



SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA  
REDE MUNICIPAL DE ENSINO  
ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES

Componente curricular: Língua Portuguesa  
Período: 05/04/2021 a 29/04/2021

Etapa: Ensino Fundamental I  
Turma: 4º ano

CADERNO 2

AULA 1,2e 3-

Livro didático de “Língua Portuguesa”, páginas 10,11,12,13, com o tema “Boa Viagem”.

- Fazer a Leitura e interpretação do texto e imagens. Responda as questões do livro didático do número 1,2,3,4 .

**CAPÍTULO 1 BOA VIAGEM!**

**LEITURA 1**

Você vai ler a seguir dois anúncios publicitários que promovem o turismo em dois estados brasileiros.

Antes de fazer a leitura, observe as imagens que os compõem e tente identificar que características desses estados parecem estar em destaque.

Pelas imagens, você escolheria viajar para qual desses lugares? Leia os anúncios e, depois, veja se sua escolha continua a mesma.

**Anúncio 1**

**SERGIPE: ESTADO ÚNICO, ATRAÇÕES SEM IGUAL.**  
SERGIPE TEM TUDO PARA UMA VIAGEM INESQUECÍVEL.  
SÃO PRAIAS DE ÁGUA MORNIA, UM DOS MAIORES CÂNIONS DO MUNDO, TRILHAS, PARQUES, MUSEUS, GASTRONOMIA E MUITO MAIS.  
É O MELHOR: VOCÊ CONHECE TODAS AS ATRAÇÕES, DO LITORAL AO INTERIOR, EM POUCO TEMPO, EM UMA MESMA VIAGEM.  
FAÇA AS MALAS E DEIXE SERGIPE SURPREENDER VOCE.

**ENCANTE-SE**

**SERGIPE: ESTADO ÚNICO, ATRAÇÕES SEM IGUAL.**  
SERGIPE TEM TUDO PARA UMA VIAGEM INESQUECÍVEL.  
SÃO PRAIAS DE ÁGUA MORNIA, UM DOS MAIORES CÂNIONS DO MUNDO, TRILHAS, PARQUES, MUSEUS, GASTRONOMIA E MUITO MAIS.  
É O MELHOR: VOCÊ CONHECE TODAS AS ATRAÇÕES, DO LITORAL AO INTERIOR, EM POUCO TEMPO, EM UMA MESMA VIAGEM.  
FAÇA AS MALAS E DEIXE SERGIPE SURPREENDER VOCE.

**cânions:** vales profundos cavados por um fluxo de água.

10

Conheça paisagens que vão  
fazer você esquecer da vida  
ou lembrar como ela pode ser bela.

## Anúncio 2

Conheça paisagens que vão  
fazer você esquecer da vida  
ou lembrar como ela pode ser bela.

100.00 Turismo, Cultura e Esporismo/ANTUR

## ATIVIDADES

- 1 Antes de fazer a leitura dos anúncios, você observou as imagens e, com base nelas, escolheu seu destino preferido. Após a leitura dos anúncios, sua escolha continuou sendo a mesma ou você mudou de ideia? Por quê? Converse com os colegas e o professor.



- 2 Apesar de divulgarem estados brasileiros diferentes, podemos dizer que os anúncios lidos têm a mesma intenção e públicos semelhantes.

- a) Quais são as possíveis finalidades desses anúncios? Assinale um **X** na alternativa correta.

- Despertar o interesse das pessoas para os serviços sociais existentes em cada localidade e incentivar o apoio a eles.
- Promover a cultura popular de cada estado e incentivar o apoio aos artistas locais.
- Divulgar as belezas naturais dos dois estados e promover o turismo nas localidades anunciadas.
- Divulgar os resultados positivos na área da educação nos dois estados e motivar as pessoas a investir nas escolas das regiões.





b) Para quem esses anúncios provavelmente foram escritos?

- Apenas para pessoas que desejam conhecer cidades do interior brasileiro.
- Para possíveis turistas que apreciam as belezas naturais e a cultura brasileira.
- Para possíveis turistas que se encantam com o litoral de países estrangeiros.
- Apenas para pessoas que desejam conhecer locais urbanos e muito movimentados.

3 Observe novamente os dois anúncios publicitários, prestando atenção em como se dá a relação entre texto e imagem neles.

a) Em ambos os anúncios, podemos dizer que:

- os textos verbais ocupam menos espaço, e as imagens estão em posição de destaque.
- os textos verbais ocupam mais espaço, e as imagens aparecem de forma secundária.

b) Por que você acha que a relação entre texto verbal e imagem foi construída da maneira como você identificou no item anterior? Explique.

---

---

---

4 Agora, releia os dois anúncios reparando nos textos verbais.

a) Que texto verbal mais se destaca em cada anúncio? Por quê?

---

---

---

b) Podemos dizer que as formas verbais **encante-se**, no anúncio 1, e **conheça**, no anúncio 2, têm intenção de:

- narrar, contar e criticar.
- aconselhar, convidar e convencer.

c) Nos dois anúncios, há outras formas verbais que apresentam as mesmas intenções assinaladas no item anterior. Copie as frases em que elas aparecem. Depois, sublinhe cada forma verbal identificada.

Os **anúncios publicitários** que você leu foram criados com o objetivo de promover o turismo nos estados brasileiros que divulgam.

Os anúncios publicitários geralmente são compostos de texto verbal e texto não verbal (imagens) e utilizam linguagem simples, clara e direta, a fim de convencer os leitores a comprar um produto ou serviço ou, ainda, a aderir a uma ideia.



lucy/ArtStation

## AULA 4,5 e 6 –

Livro didático de “Língua Portuguesa”, **páginas 16,17,18** com o tema “Encontro vocálico: ditongo, hiato e tritongo”.

- Responder as questões do livro didático do número 1,2,3,4 e 5 .

### PENSANDO A LÍNGUA

#### Encontro vocálico: ditongo, hiato e tritongo



- 1 Leia as palavras a seguir, retiradas dos anúncios publicitários de Sergipe e Santa Catarina.

praias \_\_\_\_\_

museus \_\_\_\_\_

gastronomia \_\_\_\_\_

paraíso \_\_\_\_\_

viagem \_\_\_\_\_

perfeitas \_\_\_\_\_

deixe \_\_\_\_\_

cachoeiras \_\_\_\_\_

- a) Nessas palavras há vogais que aparecem juntas. Circule essas vogais. Depois, separe as sílabas de cada palavra.
- b) Ao fazer a separação silábica, as vogais que apareciam juntas ficaram na mesma sílaba? Ou ficaram em sílabas diferentes?
- c) Em quais palavras as vogais ficaram na mesma sílaba?

---

---

- 2 Leia o nome das cidades brasileiras abaixo e separe as sílabas.

Guairaçá \_\_\_\_\_

Araguaiana \_\_\_\_\_

- Com um colega, observe a separação silábica dessas palavras e respondam:

- a) Os encontros de vogais dessas palavras ficaram na mesma sílaba ou em sílabas diferentes?

---

---

- b) Em relação às vogais que ficaram juntas na mesma sílaba, quantas eram?

---

3 Leia a seguir os tipos de encontro vocálico.

Encontro de duas vogais na mesma sílaba: **ditongo**.

Encontro de duas vogais em sílabas diferentes: **hiato**.

Encontro de três vogais na mesma sílaba: **tritongo**.

- Agora, escreva as palavras das atividades 1 e 2, cujas sílabas você separou, que correspondam a cada encontro vocálico.

a) **Ditongo:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) **Hiato:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) **Tritongo:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- Em alguma das palavras que você escreveu há mais de um encontro vocálico? Explique.

4 Na separação de sílabas, quais encontros vocálicos permanecem juntos na mesma sílaba e, portanto, não devem ser separados no fim da linha, ao escrever um texto à mão?

5 Junte-se a um colega para observar o som representado pelos ditongos **ei**, **ai** e **ou**.

a) Digam em voz alta o nome do que aparece em cada imagem.

Reprodução/Casa da Moeda do Brasil/Ministério da Fazenda



Prasobv Alawei/Shutterstock

**Dica:** todos os nomes têm **ei**.

As imagens não estão representadas em tamanho proporcional entre si.

- Ao falar essas palavras, vocês notaram alguma diferença em relação ao som representado pelo ditongo **ei**?
- Escreva abaixo das imagens os nomes que vocês falaram, prestando atenção na escrita desse ditongo.

b) Agora, digam em voz alta o nome do que aparece nas imagens abaixo.



ESB Profissional/Shutterstock

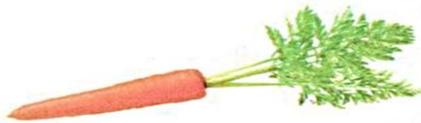


Christian Bertrand/Shutterstock

**Dica:** todos os nomes têm **ai**.

- Ao falar essas palavras, vocês notaram alguma diferença em relação ao som representado pelo ditongo **ai**?
- Registre abaixo das imagens os nomes que vocês falaram, prestando atenção na escrita desse ditongo.

c) Agora, façam o mesmo com as imagens a seguir.



Valentina Raunova/Shutterstock



Reprodução/Arquivo da editora

**Dica:** todos os nomes têm **ou**.

- Ao falar essas palavras, vocês notaram alguma diferença em relação ao som representado pelo ditongo **ou**?
- Registre abaixo das imagens os **nomes que vocês falaram**, prestando atenção na escrita desse ditongo.

18

## AULA 7,8 e 9 –

Livro didático de “Língua Portuguesa”, **páginas 19,20,e 21** com o tema “Palavras com c, s, ss e ç”. Atividades 1, 2,3,4 e5.

### Palavras com c, s, ss e ç

- 1 Releia um trecho do anúncio publicitário de Sergipe.

Governo Federal/EMSETUR

- a) Observe as palavras destacadas no texto e leia-as em voz alta. O que as letras **c**, **s** e **ç**, que estão em laranja, têm em comum nessas palavras?

- b) Agora, compare o som representado pelas letras **c**, **s** e **ç** nessas palavras com o som representado por **ss** na palavra **passeio**. O que você notou?

- 2 Com um colega, leia as palavras do quadro prestando atenção nos sons representados pela letra **c**.

único

cânions

conhece

cidade

você

- a) Nessas palavras, a letra **c** representa sempre o mesmo som? Expliquem.

- b) Observem a vogal que aparece depois da letra **c** em cada palavra do quadro e reparem no som que essa letra representa em cada caso. O que vocês notaram?

---

---

19

- c) Leiam em voz alta a palavra **cuidado** e prestem atenção no som representado pela letra **c**. O som é igual ao que a letra **c** representa em quais palavras do quadro da página anterior?

---

---

- 3 Leia em voz alta as palavras do quadro e observe o som representado pela letra **s**.

Sergipe    Brasil    paraíso    paisagem    surf    pensar

- a) O som representado pela letra **s** nessas palavras é sempre o mesmo?

---

---

---

- b) Observe as letras que aparecem antes e depois da letra **s** nas palavras **Brasil**, **paraíso** e **paisagem** e repare no som que a letra **s** representa nesses casos. O que você notou?

---

---

---

- c) Agora observe a posição em que a letra **s** aparece nas palavras **Sergipe**, **surf** e **pensar** e repare no som que a letra **s** representa nesses casos. O que você notou?

---

---

- 4 Complete as palavras abaixo com **c**, **s**, **ss** e **ç**. Quando tiver dúvida, consulte um dicionário.

- |                  |                     |                 |
|------------------|---------------------|-----------------|
| a) na ____ ional | e) ultrapa ____ ar  | i) a ____ eitar |
| b) ____ ereal    | f) ca ____ amento   | j) ____ ítio    |
| c) bol ____ a    | g) preocupa ____ ão | k) ca ____ ula  |
| d) con ____ umo  | h) pe ____ oa       | l) caro ____ o  |

5 Observe as palavras da atividade anterior e responda às questões. Se tiver dúvida, consulte um dicionário.

a) As letras **ç** e **ss** aparecem no início das palavras?

\_\_\_\_\_

b) O **ç** apareceu antes de quais vogais?

\_\_\_\_\_

c) Antes e depois de **ss** aparecem vogais ou consoantes?

\_\_\_\_\_

d) Qual é a diferença entre o som representado pela letra **c** antes de **a, o, u** e pela letra **c** antes de **e** e **i**? Exemplifique.

e) Qual é a diferença entre o som representado pela letra **c** antes de **a, o, u** e pela letra **ç** antes de **a, o, u**? Exemplifique.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Como você viu, as letras **c, s, ss** e **ç** podem representar o mesmo som, como em **você, sempre, passeio** e **coração**.

A letra **c**, no entanto, representa outro som quando está diante das vogais **a, o, u**, como em **calma, coruja** e **curativo**.

Já a letra **s**, quando está entre vogais, representa o mesmo som que a letra **z**, como em **casa** e **museu**.

## AULA 10 e 11 –

### Anúncio publicitário

Neste capítulo, você viu anúncios publicitários que promovem o turismo em dois estados brasileiros. Agora é a sua vez de produzir um anúncio publicitário sobre o município onde você mora para mostrar todo o potencial turístico do local.

#### Produção de texto.

- Observe a imagem abaixo e crie um anúncio para mostrar as belezas do nosso Município e convidar os turistas a visitá-lo.



## AULA 12 e 13

- Leia o texto abaixo e responda as alternativas abaixo 1,2 e 3 no caderno.



Em: <https://professorasuzyclay.blogspot.com/2014/03/interpretacao-de-texto-propaganda>.

1. Na frase **RENDE TANTO QUE SÓ FOME DE ELEFANTE PARA DAR CONTA**, a expressão grifada significa que o molho de tomate:

- ( ) rende muito e dá para fazer muitos pratos.
- ( ) é muito saboroso.
- ( ) tem um sabor muito forte.
- ( ) rende pouco.

2. Por que a propaganda não usou a expressão "fome de leão no lugar de fome de elefante"?

- ( ) Porque elefantes comem molho de tomate e os leões não.
- ( ) Porque o elefante é o "garoto propaganda" da marca.
- ( ) Porque elefante como menos que o leão.
- ( ) Porque o elefante é maior que o leão.

3. O objetivo dessa propaganda é:

- ( ) vender macarrão.
- ( ) aumentar o consumo de massas.
- ( ) vender molho de tomate.
- ( ) vender gibis da Turma da Mônica.

## AULA 14- Avaliação bimestral

## AULA 15 e 16-

### HORA DA LEITURA

1 – Abaixo temos duas páginas do Livro **Vem Voar**, Língua Portuguesa, Alice Ribeiro Silvestre, Editora Scipione, 2019, p. 24 e 25 (livro do aluno), com um roteiro das principais atrações do local a ser visitado. Faça uma leitura silenciosa de todo o texto.

## LEITURA 2

Quando alguém vai fazer uma viagem, geralmente deseja conhecer as principais atrações turísticas do local a ser visitado, não é mesmo?

Você acha que traçar um roteiro turístico antes de viajar é bom para organizar o trajeto e permitir que se aproveite ao máximo cada atração? Ou acha que os roteiros limitam muito os passeios e acabam tornando as experiências menos surpreendentes?

O roteiro turístico a seguir foi extraído de uma revista e apresenta as principais atrações de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Faça a leitura e imagine como seria sua estadia nessa cidade.

O básico em...

# Porto Alegre

Prepare seu chimarrão e vá aproveitar o que a capital gaúcha tem de melhor

Por **Cristiane Sinatura**



2. Usina do Gasômetro

Rubens Chaves/Pulsar Imagens

S  
O  
I  
?  
S  
A

### 1 GUAÍBA

O lago – que os porto-alegrenses chamam de rio por conta do tamanho – é um bom ponto de partida para explorar a cidade. O passeio de barco passa por diversas ilhas do Delta do Jacuí, como a das Flores, e alguns incluem almoço ou jantar a bordo. Um projeto de revitalização da orla pretende transformar os antigos galpões do cais em restaurantes, além de acrescentar calçadão, ciclovias, quiosques, bar flutuante e um parque.

**chimarrão:** bebida típica do Rio Grande do Sul. Servida quente e sem açúcar, assemelha-se a um chá bem amargo.

**suvenires:** objetos típicos de determinado lugar e vendidos como lembranças aos turistas.

### 2 USINA DO GASÔMETRO

Na orla do Guaíba, um marco inconfundível é a chaminé de 137 metros de altura da Usina do Gasômetro, que funcionou de 1928 a 1954. Hoje, preservando a estrutura original, tornou-se espaço cultural com teatro, cinema, exposições, oficinas, café e livraria.

### 3 PARQUE FARROUPILHA (OU REDENÇÃO)

O espaço verde tem belos projetos de paisagismo, lago com pedalinhas, monumentos, orquidários e minizoo. Aos domingos, sedia o Brique da Redenção, feirinha de antiguidades e artesanato com 300 barracas. Também há apresentações de músicos, capoeiristas e artistas de teatro ao ar livre.

### 4 MERCADO PÚBLICO

De 1869, é o lugar ideal para comprar produtos típicos do Sul e suvenires. Depois de xeretar as bancas de frutas, carnes, artesanato e doces, não deixe de conhecer uma instituição gastronômica da cidade [...]

### 5. Catedral Metropolitana



Ale Ruaro/Pulsar Imagens



1. Guaíba



6. Casa de Cultura Mario Quintana



4. Mercado público



3. Parque Farroupilha

## 5 CENTRO

O Palácio Piratini é a sede do governo estadual, inaugurada em 1921 — também foi residência de Getúlio Vargas. As visitas guiadas levam para ver os salões do piso superior, com pinturas do italiano Aldo Locatelli. No térreo, estão guardados antigos veículos oficiais [...] Ao lado do palácio, a **Catedral Metropolitana**, da década de 1920, tem mosaicos assinados por artistas do Vaticano, esculturas de Paul Landowski (autor do Cristo Redentor carioca) e uma das maiores cúpulas do mundo. Para fechar o trio, o Theatro São Pedro, de 1858, resplandece com programação de concertos e visitas guiadas depois de uma bela reforma.

**cúpulas:** partes interiores e côncavas de construções de concreto arqueadas ou arredondadas.

**pradarias:** grandes extensões de terrenos planos onde não há árvores ou arbustos, mas capim baixo em abundância.

## 6 CASA DE CULTURA MARIO QUINTANA

Ocupando o prédio do Majestic, outrora o hotel mais requintado de Porto Alegre, a instituição tem exposições, oficinas, atividades infantis e programação de cinema, teatro, dança e literatura. Há uma reprodução do quarto em que Mario Quintana viveu e uma sala que homenageia Elis Regina, nascida na cidade. O jardim Lutzenberger, no quinto andar, é uma beleza, com exemplares típicos do deserto, das pradarias e das florestas tropicais plantados dentro de antigas banheiras do hotel.

## 7 FUNDAÇÃO IBERÊ CAMARGO

Homenageando um dos pintores mais celebrados do Rio Grande do Sul, tem acervo de telas e instalações de vários artistas contemporâneos. A visita vai bem no fim da tarde, para assistir ao pôr do sol na cafeteria — alguns gaúchos afirmam, com veemência, que este é o entardecer mais bonito da cidade.



7. Fundação Iberê Camargo

Viajar pelo mundo. Vinhedo: Rac Mídia, set. 2016. Ano 7, n. 86. p. 24-25.

-Após fazer a leitura do texto das páginas 24 e 25, faça as atividades das páginas 26 e 27, número 1,2 e 3.

**ATIVIDADES**

**1** Você leu um roteiro turístico que apresentou as principais atrações da cidade de Porto Alegre.

- a) Que locais mais chamaram a sua atenção nesse roteiro? Por quê?
- b) Nesse roteiro, são apresentados também os pontos negativos ou apenas os pontos positivos da cidade? Por que você acha que isso acontece?

---

---

---

**2** Volte ao roteiro e, com base nas informações apresentadas, escreva o nome dos lugares em que o turista pode encontrar as atrações abaixo.

a) Paisagens naturais.

---

---

b) Construções antigas.

---

---

c) Manifestações culturais, como cinema, teatro, música, exposições de arte e outros.

---

---

d) Diversão e apresentações artísticas ao ar livre.

---

---

e) Compras de produtos locais e souvenirs.

---

---

3 Algumas personalidades são citadas no roteiro turístico de Porto Alegre.

- a) Observe, à esquerda, as caricaturas dessas personalidades e leia, à direita, os quadros que trazem informações sobre elas. Depois, ligue cada imagem ao quadro correspondente.



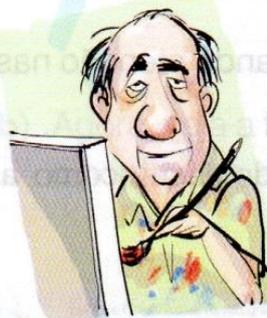
Elis Regina  
(1945-1982).

Artista plástico do Rio Grande do Sul que viveu em Porto Alegre.



Getúlio Vargas  
(1882-1954).

Poeta brasileiro que morou por muito tempo em Porto Alegre.



Iberê Camargo  
(1914-1994).

Cantora da música popular brasileira que nasceu na cidade de Porto Alegre.



Mario Quintana  
(1906-1994).

Foi presidente do Brasil por um longo período e residiu em Porto Alegre.

- b) Agora, pinte as informações dos quadros que mencionam a ligação de cada personalidade com a cidade de Porto Alegre.

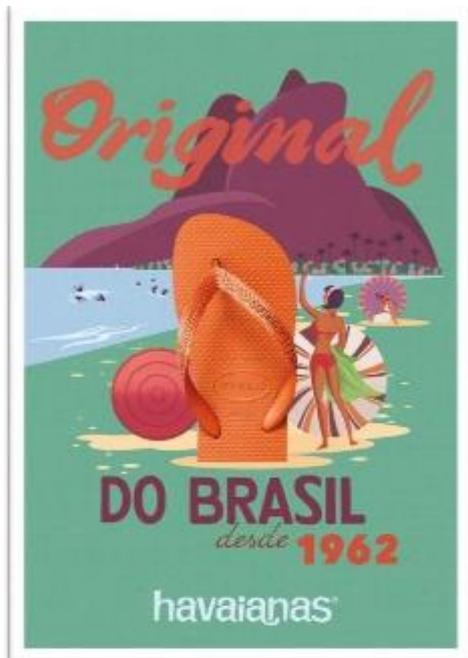
- c) Em sua opinião, conhecer as personalidades citadas no roteiro faz com que o turista tenha maior interesse pela atração ou pela cidade a ser visitada? Por quê?

### Aula 19 e 20-

Após realizar a leitura da página. 24 e 25 escolha uma das principais atrações de Porto Alegre (RS) e grave um vídeo para a professora ouvir sua leitura em voz alta. Ao iniciar o vídeo não se esqueça de se identificar e mande via whats app.

### Aula 21 e 22

Observe a imagem e responda.



1. Esse tipo de texto é:

- a) Um anúncio
- b) Um cardápio
- c) Uma entrevista
- d) Uma receita

2. Onde foi publicado esse anúncio?

- a) Jornal
- b) Panfletos
- c) Revista.
- d) Internet

3. Qual é o público-alvo desse anúncio?

\_\_\_\_\_

4. Qual é o slogan do anúncio?

\_\_\_\_\_

5. Qual é o produto oferecido?

\_\_\_\_\_

6. Há quantos anos o produto é ofertado?

\_\_\_\_\_

7. Esse texto tem a função de:

- a) Divertir o leitor
- b) Informar
- c) Convencer as pessoas
- d) Fazer uma crítica

8. Qual foi a imagem utilizada no anúncio?

\_\_\_\_\_

9. Por que o anunciante escolheu essa imagem?

\_\_\_\_\_

10. Que mensagem o anúncio lhe transmitiu?  
Você acha que foi convincente? Por quê?

\_\_\_\_\_

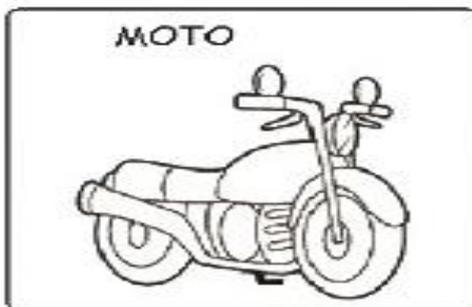
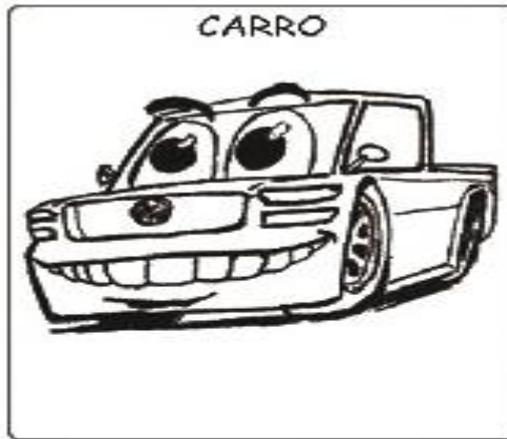
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Aula 23 e 24

Agora é sua vez!!

Escolha um destes artigos abaixo e faça um anúncio bem bonito. Depois de pronto tire foto ou faça um vídeo e envie para a professora.



<https://misturadealegria.blogspot.com/2010/09/trabalhando-com-anuncios-em-sala-de.html>