

# Adieu monde, ou a história de Pierre e Claire

## CONCEITOS A EXPLORAR

**L**íngua Portuguesa

Narração.  
Narrador-observador e narrador-personagem.  
Figuras de linguagem: metáfora.  
Entrevista.

**G**eografia

Relações de tempo e espaço.  
Paisagem geográfica.  
Transumância.

**F**ilosofia

A questão da verdade.  
O mito da neutralidade da informação.

## COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

**L**íngua Portuguesa

Confrontar opiniões e pontos de vista sobre as diferentes linguagens e suas manifestações específicas.

Compreender e usar a Língua Portuguesa como língua materna, geradora de significação e integradora da organização do mundo e da própria identidade.

Articular as redes de diferenças e semelhanças entre a língua oral e escrita e seus códigos sociais, contextuais e lingüísticos.

Analisar os recursos expressivos da linguagem verbal, relacionando textos/contextos, mediante natureza, função, organização e estrutura, de acordo com as condições de produção/recepção (intenção, época, local, interlocutores participantes da criação e propagação de idéias e escolhas, tecnologias disponíveis).

Recuperar, pelo estudo do texto literário, as formas instituídas de construção do imaginário coletivo, o patrimônio representativo da cultura e as classificações preservadas e divulgadas, no eixo temporal e espacial.

Compreender e usar os sistemas simbólicos das diferentes linguagens como meios de organização cognitiva da realidade pela constituição de significados, expressão, comunicação e informação.

## Geografia

Traduzir os conhecimentos sobre a pessoa, a sociedade, a economia, as práticas sociais e culturais em condutas de indagação, análise, problematização e protagonismo diante de situações novas, problemas ou questões da vida pessoal, social, política, econômica e cultural.

## Filosofia

Debater, tomando uma posição, defendendo-a argumentativamente e mudando de posição face a argumentos mais consistentes.

## INTERFACE COM OUTRAS DISCIPLINAS

### Arte

Imagens impressionistas do vídeo.

Recurso da linguagem de cinema e intencionalidade da tomada das cenas.

### Física

Movimento.

## SUGESTÕES PARA EXPLORAR O VÍDEO

### Língua Portuguesa

Gracia Klein

#### Preparação para a exibição

- Antes de exibir o vídeo, coloque o título na lousa e converse com a turma, para ver se alguém conhece a expressão em francês: *adieu monde* (adeus mundo). Discuta as hipóteses levantadas e esclareça o significado.
- Proponha aos alunos a redação de uma narrativa a partir do título do programa, sem conhecer a história.
- Oriente a redação, lembrando os principais elementos da narrativa: fatos em seqüência, que tenham relação de causa e efeito, presença de personagens em determinado tempo e lugar e presença de um narrador.
- Terminada a tarefa, peça para alguns estudantes lerem em voz alta a narrativa.
- Selecione uma das histórias (de preferência a mais bem estruturada em termos de narrativa) e desmembre esses elementos na lousa: enredo; personagens; localização no tempo e no espaço; narrador.



## A pós a exibição

Analise o vídeo com os alunos do ponto de vista da estrutura narrativa, associando com o trabalho desenvolvido anteriormente. Chame a atenção para o fato de que não há um encadeamento

lógico dos fatos, pois diversos narradores se sobrepõem com informações contraditórias. Essas marcas de oralidade dificultam a construção seqüencial da história.

### Atividades

1. Peça para os alunos reescreverem a narrativa a partir das várias versões apresentadas no vídeo. Deixe que cada um escolha para escrever a história de um dos narradores, contanto que dêem uma seqüência lógica à narrativa.
2. Proponha que elaborem uma narrativa na primeira pessoa, do ponto de vista de Pierre ou de Claire. O narrador será ao mesmo tempo personagem e protagonista. Chame a atenção para o conteúdo de emoção e subjetividade natural na narração em primeira pessoa e peça que escrevam alguns trechos sob a forma de discurso direto.
3. Parta da metáfora “Uma história de amor é um salsichão”, e explique os efeitos dessa figura de linguagem. Depois, peça aos alunos que identifiquem outras metáforas no vídeo e criem suas próprias, a partir de um determinado objeto ou de uma situação.
4. Em qualquer povoado, cidade ou lugarejo há histórias de amor, mistério, terror etc. Em sua cidade não deve ser diferente. Oriente os alunos para fazerem um levantamento das histórias mais conhecidas e mais apreciadas – um grande amor, realizado ou não, uma tragédia, um mistério não resolvido etc. O importante é que um grande número de pessoas conheça o fato, ou pelo menos tenha ouvido falar dele. Organize a classe em grupos de cinco alunos e peça para entrevistarem pessoas da comunidade. Como no vídeo, os personagens, o tempo e o espaço devem ser os mesmos; mudarão alguns fatos e enfoques. Para encerrar, os grupos apresentarão as diferentes versões para a classe.

## Geografia

Marilice Brangati Toledo

O vídeo registra, em uma paisagem montanhosa dos Pirineus, na fronteira entre França e Espanha, a transumância que marca os ciclos do pastoreio.

No verão, os rebanhos pastam na montanha, menos quente, enquanto no inverno são levados para a planície. Exiba o vídeo e em seguida explore o tema com os alunos.

### Atividades

1. Proponha aos alunos uma discussão sobre os motivos pelos quais Pierre quer abandonar seu trabalho, que certamente é o mesmo desempenhado há séculos por sua família, sugerindo alternativas:
  - Falta de perspectivas futuras?
  - Melhores oportunidades na cidade?
  - O trabalho é rude e penoso, obrigando-o a permanecer em solidão boa parte do ano?
2. Peça para observarem a paisagem típica da montanha; as pequenas vilas onde predomina uma população mais idosa, enquanto os jovens procuram a vida urbana, mais atraente e com melhores perspectivas de emprego. Sugira uma comparação com a realidade local:
  - Será que essa situação está acontecendo em sua cidade?
  - Por que estaria acontecendo?
  - Quais as conseqüências para a comunidade?

O vídeo, que se passa num vilarejo no interior da França, sugere a discussão de uma questão importante em Filosofia: o problema da verdade. Existe um **fato**: Pierre está indo embora. A partir desse fato se produzem várias versões para tentar responder às seguintes perguntas: *Por que Pierre foi embora? Para onde foi Pierre?* Várias hipóteses podem ser levantadas. Por exemplo:

- Apaixonou-se por uma moça muito bonita, talvez um amor proibido, e eles fugiram.
- Perdeu seu rebanho num jogo de cartas e, envergonhado, resolveu ir embora.
- Quando avistou o outro lado da montanha, pensou: "Como o mundo é grande!". E foi embora, para ver o mundo.
- Vendeu o rebanho, foi embora e pegou um barco.

## Atividade

Elabore com os alunos um trabalho de reflexão filosófica, alertando-os para uma leitura mais crítica daquilo que assistem na televisão e lêem nos jornais, para que não se deixem levar pelos sonhos que as propagandas costumam prometer. Divida a classe em dois grupos e atribua uma tarefa a cada um deles.

**Grupo 1.** Analisar como a mídia impressa (jornais, revistas e outros periódicos) e a televisão (noticiários e programas) apresentam os fatos. Sugira, por exemplo, que comparem o modo como os di-

São pelo menos quatro versões sobre um único fato. Cabe perguntar: entre os fatos e as versões, onde está a verdade? Essa relação entre fato e versão nos leva a uma reflexão importante, principalmente na atualidade:

## O mito da neutralidade da informação

**Acredita-se em geral que, quando um jornalista retrata um fato, ele o descreve da forma mais objetiva possível. Retira o fato da realidade e o transforma em sua linguagem. Nessa equação, a linguagem corresponderia ao fato. Contudo, sabemos que, ao registrar um fato, o jornalista muitas vezes coloca seus valores, suas crenças, suas opiniões, ou seja, sua visão de mundo – mesmo que essa intervenção não seja intencional.**

versos órgãos de imprensa noticiam um mesmo fato.

– *Por trás de uma notícia é possível detectar valores, crenças, enfim, as opiniões do autor ou da empresa para a qual ele trabalha?*

**Grupo 2.** Analisar como a propaganda e o marketing vendem os produtos (produtos propriamente ditos; imagem da empresa ou da marca etc.). Peça-lhes que observem tanto a publicidade veiculada pela mídia, em geral, como a que é feita nos próprios produtos.

## Consulte também

### Livros

- ARANHA, M.L. & MARTINS, M.L. *Filosofando*. São Paulo, Moderna, 1995.
- CEREJA, William Roberto & MAGALHÃES, Thereza C. *Texto e interação. Uma proposta de produção textual a partir de gêneros e projetos*. São Paulo, Atual, 2000.
- CHAUÍ, M. *Convite à filosofia*. São Paulo, Ática, 2000.
- GEORGE, Pierre. *Geografia rural*. São Paulo, Difel, 1994.

- LIPIETZ, A. *Audácia, uma alternativa para o século XXI*. São Paulo, Nobel, 1993.
- SANTOS, Milton. *O espaço do cidadão*. São Paulo, Nobel, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo, Hucitec, 1990.
- WILLIAMS, R. *O campo e a cidade: na história e na literatura*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.