

Plano de Estudos

cesec

Língua Portuguesa

Ensino Fundamental

Módulo II



ESCOLA DE FORMAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL
DE EDUCADORES DE MINAS GERAIS



EDUCAÇÃO



MINAS
GERAIS

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

Secretário de Estado de Educação
Igor de Alvarenga Oliveira Icassatti Rojas

Secretária Adjunta
Fernanda de Siqueira Neves

Subsecretária de Desenvolvimento da Educação Básica
Kellen Silva Senra

Superintendência de Políticas Pedagógicas
Rosely Lúcia de Lima

Diretoria de Modalidades de ensino e Temáticas Especiais
Fabiana Benchetrit dos Santos

Coordenação da Educação de Jovens e Adultos
Denise Jacqueline Silva Oliveira

**Superintendente da Escola de Formação e Desenvolvimento Profissional
de Educadores**
Graziela Santos Trindade

Diretora da Coordenadoria de Ensino da EFE
Janeth Cilene Betônico da Silva

Elaboração e construção
Professores Formadores da Escola de Formação e Desenvolvimento Profis-
sional de Educadores

Revisão
Equipe Pedagógica e Professores Formadores da Escola de Formação e
Desenvolvimento Profissional de Educadores

Supervisão
Juliano Alves Andrade
Silene Gelmini Araújo Veloso

Prezado Estudante,

Prezado Estudante,

Você está recebendo o **Plano de Estudos de Língua Portuguesa – Ensino Fundamental Módulo II**. Nele você encontrará conteúdos e propostas didáticas que o ajudarão a desenvolver habilidades fundamentais para o prosseguimento ou conclusão de seus estudos.

O material foi elaborado considerando o seu perfil, trajetória de vida, interesses, objetivos e necessidades. Neste Plano de Estudos você encontrará uma diversidade de textos, imagens, vídeos, músicas, questões, exercícios e outras propostas pedagógicas que foram elaboradas pensando em favorecer o seu processo de aprendizagem.

Você deverá desenvolver as atividades didáticas aqui propostas a partir dos suportes disponibilizados neste material e no Google classroom. Porém, para o esclarecimento de qualquer dúvida ou para uma assessoria mais personalizada para a compreensão de conceitos ou realização das questões você pode contar com a orientação de estudos feita pelo professor orientador da aprendizagem do CESEC em que você está matriculado.

Desejamos que seus objetivos possam ser alcançados e que você continue em seu percurso escolar com sucesso.

Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais

SUMÁRIO

TEMA DE ESTUDO: Leitura e Análise Linguística/Semiótica	05
TEMA DE ESTUDO: Leitura e Análise Linguística/Semiótica	18
TEMA DE ESTUDO: Leitura e Análise Linguística/Semiótica	32
REFERÊNCIAS:	45

MODULO NÚMERO II DE ESTUDO CESEC

Referência: Ensino Fundamental

Ano Letivo: 2025

Área de Conhecimento: Linguagens

Componente Curricular: Língua Portuguesa

PLANO DE ESTUDOS

Habilidades:

(EF07LP02) Comparar notícias e reportagens sobre um mesmo fato divulgadas em diferentes mídias, analisando as especificidades das mídias, os processos de (re)elaboração dos textos e a convergência das mídias em notícias ou reportagens multissemióticas.

(EF67LP02X) Explorar o espaço reservado ao leitor nos jornais, revistas, impressos e on-line, sites noticiosos etc., destacando notícias, fotorreportagens, entrevistas, charges, assuntos, temas, debates em foco, posicionando-se de maneira ética e respeitosa frente a esses textos e opiniões a eles relacionadas.

(EF67LP03X) Comparar informações sobre um mesmo fato divulgadas em diferentes veículos e mídias, analisando e avaliando a confiabilidade dessas informações neles apresentadas.

(EF67LP04X) Distinguir fato da opinião enunciada em relação a esse mesmo fato, em segmentos (des)contínuos de textos.

(EF67LP06) Identificar os efeitos de sentido provocados pela seleção lexical, topicalização de elementos e seleção e hierarquização de informações, uso de 3ª pessoa etc.

(EF67LP08) Identificar os efeitos de sentido devidos à escolha de imagens estáticas, sequenciação ou sobreposição de imagens, definição de figura/fundo, ângulo, profundidade e foco, cores/tonalidades, relação com o escrito (relações de reiteração, complementação ou oposição) etc. em notícias, reportagens, fotorreportagens, foto-denúncias, memes, gifs, anúncios publicitários e propagandas publicados em jornais, revistas, sites na internet etc.

(EF69LP03) Identificar, em notícias, o fato central, suas principais circunstâncias e eventuais decorrências; em reportagens e fotorreportagens o fato ou a temática retratada e a perspectiva de abordagem; em entrevistas os principais temas/subtemas abordados, explicações dadas ou teses defendidas em relação a esses subtemas; em tirinhas, memes, charge, a crítica, ironia ou o humor presente.

(EF07LP04) Reconhecer, em textos, o verbo como o núcleo das orações.

Unidade Temática:

- Leitura
- Análise Linguística/Semiótica

Objeto de Conhecimento:

- Reconstrução do contexto de produção, circulação e recepção de textos.
- Caracterização do campo jornalístico e relação entre os gêneros em circulação, mídias e práticas da cultura digital.
- Apreciação e réplica.
- Relação entre textos.
- Estratégia de leitura.
- Distinção de fato e opinião.
- Efeitos de sentido.
- Exploração da multissemiose.
- Estratégia de leitura: apreender os sentidos globais do texto.
- Morfossintaxe.

Olá, estudante!

Neste guia de estudo, vamos falar sobre **o gênero textual: notícia**, que faz parte do universo jornalístico.

O que isso quer dizer?

Há vários gêneros textuais que se enquadram no universo jornalístico. Chamamos de universo jornalístico o meio onde circulam os textos usados pelos jornais, revistas, rádio, televisão e pela *Internet*.

Esses textos têm o objetivo de comunicar e informar sobre algo; ou seja, são usados para dar notícias.

A **notícia** é uma forma de comunicar fatos por meios jornalísticos. Ou seja, é um texto do universo jornalístico. É importante por informar sobre eventos socialmente relevantes dignos de publicação em mídias de comunicação. Fatos políticos, sociais, econômicos, culturais, naturais e outros podem se tornar notícia se impactarem indivíduos ou grupos consideráveis para um determinado veículo de imprensa.

Características do gênero notícia

A **notícia** trata de fatos ocorridos de interesse de uma população. É utilizada para **relatar o fato: quem** são os envolvidos, **como** aconteceu, **quando** aconteceu e **onde** aconteceu. Opiniões não devem fazer parte do texto da notícia, que deve buscar a máxima neutralidade possível.

A estrutura do gênero é formada por:

título – apresenta uma ideia geral do fato noticiado;

linha fina – apresenta informações complementares ao título;

lide – primeiro parágrafo, que traz um resumo do fato noticiado, informando, de modo geral, o que aconteceu, quando, com quem, como e onde. Mas pode ser que algum desses dados fique de fora;

corpo – apresenta um detalhamento dos fatos, depoimentos de envolvidos e testemunhas e, às vezes, fatos que antecederam ou sucederam o fato noticiado, algum desdobramento ou desfecho etc.

Os títulos geralmente têm verbos no presente, com a finalidade de aproximar o leitor. Mas **no corpo da notícia o fato é apresentado com verbo no passado**, pois se trata de fato já ocorrido.

Pelo fato de a notícia ser um **texto basicamente imparcial**, no qual o seu autor deve evitar emitir opinião pessoal, **os verbos são usados na 3ª pessoa**.

A linguagem deve ser formal, mas não excessivamente, a ponto de distanciar o leitor do texto. A informalidade geralmente é garantida pelos depoimentos orais de entrevistados, os quais são reproduzidos literalmente e indicados por aspas. Para isso, verbos que se referem às falas são comuns na notícia, tais como “afirmou” fulano, “desabafou” a vítima, “relatou” a testemunha etc.

(ARARIBÁ MAIS, 2018, p. 130 – ADAPTADO)

Leia o seguinte texto:

TEXTO 1 – Notícia na *Internet*

Cearense que vive em extrema pobreza em casa de taipa é aprovado em medicina

Filho de agricultores da zona rural da cidade de Lavras da Mangabeira, Adriano Justino foi aprovado em segundo lugar na Universidade Federal de Campina Grande, na Paraíba.



Adriano Justino vai deixar a casa humilde dos pais no Ceará para morar em residência universitária na Paraíba — Foto: Darlene Barbosa/TV Verdes Mares

Adriano Justino, de 17 anos, está com as malas prontas para deixar a zona rural de Lavras da Mangabeira, no interior do Ceará, para morar em Cajazeiras, na Paraíba. Entre as roupas que não podem faltar na bolsa está o jaleco do futuro estudante de medicina. O garoto, que vive em situação de extrema pobreza ao lado dos pais em uma casa de taipa, foi aprovado em segundo lugar em um dos cursos de graduação mais concorridos da Universidade Federal de Campo Grande (UFCCG).

Com o futuro trabalho como médico, ele pretende ajudar a família e prestar um serviço humanizado aos pacientes da região onde nasceu e cresceu.

"Eu sempre quis um curso que me deixasse numa situação mais confortável, assim como a minha família. Vi que medicina é esse curso. É também um modo de ajudar o povo da minha casa, pretendo ser um médico que vai tratar os pacientes de uma forma mais humanizada."

"Desde a primeira série, ele estava muito comprometido com os estudos e se destacando em sala. Ele é uma inspiração para nós, colegas e professores, um daqueles que a gente leva para sempre", diz a professora de matemática de Adriano, Lucilene.

Apesar da aprovação, ele quase perdeu a chance de se matricular por ter dificuldade para arcar custos da viagem até o estado vizinho. No entanto, ele recebeu apoio de amigos e pessoas que se sensibilizaram com a história.

Ele vai passar a morar com colegas em uma residência universitária em Cajazeiras. Para bancar outros gastos, colegas organizaram uma vaquinha. Até 10h deste sábado (11), eles haviam arrecadado R\$ 131 mil.

"Eu e todos os nossos colegas sempre tivemos o Adriano como uma inspiração pra gente, pela forma como ele é, a realidade que vivia e nunca foi de reclamar. Todos nós passamos por uma dificuldade, mas o Adriano passou por todas", afirma Eduarda Kelly, colega de estudo de Adriana e organizadora da vaquinha.

(CEARENSE, 2023a)

Observe como as características do gênero notícia são identificadas no texto

Apresenta um título	"Cearense que vive em extrema pobreza em casa de taipa é aprovado em medicina"
Presença de linha fina (informações complementares ao título)	"Filho de agricultores da zona rural da cidade de Lavras da Mangabeira, Adriano Justino foi aprovado em segundo lugar na Universidade Federal de Campina Grande, na Paraíba."
Lide – 1º parágrafo (um resumo do fato noticiado)	<p>O que aconteceu: "foi aprovado em segundo lugar em um dos cursos de graduação mais concorridos da Universidade Federal de Campo Grande (UFCG)".</p> <p>Quando: Pela data da notícia, no vestibular de 2023.</p> <p>Com quem: Adriano Justino, de 17 anos.</p> <p>Como: "vive em situação de extrema pobreza ao lado dos pais em uma casa de taipa, foi aprovado em um dos cursos de graduação..."</p> <p>Onde: "na zona rural de Lavras da Mangabeira, no interior do Ceará."</p>
Corpo	Apresenta um detalhamento dos fatos.

O título apresenta o fato usando verbos no presente, com a finalidade de aproximar o leitor:

Exemplo: “**é aprovado**”.

Mas **no corpo da notícia o fato é apresentado com verbo no passado**, pois se trata de fato já ocorrido:

Exemplo: “**foi aprovado**”.

Os depoimentos orais de entrevistados são reproduzidos literalmente e indicados por aspas:

Exemplo:

“Eu e todos os nossos colegas sempre tivemos o Adriano como uma inspiração pra gente,”

O texto é formado por **orações**: que são enunciados (conjunto de palavras organizadas dentro do texto). Esses enunciados se apresentam em torno de um verbo, ou seja, somente existe oração, se houver **verbo**.

Por exemplo, veja esta frase:

*Desde a primeira série, ele **estava** muito comprometido com os estudos e se **destacando** em sala.*

As palavras em destaque são verbos.

Cada verbo, junto com as palavras que ligam a ele, forma uma oração. Em cada oração, o verbo é a palavra mais importante, ou seja, **o verbo é o núcleo da oração**.

Veja como ele é importante. Observe como fica a frase anterior sem os verbos:

Desde a primeira série, ele ... muito comprometido com os estudos e se ... em sala.

Mais um exemplo:

*Eu sempre **quis** um curso que me **deixasse** numa situação mais confortável,*

As mesmas orações, sem os verbos:

*Eu sempre ... um curso
que me ... numa situação mais confortável,*

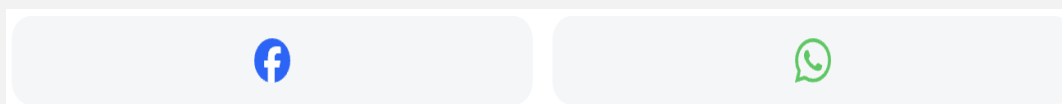
A notícia lida – texto 1 – foi veiculada (foi publicada) na *Internet*. Como você pode comprovar isso?

Percebendo algumas características, como:

- O texto apresenta o dia e a hora da publicação.
- A notícia na *Internet* pode ser atualizada a qualquer momento. Já a notícia impressa em jornal ou revista não pode, porque depois que foi escrita e impressa, não há mais como fazer qualquer atualização: não tem como reescrever em cima do texto que já foi impresso.

Veja o que consta na notícia lida → **“11/03/2023 10h25 – Atualizado há um ano”**

- Permite que as pessoas expressem as suas opiniões e façam comentários sobre o fato relatado, utilizando o **espaço reservado ao leitor**, por meio das redes sociais:



Mas, é importante que todos se posicionem de maneira ética e respeitosa.

Por isso, cada um deve comparar as informações sobre um mesmo fato divulgadas em diferentes veículos e mídias, analisando e avaliando a confiabilidade dessas informações nelas apresentadas.

Para fazer essa análise, é muito importante saber definir e diferenciar **o que é o fato** e **o que é a opinião** enunciada em relação a esse mesmo fato.

A notícia pode contar com as imagens (fotos, vídeos, infográficos, tabelas), para confirmar o fato relatado, além de acrescentar detalhes que vão ajudar na compreensão da mensagem transmitida.

A escolha de **imagens estáticas (fotos)** nas notícias desempenha um papel significativo na transmissão de informações e na formação de percepções. As imagens estáticas têm o poder de condensar complexidades em um único quadro, moldando uma narrativa visual que acompanha a notícia. A seleção dessas imagens, muitas vezes, influencia a emoção, a compreensão e a interpretação do público em relação aos acontecimentos. Eles podem enfatizar determinados aspectos, criar empatia, incitar questionamentos e até mesmo distorcer a realidade, dependendo do enquadramento e da

intenção por trás da escolha. Essas imagens estáticas têm o poder de provocar impactos duradouros, tornando-se peças fundamentais na maneira como o público absorve e percebe a informação noticiosa.

Na notícia lida, observe como a foto do Adriano, em sua casa, confirma o que diz no texto: “Cearense que vive em extrema pobreza”.

A notícia sobre o Adriano Justino também foi veiculada na TV:

TEXTO 2 – Notícia na TV

Durante o Jornal CE1, transmitido pela TV, no estado do Ceará, a apresentadora deu a seguinte notícia:

“Um jovem de 17 anos estudante de escola pública passou, em segundo lugar, para medicina, na Universidade Federal de Campina Grande, em Cajazeiras, lá na Paraíba.”

Em seguida, passou a palavra para uma colega jornalista que estava lá na zona rural de Lavras da Mangabeira, no interior do Ceará, para entrevistar o protagonista dessa história, Adriano Justino.



Aos 17 anos, estudante do Cariri passou em Medicina de universidade federal



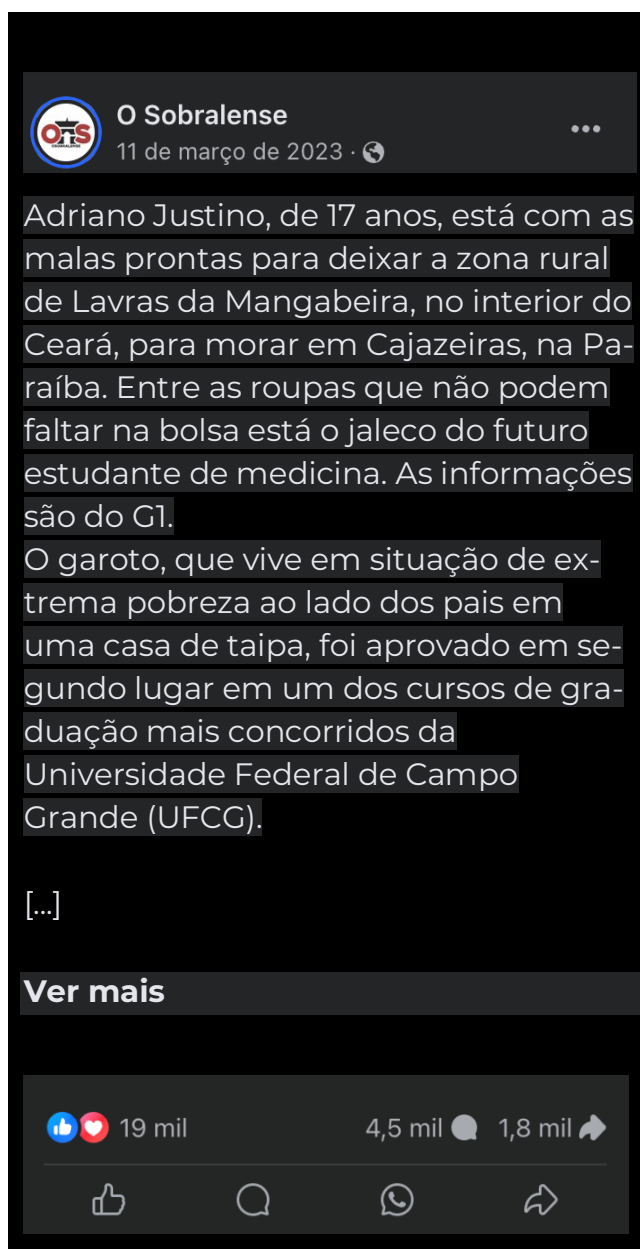
Aos 17 anos, estudante do Cariri passou em Medicina de universidade federal

(JORNAL CE 1. Ceará. In: CEARENSE, 2023a

Tanto no texto 1 (Notícia na *Internet*) quanto no texto 2 (Notícia na TV), o tema é o mesmo: **Um jovem pobre, estudante de escola pública, que passou, em segundo lugar, para medicina, em uma Universidade Federal.** Esse é o **fato central** noticiado nas duas mídias diferentes.

Veja esta postagem na rede social *Facebook*. Trata-se da mesma notícia, inclusive com o mesmo texto.

TEXTO 3 – Notícia na rede social *Facebook*



(CEARENSE, 2023b)

Observe que, até àquela data, havia 4.500 comentários, 19.000 visualizações e 1.800 compartilhamentos. Isso demonstra como uma notícia postada nas redes sociais ganha um dinamismo muito grande, pois todos que têm acesso, podem ler, compartilhar, comentar e até divulgar as suas próprias

versões ou opiniões sobre o fato. Ou seja, **as pessoas podem explorar bastante o espaço reservado ao leitor.**

Por isso é importante ler notícias em diversas mídias, mas sempre **analisando e avaliando a confiabilidade dessas informações** nelas apresentadas.

Conclui-se que informações sobre um mesmo fato podem ser divulgadas em diferentes veículos e mídias.

A imagem a seguir, não se trata da mesma notícia abordada nos três textos lidos, serve apenas como exemplo de notícia veiculada em jornal impresso (apenas para visualizar como é um jornal impresso).

Jornal impresso



Fonte: (90% DA RECEITA, 2024)

ATIVIDADES

Leia a seguinte charge. Depois, responda às questões 1, 2 e 3.

Desmatamento e Calor



Fonte: (LAURINDO, 2021)

1. Qual é o fato central abordado?

2. Imagine uma situação real, a partir da charge. Agora, escreva um “título de notícia” sobre o fato que possa ter acontecido, com base na charge.

- Para escrever o título, lembre-se de usar pelo menos um verbo.
- Nos títulos, utilizam-se verbos no “presente do indicativo”.
- Não é para escrever “uma história”, apenas, o título.

3. Explique por que o verbo que você usou no título da questão anterior é o núcleo da oração.

Leia a notícia a seguir e responda às questões 4, 5, 6 e 7.

Homem explode quintal de casa ao tentar matar baratas com veneno, gasolina e fogo; VÍDEO

Caso aconteceu em Enéas Marques, no sudoeste do Paraná. 'Fiquei pasmo e tremendo por causa do susto', afirmou o morador. Ninguém ficou ferido.

Por Mari Kateivas, G1 PR e RPC Foz do Iguaçu
21/10/2019 15h38

Vídeo



Homem explode quintal de casa ao tentar matar baratas com veneno, gasolina e fogo

Um homem explodiu o quintal de casa ao tentar matar baratas com gasolina, veneno em spray e fogo, em Enéas Marques, no sudoeste do Paraná. As câmeras de monitoramento da casa registraram o acidente. Veja o vídeo acima.

As imagens mostram o gramado do quintal explodindo após o homem jogar fósforos em uma fossa de onde estavam saindo as baratas.

“Fiquei pasmo e tremendo por causa do susto”, disse o caminhoneiro Cesar Schmitz.

Segundo Schmitz, ele jogou veneno em spray no local para tentar matar as baratas. Quando o produto acabou, ele jogou gasolina “Coloquei um pouco de gasolina e comecei a riscar o fósforo”, contou.

Ele afirmou que acredita que o gás metano do veneno em spray com o fogo causou a explosão. O homem e os cachorros, que também estavam no quintal, não se machucaram.

“Na hora você não pensa e acabou acontecendo.

Pode acontecer com qualquer um. Se eu sonhasse que aquilo era perigoso eu jamais ia fazer”, contou.

Com a explosão, segundo o caminhoneiro, os canos de um dos banheiros da casa também estouraram.

O caso aconteceu na sexta-feira (18). Conforme Schmitz, ele conseguiu terminar de limpar tudo apenas nesta segunda-feira (21).

Schmitz explicou que enviou o vídeo para um amigo, mas não imaginava que o caso ia viralizar na internet.

(KATEIVAS, 2019 – Fragmento)

4. Qual é o fato que está sendo relatado?

5. Onde aconteceu o fato noticiado? Quando ocorreu? E quem foi o envolvido nesse acontecimento?

6. Há algum elemento que comprove que o fato relatado é real? Qual?

7. Ainda com relação à notícia lida, cite as partes que compõem a estrutura da notícia.

A estrutura da notícia	
Título:	
Subtítulo:	
Lide:	
Informações secundárias:	
Detalhes:	

PLANO DE ESTUDOS

Habilidades:

(EF67LP05A) Identificar e avaliar teses/opiniões/ em textos argumentativos (carta de leitor, comentário, artigo de opinião, resenha crítica etc.), manifestando concordância ou discordância.

(EF07LP14) Identificar, em textos, os efeitos de sentido do uso de estratégias de modalização e argumentatividade.

(EF67LP26) Reconhecer a estrutura de hipertexto em textos de divulgação científica e proceder à remissão a conceitos e relações por meio de notas de rodapés ou boxes.

(EF69LP31X) Utilizar pistas linguísticas – tais como “em primeiro/segundo/terceiro lugar”, “por outro lado”, “dito de outro modo”, “isto é”, “por exemplo” – em textos, diversos, para compreender a hierarquização das proposições, sintetizando o conteúdo dos textos.

(EF69LP43) Identificar e utilizar os modos de introdução de outras vozes no texto – citação literal e sua formatação e paráfrase –, as pistas linguísticas responsáveis por introduzir no texto a posição do autor e dos outros autores citados (“Segundo X; De acordo com Y; De minha/nossa parte, penso/amos que”...) e os elementos de normatização (tais como as regras de inclusão e formatação de citações e paráfrases, de organização de referências bibliográficas) em textos científicos, desenvolvendo reflexão sobre o modo como a intertextualidade e a retextualização ocorrem nesses textos.

(EF69LP42A) Analisar a construção composicional dos textos pertencentes a gêneros relacionados à divulgação de conhecimentos: título, (olho), introdução, divisão do texto em subtítulos, imagens ilustrativas de conceitos, relações, ou resultados complexos (fotos, ilustrações, esquemas, gráficos, infográficos, diagramas, figuras, tabelas, mapas) etc., exposição, contendo definições, descrições, comparações, enumerações, exemplificações e remissões a conceitos e relações por meio de notas de rodapé, boxes ou links; ou título, contextualização do campo, ordenação temporal ou temática por tema ou subtema, intercalação de trechos verbais com fotos, ilustrações, áudios, vídeos, etc.

Unidade Temática:

- Leitura
- Análise Linguística/Semiótica

Objeto de Conhecimento:

- Estratégia de leitura: identificação de teses e argumentos.
- Apreciação e réplica.
- Modalização
- Textualização.

- Hipertexto.
- Hiperlink.
- Apreciação e réplica.
- Marcas linguísticas.
- Intertextualidade.

Olá, estudante!

Neste guia de estudo, vamos falar sobre **os textos argumentativos: “artigo de opinião” e “artigo de divulgação científica”**.

O texto argumentativo é uma modalidade textual que tem como objetivo principal persuadir o leitor ou ouvinte sobre uma determinada tese ou ponto de vista. Nele, o autor apresenta argumentos que fundamentam sua posição, utilizando evidências, exemplos, dados e raciocínios lógicos.

Abrange uma variedade de gêneros textuais. Alguns exemplos comuns de textos argumentativos incluem: ensaio; **artigo de opinião**; **artigo de divulgação científica**; editorial; resenha crítica; discurso político e religioso; petição; cartaz; panfleto; folder; anúncio publicitário; redação escolar; carta de apresentação etc.

Esses são apenas alguns exemplos, pois os textos argumentativos podem surgir em diversas situações e formatos, sempre com o objetivo de persuadir o público-alvo sobre uma determinada perspectiva ou ponto de vista.

O ARTIGO DE OPINIÃO

O gênero textual **artigo de opinião**

é um texto que expressa a opinião do autor, utilizando argumentos para defender seu ponto de vista. Este gênero é característico da esfera jornalística, sendo encontrado em revistas e jornais, tanto impressos quanto eletrônicos. Atualmente, também é muito comum em blogs que abordam diversos temas, geralmente relacionados a polêmicas de importância social para certos grupos ou para a sociedade em geral. O autor de um artigo de opinião deve demonstrar um profundo conhecimento sobre o tema abordado e, preferencialmente, ser um especialista na área.

(BALTHASAR, 2018a – Adaptado)

ESTRUTURA DO GÊNERO ARTIGO DE OPINIÃO

Introdução

- Contextualização.
- Apresentação do tema.
- Apresentação da tese (o ponto de vista / a opinião do autor).

Desenvolvimento

- Apresentação dos argumentos.
- Exposição de todos os recursos disponíveis para defender o ponto de vista.
- Aqui também há espaço para contra-argumentar. Ou seja, se antecipar aos possíveis questionamentos de leitores com opiniões contrárias.

Conclusão

- Síntese do que foi dito, retomando as ideias trabalhadas.
- Reforço do ponto de vista defendido.
- Apresentação de um comentário mais pessoal ou de uma proposta de solução.

Leia o seguinte artigo de opinião:

Ética e corrupção

Todos os dias nos deparamos com escandalosos casos de corrupção, ativa ou passiva, tanto no Brasil quanto no exterior, praticados especialmente nas relações promíscuas entre políticos e empresários. A corrupção é definida como o ato de solicitar ou receber alguma vantagem indevida, segundo a “lei de Gérson”: “levar vantagem em tudo”, não importando o meio para se alcançar o que se almeja. Tanto o corrupto como o corruptor praticam algo ilícito, [...]

Mas não apenas o Direito recrimina a corrupção; também a reflexão ética reprova tal conduta. A Ética é a área da Filosofia que tem a ver com o estudo das normas, princípios que norteiam o agir humano. [...]

Exemplo disso é o diálogo de Platão intitulado “Críton”, em que a seguinte situação é relatada: Sócrates foi acusado, julgado e condenado à morte. Críton, um amigo de Sócrates, tenta persuadi-lo de fugir da prisão, dizendo, inclusive, que ele e seus amigos providenciariam meios para o suborno dos guardas. Apresenta vários argumentos que certamente justificariam a fuga, mas Sócrates refuta o plano de Críton. Ainda que considere infundada sua condenação, Sócrates afirma ser preferível sofrer uma injustiça a cometer algo injusto. Em sua visão, é necessário respeitar as leis da cidade e cumprir sempre os termos de um acordo justo. Por isso, considera inadmissível que seus amigos cometam algo ilícito para reparar a injustiça que Atenas praticara com ele. Assim, Sócrates, na Antiguidade, dá claramente uma resposta a tentativas de corrupção, ao recusar qualquer vantagem indevida.

Essa negação categórica da corrupção apresenta-se também na Ética do filósofo Immanuel Kant, muitos séculos depois. Para ele, o ser humano terá de agir corretamente “por dever”, não meramente “conforme o dever”. Isso quer dizer que a ação verdadeiramente moral é aquela cuja motivação deve ser o dever e não a mera aparência de dever. Se um comerciante, num exemplo dado por Kant, devolve o troco certo ao cliente, não porque tem a convicção de que essa é a atitude correta, mas apenas por medo de perder a clientela, não está agindo moralmente, pois, para o filósofo, o ser humano deve agir corretamente sem fazer um cálculo das consequências.

Na ética kantiana, a pessoa nunca pode admitir a exceção, pensando, por exemplo, que, apesar de ser imoral mentir, vai se permitir tal atitude. Para Kant, devo sempre agir querendo que todos ajam como estou agindo! E seguramente ninguém gostaria que a mentira se tornasse uma prática universal. Ainda que, eventualmente, dizer a verdade possa-me trazer algum prejuízo, nunca devo permitir-me a exceção. [...]

A corrupção não provoca apenas descrença nas instituições, quando praticada por agentes públicos. Não apenas traz grandes prejuízos à coletividade, ao desviar recursos vultosos que deveriam ser aplicados, por exemplo, na saúde e na educação. Além desses enormes malefícios, espero ter mostrado, com os exemplos de Sócrates e Kant, que a corrupção é o resultado da violação de elementos morais, os quais são bases que possibilitam a nossa convivência em sociedade.

SOUZA, Draiton. *Revista PUCRS*.

Disponível em: <<http://www.pucrs.br/revista/etica-e-corrupcao/>>.

Acesso em: 8 nov. 2018.

(BALTHASAR e GOULART, 2018b. p.134-136 – Adaptado)

Observe as características e estrutura do gênero:

- A **contextualização** é feita no primeiro parágrafo.
- A apresentação da **tese** é feita no início do segundo parágrafo.
- A partir de então, o autor passa a **desenvolver**, por meio da exemplificação e da citação o quanto há de reflexão sobre ética a ser feita quando se trata de discutir corrupção.
- A **conclusão** acontece no último parágrafo, quando o autor reafirma a sua tese de que a corrupção é um problema legal e moral, ressaltando que em termos legais ela é um crime porque traz prejuízos materiais para a coletividade; um crime cometido pela violação de normas morais importantes para a convivência em sociedade.

Para estabelecer os **movimentos argumentativos** de sustentação, o autor utiliza os modos de **introdução de outras vozes no texto**:

- Os recursos linguísticos (palavras ou expressões) que o autor utiliza para introduzir a voz de Kant: “Para ele”; “Na ética de Kant”; “Para Kant”; “Segundo Kant”.
- Ao trazer as vozes (as ideias, as opiniões) de outros autores para o seu texto, o autor as utiliza com a finalidade de fundamentar, para sustentar o ponto de vista que defende.
- Ao citar dois grandes filósofos, que são da área de conhecimento que tem a Ética como uma das áreas de estudo, o autor fez uso de argumentos de autoridade.

Em textos argumentativos, são utilizadas estratégias de modalização e argumentatividade. Os elementos que atuam como indicadores de argumentação são denominados de **modalizadores discursivos**. Eles são os encarregados de evidenciar o ponto de vista assumido.

Não existe interação comunicativa sem **modalização**, uma vez que, sempre que nos expressamos, estamos indicando nosso ponto de vista em relação ao assunto em questão.

Os **modalizadores do discurso** modificam a maneira como o discurso é lido ou ouvido. Algumas dessas modificações podem ocorrer usando-se palavras ou expressões que transmitam a ideia de

a) **necessidade ou possibilidade.**

Por exemplo: necessariamente, possivelmente, provavelmente, talvez, quem sabe, é preciso, é necessário, é possível etc.

b) **certeza ou incerteza.**

Por exemplo: certamente, com certeza, sim, claro, decerto, indubitavelmente, seguramente talvez, será? etc.

c) **obrigatoriedade ou não obrigatoriedade.**

Por exemplo: obrigatoriamente, forçosamente, imprescindivelmente, fatalmente, indispensavelmente, opcionalmente, voluntariamente, é dispensável, alternativamente etc.

Para identificar o uso de alguns modalizadores no artigo lido, releia os trechos:

*“Apresenta vários argumentos que **certamente** justificariam a fuga,”*

*“Em sua visão, **é necessário** respeitar as leis da cidade e cumprir sempre os termos de um acordo justo.”*

“Assim, Sócrates, na Antiguidade, dá **claramente** uma resposta a tentativas de corrupção,”

“E **seguramente** ninguém gostaria que a mentira se tornasse uma prática universal.”

O ARTIGO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

O gênero textual **artigo de divulgação científica**

é um texto expositivo e argumentativo mais elaborado. Ele é produzido a partir de pesquisas, estudos teóricos mais profundos e resultados de investigações sobre um determinado assunto. Seu principal objetivo é popularizar a ciência, ou seja, transmitir para a sociedade informações sobre o conhecimento científico.

(FERNANDES, 2024a – Adaptado)

O artigo de divulgação científica

- é expositivo,
- utiliza um padrão de linguagem formal,
- transmite conhecimentos de natureza científica,
- divulga informações relacionadas a descobertas científicas, de maneira acessível, ao público em geral.

ESTRUTURA DO GÊNERO ARTIGO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Apresenta uma estrutura específica semelhante a do artigo de opinião, ou seja: **introdução, desenvolvimento e conclusão.**

Na estrutura textual dos artigos de divulgação científica, é comum o uso do **hipertexto**. Quando você está lendo um artigo na *Internet*, e clica em uma palavra ou uma frase sublinhada e colorida que aparece no texto, você é direcionado para outra página, que aborda um conteúdo relacionado ao tema em questão. Essa possibilidade de **acessar diversos textos ao mesmo tempo, é o hipertexto, que apresenta textos dentro de outros, formando, assim, uma grande rede de informações interativas.**

Ou seja, muitos textos veiculados na internet, apresentam os **hyperlinks** (palavras ou frases sublinhadas e coloridas). Quando você clica neles, abrem-se novas janelas com outros textos relativos ao assunto do texto original, formando assim um **hipertexto**.

Leia o seguinte artigo de divulgação científica:

O PESO DOS ULTRAPROCESSADOS

Estudos associam o consumo desse tipo de comida a 10% das mortes precoces no Brasil e à aceleração do declínio cognitivo

Dois trabalhos recentes feitos no Brasil apontam uma associação estatística significativa entre o consumo em excesso de alimentos ultraprocessados e a ocorrência de mortes evitáveis, somada à aceleração do processo de declínio cognitivo na população brasileira. Um artigo publicado em novembro passado na revista *American Journal of Preventive Medicine* estima que, em 2019, pelo menos 57 mil óbitos prematuros no país teriam sido causados pela ingestão em demasia de ultraprocessados. Outro estudo, que saiu em dezembro de 2022 na revista científica *JAMA Neurology*, sugere que o consumo exacerbado desse tipo de alimento acelera em 28% o declínio da cognição geral dos adultos.

(...)

A partir de uma modelagem epidemiológica, os pesquisadores calcularam o número de mortes não naturais ligadas ao consumo de ultraprocessados no Brasil em 2019. “Nossa modelagem considera como fator de risco para a ocorrência de mortes prematuras quanto uma população consome de ultraprocessados e associa esse dado à estimativa de risco e morte por todas as causas, segundo a literatura científica internacional”, explica o biólogo Eduardo Nilson, pesquisador associado ao Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde, da Universidade de São Paulo (Nupens-USP) e da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em Brasília, autor principal do primeiro estudo.

(...)

Os trabalhos que exploram a associação entre dois parâmetros, como o consumo de ultraprocessados e a ocorrência de doenças ou mortes, têm limitações. Eles indicam que há fortes correlações estatísticas de que a alteração de uma variável leva a mudanças na outra. No caso, a quantidade de comida industrializada ingerida parece influenciar no aparecimento de doenças e na quantidade de mortes prematuras. Esses estudos, no entanto, não conseguem demonstrar qual seria o mecanismo por trás dessa aparente correlação.

A geriatra Claudia Suemoto, da Faculdade de Medicina da USP, que coordenou o estudo do Elsa sobre ultraprocessados e desempenho cognitivo, espera superar essa limitação em breve. Serão feitas imagens do cérebro

de voluntários para ver se o alto consumo de ultraprocessados pode causar eventos isquêmicos ou pequenos derrames cerebrais, que, ao longo do tempo, poderiam comprometer as funções cognitivas. “Dessa forma, poderemos investigar possíveis mecanismos que expliquem a associação do ponto de vista estrutural”, conta Suemoto.

(Trechos de texto de divulgação científica “O peso dos ultraprocessados”, publicado na revistapesquisa.fapesp.br, em 3 de março de 2023 e assinado por Ricardo Zorzetto)

(FERNANDES, 2024a – Adaptado com inclusão de hiperlinks, para fins pedagógicos)

- No primeiro parágrafo já é feita a **contextualização** e a apresentação da **tese**.
- O **desenvolvimento** ocorre durante todo o texto. Como estratégia de argumentação, o autor usa principalmente a citação. Quando ele cita outros autores pesquisadores e instituições de pesquisas, está fazendo uso de modos de introdução de outras vozes no texto.
- A **conclusão** acontece nos dois últimos parágrafos, de uma forma em que o assunto ainda não foi esgotado. Os estudos científicos citados não conseguem resolver totalmente as hipóteses levantadas. Logo, continuarão sendo realizados.
- Observa-se também a estrutura de **hipertexto** nesse texto de divulgação científica, pela presença de **hiperlinks** (palavra ou uma frase sublinhada e colorida).

ATIVIDADES

Leia o seguinte artigo de opinião, para responder às questões de 1 a 5.

CONSUMISMO E BAIXA AUTOESTIMA FORMAM CÍRCULO VICIOSO

Helio Mattar

Comprar faz você feliz? Ninguém consegue negar o prazer de entrar em uma loja e comprar um produto ou serviço muito desejado. Mas, será que, passada a euforia momentânea, esta satisfação vai de fato ajudar a sustentar a sua felicidade?

Numa visão mais panorâmica, consumir não é sinônimo de bem-estar. Apesar de ter aumentado o seu poder de consumo nos últimos 50 anos, a população dos Estados Unidos não sente uma melhora no seu bem-estar,

segundo uma pesquisa da American Psychological Association. Em comparação às condições da década de 50, hoje os norte-americanos podem ter o dobro de carros por pessoa e comer fora de casa com uma frequência duas vezes maior – mas esse conforto não veio acompanhado de uma maior felicidade.

E o que explica esse aparente contrassenso? Cientistas vêm constatando uma relação muito próxima, praticamente de retroalimentação, entre consumismo e baixa autoestima, além de ser relacionado a patologias como depressão e ansiedade.

A relação entre baixa autoestima e materialismo é relativamente fácil de entender: a autoestima pode ser definida como o apreço que uma pessoa confere a si própria, permitindo-lhe ter confiança nos próprios atos e pensamentos. Uma pessoa com baixa autoestima provavelmente vai “externalizar” o seu processo de valorização, ou seja, superestimar fatores externos.

Isso pode ser ainda mais pronunciado nesta era das redes sociais, quando é comum buscar reconhecimento na aprovação de terceiros, por meio de curtidas e compartilhamentos. Além disso, somos bombardeados com imagens superproduzidas de viagens, eventos e refeições maravilhosas a todos os momentos, que muitas vezes alimentam um sentimento de inferioridade em relação aos “amigos” da rede social. Será que só eu sou inadequado na sociedade?

Somado a isso, propagandas e anúncios trazem essa vida perfeita retratada de maneira muito acessível – basta adquirir o produto que está sendo vendido e tudo está resolvido. Mas, a expectativa é frustrada e a viagem divertida com os amigos não se manifesta magicamente após a compra daqueles óculos de sol, não nos tornamos executivos de sucesso imediatamente após comprar “aquele” carro e não entramos em forma apenas por comprar o tênis mais leve do mercado, insatisfações provocadas pelo discurso da publicidade de que comprar vai nos deixar mais felizes. Mas, neste sonho delirante, seguramente, a única coisa que se torna realidade são as contas, que nem sempre se fecham no fim do mês. E os sentimentos de inadequação e frustração continuarão, afinal, as pessoas das redes sociais e das propagandas seguem levando as suas vidas aparentemente perfeitas, diminuindo ainda mais a autoestima. Continuaremos navegando pelas redes sociais e estaremos expostos a propagandas. E então, o que podemos fazer?

Em primeiro lugar, é necessário ter consciência de que este é o processo, e isso já é um grande passo. Passamos a ter elementos para entender melhor o que se passa, ao menos racionalmente. Depois, vem o mais difícil: apropriarmos, com a mente e o coração, um sentido para a vida que vá

muito além do consumo, que responda ao que é realmente importante na vida de cada um.

Nesse sentido, a pesquisa Rumo à Sociedade do Bem-estar, do Instituto Akatu, perguntou aos entrevistados o que eles consideravam ser felicidade. A resposta, para dois terços dos entrevistados, foi estar saudável e/ou ter sua família saudável.

Conviver bem com a família e os amigos também foi apontado como fator de felicidade para 60% do público que respondeu à pesquisa. Isso mostra que a maior parte da sociedade brasileira compartilha a noção de que, uma vez satisfeitas as necessidades básicas, a felicidade é encontrada no que temos de mais humano, o bem-estar físico próprio e daqueles de quem gostamos e o afeto em si pelos amigos e pela família. Não inclui o caminho do consumismo.

Um outro fator a ser trabalhado no dia a dia, de maneira a enfraquecer ou quebrar o círculo vicioso da insatisfação no consumo e da autoestima, é estimular um diálogo aberto sobre a nossa autoimagem, nossos valores e a importância da aceitação da diversidade nos círculos dos quais fazemos parte, abrindo espaço para a autorreflexão e, por meio da troca de sentimentos e experiências, criar espaço para a percepção de que todos vivemos essas mesmas emoções e, com isso, nos valorizarmos a nós mesmos e aos outros.

Inicia-se outro círculo, dessa vez virtuoso, que tende a ficar mais forte conforme as pessoas se sintam mais à vontade de ser quem elas de fato são. E assim, podendo identificar com mais facilidade o que realmente faz feliz ou pelo menos traz contentamento suficiente, a cada um de nós. E quase que certamente descobriremos que isso está muito longe de ter o último modelo de smartphone.

Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/heliomattar/2017/12/1942405consumismoebaixaautoestimaformam-circulo-vicioso.shtml> Acesso em: 25 set. 2018.

(BALTHASAR e GOULART, 2018a. p.140 – Adaptado com inclusão de modalizadores para fins pedagógicos)

O texto que você leu faz parte da coluna de Helio Mattar publicada na *Folha de S. Paulo*. Trata-se de um artigo de opinião.

1. Qual o tema (o assunto tratado pelo autor no texto)?

2. Qual é a tese (a posição que o autor defende em relação a esse assunto)?

3. Para defender a sua posição o colunista usa que tipo de informação?

4. Você diria que essas informações são confiáveis? Por quê?

5. Que comentário você faria sobre o texto para publicar na página desse artigo? Qual a sua posição sobre o ponto de vista e os argumentos do autor?

6. Os modalizadores do discurso modificam a maneira como o discurso é lido ou ouvido. Algumas dessas modificações podem ocorrer usando-se palavras ou expressões que transmitam a ideia de

- A) necessidade.
- B) possibilidade.
- C) certeza.
- D) incerteza.
- E) obrigatoriedade.
- F) não obrigatoriedade.

Releia os seguintes trechos, observando as palavras em destaque. Em seguida, escreva dentro dos parênteses a letra que corresponde ao modalizador utilizado no texto.

- () “Mas, **será** que, passada a euforia momentânea, esta satisfação vai de fato ajudar a sustentar a sua felicidade?”
- () “Uma pessoa com baixa autoestima **provavelmente** vai “externalizar” o seu processo de valorização, ou seja, superestimar fatores externos.”
- () “Mas, neste sonho delirante, **seguramente**, a única coisa que se torna realidade são as contas, que nem sempre se fecham no fim do mês.”
- () “Em primeiro lugar, **é necessário** ter consciência de que este é o processo, e isso já é um grande passo.”
- () “E **quase que certamente** descobriremos que isso está muito longe de ter o último modelo de smartphone.”

7. Leia a charge:

Consumismo



Fonte: (CABRAL, 2014)

Escreva um parágrafo comentando a sua interpretação da charge de Ivan Cabral.

Para responder às questões de 8, 9 e 10, leia:

Por que salivamos diante de uma comida apetitosa?

A visão do prato e seu cheiro estimulam o cérebro, que aciona as glândulas produtoras de saliva

Por Carlos Bighetti

Atualizado em 25 abr. 2017, 12h54 - Publicado em 31 maio 2002, 22h00



(Roxiller/iStock)

Isso acontece porque o organismo já está se preparando antecipadamente para a digestão.

A visão do prato e seu cheiro estimulam o cérebro, que, por sua vez, aciona as glândulas produtoras de saliva, secreção que tem a função de ajudar o aparelho digestivo a decompor a comida ingerida.

Essa reação é um exemplo de reflexo condicionado, descoberto pelo fisiologista russo Ivan Pavlov (1849-1936) em um experimento clássico. Toda vez que alimentava um cão com um pedaço de carne, Pavlov fazia soar antes uma campainha. Resultado: sempre que ouvia esse som, o cachorro começava a salivar, mesmo sem ver a carne nem sentir seu cheiro, prova de que havia sido criada, em seu cérebro, uma associação entre a campainha e a hora em que o alimento era servido.

O curioso é que a quantidade de salivagem varia de acordo com o estado motivacional da pessoa. “Um indivíduo faminto tende a salivar muito mais diante de um prato de comida do que alguém com menos fome”, afirma a fisiologista Sara Shammah Lagnado, da Universidade de São Paulo (USP).

(BIGHETTI, 2002)

8. Qual é a tese (a ideia) apresentada nesse texto?

9. Cite o argumento que o autor utiliza para comprovar a sua tese.

10. Para estabelecer os movimentos argumentativos de sustentação, os autores de textos argumentativos utilizam os modos de introdução de outras vozes no texto. Copie um trecho do texto em que isso ocorre.

PLANO DE ESTUDOS

Habilidades:

(EF69LP02X) Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas (campanha pela manutenção da limpeza urbana, campanha para salvar algum bicho em extinção, campanhas política etc.), as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros.

(EF69LP05) Inferir e justificar, em textos multissemióticos (tirinhas, charges, memes, gifs etc.) o efeito de humor, ironia e/ou crítica pelo uso ambíguo de palavras, expressões ou imagens ambíguas, de clichês, de recursos iconográficos, de pontuação etc.

(EF67LP38) Analisar os efeitos de sentido do uso de figuras de linguagem, como comparação, metáfora, metonímia, personificação, hipérbole, dentre outras.

Unidade Temática:

- Leitura
- Análise Linguística/Semiótica

Objeto de Conhecimento:

- Apreciação e réplica.
- Relação entre gêneros e mídias.
- Efeitos de sentido.
- Figuras de linguagem.
- Variação linguística.

Olá, estudante!

Neste guia de estudo, vamos falar sobre o que são os **modos semióticos** e como são usados em **textos multissemióticos**, incluindo as **peças publicitárias**.

Os textos que encontramos na sociedade utilizam, em suas estruturas, os **modos semióticos**, que são diferentes sistemas ou formas de comunicação utilizados para criar e interpretar as mensagens.

Exemplos de modos semióticos:

- Texto Escrito
- Imagem (fotos, desenhos, ícones)

- Áudio (mensagens gravadas, *podcasts*)
- Vídeo (clipes, filmes)
- Gestualidade (gestos e expressões corporais)
- Espacialidade (distribuição de escrita e imagens dentro de um texto)
- Tipografia (tipos e tamanhos de letras, destacando tópicos mais importantes)
- Cores (diversidade de cores para tornar o visual mais atraente)

A utilização organizada e estruturada dessas formas de comunicação caracteriza o gênero chamado de **textos multissemióticos**.

Os **textos multissemióticos** apresentam diferentes linguagens:

- **Verbal**, aquela que utiliza o texto escrito ou falado;
- **Visual**, formada por imagens, ícones e desenhos;
- **Digital**, utiliza rotineiramente os meios digitais para se expressar, seja por meio de textos, imagens, ou os diversos recursos de multimídias;
- **Sonora**, que utiliza os diversos sons: fala, sons do ambiente, dos animais, músicas etc.;
- Entre outras.

A maioria dos textos que encontramos na sociedade possui, no mínimo, a linguagem verbal e a visual.

O uso combinado dessas linguagens, ajuda a transmitir mensagens de maneira mais completa e envolvente, facilitando a compreensão da informação e tornando a comunicação mais eficaz.

Exemplos de textos multissemióticos:

- Fotos;
- Vídeos;
- Tirinhas;
- Charges;
- Memes;
- Gifs;
- Podcasts;
- Infográficos;
- Enciclopédias colaborativas;
- Revistas digitais;
- Livros digitais;
- Outros.

Por utilizarem linguagens verbal, visual e mista, as **peças publicitárias** podem também ser consideradas **textos multissemióticos**.

As **peças publicitárias** são elementos criativos desenvolvidos para comunicar uma mensagem promocional a um público-alvo, com o objetivo de influenciar atitudes, comportamentos ou decisões, ou seja, têm a intenção de vender um produto ou uma ideia.

Sendo assim, utilizam os múltiplos modos semióticos para atrair e convencer o público-alvo.

Apresentam características semióticas como: as cores da impressão, fotos com uma boa qualidade, o texto escrito que constrói os títulos, as mensagens, os slogans e as assinaturas. Possuem uma precisa organização do layout e a utilização de diversos recursos semióticos a fim de captar a atenção do leitor.

Essas peças publicitárias podem assumir diversas formas, incluindo

- anúncios impressos,
- comerciais de televisão,
- anúncios online,
- outdoors,
- folhetos,
- entre outros.

Agora, vamos analisar e comparar peças publicitárias variadas.

Observe os seguintes textos.

TEXTO 1

Natal sem fome: cartaz



Fonte: (CAMPANHA, 2017)

Essa é uma peça publicitária promovida pela “Ação da Cidadania”. Você já tinha ouvido falar?

Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida é uma organização não-governamental do Brasil. Foi fundada pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho a partir do Movimento pela Ética na Política.

Qual é o objetivo da campanha que vimos?

- Convencer as pessoas a fazerem doações para ajudar no combate à fome.

A que público ela é dirigida?

- Ao público em geral: pessoas que possam contribuir com qualquer valor, para ajudar a levar alimento aos milhões de brasileiros que estão passando fome.

Como essa peça publicitária utiliza os modos semióticos?

Ela utiliza:

- textos escritos,
- cores de letras diferentes para dar destaque ao título da campanha,
- a imagem de um prato vazio, representando a fome
- e a palavra “DOE” no centro do prato, transmitindo a ideia de que a doação de alguém vai encher o prato de outra(s) pessoa(s) que esteja passando fome.

TEXTO 2

SBT do Bem: ANÚCIO VEICULADO NA TV

4 **sbt**
anos

**Juntos nós
podemos
combater
a fome.**

••• São 19 milhões de pessoas sem ter o que comer hoje. Só no Brasil. Mas, Juntos, nós podemos ajudá-las.

Leia este QR Code e escolha uma instituição para doar.

sbt DO BEM
menos fome.

Fonte: (BRANDÃO, 2021)

O texto 2 aborda o mesmo tema (o mesmo assunto) e tem o mesmo objetivo do texto 1.

Trata-se de um anúncio veiculado na TV, confirmando que uma campanha publicitária pode ser apresentada em diferentes mídias utilizando diversos modos semióticos.

No caso da TV, utilizam-se textos orais e escritos, imagens, fotos e vídeos.

TEXTO 3

Natal sem fome: Propaganda em *Outdoor*.



Fonte: (BINDER, 2024)

A FÁBULA DO BEIJA-FLOR

Um dia, Betinho contou:

Era uma vez um beija-flor que tentava apagar um incêndio na floresta, indo e voltando de um rio com água no bico.

Uma onça que fugia, perguntou:

"Você acha que vai apagar sozinho esse fogaréu?"

O pássaro respondeu:

"Eu estou fazendo a minha parte." Vamos pra ação?

O que a imagem de um beija-flor e belas flores têm a ver com o tema "Natal sem fome"?

- Assim como o beija-flor, com pequenas doações, cada um pode fazer a sua parte, indo para a "Ação".

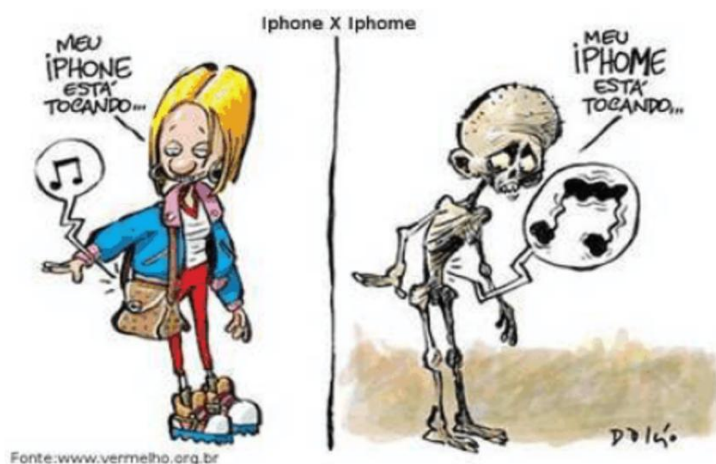
É melhor ser como o beija-flor que encara o problema e contribui ajudando como pode e fazendo a sua parte, em vez de ser como uma forte onça, que simplesmente foge do problema, pois ela não precisa ficar lá no meio do incêndio.

O texto 3 também aborda o mesmo tema dos textos 1 e 2, porém em outra mídia: dessa vez, a campanha "Natal sem fome" está veiculada em um "outdoor" (grandes cartazes, comumente vistos em estradas ou em locais estratégicos nas cidades, por onde passam muitas pessoas).

Leia também outros gêneros dos textos multissemióticos:

Gênero: CHARGE

iPhone x iPhome



Fonte: www.vermelho.org.br

Fonte: (UFMT, 2014)

Gênero: TIRINHA

Poema: O BICHO



(BANDEIRA. In: ARMANDINHO, 2019)

Gênero: MEME

Fome



Fonte: (COMEDIADOBR, 2023)

Memes são imagens, vídeos e até áudios que viralizam na internet.

São mais conhecidos pela sua utilização como piadas, mas também podem ser utilizados em campanhas publicitárias, forma de linguagem e até nas divulgações de marcas e serviços na internet.

(SOUZA, 2024)

ATIVIDADES

Veja o seguinte outdoor, utilizado em uma campanha contra a Dengue e o Zika Vírus:

Combate ao mosquito *Aedes aegypti*



Fonte: (GADOTTI, 2016)

Responda às questões 1, 2 e 3:

1. Identifique o que chama a atenção.

2. Qual é o objetivo da campanha que vimos?

3. Como essa peça publicitária utiliza os modos semióticos?

Leia o cartaz, para responder às questões 4 e 5.

Cartaz: Dengue



Fonte: (FERNANDES, 2024b)

4. Com relação aos modos semióticos “tipografia” e “cores” usados nessa peça publicitária, explique:

A) Como estão sendo usados?

B) Qual é o objetivo de serem usados da maneira como aparecem no cartaz?

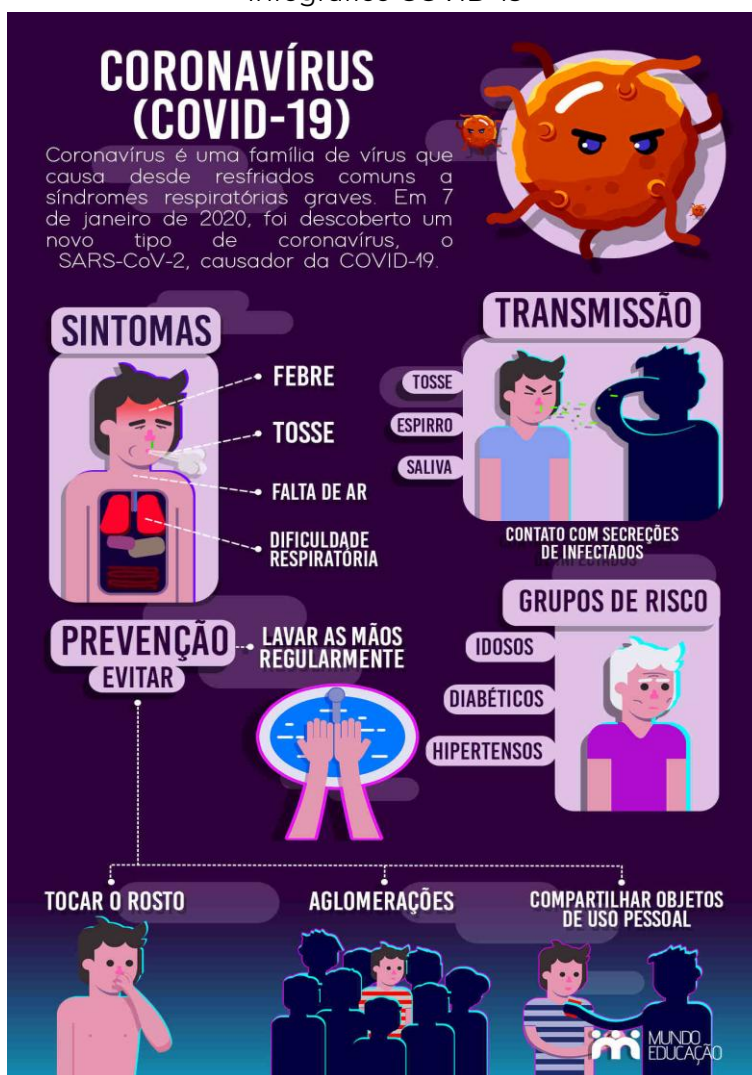
5. A personificação (ou prosopopeia) é uma figura de linguagem que consiste em atribuir características e ações humanas a seres inanimados e aos animais.

A) Isso ocorre nesse cartaz? Explique.

B) As imagens usadas fazem referência a uma situação que acontece na “vida real”. Você já percebeu? Pense a respeito e explique qual é o efeito de humor apresentado no cartaz.

Leia o infográfico a seguir, depois responda às questões 6, 7 e 8.

Infográfico COVID-19



Fonte: (SANTOS, 2024)

6. Qual é o assunto abordado?

7. Informe qual é a finalidade desse texto.

8. Explique a função das imagens.

Para responder às questões 9 e 10, observe as duas imagens.

Propaganda na TV



Fonte: (AS PROPAGANDAS, [2023])

logurte Recreio



Fonte: (IOGURTE, 2021)

9. Qual é o público-alvo dos produtos anunciados?

10. Nos produtos anunciados, o que define o público-alvo que você informou na questão 9?

11. Leia a charge e justifique a ironia presente.



REFERÊNCIAS

90% DA RECEITA dos jornais ainda vêm do impresso. **Desktop**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://www.revistadesktop.com.br/noticias/receita-dos-jornais-ainda-vem-do-impresso> . Acesso em: 22 maio 2024.

ARARIBÁ MAIS. Editora Moderna (org.). **Interdisciplinar: Língua Portuguesa e Arte – 7**. Editora responsável Marisa Martins Sanchez. – 1. ed. – São Paulo: Moderna, 2018.

AS PROPAGANDAS e as Crianças. *In*: META A COLHER. **Meta a colher**, [s. l.], 2023. Disponível em: <https://metacolher.wordpress.com/2013/04/05/as-propagandas-e-as-criancas/> . Acesso em 10 jun. 2024.

BALTHASAR, Marisa; GOULART, Shirley. **Singular & plural**: leitura, produção e estudos de linguagem 7. 3. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018a.

BALTHASAR, Marisa; GOULART, Shirley. **Singular & plural**: leitura, produção e estudos de linguagem 9. 3. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018b.

BANDEIRA, Manuel. O bicho. *In*: ARMANDINHO. **Site de artes e humanidades**, [s. l.], 19 jul. 2019. Facebook: @armandinho Site de artes e humanidades. Disponível em: https://www.facebook.com/tirasarmandinho/posts/2643288852383071/?locale=pt_BR . Acesso em: 10 jun. 2024.

BIGHETTI, Carlos. Por que salivamos diante de uma comida apetitosa? **Super Interessante**, [s. l.], 31 maio 2002. Disponível em: <https://super.abril.com.br/ciencia/por-que-salivamos-diante-de-uma-comida-apetitosa> . Acesso em: 10 jun. 2024.

BINDER cria campanha para o “Natal Sem Fome” da Ação da Cidadania. **Marcas Pelo Mundo**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://marcaspelomundo.com.br/anunciantes/binder-cria-campanha-para-o-natal-sem-fome-da-acao-da-cidadania/> . Acesso em: 10 jun. 2024.

BRANDÃO, Thales. SBT do Bem une forças no combate à fome no Brasil. **CidadeMarketing**, [s. l.], 11 maio 2021. Disponível em: <https://www.cidade-marketing.com.br/marketing/2021/05/11/sbt-do-bem-une-forcas-no-combate-a-fome-no-brasil/> . Acesso em: 14 jun. 2024.

CABRAL, Ivan. Charge do dia: Consumismo. **Sorriso Pensante**, [s. l.], 3 mai. 2014. Disponível em: <https://www.ivancabral.com/2014/05/charge-do-dia-consumismo.html> . Acesso em: 14 jun. 2024.

CAMPANHA Natal sem Fome é retomada depois de 10 anos. **GZH Geral**, [s. l.], 15 out. 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2017/10/campanha-natal-sem-fome-e-retomada-depois-de-10-anos-cj8sxf7z02nu01qn8pb30bif.html> . Acesso em: 14 jun. 2024.

CEARENSE que vive em extrema pobreza em casa de taipa é aprovado em medicina. **G1**, [s. l.], 11 mar. 2023a. Disponível em:

<https://g1.globo.com/ce/ceara/educacao/noticia/2023/03/11/cearense-que-vive-em-extrema-pobreza-em-casa-de-taipa-e-aprovado-em-medicina.ghhtml> . Acesso em: 10 jun. 2024.

CEARENSE que vive em extrema pobreza em casa de taipa é aprovado em medicina. [S. l.], 11 mar. 2023b. Facebook: @O Sobralence. Disponível em: <https://www.facebook.com/osobralense/photos/a.180434188827494/2204401573097402/?type=3> . Acesso em: 10 jun. 2024.

COMEDIADOB. **Eu com fome:** meme. [S. l.], 03 out. 2023. Tik Tok: @comediadobr. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@comediadobr/video/7285832788840860934?q=meme%20fome%20engracado&t=1719803982174> . Acesso em: 10 jun. 2024.

FERNANDES, Márcia. O Cartaz como Gênero Textual. **Toda Matéria**, [s. l.], 2024b. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/o-cartaz-como-genero-textual/> . Acesso em: 10 jun. 2024.

FERNANDES, Márcia. Texto de Divulgação Científica. **Toda Matéria**, [s. l.], 2024a. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/texto-de-divulgacao-cientifica/> . Acesso em: 10 jun. 2024.

GADOTTI, Ludmilla. Fiesc mobiliza trabalhadores da indústria no combate ao mosquito *Aedes aegypti*. **Agência AL**. Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.

Florianópolis, 18 fev. 2016. Disponível em: https://agenciaal.alesc.sc.gov.br/index.php/noticia_single/fiesc-lanca-campanha-de-combate-ao-aedes-aegypti#!prettyPhoto . Acesso em: 10 jun. 2024.

GONSALES, Fernando. *In*: ORMUNDO, Wilton; SINISCALCHI, Cristiane. **Se liga na língua:** leitura, produção de texto e linguagem 6. 1. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018.

IOGURTE infantil tem embalagem prática com joguinho e dicas educativas. *In*: REVISTA EMBALAGEM MARCA. **Embalagem Marca**, [s. l.], 27 mai. 2021. Disponível em: <https://embalagemmarca.com.br/2021/05/iogurte-infantil-tem-embalagem-pratica-com-joguinho-e-dicas-educativas/> . Acesso em: 10 jun. 2024.

KATEIVAS, Mari. Homem explode quintal de casa ao tentar matar baratas com veneno, gasolina e fogo. **G1**, [s. l.], 21 out. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/oeste-sudoeste/noticia/2019/10/21/homem-explode-quintal-de-casa-ao-tentar-matar-baratas-com-veneno-gasolina-e-fogo-video.ghhtml> . Acesso em: 04 jun. 2024.

LAURINDO, Elisangela Silva. 2 charge aquecimento global. **Passei direto**, [s. l.], 13 set. 2021. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/97965726/2-charge-aquecimento-global> . Acesso em: 04 jun. 2024.

LIMA, Rubens. Charge do Alpino. **Sobral em revista**, [s. l.], 18 nov. 2021. Disponível em: <https://sobralemrevista.com.br/2021/11/18/charge-do-alpino-instagram/> . Acesso em: 10 jun. 2024.

MINAS GERAIS. Secretaria do Estado de Educação. **Currículo Referência de Minas Gerais**: educação infantil e ensino fundamental. Escola de Formação e Desenvolvimento Profissional de Educadores de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1MWIv4JKcei5_OMhpMFF10ENdhgpsH0FW/view . Acesso em: 09 maio 2024.

MINAS GERAIS. Secretaria do Estado de Educação. **Plano de Curso**: ensino fundamental - anos finais - EJA. Escola de Formação e Desenvolvimento Profissional de Educadores de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024. Disponível em: <https://curriculoreferencia.educacao.mg.gov.br/index.php/plano-de-cursos-crmg> . Acesso em: 09 maio 2024.

ORMUNDO, Wilton; SINISCALCHI, Cristiane. **Se liga na língua**: leitura, produção de texto e linguagem 6. 1. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018.

SANCHEZ, Marisa Martins (Ed.). **Araribá mais**: interdisciplinar: língua portuguesa e arte 6. Editora Moderna (Org.). 1. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018.

SANTOS, Vanessa Sardinha dos. COVID-19. **Mundo Educação**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/doencas/covid-19.htm> . Acesso em: 10 jun. 2024.

SARMENTO, Leila Lauar. **Oficina de redação**. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2006.

SCHULZ, Charles M. *In*: ORMUNDO, Wilton; SINISCALCHI, Cristiane. **Se liga na língua**: leitura, produção de texto e linguagem 6. 1. ed. São Paulo (SP): Moderna, 2018.

SOUZA, Miguel. Memes. **Brasil Escola**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/memes.htm> . Acesso em: 10 jun. 2024.

UFMT - 2014 - Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (IF MT)/Geografia. **Tec Concursos**, [s. l.], 2014. Disponível em: <https://www.tec-concursos.com.br/questoes/1096823> . Acesso em: 10 jun. 2024.