

EMEF PROFESSORA DEUSZUITA RIBEIRO MACHADO



ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS DA 13ª SEMANA
20/07 A 24/07/2020 – 9º M01 E V01

ALUNO: _____ TURMA: _____

DESENHO ANIMADO: DIVERSÃO E CONSUMISMO



EMEF PROFESSORA DEUSZUITA RIBEIRO MACHADO – ATIVIDADE INTERDISCIPLINAR**DISCIPLINAS: ARTE, CIÊNCIAS, EDUCAÇÃO AMBIENTAL, EDUCAÇÃO FÍSICA, ENSINO RELIGIOSO, GEOGRAFIA, HISTÓRIA, LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA/INGLÊS, LÍNGUA PORTUGUESA E MATEMÁTICA.****ATENÇÃO: LEIA O TEXTO ABAIXO ANTES DE REALIZAR AS ATIVIDADES DE TODAS AS DISCIPLINAS****DESENHOS ANIMADOS PERDEM ESPAÇO NA TV ABERTA**

Quem viveu a infância entre as décadas de 1980 e 1990 deve se lembrar de como eram as manhãs e as tardes na TV aberta: recheadas de desenhos animados. Inseridos em programas infantis de apresentadoras como Xuxa, Angélica e Mara Maravilha, os desenhos dividiam espaço com gincanas e outras brincadeiras, conquistando uma legião de fãs nos quatro cantos do País. A criançada se divertia com as trapalhadas de personagens como Pica Pau e Pernalonga, torcia para super-heróis como He-Man e She-Ra, intrigava-se com os mistérios da Caverna do Dragão e viajava no tempo com a turma dos Flinstones e dos Jetsons. Nos anos 2000, os desenhos animados começaram a perder força na programação dos canais abertos.

A maioria dos programas infantis foi substituída por programas voltados à mulher, com reportagens de comportamento e dicas de culinária, moda e saúde. A presença dos desenhos animados é tão tímida na TV aberta que, hoje, há quem acredite que eles estão bem próximos da extinção. Ou seja, a geração do desenho animado ficou no passado. Mas quais são as razões para o fim dos desenhos na TV aberta? Alguns fatores contribuíram para este processo, como a expansão de tecnologias como a internet, a explosão das adaptações de histórias de super-heróis dos quadrinhos para o cinema e o crescimento do número de assinantes da TV paga no Brasil.

No entanto, a pá de cal que faltava para enterrar de vez Mickey Mouse e seus amigos foi dada pela maior rigidez na legislação que regulamenta a propaganda no Brasil. Em abril deste ano, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) aprovou a resolução nº 163, que trata dos abusos da publicidade e da comunicação mercadológica voltada à criança e ao adolescente. A resolução não tem caráter de lei, mas fortalece a legislação vigente que regulamenta a publicidade e a propaganda no Brasil. Em suma, está proibida no País toda publicidade com discurso direcionado para a criança. Uma propaganda de produto infantil tem de ser feita aos pais e não pode “seduzir” os pequenos para o consumo.

TELEVISÃO X INTERNET

O sociólogo rio-pretense Araré Carvalho Júnior destaca que há uma diminuição geral do público que assiste televisão no Brasil, principalmente depois do advento da internet. “A maioria dos desenhos que permanece na TV aberta atualmente é voltada para o público de 2 a 6 anos. São produções com conceito mais educativo. As gerações passadas tinham pouca opção de entretenimento e, hoje, uma criança ou um adolescente consegue baixar uma série inteira pela internet. São outros, e muitos, os atrativos”, opina.

Conforme Carvalho Júnior, a internet permitiu uma maior personalização daquilo que se quer assistir. Em contrapartida, a rigidez das leis que regulamentam a propaganda tornaram os programas infantis inviáveis do ponto de vista financeiro. “Todo programa precisava de propaganda. Era a papete do (Ayrton) Senna, a sandália da Xuxa, a bicicleta da Caloi, entre outros produtos. O programa infantil deixou de ser atrativo devido às restrições comerciais”, diz.

O cinema também acabou arrebanhando uma boa parcela do público infantil, com seus filmes de animação e as adaptações realistas de séries de sucesso dos quadrinhos, como os super-heróis da Marvel e da DC Comics. Além disso, muitas animações foram concebidas diretamente para a tela grande, sem a participação da televisão. “A Galinha Pintadinha, por exemplo, não nasceu na televisão, mas na internet, e hoje é um fenômeno entre as crianças, que podem assistir ao DVD da personagem até mesmo dentro do carro”, destaca o sociólogo.

POR QUE DA PERDA DE ESPAÇO NA TV**O ADVENTO DA INTERNET**

A internet diversificou as opções de entretenimento para as crianças. Enquanto as antigas gerações tinham apenas a televisão como opção, hoje uma criança ou um adolescente consegue assistir ou baixar uma infinidade de desenhos, séries e outros programas. A internet contribuiu para que houvesse uma redução geral do público que assiste TV

A EXPANSÃO DA TV PAGA

Segundo dados da Anatel, o número de assinantes da TV paga no Brasil chegou a 18,58 milhões em abril deste ano. Em 1999, havia apenas 2,8 milhões de assinantes. A Globo, maior emissora da TV aberta, extinguiu os programas com desenhos

animados e criou um canal pago exclusivo para o público infantil, o Gloob, que concorre com os canais de desenhos animados.

O PRESTÍGIO DO CINEMA

Grandes produções de animação e adaptações realistas de séries de sucesso das histórias em quadrinhos ajudaram a atrair mais crianças e adolescentes para o cinema, colocando a TV em segundo plano. Pais também investem mais na compra de DVDs para os filhos.

A RIGIDEZ DA LEGISLAÇÃO

Com a propaganda voltada à criança totalmente proibida no País, ficou mais difícil conceber um programa infantil na TV aberta, pois são poucas as alternativas para viabilizá-lo comercialmente

PUBLICIDADE NÃO PODE MAIS 'FALAR À CRIANÇA'

Os brinquedos fazem parte do trabalho que a psicomotricista Hérica Debiazzi, de Rio Preto, desenvolve com as crianças para tratar transtornos psicomotores. No entanto, ela toma uma série de cuidados para não estimular o consumismo nas crianças. "Só uso brinquedos clássicos e não tenho nada relacionado a qualquer personagem de televisão. Evito ao máximo estimular o desejo de consumo na criança", conta ela, que, recentemente, precisou adquirir uma boneca da personagem Dora Aventureira para conquistar a atenção e a confiança de um paciente autista.

"Ele gostava muito da Dora Aventureira e não queria outro brinquedo. Comprei essa boneca para ter uma aproximação maior com ele. Mas aos poucos ela foi sendo esquecida e ele brinca com todos os brinquedos hoje", conta Hérica. A preocupação da profissional rio-pretense é um reflexo da maior vigilância dos brasileiros sobre os conteúdos com os quais as crianças têm contato nas mais diferentes mídias. Essa atenção ganhou força com o aumento da obesidade infantil no País, extinguindo qualquer discurso publicitário que vai contra hábitos alimentares saudáveis.

Aprovada em abril deste ano pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), a resolução nº 163 reforçou as leis que regulamentam a publicidade no Brasil, entre elas o Código de Defesa do Consumidor. Diferentemente do que acontecia no passado, quando a Xuxa dizia na propaganda da TV para jogar o tênis velho fora e pedir um novo para os pais, a publicidade não pode mais ter seu discurso direcionado para a criança. Um produto infantil tem de ser divulgado para os pais e não aos pequenos.

"A criança de até 12 anos não tem capacidade cognitiva para responder na mesma altura aos apelos sedutores de uma propaganda. Ela recebe aquilo sem questionamentos, sendo assim, mais suscetível aos estímulos do consumo", destaca a advogada Isabella Henriques, diretora do Instituto Alana, de São Paulo, organização que atua na defesa da vivência plena da infância, tendo no combate aos abusos da publicidade infantil uma de suas plataformas de trabalho. Segundo ela, não é porque uma criança hoje consegue manipular um computador que seja mais esperta em relação às gerações passadas.

"A publicidade se sofisticou muito com o surgimento de novas mídias, como o computador e o smartphone, e ganhou outros espaços além da mídia. Um dos exemplos é a inversão do conteúdo publicitário dentro das escolas, com marcas vendendo seus produtos por meio de estratégias que se confundem com campanhas educativas. O volume de propaganda é muito maior hoje do que no passado", enfatiza. Uma criança brasileira fica em média cinco horas na frente da televisão, segundo dados do Ibope. Em contrapartida, os pais estão cada vez mais tempo fora de casa e as crianças ficam sozinhas, expostas a uma série de estímulos.

SEM MAÇÃ DA MÔNICA

A resolução do Conanda, que considera abusiva a publicidade infantil, divide opiniões e passou a ser criticada na internet depois que Mônica de Sousa, filha de Mauricio de Sousa, concedeu entrevista, em julho, para o jornal O Globo, posicionando-se contra a iniciativa. Segundo ela, a resolução acabará com os personagens das histórias em quadrinhos. "Refrigerante não anuncia mais para criança. Mas os comerciais dele são vistos por elas. Esse tipo de resolução é tapar o sol com a peneira (...) Três fatores fazem a criança comer demais: genético, emocional e exemplo da família.

Colocar o governo para proibir qualquer publicidade é muito fácil. Educar é que é mais difícil", metralhou Mônica. A resolução afeta diretamente os produtos licenciados, principal fonte de receita na manutenção das produções infantis. No caso da Turma da Mônica, por exemplo, os personagens não podem ser associados à venda de maçã, um de seus produtos licenciados. A mesma opinião é defendida pelo professor Ivan Carlo Andrade de Oliveira, da Universidade Federal do Amapá, que edita uma revista voltada ao público infantil: a Turma da Tribo.

"A legislação dá margem para inúmeras interpretações. No caso dos gibis infantis, o custo de produção é muito elevado, o que inviabilizará a manutenção de publicações e o surgimento de novidades." A diretora da Alana, Isabella Henriques, reforça que a resolução não foi criada para acabar com publicações infantis e programas de televisão. "Estão misturando o

que é fato com o que é conjectura. A legislação que regula a publicidade no Brasil não é restritiva quanto ao conteúdo, cabendo ao pai denunciar o que considerar abusivo, e ao aplicador da norma, no caso o Judiciário, julgar cada tipo de caso. Não está escrito em nenhum lugar que a mação da Turma da Mônica está proibida. Caberá ao aplicador da norma julgar cada caso. Isso é uma democracia.”

PRINCIPAIS REGRAS DA PUBLICIDADE INFANTIL

- ❖ É proibido o uso do imperativo, como “compre” ou “peça para seus pais”;
- ❖ Não pode trazer conteúdos que desvalorizem a família, escola, vida saudável, proteção ambiental ou que contenha algum tipo de preconceito racial, religioso ou social;
- ❖ Não pode ser apresentada em formato jornalístico;
- ❖ Não pode difundir medo nas crianças, expô-las a situações perigosas ou simular constrangimento por não poder consumir o produto ou serviço anunciado;
- ❖ Não pode desmerecer o papel dos pais e educadores;
- ❖ É proibido apresentar produtos que substituam as refeições;
- ❖ Não pode encorajar o consumo excessivo de alimentos e bebidas;
- ❖ Não pode menosprezar a alimentação saudável;
- ❖ É proibido associar crianças e adolescentes a situações ilegais, perigosas e socialmente condenáveis;
- ❖ Não pode fazer merchandising em programas dirigidos a crianças ou utilizando personagens do universo infantil para atrair a atenção deste público.

Fonte - Associação Brasileira de Agências de Publicidade

ELES MARCARAM ÉPOCA

SCOOBY-DOO

Hanna-Barbera foi um estúdio que fez história na TV com personagens bem originais. E o cachorro Scooby-Doo, seu amigo Salsicha e sua turma de jovens metidos a detetives mantêm-se firme até hoje na TV aberta, timidamente, claro. Uma das versões é exibida no SBT, no programa Sábado Animado. Outros desenhos do Hanna são ‘Os Jetsons’, ‘Os Herculóides’, ‘Zé Colmeia’, ‘Bob Pai Bob Filho’ e ‘Lippy e Hardy’

POPEYE

Um marinheiro marrento que ganha força quando come espinafre. Os quadrinhos criados por Elizie Crisler, em 1929, renderam um dos mais longevos desenhos animados da TV. Foram 109 episódios criados entre 1933 e 1942, exibidos no Brasil pela Globo e SBT. Hoje, somente pode ser visto na TV fechada

MICKEY MOUSE

Disney é sinônimo de desenho animado até hoje e o ratinho Mickey Mouse é a personificação deste fenômeno. No entanto, ele pode até se configurar num profundo paradigma das relações de mercado por ser tão maciçamente transformado em tantos produtos. Mas isso não tira seu encanto no imaginário de tantas gerações

OS CAVALEIROS DO ZODÍACO

Os personagens que nasceram no mangá de Masami Kurumada e ganharam vida no anime sintetizam a estética dos desenhos animados no auge dos anos 1990, com roteiros mais complexos e personagens carregados de referências mitológicas. Nos anos 2000, seu digno sucessor foi ‘Avatar - A Lenda de Aang’, ambientado na cultura asiática e no mundo das artes marciais

HE-MAN

“Pelos poderes de Grayskull.” Quem foi criança entre 1980 e 90 já deve ter gritado muito essa expressão em suas brincadeiras. Fruto de uma linha de brinquedos, “He-Man” esteve em programas como Xou da Xuxa e TV Colosso. A última exibição foi em 2007. He-Man, príncipe de Eternia, lutava contra Esqueleto na defesa de seu reino, tendo como aliado o Gato Guerreiro e um monte de amigos fantásticos. Sua versão feminina, “She-Ra”, também foi sucesso entre a garotada

LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA/INGLÊS
PROFESSOR: ARNALDO DA SILVA CARDOSO

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Reading (Leitura) e Comics (Histórias em Quadrinhos).

Habilidade: (EF09LI07-ES) Identificar argumentos principais e as evidências/exemplos que os sustentam, em charges, anúncios publicitários, notas jornalísticas ou informativas produzidas em inglês e em língua portuguesa.

ALUNO: _____ TURMA: _____

DC COMICS: OUTRA GIGANTE DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

01. Nem tudo gira em torno da Marvel quando o assunto é História em Quadrinho (HQ). A DC Comics é uma das grandes empresas norte-americanas de histórias em quadrinhos. A sigla DC significa **Detective Comics**, o título de uma história em quadrinhos de Batman, publicada em 1939. Os super-heróis criados pela DC Comics fazem parte do chamado “Universo DC”, que consagrou Batman e Superman, os personagens mais famosos criados pela DC Comics. Outros personagens representativos da editora são a Mulher Maravilha, Flash, Lanterna Verde, Aquaman, dentre outros. AGORA É A SUA VEZ! Leia o texto “Desenhos animados perdem espaço na TV aberta” e inspire-se para a atividade de inglês da semana. Conheça abaixo uma das Histórias em Quadrinhos (HQs) mais famosas da DC Comics: Batman. Agora transcreva em inglês SOMENTE o trecho do diálogo em que Batman aparece no Batmóvel. Em seguida, tente traduzir os diálogos para o português. Let's Practice. Good Luck!



* Texto disponível em: <https://www.diariodaregiao.com.br/conteudo/vidaeestilo/desenhos-animados-perdem-espaco-na-tv-aberta-1.57311.html>

** Fotos disponíveis em: <https://3dwarehouse.sketchup.com/model/5c2a7ba8-bf39-487a-8e86-4e94587f6237/dc-comics-logo?hl=pt-BR>

MATEMÁTICA

PROFESSORES: DAGMAR PORTES COELHO E LUZINÉIA ADEODATO PORTO TOMAZ

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Figuras planas e figuras espaciais

Habilidades: (EF02MA14) Reconhecer, nomear e comparar figuras geométricas espaciais (cubo, bloco retangular, pirâmide, cilindro e esfera), relacionando-as com objetos do mundo físico. Reconhecer em suas faces as figuras planas.

ALUNO: _____ TURMA: _____

Qual é a diferença entre 2D e 3D?

A diferença mais óbvia entre 2D e 3D está mesmo no nome. O 2D significa bidimensional e 3D significa tridimensional. Em outras palavras, uma animação 2D tem imagens planas que carecem de profundidade e só se pode mover verticalmente ou horizontalmente. Em contraste, animações 3D adiciona profundidade para praças 2D tornar cubos em 3D. As animações em 3D também se movem em três direções, vertical, horizontal e para a frente (mais perto de você) ou para trás (mais longe de você).

Os objetos planos em animações 2D não são muito convincentes. Eles carecem de profundidade e você só pode visualizá-los de um lado. Na verdade, é impossível confundir uma animação 2D com a vida real, mas isso pode acontecer e acontece com animações em 3D. Os objetos 3D tem texturas, sombras, iluminação, reflexões e outras qualidades que imitam o mundo real. As animações em 3D também têm profundidade para que os objetos podem ser vistos a partir de qualquer lado ou ângulo. A capacidade de mover objetos, luzes e câmeras em três direções maximiza o realismo. Não admira filmes blockbuster (grandes sucessos) contar com animação 3D.

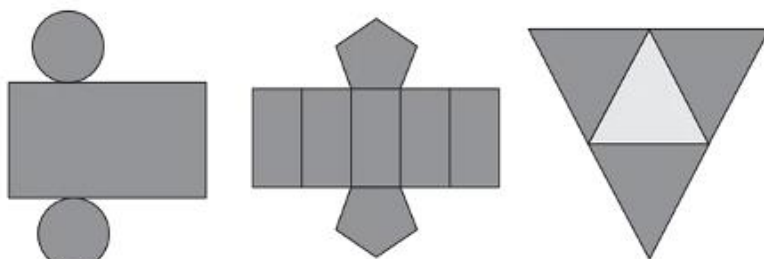


ATIVIDADES

1 – Com base nas informações inferidas do texto acima, assinale a alternativa correta em relação às figuras planas (2D):

- a) Uma figura é considerada plana quando possui exatamente uma dimensão.
- b) Uma figura é considerada plana quando é possível medir seu comprimento, largura e profundidade.
- c) São exemplos de figuras planas: cubo , quadrado  e pirâmide .
- d) Uma figura é considerada plana quando possui exatamente duas dimensões (é possível medir comprimento e largura)

2 – Enem 2012 – Maria quer inovar sua loja de embalagens e decidiu vender caixas com diferentes formatos. Nas imagens apresentadas, estão as planificações dessas caixas.



Quais serão os sólidos geométricos que Maria obterá a partir dessas planificações?

- a) Cilindro , prisma de base pentagonal  e pirâmide .
- b) Cone , prisma de base pentagonal  e pirâmide .
- c) Cone , tronco de pirâmide  e prisma .
- d) Cilindro , tronco de pirâmide  e prisma .

LÍNGUA PORTUGUESA

PROFESSORAS: LEILZA SANTOS NORBERTO E LOURIENE OLIVEIRA

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Anúncio publicitário: Interpretação, estrutura e produção.

Habilidade: (EF69LP02) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças 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.

ALUNO: _____ **TURMA:** _____

Atividade de Língua Portuguesa

Observe o texto publicitário abaixo e responda.

1. Sobre as partes do texto publicitário responda.

- O objetivo do texto é
 - promover uma ideia.
 - motivar os clientes a visitarem a empresa.
 - vender um produtor.
 - falar sobre a importância de bons produtos de beleza.
- Qual o público alvo do anúncio?
- Quem é o anunciante?
- Qual é a ideia central, ou seja, a de maior impacto?
- Qual o argumento utilizado para convencer o leitor?

2. Essa campanha publicitária da marca “Couro Fino” causou polêmica nas redes sociais. Os cartazes trazem a imagem de uma criança com maquiagem e acessórios de adulto. Após a leitura do texto de abertura e uma análise da composição da peça publicitária, identifique no conteúdo da imagem elementos que a tornem inadequada ou até mesmo proibida para divulgação. Explique.

(Disponível em: <https://tribunadoceara.com.br/noticias/ceara/uso-de-imagem-de-crianca-em-propaganda-de-empresa-cearense-gera-polemica/>)

Agora aprenda um pouco mais sobre o “Anúncio publicitário”.

Anúncio publicitário

Anúncio publicitário é um gênero textual usado para promover uma marca, produto, serviço ou ideia para um público definido (**público-alvo**) em um meio de comunicação. Com linguagem persuasiva, ele ajuda a convencer o consumidor a tomar uma ação, que pode ser comprar um produto ou contratar um serviço.

O principal objetivo do anúncio publicitário é chamar a atenção do consumidor e convencê-lo para a compra de uma ideia, produto ou serviço.

Conheça as principais características:

- Caráter comercial
- Linguagem atrativa, criativa, **persuasiva** e adequada ao público que se quer atingir
- Textos verbais (palavras) e não verbais (imagens)
- Uso de verbos no modo imperativo (por exemplo: Confira! Compre! Garanta já o seu!)
- Uso de figuras e vícios de linguagem.

Mesmo podendo ser estruturado com imagens e com textos ou apenas com textos, de modo geral, toda estrutura de anúncio publicitário é formada por itens comuns.

- Título:** é criado com o objetivo de atrair o consumidor, despertar seu interesse e convidá-lo para que continue a leitura. Na maioria das vezes, é escrito em letras maiores, além de ser criativo e inteligente. Para chamar a atenção do público-alvo, é comum que contenha interrogações ou exclamações.



- Imagem:** A imagem é o conteúdo que vai ilustrar o que a empresa quer vender, seja através de fotografias ou de vídeos.

- Corpo de texto:** No corpo de texto, a ideia sugerida no título ganha vida. Por isso, é preciso desenvolvê-la para que também proporcione interação com os interlocutores.

A linguagem utilizada no texto deve ser adequada ao público-alvo, com frases curtas, claras, objetivas e persuasivas.

(Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/anuncio->

3. Agora é a sua vez. Escolha um produto infantil ou infanto-juvenil e elabore um anúncio publicitário. Siga as etapas descritas no box “Anúncio publicitário”.

HISTÓRIA

PROFESSORA: GIOVANA VENTURIM

TURMAS: 6º ANO M01, M02 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Desenho Animado

Habilidades:(EF05HI09) Comparar pontos de vista sobre temas que impactam a vida cotidiana no tempo presente, por meio do acesso a diferentes fontes, incluindo orais.

ALUNO: _____ TURMA: _____



1 – O texto **DESENHOS ANIMADOS PERDEM ESPAÇO NA TV ABERTA**, faz menção a vários desenhos da década de 1980 e 1990, converse com seus pais e faça uma pesquisa com eles, quais os desenhos e os programas infantis eles assistiam e que mais gostavam?



2 – Agora após ler o texto, responda quais desenhos animados ainda são transmitidos e que ainda são sucessos e que você meu aluno assistiu e ainda assiste?

3 – Como são os programas infantis atuais? A diferença dos programas do passado?

GEOGRAFIA

PROFESSORAS: APARECIDA COSTA E VALÉRIA MONTEIRO

TURMAS: 6º ANO M01, M02 E V01

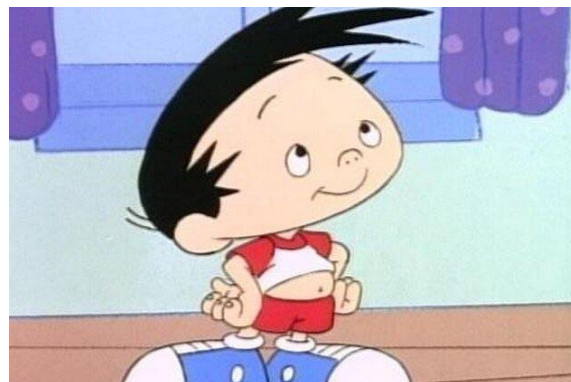
PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Desenho Animado

ALUNO: _____ TURMA: _____

Os desenhos animados assim como os contos de fadas, podem servir para dar a criança noção de moral, senso crítico, noção de certo e errado, bem e mal e consequências de atitudes consideradas inadequadas a partir da sociedade atual.

Os clássicos dos anos 90 apresentavam histórias elaboradas sem classificação da faixa etária que poderia assisti-lo. Por isso os desenhos japoneses, popularmente conhecidos como Anime, ficaram famosos no público infantil. Os conteúdos destes desenhos são altamente elaborados, mas, precisamente para um público mais amadurecido do que o infantil.

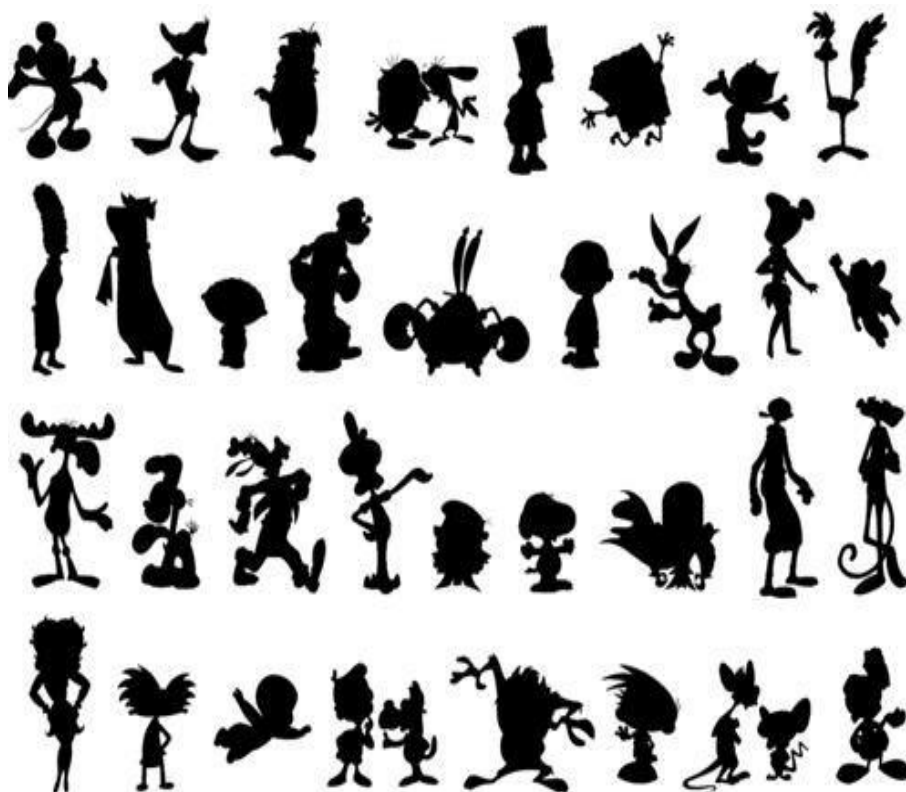


Na atualidade os desenhos possuem classificação da faixa etária em que a criança pode assistir. É importante a supervisão de um adulto enquanto uma criança assiste televisão ou quando navega na internet.

As crianças se identificam com algum personagem de seus desenhos favoritos, através desta identificação as crianças procuram agir de forma parecida com seu personagem favorito. Em alguns casos, as crianças querem roupas que tenham o personagem, brinquedos e fantasias para se sentir parecidos. Daí a importância de observarmos quem e o que tem servido de modelo para nossas crianças seguirem.

No processo terapêutico pode-se compreender muito da criança através de seus relatos sobre personagens preferidos ou através de seus brinquedos.

Com a propaganda voltada à criança totalmente proibida no País, através da legislação, ficou mais difícil conceber um programa infantil na TV aberta, pois são poucas as alternativas para viabilizá-lo comercialmente. Além disso, a Internet, TV paga, Cinema, entre outros, também fez com que os desenhos animados perdessem espaço na TV aberta.



ATIVIDADE 1

De acordo com as informações do texto, os desenhos animados trazem boas e más consequências para as crianças. Na sua opinião, quais são essas consequências?

ATIVIDADE 2

JOGO DAS SILHUETAS

As silhuetas ao lado, são de desenhos animados que fizeram grande sucesso na TV aberta. Tente identificar essas silhuetas, listando o nome de cada uma que você conseguir reconhecer.

ARTE E ENSINO RELIGIOSO

PROFESSORA: MARIA REGINA JESUS VIANA E SAMIRA SANTOS DE SOUZA

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: Desenho animado perde espaço na TV aberta

Habilidade: EF69AR31-08/ES – Relacionar as práticas artísticas às diferentes dimensões da vida social, cultural, política, histórica, econômica, estética e ética.

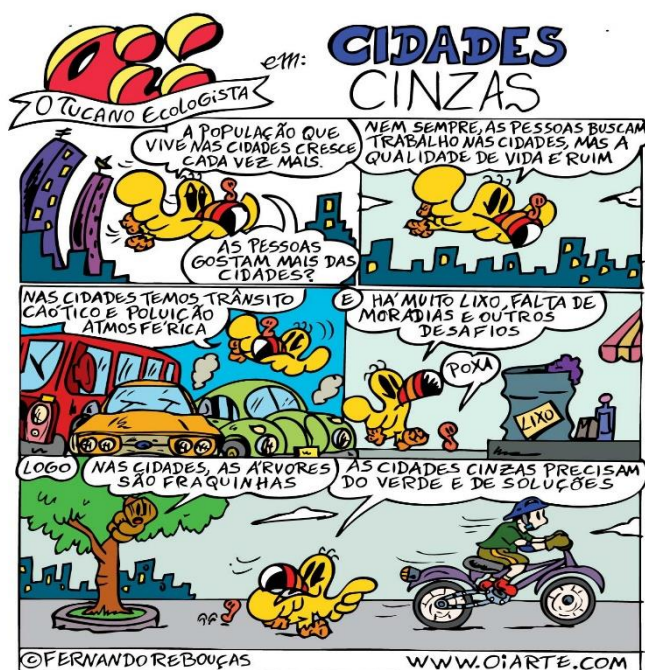
ALUNO: _____ TURMA: _____

DESENHO ANIMADO PERDE ESPAÇO NA TV ABERTA

Sabemos que, quem teve infância nas décadas de 80 e 90 vivenciaram na TV aberta muitos programas infantis voltado a sua idade, como: TV Xuxa, Angélica e outros programas, também existiam histórias dos super-heróis dos quadrinhos como: Cebolinha, Mônica, Magali, Cascão, dentre outros.

ATIVIDADES INTERDISCIPLINAR

- Observe os quadrinhos abaixo, deixe a criatividade fluir e crie uma história em quadrinhos com os personagens de desenho de sua preferência.



CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

PROFESSORAS: DENISE DA SILVA LIMA E LENILDA SANTOS NORBERTO

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: O sentido da visão**Habilidade: EF06CI07) Justificar o papel do sistema nervoso na coordenação das ações motoras e sensoriais do corpo, com base na análise de suas estruturas básicas e respectivas funções.****ALUNO: _____ TURMA: _____**

Nessa semana vamos pensar um pouco sobre os desenhos animados na televisão aberta, e em Ciências, iremos focar na visão propriamente dita. Afinal, só se assiste desenho animado quem tem visão, tem a capacidade de ver, enxergar.

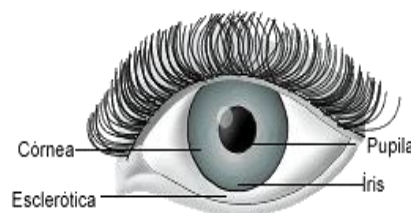
**ÓRGÃOS DOS SENTIDOS**

Os grandes responsáveis pelas diferentes sensações. Os **órgãos dos sentidos** são grandes responsáveis pelas diferentes sensações que experimentamos. Graças a eles podemos **enxergar, ouvir, sentir o gosto e o cheiro das coisas, tocar e sentir objetos**. Essas sensações se dão graças aos: **olhos (visão), ouvidos (audição), boca e língua (paladar), nariz (olfato), mãos e pele (tato)**.

Pelos sentidos podemos perceber se um ambiente está agradável ou não, se possui sons irritantes ou tranquilizantes, se o cheiro é gostoso ou não. Além disso, sentimos o gosto dos alimentos, podendo achá-los bons ou ruins; sentimos coisas quentes e frias; achamos os lugares bonitos ou feios.

A visão é o que nos faz enxergar as coisas. Para isso é necessário ter os olhos saudáveis e ter luz no ambiente, pois no escuro ficamos impossibilitados de enxergar. Para manter a saúde dos olhos é importante não colocar as mãos neles, ler em locais bem iluminados, **não assistir televisão em ambientes escuros**, não olhar direto para o sol e não esfregar ou coçar os olhos.

A energia luminosa (luz) chega aos nossos olhos trazendo informações do que existe ao nosso redor. Nossos olhos conseguem transformar o estímulo luminoso em uma outra forma de energia (potencial de ação) capaz de ser transmitida até o nosso cérebro. Esse último é responsável pela criação de uma imagem a partir das informações retiradas do meio.



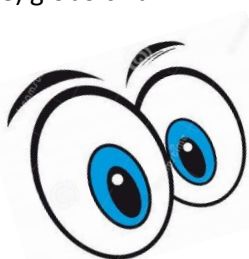
O olho é revestido por três membranas: **esclera, coróide e retina**. A esclera é a camada mais externa, o que chamamos de “branco do olho”.

A parte anterior da esclera é constituída pela córnea, que é uma membrana curva e transparente por onde passa a luz. Além da córnea, há a coróide – essa membrana intermediária apresenta muitos vasos sanguíneos que nutrem as células oculares.

ATIVIDADES

1 - Quando se menciona a “cor dos olhos” de uma pessoa, está-se fazendo referência à coloração da estrutura do globo ocular denominada:

- a) pupila.
- b) cristalino.
- c) córnea.
- d) íris.
- e) globo ciliar.



2 - Fale um pouco sobre você. Cite quais são os cinco sentidos humanos e qual é o sentido que você possui que é mais apurado. Em seguida, fale especificamente sobre sua visão, se usa óculos, se enxerga bem, essas coisas.

3- Muitas são as formas de se desenhar os olhos e suas partes, principalmente em desenhos animados (os animes, por exemplo tem uma forma muito peculiar de se desenhar). **Recorte e cole, ou desenhe os olhos, parte fundamental do sentido da visão, de cinco personagens de desenhos animados** que possuam IRIS, ESCLERÓTICA E PUPILA. Escreva o nome dos personagens também.

EDUCAÇÃO FÍSICA

PROFESSORA: DENISE DA SILVA LIMA

TURMAS: 9º ANO M01 E V01

PERÍODO: 20/07 A 24/07/2020

Conteúdo: As Capacidades Físicas**Habilidade: EF67EF08 Experimentar e fruir exercícios físicos que solicitem diferentes capacidades físicas, identificando seus tipos (força, velocidade, resistência, flexibilidade) e as sensações corporais provocadas pela sua prática.****ALUNO:** _____ **TURMA:** _____

Nessa semana vamos falar sobre os Desenhos animados perdem espaço na televisão aberta. Dentro dessa temática, fizemos uma listagem de alguns desenhos animados de sucesso em anos antes do surgimento das mudanças que contribuíram significativamente para a diminuição do espaço desses desenhos.

Você conhece ou se lembra desses desenhos?

1 - Você conhece os desenhos ilustrados acima?

() sim () não Denomine cada um deles logo abaixo do desenho correspondente.

2 - Circule seu desenho animado preferido dos três e fale um pouco sobre ele, se ainda o assiste, e qual seu personagem favorito.

As capacidades físicas

Capacidades Físicas são definidas como todo atributo físico treinável num organismo humano. Em outras palavras, são todas as qualidades físicas motoras passíveis de treinamento comumente classificadas em diversos tipos: *Resistência, Força, Velocidade, Agilidade, Equilíbrio e Flexibilidade*.

3 – Escreva abaixo a definição de cada uma das capacidades físicas citadas:

Resistência: _____

Força: _____

Velocidade: _____

Agilidade: _____

Equilíbrio: _____

Flexibilidade: _____

4 - Analise o perfil dos personagens de cada desenho animado citado nessa atividade com uma das capacidades físicas: Exemplo: O Mutano, personagem do desenho animado dos Jovens Titãs em ação possui habilidades de alguns animais, e por isso tem a capacidade física agilidade. **Faça essa análise com mais dois personagens com suas capacidades físicas.** (verso da folha)

5 - Qual é a capacidade física que você percebeu que tem de maneira mais desenvolvida e qual ainda precisa desenvolver mais? Fale um pouco sobre como você percebe seu desenvolvimento corporal. (Verso da folha)