



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.); 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 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 morfofssintáticos.	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.	- Morfofssintaxe das diferentes gramáticas (norma-padrão, norma culta, norma popular etc.).	<ul style="list-style-type: none"> 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.	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> (EM13CO19) Expor, argumentar e negociar propostas, produtos e serviços, utilizando diferentes mídias e ferramentas digitais.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 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

Informamos que, a partir da Quinzena 14, o Material Estruturado incluirá todo o conteúdo relativo a esta quinzena, de modo a não haver mais duas capas e sintetizar o conteúdo em um único volume. Esperamos, assim, que essa mudança facilite o seu trabalho, planejamento e sua organização em sala de aula.

*Informamos, ainda, que o período de **22 a 26/09** será destinado à **preparação para a 3.ª edição da Avaliação de Monitoramento da Aprendizagem (AMA)**; por esse motivo, o material foi reduzido.*

Caro(a) professor(a),

Nesta quinzena, 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. Assim, o foco será a análise crítica de textos publicitários e o uso estratégico de recursos tecnológicos na elaboração de discursos persuasivos.



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 :



The image shows an Instagram post from the account 'eskimosorvetesoficial'. The main image is an advertisement for an Eskimo ice cream bar. The bar is white with a chocolate coating and contains rice and beans. The text on the ad reads: 'O básico bem feito chegou!' (The basic one, well made, has arrived!) and 'Com grãos de arroz e feijão.' (With rice and beans). Below the bar is a package of 'Arroz e feijão' (Rice and beans) with a 'ALTO EM SÓDIO' (High in sodium) warning. The Instagram post includes a caption: 'O sabor que não pode faltar na mesa dos brasileiros! 🍦🍦' and two comments. The first comment says: 'Estão é atrasados, tem pote de sorvete desse sabor no meu congelador desde quando eu era criança 🍦'. The second comment says: '🍦🍦🍦🍦'. The post has 34,779 likes.

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 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:



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.



brametal

brametal Estamos sempre ligados em projetos e ações que visam ajudar pessoas e preparar, ainda mais, o mercado para novos sucessos.

São diferentes ações promovidas e patrocinadas, todas com foco na responsabilidade social de uma empresa do nosso porte com o desenvolvimento humano e comunitário.

Conheça mais no site Brametal e nos acompanhe por aqui, onde mostraremos mais sobre as ações futuramente!

70 curtidas
23 de julho de 2024

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:

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.



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).
- Umag 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/espírito-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.folhavoria.com.br/economia/negocios/mp-assina-a-tradicional-campanha-do-agasalho-do-extrabom/> e <https://encurtador.com.br/BeDoO> Acesso em: 01 abr. 2025.



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:

Gulfood | 30TH EDITION
17-21 FEB 2025 | DUBAI WORLD TRADE CENTRE

O FRISA ESTÁ EM DUBAI!

Estamos marcando presença na **30ª Gulfood**, uma das maiores feiras de alimentos do mundo, levando todo o sabor e a qualidade do Brasil.

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-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

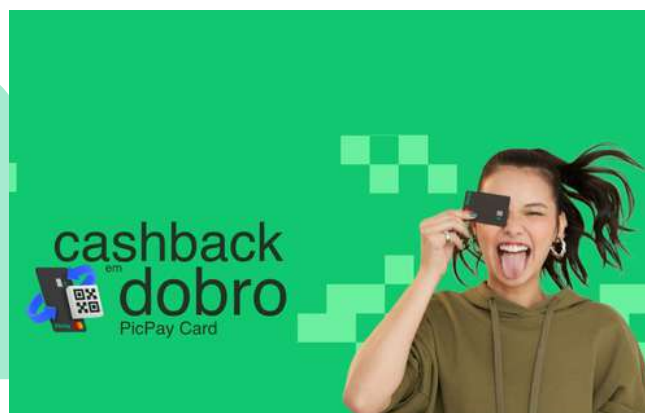
- A EDP está em 1º lugar.

- 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.

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".

**“A melhor
propaganda é
feita por um
cliente satisfeito.”**

- Philip Kotler

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.

Encha seu carrinho e concorra a um Carrão!

São 4 Carrões* cheios de produtos!**

E vales-compra, todos os dias***

R\$ 100 Vale-Compras

Cadastre-se no site

enchaseucarrinhoassai.com.br

A cada R\$ 100 em compras você ganha um número da sorte!

ASSAÍ
ATACADISTA
Sempre o seu melhor negócio.

Disponível em: <https://www.assai.com.br/campanha/campanha-enchaseucarrinho-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).



Atividades


Leia o texto a seguir.



patrickmaia e cif.limpadores

Áudio original



patrickmaia  A @cif.limpadores resolveu limpar uma nova superfície: a nossa boca suja. Trecho do @chevetalks com @sterblitch

2 d Ver tradução

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 uma 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=ZDNIZDc0MzIxNw==. 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 dois 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=MzRIODBiNWFIZA==. 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 a 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.



Leia o texto a seguir.

ASSEMBLEIA DAS GAÚCHAS E GAÚCHOS

A CASA DOS GRANDES DEBATES

2015 - 2019

ANTES DE ABRIR A BOCA, ABRA A CABEÇA.

Uma sociedade mais saudável se faz com informação e com as escolhas certas.

Em outubro, informe-se e participe da **Mobilização Cidadã pela Alimentação**. Uma causa da Assembleia Legislativa para que você entenda melhor como as escolhas de sua alimentação afetam sua saúde, a economia e a qualidade de vida de gaúchas e gaúchos.

EM DEBATE, UM SISTEMA ALIMENTAR MAIS JUSTO, SEGURO, SAUDÁVEL E SUSTENTÁVEL:

- Agricultura familiar - produção, emprego e renda
- Educação para hábitos de consumo mais saudáveis
- Novos modelos de produção alimentar

Acompanhe a programação completa em www.al.rs.gov.br.

VOCE SABE O QUE ESTÁ COMENDO?

Assembleia Legislativa
Estado do Rio Grande do Sul

www.al.rs.gov.br/radioassembleia
Canal 16 NET - Canal 61-2 TV aberta

[/assembleiars](https://www.facebook.com/assembleiars)
[/assembleiars](https://www.instagram.com/assembleiars)
[al.rs.gov.br/radioassembleia](http://www.al.rs.gov.br/radioassembleia)

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

ATIVIDADE 4

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 5

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 Crocibe.** Instagram, 9 out. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/garotochocolates?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzlxNw==. 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=MzRIODBiNWFIZA==. 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/CFDM9gZBJZ/>. 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=MzRIODBiNWFIZA==. Acesso em: 4 abr. 2025.