quem acontece?
 - Onde acontece?
 - Como acontece e como acaba?
- Note que todas as questões estão na esfera da compreensão, pois as respostas estarão explicitamente no texto.

- Nesse caso, é preciso tomar um cuidado especial com duas perguntas:
 - Por que acontece a situação (motivo)?
 - Para que acontece a situação (finalidade)?
- Podemos encontrar essas respostas tanto dentro do texto, sendo assim do âmbito da compreensão, como também podemos interpretar outras informações a fim de chegarmos à resposta, usando assim a esfera da interpretação.

Imagens

- As imagens podem ser quadros, pinturas, fotos, capas de livros, entre outras opções.
- Não se esqueça de que um texto imagético é aquele construído apenas com imagens, sem nenhuma palavra. Se esse for o caso, observe:
 - O que é a imagem (quadro, pinturas etc.)?
 - Quem é o autor?
 - Qual é a temática principal?
 - O que está sendo retratado?
 - Há marcas temporais ou regionais na imagem?
Quais?

- Agora é o momento de interpretar. Além de entender por qual razão aquela imagem foi escolhida, é preciso pensar mais sobre ela:
 - na forma como o assunto foi representado na imagem;
 - nas cores escolhidas (há um significado?);
 - Na posição dos componentes da imagem (há intenção ou efeito?).

Gráficos

- Os gráficos também costumam a ser usado em textos motivadores, uma vez que eles possibilitam uma leitura mais ágil das informações. Sendo assim, é preciso observar:
 - o título;
 - as informações na vertical;
 - as informações na horizontal;
 - a forma como os índices foram representados (colunas, fatias (no caso de gráfico pizza etc.));
 - o uso de cores diferentes, se houver;
 - a fonte da qual as informações foram retiradas.

Charges ou Tirinhas

- De forma curta, e muitas vezes divertidas, as charges ou tirinhas aparecem nos textos motivadores. Elas são, também, relevantes a um texto escrito. Procure observar os seguintes aspectos:
 - o assunto principal;
 - personagens;
 - ambiente;
 - a ligação entre os quadros;
 - a linguagem utilizada (formal, informal, com figuras de linguagem etc.).
- Em seguida, pense: por que essa charge ou tirinha foi escolhida como texto motivador desse tema?

- Lembre-se de que elas não estão ali para entreter o candidato na hora da prova.
- Sabe aquela velha expressão de que uma imagem vale mais do que mil palavras? Neste caso, ela se aplica perfeitamente. A riqueza de informações que uma imagem, tirinha ou charge pode proporcionar é enorme, portanto, é fundamental que você as leia com atenção. É muito comum que as charges, por exemplo, façam uma crítica sutil sobre alguma questão social séria, sendo necessário perspicácia por parte do leitor.

- Entenda o direcionamento dos textos motivadores e tente lembrar-se de informações semelhantes que você leu em outros lugares. Trazer dados que extrapolem os textos de apoio é uma estratégia argumentativa muito valorizada pela banca, pois te diferencia dos demais candidatos e aumenta sua nota por fugir do senso comum. Neste momento de preparação para o exame, procure ficar atento aos dados das notícias que lê por aí para aplicar na redação.

Posso usar as informações do texto motivador?

- Usar as informações, significa apropriar-se delas, ou seja, interpretá-las, explorá-las, ao máximo, relacionando ao que você sabe sobre o assunto e abordando, com suas palavras, reflexões e conclusões, em seu texto. **NÃO PODE COPIAR!**
- Lembre-se de que os **textos motivadores têm duas funções** específicas:
 - apresentar o recorte temático proposto pela banca de elaboração;
 - apresentar algum tipo de ideia ou linha de abordagem para a dissertação.

VAMOS PRATICAR?

Democratização do acesso ao cinema – Enem 2019

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema “**Democratização do acesso ao cinema no Brasil**”, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa do seu ponto de vista.

TEXTO I

No dia da primeira exibição pública de cinema - 28 de dezembro de 1895, em Paris -, um homem de teatro que trabalhava com mágicas, Georges Méliès, foi falar com Lumière, um dos inventores do cinema; queria adquirir um aparelho, e Lumière desencorajou-o, disse-lhe que o "Cinématógrapho" não tinha o menor futuro como espetáculo, era um instrumento científico para reproduzir o movimento e só poderia servir para pesquisas. Mesmo que o público, no início, se divertisse com ele, seria uma novidade de vida breve, logo cansaria. Lumière enganou-se. Como essa estranha máquina de austeros cientistas virou uma máquina de contar histórias para enormes plateias, de geração em geração, durante já quase um século?

BERNARDET, Jean-Claude. O que é Cinema. In BERNARDET, Jean- Claude; ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo, O que é Editora, O que é Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

TEXTO II

Edgar Morin define o cinema como uma máquina que registra a existência e a restitui como tal, porém levando em consideração o indivíduo, ou seja, o cinema seria um meio de transpor para a tela o universo pessoal, solicitando a participação do espectador.

GUTFREIND, C. F. O filme e a representação do real. **E-Compós**, v. 6, 11, 2006 (adaptado).

DA TELONA PARA AS TELINHAS



CRESCER O PERCENTUAL DE BRASILEIROS
QUE FREQUENTAM SALAS DE CINEMA E
O INTERESSE POR FILMES TEM DESTAQUE
NO CONSUMO DE TV. ENTENDA!

Nos últimos cinco anos, a penetração do cinema cresceu 43% entre os brasileiros



88%
dos telespectadores
assistem a filmes
na TV, regularmente



17%
da população frequenta
o cinema*, no total



19%
dos telespectadores
de filmes na TV vão
ao cinema



95%
dos que foram ao
cinema assistem a
filmes na TV

*assistiu nos últimos 30 dias

Disponível em: www.meioemensagem.com.
Acesso em: 12 jun. 2019 (adaptado).

TEXTO IV

O Brasil já teve um parque exibidor vigoroso e descentralizado: quase 3 300 salas em 1975, uma para cada 30 000 habitantes, 80% em cidades do interior. Desde então, o país mudou. Quase 120 milhões de pessoas a mais passaram a viver nas cidades. A urbanização acelerada, a falta de investimentos em infraestrutura urbana, a baixa capitalização das empresas exibidoras, as mudanças tecnológicas, entre outros fatores, alteraram a geografia do cinema. Em 1997, chegamos a pouco mais de 1 000 salas. Com a expansão dos shopping centers, a atividade de exibição se reorganizou. O número de cinemas duplicou, até chegar às atuais 2 200 salas. Esse crescimento, porém, além de insuficiente (o Brasil é apenas o 60o país na relação habitantes por sala), ocorreu de forma concentrada. Foram privilegiadas as áreas de renda mais alta das grandes cidades. Populações inteiras foram excluídas do universo do cinema ou continuam mal atendidas: o Norte e o Nordeste, as periferias urbanas, as cidades pequenas e médias do interior.

Disponível em: <https://cinemapertodevoce.ancine.gov.br>. Acesso em: 13 jun. 2019 (fragmento).

Palavras-chave

TEXTO I

No dia da primeira exibição pública de **cinema** — 28 de dezembro de 1895, em Paris —, um homem de teatro que trabalhava com mágicas, Georges Méliès, foi falar com Lumière, um dos inventores do cinema; queria adquirir um aparelho, e Lumière desencorajou-o, disse-lhe que o "Cinematógrafo" não tinha o menor futuro como espetáculo, era um instrumento científico para reproduzir o movimento e só poderia servir para pesquisas. Mesmo que o público, no início, se divertisse com ele, seria uma novidade de vida breve, logo cansaria. Lumière enganou-se. Como essa estranha máquina de austeros cientistas virou uma **máquina de contar histórias para enormes plateias, de geração em geração, durante já quase um século?**

BERNARDET, Jean-Claude. O que é Cinema. In BERNARDET, Jean-Claude; ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo, O que é Editora, O que é Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

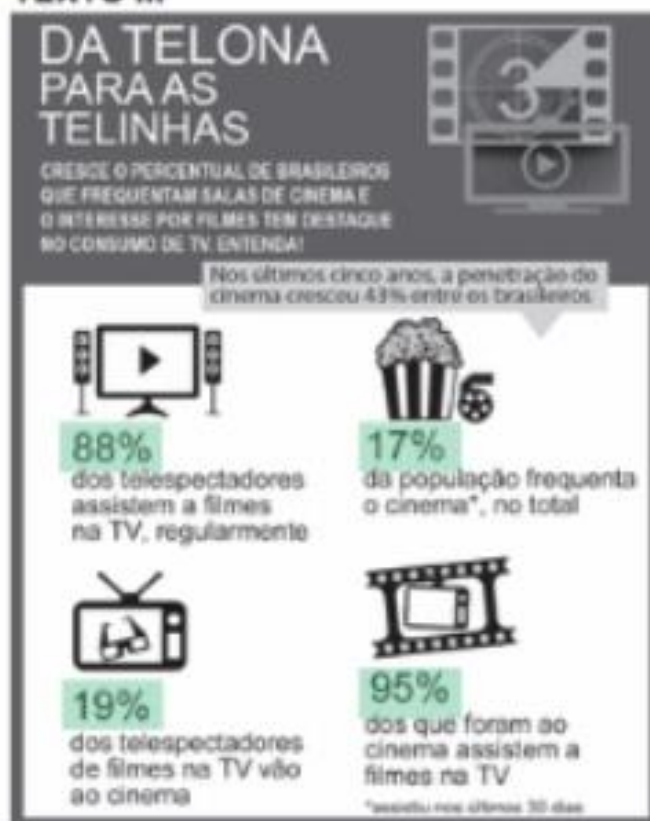
TEXTO II

Edgar Morin define o cinema como uma **máquina que registra a existência e a restitui como tal, porém levando em consideração o indivíduo, ou seja, o cinema seria um meio de transpor para a tela o universo pessoal, solicitando a participação do espectador.**

GUTFREIND, C. F. O filme e a representação do real. **E-Compós**, v. 6, 11, 2006 (adaptado).

Embasamento

TEXTO III



Disponível em: www.meioemensagem.com.

Acesso em: 12 jun. 2019 (adaptado).

Caminhos argumentativos

TEXTO IV

O Brasil já teve um parque exibidor vigoroso e descentralizado: quase 3 300 salas em 1975, uma para cada 30 000 habitantes, 80% em cidades do interior. Desde então, o país mudou. Quase 120 milhões de pessoas a mais passaram a viver nas cidades.

A urbanização acelerada, a falta de investimentos em infraestrutura urbana, a baixa capitalização das empresas exibidoras, as mudanças tecnológicas, entre outros fatores, alteraram a geografia do cinema. Em 1997, chegamos a pouco mais de 1 000 salas. Com a expansão dos shopping centers, a atividade de exibição se reorganizou. O número de cinemas duplicou, até chegar às atuais 2 200 salas. Esse crescimento, porém, além de insuficiente (o Brasil é apenas o 60º país na relação habitantes por sala), ocorreu de forma concentrada. Foram privilegiadas as áreas de renda mais alta das grandes cidades. Populações inteiras foram excluídas do universo do cinema ou continuam mal atendidas: o Norte e o Nordeste, as periferias urbanas, as cidades pequenas e médias do interior.

Ideias propostas

- a urbanização acelerada;
- a falta de investimentos em infraestrutura urbana;
- a baixa capitalização das empresas exibidoras;
- as mudanças tecnológicas;
- crescimento insuficiente das salas de cinema;
- algumas áreas privilegiadas em detrimento de outras (áreas periféricas e cidades pequenas e médias do interior).