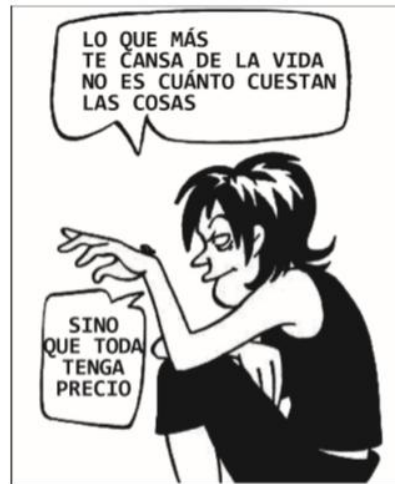


Aluno (a):

Nº

01.



Disponível em: www.maitena.com.ar. Acesso em: 19. ago. 2011.

A charge faz uma crítica:

- a) A uma sociedade em que tudo tem um preço.
- b) Ao individualismo da sociedade contemporânea.
- c) Ao preço elevado dos produtos comercializados.
- d) À desvalorização que as pessoas sofrem no mundo atual.
- e) Ao valor exagerado que se dá às coisas nos dias de hoje.

02.



Disponível em: www.fotolog.com.br. Acesso em: 21 ago. 2011.

Esse anúncio faz parte de uma campanha de conscientização que pretende:

- a) Chamar a atenção para o perigo de extinção de alguns animais.
- b) Alertar sobre o risco do consumo abusivo de bebidas enlatadas.
- c) Denunciar o impacto ambiental causado pelo ser humano.
- d) Fazer um catálogo com as pegadas das variadas espécies.
- e) Promover uma marca de refrigerante usando a sua embalagem.

03. Adicciones y broncas: ¿Por qué dejó Facebook?

Pese al indudable éxito de la marea azul de Facebook, algunas personas optan por un mundo menos conectado. “Yo lo dejé porque era increíblemente adictivo y perdía muchísimo tiempo”, explica Sonia (nombre ficticio), una médica madrileña de 35 años. En cada visita los usuarios de la red suelen pasar 20 minutos en media.

Las personas que deciden abandonar el lugar suelen argumentar parecidas razones: pérdida de tiempo, relaciones superficiales o falta de privacidad. La última parte es en la que la red social ha avanzado más, en gran parte obligada por las autoridades de diferentes países. Desde hace un tiempo, el usuario tiene más opciones sobre qué quiere compartir y con quién.

“En mi caso hubo un motivo concreto, una bronca con un familiar muy cercano. Después del enfado, fui a excluirlo de la lista de amigos. Pero, en el momento de hacerlo, me sentí ridículo al reparar en lo enganchado que yo estaba a esa red y pensé que mejor me eliminaba a mí mismo. Suena a broma pero ocurrió así”, explica Alberto (nombre ficticio), que afirma que se mantiene en otras redes, como Twitter, por motivos laborales.

NAVAS, J. A. *Disponível em: www.elmundo.es. Acesso em: 21 fev. 2012 (adaptado).*

Por meio de depoimentos, o texto exemplifica as razões de alguns usuários do Facebook para abandonar essa rede social. Com relação a Alberto, nome fictício de uma das pessoas citadas, o abandono do Facebook ocorreu porque:

- a) Soube que investia vinte minutos diariamente na rede social.
- b) Percebeu que a sua rotina começara a perder interesse.
- c) Notou a dependência que tinha desenvolvido a essa rede.
- d) Compreendeu que ele expunha a intimidade da sua família.
- e) Descobriu a falta de utilidade da internet para conseguir emprego.

04. El diario La Tercera, en su edición online, resalta que son “150 mil los asistentes a la marcha” y que “exigen plebiscito” si el Gobierno no responde a las demandas. Además, rescata que para los organizadores la movilización fue “exitosa” y remarca que: “Un amplio porcentaje de los asistentes marchó en orden. Sólo al final de la movilización, grupos encapuchados quemaron un automóvil y atacaron edificios en el sector Paseo Bulnes”.

En tanto, el periódico La Hora titula: “Con incidentes culmina nueva marcha por la Educación”. Pero aclara que la manifestación, “que había sido pacífica desde temprano”, finalizó “con disturbios”. Y repite la información del auto quemado en Paseo Bulnes que marca La Tercera, aunque aclara que el Ministro del Interior, Rodrigo Hinzpeter, criticó los “desórdenes”.

Mientras que la edición online de El Mercurio destacó que “incidentes aislados protagonizados por encapuchados se han producido en esta jornada en las principales ciudades del país, una vez concluidas las marchas por la educación”.

Disponível em: www.clarin.com. Acesso em: 3 set. 2011.

O texto resume informações divulgadas por três meios jornalísticos chilenos sobre manifestações estudantis ocorridas nesse país em função da melhoria da educação. Comparando essas informações, constata-se que os três fragmentos:

- a) Destacam o incêndio de um automóvel durante a passeata.
- b) Assinalam tumultos no desfecho das manifestações.
- c) Reconhecem o sucesso das mobilizações realizadas.
- d) Evidenciam o descontentamento de políticos com o evento.
- e) Responsabilizam grupos encapuzados pelos incidentes.

05. Convergencia tecnológica y participación popular

Se están cumpliendo 20 años del “boom” de las radios comunitarias en Argentina, que entre 1985 y 1990 sorprendió al país con la creación de casi 3 mil radios de baja potencia. Estas emisoras lograron, en poco tiempo, abrir los micrófonos a miles de radialistas populares, a la participación del vecindario y de la gente común e influir sustancialmente en la programación radial comercial, con la creación de nuevos formatos en los que tenía un papel central la opinión ciudadana, sin jerarquías ni condicionamientos. Siendo la radio en Argentina el medio más popular y con un alto grado de credibilidad por parte del público, las emisoras comunitarias jugaron un rol fundamental para el fortalecimiento del debate democrático en el país.

PLOU, D. S. *América Latina en Movimiento*, n. 421, jun. 2007. *Disponível em: http://alainet.org. Acesso em: 23 fev. 2012 (adaptado).*

O texto destaca a importância das emissoras de rádio comunitárias na Argentina. Considerando especificamente a época do denominado boom, as emissoras populares:

- a) Criaram milhares de fontes de emprego para radialistas.
- b) Surpreenderam o país com a oferta de rádios de baixo custo.
- c) Convocaram a comunidade para a participação em comerciais.
- d) Incutiram um novo paradigma centralizado na opinião pública.
- e) Tiveram um papel preponderante no condicionamento dos ouvintes.