

**3^a
SÉRIE**

CANAL SEDUC-PI3



PROFESSOR (A):

**PATRÍCIA
LIMA**



DISCIPLINA:

**OFICINA DE
LÍNGUA
PORTUGUESA**



CONTEÚDO:

REPORTAGEM



TEMA GERADOR:

**SAÚDE NA
ESCOLA**



DATA:

08.06.2019

REPORTAGEM

Conhecimento À VENDA?

Saber é uma atribuição adquirida pelo estudo e impossível de ser comprada. Mas, com os poderes instituídos do capitalismo, aliado às instituições meramente mercadológicas, a sociedade reproduz a "ilusão do saber". Algo corroborado pela crise da família

Confirmação

Nos tempos do capitalismo tardio, o sonho pessoal queada a todo indivíduo capaz de pagar a mensalidade de uma instituição de ensino; inúmeras facilidades são oferecidas, de modo a se agregar cada vez mais estudantes nos quadros universitários. Em princípio, tal mudança de paradigmas seria algo culturalmente excelente, pois mais indivíduos poderiam se especializar profissionalmente e assim favorecer o desenvolvimento social. Todavia, grande parte das mudanças de paradigmas acerca da flexibilização do acesso ao ensino superior ocorre por questões meramente mercadológicas, pois corporações empresariais, camufladas socialmente como instituições de ensino, e que fizeram do sistema de ensino um mercado extremamente lucrativo, um grande negócio movimentador da economia atual.

No mundo pós-moderno, qualquer pessoa agora pode ter seu diploma, desde que possa pagar pela obtenção do mesmo. Tal como destaca com precisão o sublime filósofo e educador Paulo Freire (1921-1997), no contexto dessa realidade educacional norteada pelo primado econômico: "O dinheiro é a medida de todas as coisas, e o lucro, seu objeto principal".

A estrutura educacional brasileira está cada vez mais permissiva; o excesso de flexibilidade nos processos de avaliação do ensino básico favorece o desenvolvimento consentido de analfabetos funcionais, indivíduos incapazes de compreender o sentido de textos intelectualmente mais refinados, assim como de expressarem suas próprias ideias de forma clara e consistente em escritos.

Uma vez ingresso nessa instituição mantenedora da ideologia da "vida academicamente fácil", o estudante tende a se considerar para além de qualquer sis-



RENATO NUNES BITTENCOURT É DOUTOR EM FILOSOFIA PELO PPGF-UFRJ, PROFESSOR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA FACULDADE CCAA, DA FACULDADE FLAMA E DO DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA DO COLÉGIO PEDRO II. TAMBÉM É Membro DO GRUPO DE PESQUISA SPINOZA & NIETZSCHE

→ Título

→ Conteúdo
↓
Resumo

→ Nome do
Repórter

* FREIRE, Pedagogia do oprimido, p. 51.

www.portalcienciaevida.com.br • filosofia ciência&vida • 15

REPORTAGEM - CARACTERÍSTICAS

Vale lembrar que a estrutura básica dos textos jornalísticos é dividida em **três partes**:

Título Principal e **Secundário**: as reportagens, tal qual as notícias, podem apresentar dois títulos, um principal e mais abrangente (chamado de **Manchete**), e outro secundário (uma espécie de **subtítulo**) e mais específico.

Lide: A lide pode ser considerada uma espécie de **resumo**, onde as palavras chave serão apontadas nos primeiros parágrafos.

Corpo do Texto: Desenvolvimento do texto, sem perder de vista o que foi apresentado na Lide. Nessa parte, o repórter reúne **todas as informações** e as apresenta num texto **coesão e coerente**.

Principais Características da Reportagem

- Textos em primeira e terceira pessoa;
- Presença de títulos;
- Temas sociais, políticos, econômicos;
- Linguagem simples, clara e dinâmica;

Principais Características da Reportagem

- (Discurso) direto e indireto:
→ O autor da reportagem utiliza suas palavras para transcrever a fala.
→ Fala a gramática da fala no texto de alguém.
- Objetividade e subjetividade:
→ O autor coloca-se no texto.
- Linguagem formal:
- Textos assinados pelo autor.

Compre com segurança na internet

A pessoa que idealizou a transação financeira com um cartão de plástico pela internet merece um prêmio. Ela conseguiu unir conforto e praticidade à prática milenar das compras. Devido à ação dos criminosos da rede, contudo, é preciso acrescentar mais uma característica: segurança. Ninguém vai apontar uma arma enquanto você estiver na rede. Mas, sem o devido cuidado, você pode perder dinheiro em um piscar de olhos – ou clicar de mouse. Saiba como se proteger.

Uma informação importante para entender o problema: o Brasil foi apontado como **o terceiro país no mundo com o maior número de fraudes on-line**, de acordo com **relatório** da empresa de segurança Symantec, publicado no primeiro trimestre. Isso inclui o furto de informações bancárias e números de cartões de crédito. **Bernardo Carneiro**, **diretor da Site Blindado S/A**, aponta uma das razões dessa popularidade entre os criminosos: “**O comércio eletrônico somou um faturamento de 10,5 bilhões de reais em 2009 e o crescimento tem sido cada vez mais acelerado**”. **Com mais dinheiro circulando, cresce o interesse dos criminosos**. As empresas de segurança conhecem os riscos e desenvolvem continuamente mecanismos para evitar as fraudes. **Mas não custa ficar atento a algumas dicas específicas de segurança.**

Na hora da compra on-line:

– Verifique se a loja possui uma certificação de segurança: procure conhecer melhor os estabelecimentos virtuais que frequenta. **Muitos deles possuem selos de empresas especializadas em proteção de informações.** Invista parte do seu tempo clicando e lendo sobre essas companhias.

- **Antivírus e computadores:** evite fazer compras a partir de computadores considerados públicos, como os do trabalho ou **lan houses**. Você nunca sabe o que pode estar instalado nessas máquinas. Em casa, deixe sempre seu antivírus atualizado. Não é uma prática demorada e pode evitar o roubo dos seus dados.
- **Desconfie:** não coloque seu número de cartão de crédito em sites praticamente desconhecidos que oferecem **promoções inacreditáveis**. Eles podem roubar seus dados ou lidar com contrabando. Nos dois casos, você pode não receber o produto – nem ver o seu dinheiro outra vez. Compre com segurança na internet.

Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/tech/dicas/compre-com-seguranca-na-internet/#more-308>>.

Acesso em: 23 jul 2010.