GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Educação

Material Estruturado

SUBSECRETARIA DE EDUCAÇÃO BÁSICA E PROFISSIONAL — GERÊNCIA DE CURRÍCULO DA EDUCAÇÃO BÁSICA

1.ª série | Ensino Médio

- MORFOSSINTAXE DAS DIFERENTES GRAMÁTICAS (NORMA-PADRÃO, NORMA CULTA, NORMA POPULAR ETC.);
- ESTRATÉGIA DE PRODUÇÃO: PLANEJAMENTO, TEXTUALIZAÇÃO, REVISÃO E EDIÇÃO DE TEXTOS INFORMATIVOS E PUBLICITÁRIOS.

LÍNGUA PORTUGUESA

DESCRITOR SAEB	DESCRITOR PAEBES	HABILIDADE PRINCIPAL	OBJETO DE CONHECIMENTO DA HABILIDADE PRINCIPAL	EXPECTATIVA DE APRENDIZAGEM DA HABILIDADE PRINCIPAL	HABILIDADE ASSOCIADA	OBJETO DE CONHECIMENTO DA HABILIDADE ASSOCIADA	EXPECTATIVA DE APRENDIZAGEM DA HABILIDADE ASSOCIADA	HABILIDADE DA COMPUTAÇÃO RELACIONADA
	D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.	**EM13LP09** Comparar o tratamento dado pela gramática tradicional e pelas gramáticas de uso contemporâneas em relação a diferentes tópicos gramaticais, de forma a perceber as diferenças de abordagem e o fenômeno da variação linguística e analisar motivações que levam ao predomínio do ensino da norma-padrão na escola.	- Morfossintaxe das diferentes gramáticas (norma-padrão, norma culta, norma popular etc.).	• Analisar diferentes intencionalidades e interesses nas formas de explicar o português. • Analisar recortes e abordagens da gramática prescritiva e seu papel na configuração do português-padrão. • Analisar recortes e abordagens das gramáticas descritivas de usos do português no Brasil e seu papel na compreensão das variedades de prestígio e estigmatizadas no português brasileiro. • Fazer uso consciente e reflexivo de normas e regras, considerando contextos de produção, circulação e recepção de textos.	**EM13LP57/ES** Ter criticidade e percepção mediante veiculações de fatos noticiosos falsos (fake news) para evitar a reprodução e a manipulação de tais notícias, mantendo-se ético e comprometido com a sociedade local.	- Curadoria de informação; - Consideração das condições de produção; - Relação entre textos; - Reconstrução da textualidade e compreensão dos efeitos de sentido provocados pelos usos de recursos linguísticos e multissemióticos; - Relação do texto com o contexto de produção e experimentação de papéis sociais.	• Usar procedimentos de checagem de notícias (verificação e avaliação de veículo, fonte, data e local da publicação, autoria, URL, formatação; comparação de diferentes fontes); • Consultar ferramentas e sites checadores; • Comparar notícias e falsas notícias, para identificar regularidades dos gêneros.	• (**EM13CO19**) Expor, argumentar e negociar propostas, produtos e serviços, utilizando diferentes mídias e ferramentas digitais. [Essa habilidade visa a preparar os estudantes para vender uma ideia fazendo uso de diferentes recursos tecnológicos tais como produção de um vídeo promocional, construção de um site, e-mail marketing, etc., além de entender o comportamento das ferramentas de marketing digital sendo capaz de analisar a performance de cada campanha.]
	D055_P Estabelecer relação entre a tese e os argumentos oferecidos para sustentá-la.	**EM13LP44** Analisar formas contemporâneas de publicidade em contexto digital (advergame, anúncios em vídeos, social advertising, unboxing, narrativa mercadológica, entre outras), e peças de campanhas publicitárias e políticas (cartazes, folhetos, anúncios, propagandas em diferentes mídias, spots, jingles etc.), identificando valores e representações de situações, grupos e configurações sociais veiculadas, desconstruindo estereótipos, destacando estratégias de engajamento e viralização e explicando os mecanismos de persuasão utilizados e os efeitos de sentido provocados pelas escolhas feitas em termos de elementos e recursos linguístico-discursivos, imagéticos, sonoros, gestuais e espaciais, entre outros.	- Planejamento de textos em contexto digital de peças publicitárias e políticas; - Estratégia de produção: planejamento de textos informativos; - Estratégia de produção: textualização de textos informativos; - Estratégia de produção: planejamento, textualização, revisão e edição de textos publicitários.	• Analisar o contexto de produção, circulação e recepção de textos publicitários. • Analisar peças publicitárias em diferentes mídias. • Reconhecer o mecanismo de persuasão em textos publicitários. • Relacionar textos e discursos da publicidade. • Analisar escolhas de recursos linguísticos e multissemióticos e seus efeitos de sentido.				

Contextualização

Caro(a) professor(a),

Nesta semana, os(as) estudantes terão a oportunidade de relembrar os conceitos de **artigos definidos e indefinidos**, bem como de **numerais** (cardinais, ordinais, multiplicativos e fracionários). Paralelamente, eles(elas) aprenderão como essas categorias gramaticais se aplicam no contexto da linguagem publicitária. Além disso, as atividades propostas promoverão o desenvolvimento da habilidade de expor ideias, argumentar e negociar, utilizando diferentes mídias e ferramentas digitais, conforme a habilidade EM13CO19 da BNCC. Assim, o foco será a análise crítica de textos publicitários e o uso estratégico de recursos tecnológicos na elaboração de discursos persuasivos.

Os descritores e habilidades propostos neste período se complementam no desenvolvimento de competências linguísticas e argumentativas. O descritor D102_P foca no reconhecimento dos efeitos de sentido causados pelas escolhas ortográficas e morfossintáticas, enquanto a habilidade EM13LP09 aborda a comparação entre gramáticas tradicionais e contemporâneas, explorando a variação linguística e seus efeitos no significado. Já o descritor D055_P trata da relação entre tese e argumentos, enquanto a habilidade EM13LP44 exige uma análise de campanhas publicitárias, com destaque para o uso de recursos linguísticos e imagéticos para persuasão. Ambos os pares de descritores e habilidades buscam desenvolver uma análise crítica da linguagem, seja em contextos gramaticais ou discursivos, como nas publicidades digitais.

Portanto, esta semana visa não apenas revisar aspectos gramaticais importantes (artigos e numerais), mas também proporcionar aos(às) estudantes uma experiência prática com a linguagem publicitária e digital. Ao combinar teoria e prática, os(as) alunos(as) terão a oportunidade de aplicar seus conhecimentos gramaticais de forma criativa e analítica, além de desenvolver habilidades essenciais para a comunicação no mundo digital.

Referências

Conceitos e conteúdos:

CERCIERJ, Canal. **A linguagem na propaganda.** Disponível em: https://canal.cecierj.edu.br/122016/53897bc61af6c6e8c4f9a30cb822bcb7.pdf. Acesso em: 01/04/2025.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. **Nova gramática do Português Contemporâneo.** 7. ed., reimpr. — Rio de Janeiro : Lexikon, 2017.

NETO , Pasquale & INFANTE, Ulisses. **Gramática da Língua Portuguesa**. São Paulo: Scipione, 2003.

ORMUNDO, Wilton; SINISCALCHI, Cristiane. **Se liga nas linguagens**: Português: Manual do professor. 1. ed. São Paulo: Moderna, 2020.

RESENDE, Maurício , RECH, Núbia. **Você sabe o que é uma campanha publicitária?** Disponível em: https://www.diferecomunicacao.com/post/voc%C3%AA-sabe-o-que-e-uma-campanha-publicitaria. Acesso em: 01/04/2025.

Atividades:

ALFAPETGRANULADOS. **Gatíssimo Premium**. Instagram, 5 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DIEbLAfMshW/. Acesso em: 5 abr. 2025.

ELAS TRABALHAM E BRASILPREV. **Instagram.** 20 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHa7JOCuCIB/. Acesso em: 5 abr. 2025.

GABRIELLA CARDOSO.ACADEMY. **Empreendedorismo feminino**. Instagram, 24 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHlOj-1ug1x/. Acesso em: 4 abr. 2025.

MUNDODECONFORTO. **Algum deles é o seu filme de conforto?** Instagram, 19 dez. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DDx4bfSs4S1/?hl=pt-br. Acesso em: 6 abr. 2025.

PLANO_PARA_ESTUDOS. **Instagram.** 18 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHXDczCO7JD/?hl=pt-br. Acesso em: 6 abr. 2025.

SALINAS EMPREENDIMENTOS E CONSTRUÇÕES. **Imagem de capa institucional da empresa no LinkedIn.** LinkedIn, [s.d.]. Disponível em: https://encurtador.com.br/3qmna. Acesso em: 11 abr. 2025.

SMILESENGLISH. **Qual é a idade certa para aprender inglês?** Instagram, 3 set. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_c96vUJXqc/. Acesso em: 4 abr. 2025.

VIAMARNORONHA. **Publicação no Instagram de 5 de março de 2024.** Disponível em: https://www.instagram.com/p/C4liq1GOj0Z/. Acesso em: 11 abr. 2025.

ZUMBITOS. **Quais sabores de Zumbitos você escolhe!?** Instagram, 28 fev. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C354QCaOs6E/. Acesso em: 5 abr. 2025.

Leia o texto.

VIAMARNORONHA. **Publicação no Instagram de 5 de março de 2024**. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C4Iiq1GOj0Z/. Acesso em: 11 abr. 2025.

ATIVIDADE 10

D103_P Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.

Nesse texto, o trecho "[...] compre a passagem, depois que ela tiver comprada você dará um jeito de ir" apresenta uma linguagem

A) culta.
B) literária.
C) formal.
D) regional.
E) convincente.

Conceitos e Conteúdos

Artigo e Numeral

Artigos e **numerais** são elementos fundamentais na língua portuguesa, desempenhando funções distintas, mas igualmente importantes. Enquanto os artigos, como "o" e "um", determinam se um substantivo é definido ou indefinido, os numerais, como "dois" e "terceiro", expressam quantidades, ordens ou posições. Compreender essas diferenças é essencial para garantir uma comunicação precisa e clara.

ARTIGOS

Observe o seguinte post , de uma fabricante de picolés, do dia 1º de abril de 2025 :

Disponível em: https://www.instagram.com/p/DH6DamDsmoO/. Acesso em: 01 abr. 2025.

No comercial fictício "**O** básico bem feito chegou", o uso do artigo "o" confere especificidade ao substantivo "básico", sugerindo que se trata de algo de alta qualidade e não apenas algo simples, ou seja, o exclusivo e único sabor que não pode faltar na mesa dos brasileiros e que gera uma expectativa de um produto bem executado. No entanto, considerando o contexto do 1º de abril, Dia da Mentira para algumas pessoas, essa escolha irônica do artigo pode enganar o público, criando um elemento de surpresa e humor ao revelar que a promessa pode não ser tão verdadeira. Assim, a expectativa provocada pelo anúncio pode ser subvertida, gerando humor ao quebrar a confiança do consumidor de maneira inesperada, o que, inclusive, pode ser verificado nos comentários, em que os leitores dessa mídia confessam suas próprias confusões. Com esse *post*, a empresa, por meio do humor, quer promover sua marca.

O artigo é uma palavra que acompanha o substantivo e tem a função de indicar se estamos nos referindo a algo específico ou de maneira geral. Por exemplo:

Na frase "O gato está dormindo", o artigo "**o**" indica que estamos falando de um gato específico, possivelmente já conhecido pelas pessoas envolvidas na conversa.

Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/96968198221515415/ Acesso em: 01 Abr. 2025.

Já na frase "Um gato está dormindo no telhado", o artigo "**um**" mostra que não estamos falando de um gato específico, mas de um gato qualquer, de maneira mais geral e indefinida.

Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/1618549863514649/ Acesso em: 01 Abr. 2025.

Portanto, o artigo ajuda a dar contexto e clareza sobre o grau de especificidade do substantivo. Observe os exemplos a seguir e as definições:

FLEXÃO DOS ARTIGOS

Os artigos são palavras que "vivem em função do substantivo", ou seja, eles sempre acompanham o substantivo e dependem dele para determinar sua forma. Isso quer dizer que os artigos vão sofrer variações conforme as características do substantivo, como o **gênero** (se é masculino ou feminino) e o **número** (se é singular ou plural).

GÊNERO

A blogueira chegou.
O drone veio com defeito.

O artigo varia de acordo com o gênero do substantivo. **Substantivos masculinos** recebem o **artigo "o"** (ex.: **o** drone), enquanto **substantivos femininos** recebem o **artigo "a"** (ex.: **a** blogueira). Essa concordância entre artigo e substantivo é essencial para a estrutura gramatical correta da frase.

NÚMERO

Os roteadores estragaram.

A flexão dos artigos ocorre quando eles concordam com o número do substantivo. Se o **substantivo** estiver no **singular**, o **artigo será no singular** (ex.: **o** roteador), e se o **substantivo** estiver no **plural**, o **artigo** também será no **plural** (ex.: **os** roteadores). Isso garante a concordância nominal na frase.

Leia o texto.

elastrabalham A vida adulta não é fácil, né amigas? A gente quer viver como se não houvesse amanhã, mas a verdade é que o amanhã vai chegar de qualquer jeito, então precisamos nos planejar para viver ele da melhor forma possível.

Seja para realizar um grande sonho como ter a própria casa ou carro, seja para investir nos estudos ou se preparar para uma aposentadoria mais tranquila, a @brasilprev está com você.

Afinal, a Brasilprev é a única empresa do mercado especializada exclusivamente em previdência privada e oferece opções seguras para você cuidar bem do seu suado dinheirinho.

Nesse mundo, não existe revolução sem mulheres com dinheiro na mão. Por isso, bora buscar educação financeira, ter bons hábitos e, principalmente, entender que falar de grana é sim "coisa de mulher"?

ELAS TRABALHAM E BRASILPREV. Instagram, 20 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHa7JOCuCIB/. Acesso em: 5 abr. 2025.

ATIVIDADE 9

D103_P Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.

Nesse texto, o trecho "A vida adulta não é fácil, né amigas? A gente quer viver como se não houvesse amanhã [...]" é um exemplo de linguagem

A) arcaica.
B) científica.
C) coloquial.
D) formal.
E) regional.

ATIVIDADE 7

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "EXPLICANDO PARA MIM MESMA QUE NÃO NASCI RICA E PRECISO ESTUDAR", a expressão em destaque foi usada para

A) explicitar um diálogo interior da personagem.
B) pedir o direcionamento de outras pessoas para estudar.
C) direcionar a um grupo, com tom coletivo e impessoal.
D) demonstrar um distanciamento entre os interlocutores.
E) convencer outra pessoa de sua responsabilidade.

Leia o texto.

SALINAS EMPREENDIMENTOS E CONSTRUÇÕES. **Imagem de capa institucional da empresa no LinkedIn.** LinkedIn, [s.d.]. Disponível em: https://encurtador.com.br/3qmna. Acesso em: 11 abr. 2025.

ATIVIDADE 8

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No texto publicitário acima, o uso dos pronomes pessoais "você" e "nós" foi feito de forma intencional. Explique qual é o efeito de sentido produzido por essa escolha e como ela contribui para a função do texto.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Veja como a campanha publicitária (conjunto de ações planejadas para promover um produto, serviço, marca ou ideia) da empresa capixaba Brametal tem o objetivo de gerar interesse e impulsionar a ação dos consumidores.

Disponível em: https://www.instagram.com/p/C9xaL_2tZ39/. Acesso em: 01 Abr. 2025.

Na frase "Fazer o bem é nossa fonte de energia", o uso do artigo "**o**" confere ao substantivo "**bem**" um caráter específico e central para a identidade da marca. Nisso, percebe-se a flexão de gênero e número deste artigo. Isso sugere que a ação de fazer o bem é fundamental para a empresa, enfatizando seu compromisso com princípios sólidos e positivos. O artigo ajuda a dar força à mensagem e criar uma conexão emocional com o público.

TIPOS DE ARTIGOS

Na língua portuguesa, existem apenas dois tipos principais de artigos. São eles:

1

Artigos definidos: eles indicam que o substantivo ao qual se referem é específico ou conhecido.
Exemplo:
- O policial (indica que é um policial específico, já conhecido ou determinado).
- A doutora (refere-se a uma doutora específica).
- Os carrinhos (plural de "o carrinho", indicando objetos específicos).

Artigos definidos: o, a, os, as.

2

Artigos indefinidos: eles indicam que o substantivo ao qual se referem é indeterminado ou genérico, ou seja, não está especificado.
Exemplo:
- Um agasalho (qualquer um, não específico).
- Uma carta (qualquer uma, não específica).
- Umas fotografias (plural de "uma fotografia", indicando fotografias não específicas).

Artigos indefinidos: um, uma, uns, umas.

O *Espírito Hub* foi estabelecido em 2022 por empreendedores capixabas com objetivo de tornar a região Norte em um polo nacional de inovação. A *Espírito Summit* é um evento anual de empreendedorismo, sustentabilidade, criatividade e business.

Disponível em: https://www.sympla.com.br/evento/espirito-summit/2173269 e https://www.espiritohub.com.br/ Acesso em: 01 Abr. 2025.

Na frase "Conectar é o nosso espírito", da campanha publicitária do evento Espírito Summit, o uso do artigo "o" antes de "nosso espírito" tem um papel importante na construção do significado da mensagem.

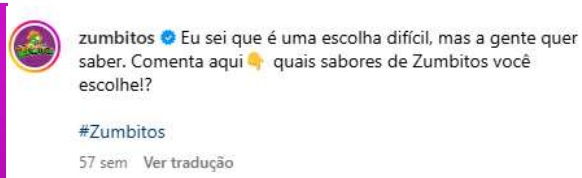
Ao usar o artigo definido, a campanha transmite a ideia de que "conectar" é parte integral do propósito e da filosofia da empresa, reforçando que essa conexão vai além de uma simples ação — ela é o espírito da organização. Isso personaliza o conceito de "conectar" e destaca a importância dessa ação como algo fundamental para a missão da empresa.

O uso do artigo "o", portanto, ajuda a dar ênfase e autoridade à frase, tornando a mensagem mais impactante e clara. Ele sugere que a conexão não é apenas uma característica, mas uma qualidade essencial e definidora da marca Espírito Hub, criando uma relação mais forte e emotiva com o público-alvo do evento.

Na frase "Leve uma uva e doe um par de luvas", da campanha publicitária do Extrabom, o uso dos artigos "uma" e "um" tem um papel importante na construção do sentido e na abordagem lúdica da mensagem.

Disponível em: https://www.folhavitoria.com.br/economia/negocios/mp-assina-a-tradicional-campanha-do-agasalho-do-extrabom/ e https://encurtador.com.br/BeDoO Acesso em: 01 abr. 2025.

Leia o texto.



ZUMBITOS. **Quais sabores de Zumbitos você escolhe!?** Instagram, 28 fev. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C354QCaOs6E/. Acesso em: 5 abr. 2025.

ATIVIDADE 6

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "VOCÊ SÓ PODE ESCOLHER 3", o uso do pronome de tratamento "você" foi usado para

A) sugerir que a escolha deve ser feita por um grupo específico.
B) tornar a mensagem mais impessoal e formal.
C) ocultar quem está sendo chamado a escolher os produtos.
D) criar um tom de intimidade com o leitor, aproximando-o da marca.
E) substituir o nome da marca para manter o foco nos produtos.

Leia o texto.

PLANO_PARA_ESTUDOS. **Instagram**, 18 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHXDczCO7JD/?hl=pt-br. Acesso em: 6 abr. 2025.

Leia o texto.

ALFAPETGRANULADOS. **Gatíssimo Premium**. Instagram, 5 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DIEbLAfMshW/. Acesso em: 5 abr. 2025.

ATIVIDADE 4

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "Vossa Excelência, o Gatíssimo, [...]", o uso do pronome de tratamento em destaque foi usado para

A) representar a opinião de veterinários sobre o produto.
B) reforçar o tom sério e formal da propaganda.
C) indicar que o produto deve ser utilizado por pessoas de classe alta.
D) criticar donos que não cuidam bem de seus animais.
E) atribuir ao gato um *status* de realeza para valorizar o produto.

ATIVIDADE 5

D103_P Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.

Nesse texto, no trecho "Vossa Excelência, o Gatíssimo, solicita uma caixinha limpa com carvão ativado imediatamente", é um exemplo de linguagem

A) científica.
B) formal.
C) coloquial.
D) regional.
E) técnica.

O artigo indefinido é utilizado, nesse caso, para indicar que se trata de algo genérico ou não especificado, o que contribui para a ideia de qualquer cacho de uva, sem necessidade de algo específico ou de alto valor.

Ao mesmo tempo, a simplicidade do uso de "uma" uva e "um" par de luvas facilita a rima e a conexão entre as duas partes da frase, tornando a mensagem mais memorável e divertida, alinhada com o tom lúdico da campanha.

Além disso, o uso do artigo indefinido reforça o caráter inclusivo da campanha, estimulando as pessoas a se envolverem com pequenas doações, tornando a ação acessível e incentivando a solidariedade de forma descomplicada. A leveza da mensagem, com o uso de artigos indefinidos, também facilita a assimilação da ideia pela população, tornando-a mais próxima e envolvente.

NUMERAL

O numeral é uma classe de palavras que tem a função de indicar quantidade, ordem, posição ou parte de algo. Ele pode ser usado para contar coisas, organizar elementos em uma sequência ou indicar frações e multiplicações. Veja esse anúncio da empresa capixaba Frisa:

O FRISA marca presença na Gulfood Dubai 2025!

A Gulfood é uma das maiores feiras internacionais de alimentos e bebidas, reunindo mais de 5.000 expositores de 120 países e atraindo mais de 150.000 visitantes do setor.

Nossa participação neste evento é crucial para expandir nossa presença global, mostrar a excelência dos nossos produtos, criar novas oportunidades, fortalecer nossa posição no mercado halal e estabelecer parcerias internacionais estratégicas.

É mais uma oportunidade de conexão com o mundo e de mostrar o melhor do FRISA!

Disponível em: https://www.agazeta.com.br/conteudo-de-marca/frisa-a-industria-capixaba-alimentando-o-mundo-1222 e https://www.instagram.com/p/DGN5xpaycs6/ Acesso em: 01 abr. 2025.

Na frase "Estamos marcando presença na 30ª *Gulfood*, uma das maiores feiras de alimentos do mundo", da campanha publicitária do Frisa, o numeral "30ª" tem um papel importante ao conferir especificidade e prestígio ao evento mencionado, a *Gulfood*. O numeral ordinal "30ª" (abreviação de "trigésima") indica que esta é a 30ª edição da feira, o que transmite a ideia de tradição e longevidade do evento, reforçando a importância e relevância da participação do Frisa. Isso, portanto, transmite confiança ao associar o Frisa a um evento significativo, reforçando sua competência e reconhecimento no mercado internacional.

Existem diferentes tipos de numerais, e cada um tem uma função específica. Vamos ver os principais tipos de numerais:

Numeral cardinal:
indica a quantidade exata de algo. Ele responde à pergunta "quantos?".
Ex.: - um, dois, três, dez.
- Pague em até 36 meses.
- Quantos meses? 36. (lê-se “trinta e seis”)

Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHrUaFTNCue/ Acesso em: 01 abr. 2025.

Disponível em: https://www.instagram.com/p/C0SCjYTvTMy/. Acesso em: 01 abr. 2025.

Numeral ordinal:
indica a posição ou ordem de algo em uma sequência. Ele responde à pergunta "qual posição?".
Ex.: - primeiro, segundo, terceiro
- A EDP está em 1º lugar.
- Qual posição? 1º(lê-se “primeiro”)

Numeral multiplicativo: indica a ideia de multiplicação, ou seja, quando algo é repetido uma determinada quantidade de vezes.
Ex.: - dobro, triplo, quádruplo.
- Ganhe cashback em dobro do PicPay. (duas vezes mais.)

Disponível em: https://www.poupardinheiro.com.br/cashback-em-dobro-no-picpay-card. Acesso em: 01 abr. 2025.

Numeral fracionário:
indica a parte de um todo, ou seja, frações.
Exemplos: - meio, terço, quarto, metade.
- Pague metade no cinema. (Quanto no cinema? Metade.)

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=V68aoZkORvw Acesso em: 01 abr. 2025.

ATIVIDADE 2

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho “A idade que você tem agora!”, o uso do pronome “<u>você</u>” foi usado para
A) afirmar que não há idade exata para aprender inglês.
B) demonstrar censura no texto publicitário.
C) convencer o leitor por meio de uma linguagem formal.
D) reforçar a ideia de que o curso é exclusivo para adultos.
E) restringir a mensagem para um público definido.

Leia o texto.

MUNDODECONFORTO. **Algum deles é o seu filme de conforto?** Instagram, 19 dez. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DDx4bfSs4S1/?hl=pt-br. Acesso em: 6 abr. 2025.

ATIVIDADE 3

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho “Filmes nostálgicos que nos trazem conforto”, o uso do pronome oblíquo “<u>nos</u>” foi usado para
A) excluir o leitor da experiência nostálgica apresentada.
B) indicar que o conforto é oferecido apenas por alguns filmes.
C) incluir o leitor na experiência nostálgica dos filmes.
D) substituir o sujeito da ação de forma impessoal.
E) evitar a repetição da palavra “filmes” no final da frase.

Atividades

Leia o texto.

GABRIELLA CARDOSO.ACADEMY. **Empreendedorismo feminino**. Instagram, 24 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHlOj-1ug1x/. Acesso em: 4 abr. 2025.

ATIVIDADE 1

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, nos trechos "empreendedora, <u>você</u> já se deu conta" e "<u>você</u> é gigante", a repetição do pronome "você" foi usada para

A) substituir o nome do produto anunciado, gerando curiosidade.
B) destacar o papel da mulher na propaganda com uma linguagem formal.
C) generalizar a mensagem para qualquer tipo de público.
D) tornar o discurso mais próximo e direto com o público-alvo.
E) ocultar a presença do locutor, evitando juízo de valor.

Leia o texto.

SMILESENGLISH. **Qual é a idade certa para aprender inglês?** Instagram, 3 set. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_c96vUJXqc/. Acesso em: 4 abr. 2025.

DISTINÇÃO ENTRE "UM" NUMERAL E "UM" ARTIGO

"**Um" como artigo indefinido**: refere-se a um ser ou objeto de forma geral, sem especificação, de maneira vaga, imprecisa, e seu plural é "uns". Por exemplo, em "A melhor propaganda é feita por um cliente satisfeito" e "A melhor propaganda é feita por uns clientes satisfeitos". Também pode ser substituído sem prejuízo de sentido, como em "A melhor propaganda é feita pelo cliente satisfeito".

Disponível em: https://www.instagram.com/onlead.mkt/p/C23lrhcLpsZ/. Acesso em: 01 abr. 2025.

"Um" como numeral: indica quantidade e pode ser acompanhado de palavras como "só", "apenas" ou "único". Também pode ser substituído por outros números, como em "A cada R$100 em compras você ganha um número da sorte", pois o número um poderia ser trocado por outro.

Disponível em: https://www.assai.com.br/campanha/campanha-encha-seu-carrinho-e-concorra-a-um-carrao-encerrada. Acesso em: 16 abr. 2025.

Material Extra

✓ Livro Didático "Se liga nas Linguagens– Português", PNLD 2021 do Ensino Médio.

Pdf do arquivo disponível em: https://abrir.link/mmytK

Conteúdo e atividades: "Numeral, artigos e atividades", pp. 294 a 299 (no pdf).

Material Extra

✓ Livro Didático "Se liga nas Linguagens– Português", PNLD 2021 do Ensino Médio.

Pdf do arquivo disponível em: https://abrir.link/mmytK

Conteúdo e atividades: "Pronomes e atividades", pp. 300 a 303 (no pdf).

TIPOS DE PRONOMES DE TRATAMENTO

Os pronomes de tratamento são usados para se referir a pessoas com títulos ou cargos específicos, demonstrando respeito e formalidade. Aqui estão alguns tipos e seus usos:

VOCÊ(S)	**(V.):**	Tratamento informal. **Exemplo**: Você já sabe qual profissão seguir ?
VOSSA/SUA EXCELÊNCIA	**(V. Ex.ª):**	Usado para altas autoridades do poder judiciário, legislativo, executivo e altas patentes militares. **Exemplo**: Vossa Excelência, a Ministra das Relações Internacionais, esteve presente.
VOSSA/SUA MAGNIFICÊNCIA	**(V.Mag.ª):**	Referente a reitores e reitoras de universidades federais e estaduais. **Exemplo**: Sua Magnificência, a professora doutora Dr.ª Daniela Almeida, fará uma conferência.
SENHOR(ES) E SENHORA(S)	**(Sr. e Sr.ª):**	Tratamento formal. **Exemplo**: Senhor Diretor de R.H., encaminho este currículo à vossa apreciação.
VOSSA/SUA SENHORIA	**(V. S.ª):**	Utilizado para autoridades em geral, como diretores e presidentes de órgãos públicos. **Exemplo**: A direção da escola tem a honra de convidar Vossa Senhoria, o presidente do Banco do Brasil.
VOSSA/SUA MAJESTADE	**(V. M.):**	Tratamento destinado a reis e rainhas. **Exemplo**: Sua Majestade adora andar a cavalo.
VOSSA/SUA ALTEZA	**(V.A.):**	Tratamento usado para se dirigir a príncipes, princesas, duques e duquesas. **Exemplo**: Vossa Alteza já chegou ao palácio.

VOCÊ SABIA?

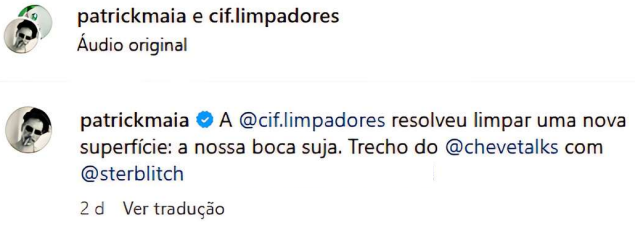
Diferença entre "Sua" e "Vossa": O uso de "Vossa" é para a 2ª pessoa do discurso, quando a comunicação é direta com a pessoa referida, enquanto "Sua" é usado quando se fala sobre a pessoa, na 3ª pessoa. Exemplo: Vossa Alteza (quando se fala diretamente ao príncipe/à princesa) vs. Sua Alteza (quando se fala sobre ele/ela).

Disponível em: https://www.instagram.com/p/DH_2-H4SA2f/?igsh=QkFHV05VdWhlbQ%3D%3D. Acesso em: 01/04/2025.

Ao empregar o pronome de tratamento "Vossa Senhoria", o convite se torna mais elegante e adequado ao contexto formal, cumprindo o papel de reconhecer o *status* da pessoa convidada e garantindo a formalidade e o respeito na comunicação institucional.

Atividades

Leia o texto a seguir.



PATRICK MAIA. **Reel em parceria com @cif.limpadores.** Instagram, 04 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/patrickmaia/reel/DH_6e1XS0SX/. Acesso em: 4 abr. 2025. [Adaptado para fins didáticos]

ATIVIDADE 1

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "A @cif.limpadores resolveu limpar <u>uma</u> nova superfície", o termo destacado foi usado para

A) apontar que a superfície é conhecida e única.
B) indicar a ação de limpeza para mais de uma superfície.
C) apresentar a superfície como algo novo e ainda não mencionado.
D) enfatizar que a superfície já foi limpa antes.
E) indicar que a superfície será sempre a mesma.

Leia o texto a seguir.

CHOCOLATES GAROTO. **Novo Crocribe.** Instagram, 9 out. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/garotochocolates?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==. Acesso em: 4 abr. 2025.

ATIVIDADE 2

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No texto, no trecho "Os <u>dois</u> na caixa mais uaaau", o numeral destacado foi usado para

A) indicar a quantidade de caixas disponíveis no mercado.
B) reforçar que a marca só trabalha com produtos duplos.
C) sugerir que apenas dois bombons acompanham a caixa.
D) destacar a presença de dois sabores juntos na mesma caixa.
E) mostrar que o consumidor pode escolher apenas um entre dois sabores.

Leia o texto a seguir.

PASSATEMPO NESTLÉ. **Passatempo**. Instagram, 18 set. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CFSGIS2hrUc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==. Acesso em: 4 abr. 2025.

ATIVIDADE 3

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No texto, no trecho "Sabor irresistível para toda <u>a</u> família", o artigo destacado foi usado para

A) indicar que todos os membros da família irão gostar do produto.
B) sugerir que o produto é voltado apenas para as crianças da casa.
C) apontar que qualquer tipo de família pode consumir o produto.
D) enfatizar que só uma família específica poderá apreciar o sabor.
E) gerar um sentido vago, sem definir o público-alvo da propaganda.

PRONOMES DE TRATAMENTO

Os pronomes de tratamento são formas específicas utilizadas para se dirigir a alguém de maneira respeitosa ou formal, levando em consideração aspectos como a idade, cargo ou relações de hierarquia. Esses pronomes têm o objetivo de mostrar educação e cortesia ao se comunicar com outra pessoa. Embora se refiram à pessoa com quem se fala (2.ª pessoa do discurso), exigem que a concordância verbal e pronominal seja feita na 3.ª pessoa.

O uso do pronome "**você**" na campanha "Conectando você com o melhor da estação" é fundamental para criar uma comunicação direta e pessoal com o público. Ele aproxima a marca do consumidor, tornando a mensagem mais amigável e engajante, além de estabelecer uma relação de confiança. Ao individualizar a mensagem, o pronome "você" aumenta o impacto persuasivo, favorecendo a ação do consumidor e criando um vínculo emocional com a marca. Essa abordagem ajuda a destacar a campanha em um mercado competitivo, transmitindo relevância e exclusividade.

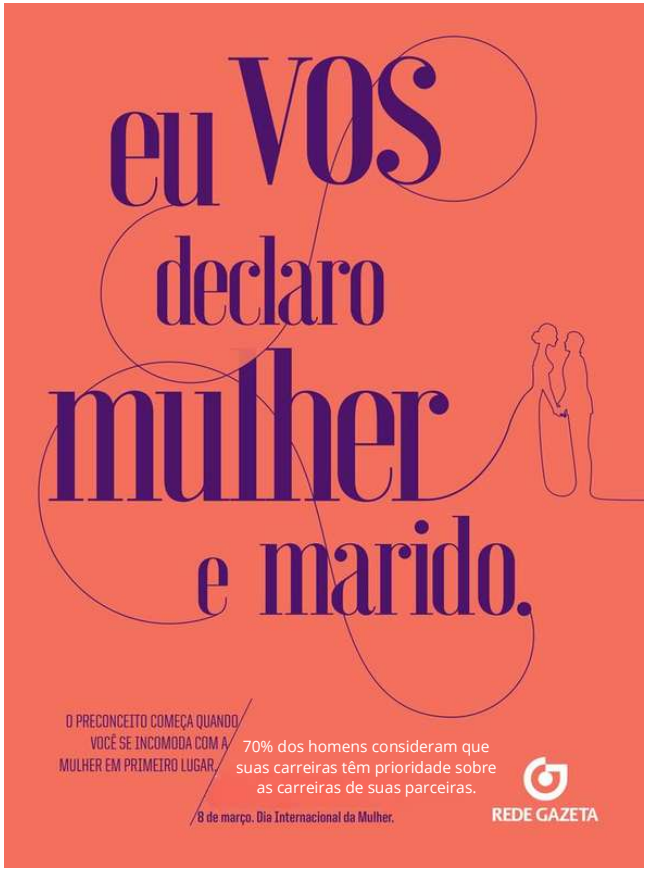
Disponível em: https://www.instagram.com/p/C1W6AwHtla5/. Acesso em: 01/04/2025.

O pronome "você" é uma forma de tratamento que, apesar de ser uma segunda pessoa (equivalente ao "tu", em alguns casos), é considerado informal e amplamente utilizado em situações cotidianas ou mais próximas, entre amigos, familiares ou pessoas da mesma faixa etária ou para transmitir educação e respeito de forma mais amigável, sem a rigidez de pronomes formais. Veja o próximo exemplo:

Disponível em: https://www.instagram.com/p/DIGdootIGoC/?img_index=1. Acesso em: 01/04/2025.

Na campanha publicitária do Botequim das Letras, a expressão "O Senhor das Bijuterias" utiliza o pronome de tratamento "senhor" para criar um jogo de palavras com o título do filme "O Senhor dos Anéis". Ao empregar "senhor" de forma irônica, a campanha busca destacar a variedade e a qualidade dos produtos oferecidos pela loja, associando-os a um título grandioso e épico. Essa estratégia visa atrair a atenção do público e reforçar a imagem de prestígio e originalidade da campanha da marca.

PRONOMES DO CASO OBLÍQUO:
São utilizados como complementos na frase, geralmente acompanhando o verbo. Eles podem funcionar como objetos diretos, indiretos ou reflexivos. São eles: me, mim, comigo, te, ti, contigo, se, si, consigo, o, a, lhe, nos, conosco, vos, convosco, os, as, lhes.



Disponível em: https://www.portaldapropaganda.com.br/noticias/4406/rede-gazeta-faz-campanha-para-valorizacao-da-mulher/. Acesso em: 01/04/2025.

O uso de pronomes oblíquos e inversões na linguagem pode ter um grande impacto no discurso, como exemplificado na frase "Eu **vos** declaro mulher e marido" No contexto do casamento, o pronome "vos" adiciona formalidade e solenidade, mas a inversão de papéis é simbólica e incisiva, desafiando normas sociais, destacando o empoderamento feminino e o papel da mulher como sujeito ativo e protagonista, incentivando a sociedade a reconhecê-la e a valorizá-la de forma igualitária e sem preconceitos.

O uso de estruturas gramaticais e inversões de significados, como visto na frase clássica e na campanha publicitária, tem o objetivo de romper com as normas estabelecidas, oferecendo uma nova leitura sobre o papel da mulher. Ao inverter a ordem das coisas, a comunicação se torna mais direta, assertiva e desafiadora. Isso ajuda a destacar que as mulheres devem ser reconhecidas de forma igualitária e em posições de liderança, sem preconceitos e limitações impostas pela sociedade.

Além disso, o uso de "**vos**" pode transmitir respeito e formalidade. No entanto, é importante considerar o público-alvo e o contexto cultural.

Leia o texto a seguir.

POUSADA BELLUNO. **Gramado foi eleita o segundo melhor destino turístico da América do Sul**. Instagram, 1 fev. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/pousadabelluno/p/DFh4d8FJx4u/. Acesso em: 11 abr. 2025.

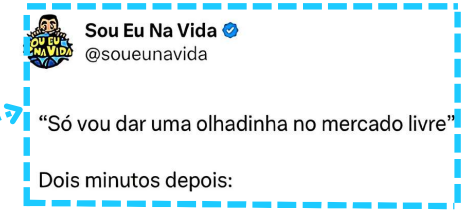
ATIVIDADE 4

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No texto, no trecho "Gramado é o <u>segundo</u> melhor destino [...]", a expressão destacada foi utilizada para

A) diminuir a importância do destino, por não ser o primeiro lugar.
B) destacar que a cidade está entre os melhores destinos do continente.
C) mostrar que Gramado já foi o primeiro colocado em outros anos.
D) ressaltar a desvalorização da cidade em relação a outros destinos turísticos.
E) indicar que essa é a segunda vez que a cidade recebe esse prêmio.

Leia o texto a seguir.



SOU EU NA VIDA. **Cupom de desconto no Mercado Livre.** Instagram, 4 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DICaQarSa87/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==. Acesso em: 4 abr. 2025.

ATIVIDADE 5

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No texto, no trecho "Só vou dar <u>uma</u> olhadinha no Mercado Livre", o artigo indefinido destacado foi usado para

A) indicar que o consumidor está planejando uma compra específica.
B) reforçar a ideia de que a ação de olhar é planejada e objetiva.
C) expressar a intenção de fazer uma análise detalhada de preços.
D) mostrar que o consumidor deseja comprar apenas um item.
E) transmitir a ideia de uma ação rápida, sem intenção definida.

Leia o texto a seguir.

PERDIGÃO. **O amor está no ar**. Instagram, 14 fev. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGEBTcJuyKZ/. Acesso em: 4 abr. 2025.

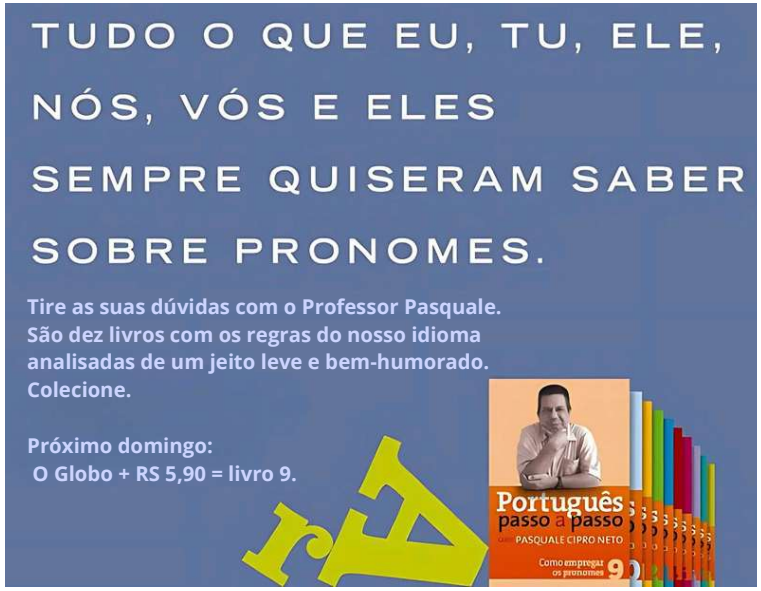
ATIVIDADE 6

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "<u>O</u> cheiro do amor está no ar", o artigo "o" antes de cheiro foi utilizado para

A) apresentar o cheiro como algo específico.
B) indicar que o cheiro é desconhecido.
C) enfatizar que o cheiro não tem importância.
D) sugerir que o cheiro pode ser de qualquer coisa.
E) mostrar que o cheiro será descoberto no futuro.

Abaixo, apresentamos uma propaganda da "Coleção Português Passo a Passo" com o Professor Pasquale. Segundo ela, os livros desse escritor não deixam dúvidas ao leitor quanto ao aprendizado da língua portuguesa.



Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/384776361891612595/. Acesso em: 01/04/2025.

No desenvolvimento da propaganda em questão, o uso dos pronomes pessoais, como feito pelo Professor Pasquale, cria uma conexão direta com o público. Percebe-se, assim, que a sequência "eu, tu, ele, nós, vós, eles" pretende persuadir seu público de uma forma tida como envolvente e divertida. Além disso, ao incluir todas as pessoas do discurso, o anúncio demonstra que este material é bom para todos: estudantes, pais e diversos outros públicos.

Agora veja a campanha publicitária da USP (Universidade de São Paulo) "Elas podem":

Disponível em: http://uspmulheres.usp.br/campanha-elas-podem/. Acesso em: 01/04/2025.

O uso do pronome pessoal "elas" na campanha "Elas Podem" tem um significado simbólico profundo. Ele fortalece o conceito de protagonismo feminino, ao mesmo tempo que desafia normas tradicionais de gênero. O "elas" aqui se torna um símbolo de empoderamento, representando as mulheres como agentes ativas de mudança, capazes de conquistar o que desejam e de serem líderes em suas áreas. O uso do pronome vai além da simples referência, sendo uma ferramenta estratégica para afirmar a importância das mulheres na sociedade e reforçar a mensagem de igualdade e autonomia.

PRONOMES PESSOAIS

Os pronomes pessoais são aqueles que se referem às pessoas envolvidas no discurso, podendo indicar **quem fala** (1ª pessoa), **com quem se fala** (2ª pessoa) ou **de quem se fala** (3ª pessoa). Eles são fundamentais para a construção de frases, pois ajudam a estabelecer as relações entre os interlocutores. Os pronomes pessoais se dividem em duas categorias principais:

PRONOMES DO CASO RETO:
São usados para indicar o sujeito da frase, ou seja, a pessoa que realiza a ação.
Exemplos: eu, tu, ele, ela, nós, vós, eles, elas.

Veja este *post* para que você perceba o uso dos pronomes pessoais do caso reto e oblíquo em um texto publicitário :

Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_p2W3hO1Om/?img_index=1. Acesso em: 01/04/2025.

O uso do pronome pessoal do caso reto "**eu**" na frase "**Leia a legenda que eu te ensino**" estabelece uma conexão direta e pessoal com o público, colocando-o no centro da comunicação. No contexto do Instituto Negro Sou, essa abordagem demonstra o compromisso da organização em tratar cada indivíduo de forma única, convidando-o a aprofundar o conhecimento sobre seus direitos e história, criando uma relação mais próxima e envolvente. Essa estratégia é fundamental para fidelizar o público, fazendo com que se sintam parte de um movimento maior. No âmbito da Educação Antirracista, o uso do pronome reforça a ideia de que o aprendizado é uma responsabilidade compartilhada. A frase enfatiza o papel ativo do leitor e a necessidade de todos se envolverem no aprendizado sobre a história e cultura afro-brasileira. Esse enfoque é especialmente relevante no Brasil devido à Lei 10.639/2003, que tornou obrigatório o ensino sobre o tema nas escolas, promovendo a conscientização e valorização da cultura negra e afro-brasileira no sistema educacional. Assim, o uso do pronome pessoal na frase destaca a importância da participação ativa e do compromisso coletivo no processo educacional, incentivando a reflexão sobre igualdade racial e justiça social.

Leia o texto a seguir.

ROUTINESDAISA_. **3 passos essenciais para uma rotina básica e eficiente**. Instagram, 11 set. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CFDM9gZBIJZ/. Acesso em: 4 abr. 2025.[adaptado]

ATIVIDADE 7

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

No post, no trecho "3 passos essenciais para uma rotina básica e eficiente", qual o efeito de sentido provocado pela expressão destacada?

_____

_____

_____

_____

Leia o texto a seguir.

RENDAPASSIVA.BR. **10 conselhos para os jovens.** Instagram, 9 jul. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cufcma6vS0d/. Acesso em: 4 abr. 2025.

ATIVIDADE 8

D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.

Nesse texto, no trecho "11 - baixar o dicionário do investidor [...]", o uso do número "11" no final da lista, mesmo após o título indicar "10 conselhos", foi utilizado para

A) contradizer o título e gerar confusão sobre a quantidade de dicas.
B) quebrar a expectativa e chamar atenção para a promoção.
C) reforçar que há um erro na organização do conteúdo.
D) substituir um dos conselhos anteriores como mais importante.
E) indicar que o conteúdo foi atualizado recentemente.

Leia o texto a seguir.

Disponível em: https://agenciamoove.com.br/news/campanha-da-moove-para-al-provoca-reflexao-sobre-escolhas-alimentares/. Acesso em 02 de maio de 2025.

Conceitos e Conteúdos

Pronomes

Pronome é uma classe de palavras que substitui ou acompanha substantivos, tornando a fala e a escrita mais fluidas e evitando repetições. Existem seis tipos principais de pronomes: pessoais, demonstrativos, possessivos, indefinidos, interrogativos e relativos.

- **Pronomes pessoais** referem-se às pessoas do discurso.
- **Pronomes demonstrativos** situam elementos no tempo, espaço ou discurso.
- **Pronomes possessivos** indicam posse.
- **Pronomes indefinidos** retomam de forma imprecisa.
- **Pronomes interrogativos** formulam perguntas.
- **Pronomes relativos** retomam um termo anterior e estabelecem uma relação entre duas orações.

A principal função dos pronomes é evitar a repetição de substantivos, além de indicar relações como posse, posição e grau de familiaridade, tornando a linguagem mais coesa e eficiente. Por exemplo, na frase "Minha mãe trabalha demais, mas ela ama isso", "minha" é pronome possessivo, "ela" é pessoal e "isso" é demonstrativo. **Nesta semana, daremos ênfase aos pronomes pessoais e de tratamento.**

Observe o post a seguir :

Disponível em: https://www.instagram.com/p/C9K9bpSO1pC/ Acesso em: 01/04/2025.

O pronome pessoal do caso reto (uma palavra que funciona como sujeito de uma oração) é fundamental na construção de uma campanha publicitária, pois tem o poder de estabelecer uma conexão direta entre a marca e o consumidor. No caso da campanha da loja "Eu uso óculos Candeias", o uso do pronome pessoal "**eu**" tem um papel importante em criar uma sensação de proximidade e personalização.

Há vários tipos de pronomes, cada um com características particulares e desempenhando funções específicas dentro de uma frase.

Contextualização

Caro(a) professor(a),

Nesta semana, nosso estudo estará voltado para os **pronomes pessoais** e **de tratamento**, com ênfase em suas funções e formas de uso. Como recurso didático, serão utilizados textos publicitários, com o objetivo de apoiar a compreensão dos(as) alunos(as) sobre a aplicação desses pronomes na linguagem cotidiana — especialmente em contextos de persuasão, como os encontrados em anúncios publicitários.

O descritor D102_P envolve o reconhecimento do impacto dos recursos ortográficos e morfossintáticos no sentido de um texto, enquanto EM13LP09 foca na comparação entre as gramáticas tradicionais e contemporâneas, destacando a variação linguística e o ensino da norma-padrão. Juntas, essas abordagens ajudam o estudante a entender como diferentes recursos linguísticos e normas podem modificar o significado e a compreensão de um texto.

Por sua vez, o descritor D103_P trata da identificação das marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor, enquanto a habilidade EM13LP42 enfoca a análise crítica da cobertura da mídia sobre questões sociais e globais, destacando diferentes perspectivas. Ambas as habilidades abordam como as marcas linguísticas revelam os papéis dos interlocutores, especialmente no contexto da mídia, ajudando o(a) estudante a compreender a dinâmica da comunicação e suas influências.

Em resumo, ambos os descritores e as habilidades ajudam os(as) estudantes a desenvolverem uma compreensão mais profunda sobre o uso da linguagem e a análise de diferentes contextos discursivos.

ATIVIDADE 9

D055_P Estabelecer relação entre a tese e os argumentos oferecidos para sustentá-la.

Um argumento usado para mostrar a importância de se alimentar melhor é:

A) "[...]antes de abrir a boca, abra a cabeça"
B) "[...]uma sociedade mais saudável se faz com informação e escolhas certas."
C) "Em outubro, informe-se e participe da mobilização cidadã pela alimentação."
D) "Em debate, um sistema alimentar mais justo, seguro, saudável e sustentável."
E) "Novos modelos de produção alimentar".

Leia o texto a seguir.

jjzaparty O Poder da História na Arte de Vender

Desde os tempos mais remotos, as narrativas moldam nossas crenças, inspiram ações e conectam pessoas. Jesus falava contando histórias, e seus ensinamentos atravessaram séculos. Políticos bem-sucedidos não apresentam apenas propostas; eles contam histórias que fazem o eleitor se enxergar no futuro que prometem. Advogados que vencem casos não apenas citam leis, mas constroem narrativas envolventes que convencem jurados. E os melhores vendedores? Eles não vendem produtos, vendem histórias, e quem domina essa arte sempre leva a melhor.

Na comunicação, contar histórias ativa a imaginação, transporta o ouvinte para dentro da sua realidade e faz com que ele viva a experiência antes mesmo de tomá-la como decisão. Quando uma história é bem contada, não há espaço para objeções, porque ninguém pode discordar da sua própria vivência. É por isso que, no mundo das vendas, existe uma máxima: quem fala primeiro, perde; quem faz perguntas, ganha; mas quem conta a melhor história, sempre vence.

JJZAPARTY. **O Poder da História na Arte de Vender.** Instagram, 1º abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DH5px9GxEPT/. Acesso em: 4 abr. 2025.[trecho]

ATIVIDADE 10

D055_P Estabelecer relação entre a tese e os argumentos oferecidos para sustentá-la.

A frase de destaque do post afirma que "A história é o coração da venda", sugerindo que a narrativa é essencial para convencer e influenciar as pessoas no contexto da comunicação e das vendas. Destaque do texto um argumento que sustente essa tese.

_____

_____

_____

_____

Referências

Conceitos e conteúdos:

CERCIERJ, Canal. **A linguagem na propaganda.** Disponível em: https://canal.cecierj.edu.br/122016/53897bc61af6c6e8c4f9a30cb822bcb7.pdf. Acesso em: 01/04/2025.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley . **Nova gramática do Português Contemporâneo.** 7. ed., reimpr. — Rio de Janeiro : Lexikon, 2017

NETO , Pasquale & INFANTE, Ulisses . **Gramática da Língua Portuguesa**. São Paulo: Scipione, 2003.

ORMUNDO, Wilton; SINISCALCHI, Cristiane. **Se liga nas linguagens**: Português: Manual do professor. 1. ed. São Paulo: Moderna, 2020.

Atividades:

CHOCOLATES GAROTO. **Novo Crocribe**. Instagram, 9 out. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/garotochocolates?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==. Acesso em: 4 abr. 2025.

JJZAPARTY. **O Poder da História na Arte de Vender.** Instagram, 1º abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DH5px9GxEPT/. Acesso em: 4 abr. 2025. [trecho]

PASSATEMPO NESTLÉ. **Passatempo.** Instagram, 18 set. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CFSGIS2hrUc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==. Acesso em: 4 abr. 2025.

PATRICK MAIA. **Reel em parceria com @cif.limpadores**. Instagram, 04 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/patrickmaia/reel/DH_6e1XS0SX/. Acesso em: 4 abr. 2025. [adaptado]

PAVESITIAGO. **O perigo do amanhã no planejamento financeiro**. Instagram, 19 fev. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGQ3-w8xr8c/. Acesso em: 12 abr. 2025.

PERDIGÃO. **O amor está no ar.** Instagram, 14 fev. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGEBTcJuyKZ/. Acesso em: 4 abr. 2025.

POUSADA BELLUNO. **Gramado foi eleita o segundo melhor destino turístico da América do Sul**. Instagram, 1 fev. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/pousadabelluno/p/DFh4d8FJx4u/. Acesso em: 11 abr. 2025.

RENDAPASSIVA.BR. **10 conselhos para os jovens**. Instagram, 9 jul. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cufcma6vS0d/. Acesso em: 4 abr. 2025.

ROUTINESDAISA_. **3 passos essenciais para uma rotina básica e eficiente**. Instagram, 11 set. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CFDM9gZBIJZ/. Acesso em: 4 abr. 2025. [adaptado]

SOU EU NA VIDA. **Cupom de desconto no Mercado Livre.** Instagram, 4 abr. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DICaQarSa87/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==. Acesso em: 4 abr. 2025.

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Educação

Material Estruturado

SUBSECRETARIA DE EDUCAÇÃO BÁSICA E PROFISSIONAL — GERÊNCIA DE CURRÍCULO DA EDUCAÇÃO BÁSICA

1.ª série | Ensino Médio

- MORFOSSINTAXE DAS DIFERENTES GRAMÁTICAS (NORMA-PADRÃO, NORMA CULTA, NORMA POPULAR ETC.);
- RELAÇÃO DO TEXTO COM O CONTEXTO DE PRODUÇÃO E EXPERIMENTAÇÃO DE PAPÉIS SOCIAIS;
- CURADORIA DE INFORMAÇÃO;
- CONSIDERAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO;
- RELAÇÃO ENTRE TEXTOS.

LÍNGUA PORTUGUESA

DESCRITOR SAEB	DESCRITOR PAEBES	HABILIDADE PRINCIPAL	OBJETO DE CONHECIMENTO DA HABILIDADE PRINCIPAL	EXPECTATIVA DE APRENDIZAGEM DA HABILIDADE PRINCIPAL	HABILIDADE ASSOCIADA	OBJETO DE CONHECIMENTO DA HABILIDADE ASSOCIADA	EXPECTATIVA DE APRENDIZAGEM DA HABILIDADE ASSOCIADA	HABILIDADE DA COMPUTAÇÃO RELACIONADA
	D102_P Reconhecer o efeito de sentido decorrente da exploração de recursos ortográficos e/ou morfossintáticos.	**EM13LP09** Comparar o tratamento dado pela gramática tradicional e pelas gramáticas de uso contemporâneas em relação a diferentes tópicos gramaticais, de forma a perceber as diferenças de abordagem e o fenômeno da variação linguística e analisar motivações que levam ao predomínio do ensino da norma-padrão na escola.	- Morfossintaxe das diferentes gramáticas (norma-padrão, norma culta, norma popular etc.).	Analisar diferentes intencionalidades e interesses nas formas de explicar o português. Analisar recortes e abordagens da gramática prescritiva e seu papel na configuração do português-padrão. Analisar recortes e abordagens das gramáticas descritivas de usos do português no Brasil e seu papel na compreensão das variedades de prestígio e estigmatizadas no português brasileiro. Fazer uso consciente e reflexivo de normas e regras, considerando contextos de produção, circulação e recepção de textos.	**EM13LP38** Analisar os diferentes graus de parcialidade/imparcialidade (no limite, a não neutralidade) em textos noticiosos, comparando relatos de diferentes fontes e analisando o recorte feito de fatos/dados e os efeitos de sentido provocados pelas escolhas realizadas pelo autor do texto, de forma a manter uma atitude crítica diante dos textos jornalísticos e tornar-se consciente das escolhas feitas como produtor.	- Estratégia de leitura: apreender os sentidos globais do texto; - Curadoria de informação; - Participação em discussões orais de temas controversos de interesse da turma e/ou de relevância social; - Consideração das condições de produção; - Relação do texto com o contexto de produção e experimentação de papéis sociais.	• Analisar contexto de produção, circulação e recepção de textos do campo jornalístico-midiático. • Comparar escolhas de assuntos, perspectivas e seu tratamento. • Reconhecer o efeito de sentido provocado pelas escolhas lexicais do autor. • Analisar usos de recursos linguísticos e multissemióticos e seus efeitos de sentido na parcialidade.	• **(EM13CO19)** Expor, argumentar e negociar propostas, produtos e serviços, utilizando diferentes mídias e ferramentas digitais. *[Essa habilidade visa a preparar os estudantes para vender uma ideia fazendo uso de diferentes recursos tecnológicos tais como produção de um vídeo promocional, construção de um site, e-mail marketing, etc., além de entender o comportamento das ferramentas de marketing digital sendo capaz de analisar a performance de cada campanha.]*
	D103_P Identificar as marcas linguísticas que evidenciam o locutor e o interlocutor de um texto.	**EM13LP42** Acompanhar, analisar e discutir a cobertura da mídia diante de acontecimentos e questões de relevância social, local e global, comparando diferentes enfoques e perspectivas, por meio do uso de ferramentas de curadoria (como agregadores de conteúdo) e da consulta a serviços e fontes de checagem e curadoria de informação, de forma a aprofundar o entendimento sobre um determinado fato ou questão, identificar o enfoque preponderante da mídia e manter-se implicado, de forma crítica, com os fatos e as questões que afetam a coletividade.	- Relação do texto com o contexto de produção e experimentação de papéis sociais; - Curadoria de informação; - Consideração das condições de produção; - Relação entre textos.	Analisar textos e discursos do campo jornalístico-midiático. Comparar textos e discursos do campo jornalístico-Midiático. Posicionar-se diante de discursos do campo jornalístico-midiático.				