

# LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES:

Ressonâncias e repercussões 2

Lilian de Souza  
Fernanda Tonelli  
(Organizadoras)

 **Atena**  
Editora  
Ano 2022

# LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES:

Ressonâncias e repercussões 2

Lilian de Souza  
Fernanda Tonelli  
(Organizadoras)

 **Atena**  
Editora  
Ano 2022

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

*Open access publication* by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo



Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia



## Linguística, letras e artes: ressonâncias e repercussões 2

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Yaidy Paola Martinez  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadoras:** Lilian de Souza  
Fernanda Tonelli

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L755 Linguística, letras e artes: ressonâncias e repercussões 2 / Organizadoras Lilian de Souza, Fernanda Tonelli. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0255-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.558221705>

1. Linguística. 2. Letras. 3. Arte. I. Souza, Lilian de (Organizadora). II. Tonelli, Fernanda (Organizadora). III. Título.

CDD 410

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

Esta obra concentra discussões atuais e pertinentes no campo dos estudos da Linguística, Letras e Artes. Tendo como fio condutor o olhar sobre as linguagens e suas repercussões na esfera social, temos neste volume 18 capítulos escritos por autoras e autores de diversas partes do Brasil.

Ao longo de suas páginas, este *e-book* nos convida a esmiuçar as nuances das linguagens em suas mais diversas facetas. Temos relatos de experiências de práticas de ensino de português como língua materna e estrangeira, de outros idiomas e conteúdos relacionados à literatura, à inclusão, à poesia indígena, à negritude, ao canto, à linguagem publicitária e a toponímia das cidades paraenses, entre outros enfoques. Essas análises e práticas de uso das linguagens, bem como de seu ensino, se dão em contexto pandêmico e para além dele, enriquecendo o mosaico desta obra.

Quanto aos conteúdos do campo da Linguística, temos estudos sob diferentes perspectivas, como a Análise do Discurso, o Letramento, a Semântica textual, o Interacionismo, a gramática normativa, o enfoque na interação verbal e na pronúncia, as inteligências múltiplas, a variação linguística e os aspectos transculturais.

A diversidade de temas e referenciais teóricos são prova de que os estudos na área de Linguística, da Letras e das Artes seguem em plena atividade, cabendo a nós, pesquisadoras e pesquisadores, ampliar sua divulgação e espaços de debate.







Nosso agradecimento, portanto, à Atena Editora, por propor a publicação desta obra e às/aos colegas que se dispuseram a contribuir com seus manuscritos fazendo assim, ressoar seus saberes e práticas.

Boa leitura!

Lilian de Souza  
Fernanda Tonelli




## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
INTERAÇÕES ORAIS EM UMA EXPERIÊNCIA DE ENSINO DE PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA EM CONTEXTO MULTILÍNGUE	
Douglas Altamiro Consolo	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217051">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217051</a>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
PROJETO DE FORMAÇÃO DOCENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA EM VICÊNCIA-PE: UMA EXPERIÊNCIA EXITOSA	
Gilvania Paula da Silva Almeida	
Jobson Jorge da Silva	
Miriam Paulo da Silva Oliveira	
Maria do Carmo da Silva Souza	
Rosilene Pedro da Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217052">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217052</a>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>21</b>
ANÁLISE DISCURSIVA DA POESIA INDÍGENA KAMBEBA	
Ana Cláudia Dias Ribeiro	
Paola Efelli R. de Sousa Lima	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217053">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217053</a>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>32</b>
DO LEXEMA AO TEXTO: O ENSINO DO VOCABULÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA	
Lêda Pires Corrêa	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217054">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217054</a>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>42</b>
O ENSINO DA PRONÚNCIA E A HETEROGENEIDADE DA LÍNGUA ESPANHOLA: UMA ANÁLISE DO LIVRO DIDÁTICO <i>SÍNTESES 1</i>	
Emanuel Bruno Rodrigues	
Marcela de Freitas Ribeiro Lopes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217055">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217055</a>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>58</b>
VARIAÇÕES DA NORMA PADRÃO EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS	
Paula Fernanda Eick Cardoso	
Bianca Schmitz Bergmann	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217056">https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217056</a>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>69</b>
DISCURSOS DA INFORMAÇÃO EM (RE)FORMULAÇÃO NA ATUALIDADE: O UNIVERSO MIDIÁTICO CONSTRUÍDO NA ERA DAS <i>FAKE NEWS</i> E DA PÓS-VERDADE	
Ana Márcia Ruas de Aquino	

Carla Roselma de Atahyde Moraes

Daniela Imaculada Pereira Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217057>

**CAPÍTULO 8..... 81**

AFRODESCENDÊNCIA E PRÁTICA TRANSCULTURAL DE ESCRITA CRIATIVA EM MESTRADO DA UNIFACVEST, EM 2016

José Endoença Martins


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217058>

**CAPÍTULO 9..... 97**

A SEMIÓTICA, AS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS E O ENSINO DA LÍNGUA

Darcilia Marindir Pinto Simões

Maria Suzett Biembengut Santade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5582217059>

**CAPÍTULO 10..... 113**

O ENSINO DA GRAMÁTICA NO CURRÍCULO DE LÍNGUA PORTUGUESA: UMA ANÁLISE DE SUA IMPLEMENTAÇÃO

Mariana Gurgel Pegorini

Cristina Yukie Myiaki

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170510>

**CAPÍTULO 11..... 125**

LETRAMENTO DIGITAL: NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS E ENSINO

Eduardo Almeida Flores

Raiani Sena Neves

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170511>

**CAPÍTULO 12..... 135**

HISTÓRIA, IDENTIDADE E MEMÓRIA: UM ESTUDO SOBRE OS NOMES DAS CIDADES BRASILEIRAS DO SUDESTE DO PARÁ

Elaine Ferreira Dias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170512>

**CAPÍTULO 13..... 142**

CONCORDÂNCIA NOMINAL DE NÚMERO COM NOMES PRÓPRIOS COMPOSTOS

Edson Domingos Fagundes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170513>





**CAPÍTULO 14..... 155**

OS GÊNEROS DISCURSIVOS NO ENSINO DE LÍNGUA INGLESA NA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS DA REDE ESTADUAL DE ENSINO DE CATALÃO-GO

Patrícia Maria da Silva

Viviane Cristina de Alencar Tomé

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170514>

<b>CAPÍTULO 15.....</b>	<b>167</b>
CORAIS DE ESCOLA E CONTRA-HEGEMONIA: O PAPEL DO REGENTE/EDUCADOR FRENTE ÀS FORÇAS SOCIOCULTURAIS DOMINANTES	
Patrick Ribeiro do Val	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170515">https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170515</a>	
<b>CAPÍTULO 16.....</b>	<b>185</b>
O DIALOGISMO NO INTERACIONISMO SOCIODISCURSIVO DE CONCEPÇÃO BAKHTINIANA	
Wyama e Silva Medeiros	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170516">https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170516</a>	
<b>CAPÍTULO 17.....</b>	<b>195</b>
CONHECIMENTO DE PROFISSIONAIS DE EDUCAÇÃO SOBRE O LETRAMENTO ESCOLAR PARA ESTUDANTES CEGOS E COM BAIXA VISÃO	
Luana Monteiro Rodrigues	
Suelene Silva Oliveira	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170517">https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170517</a>	
<b>CAPÍTULO 18.....</b>	<b>217</b>
PRÁTICA PEDAGÓGICA E DIFICULDADES DE APRENDIZAGEM NO PROCESSO DE ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO: O QUE PENSAM OS PROFESSORES DAS SÉRIES INICIAIS	
Edna da Silva Torres	
Joas Moraes dos Santos	
Márcia Suany Dias Cavalcante	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170518">https://doi.org/10.22533/at.ed.55822170518</a>	
<b>SOBRE AS ORGANIZADORAS.....</b>	<b>227</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>228</b>

## VARIAÇÕES DA NORMA PADRÃO EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

*Data de aceite: 02/05/2022*

*Data de submissão: 08/04/2022*

### **Paula Fernanda Eick Cardoso**

Universidade Federal de Pelotas (UFPeI)  
Pelotas - RS  
<http://lattes.cnpq.br/5325775493727475>

### **Bianca Schmitz Bergmann**

Universidade Federal de Pelotas (UFPeI)  
Pelotas - RS  
<http://lattes.cnpq.br/4643047431493367>

**RESUMO:** Este estudo tem como objetivo analisar a linguagem empregada em anúncios publicitários, com o intuito de exemplificar alguns desvios frequentemente cometidos pelos falantes brasileiros, até mesmo em situações de linguagem monitorada. Adotou-se como fundamentação os gramáticos Bechara (2009) e Cunha & Cintra (2017) e os linguistas Bagno (2004; 2009), Perini (2006) e Possenti (2011). Os textos foram recolhidos de materiais impressos, como jornais e revistas, e da busca na internet. Após recolhidos, foram analisados, a fim de encontrar os aspectos selecionados para análise: conjugação no modo imperativo, emprego do acento grave e ordenação dos elementos no sintagma nominal. A partir da análise, foi possível constatar que há inúmeros desvios da Gramática Normativa em anúncios publicitários, assim como algumas construções que comprometem a compreensão, e que, se essa variação atinge até mesmo textos mais monitorados, já se aproxima

de uma mudança linguística. Assim, demonstra-se que a língua é heterogênea e a variação é um fenômeno comum em qualquer língua natural, não devendo ser reprimida ou julgada, mas investigada, explicada e estudada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gramática normativa; linguistas; variação linguística; anúncios publicitários.

### VARIATIONS OF THE STANDARD NORM IN ADVERTISEMENTS

**ABSTRACT:** This study aims to analyze the language used in advertisements, with the purpose of exemplifying some of the deviations frequently committed by Brazilian speakers, even in situations of monitored language. The grammarians Bechara (2009) and Cunha & Cintra (2017) and the linguists Bagno (2004; 2009), Perini (2006) and Possenti (2011) were used as a basis. The texts were collected from printed materials, such as newspapers and magazines, and from the internet search. After being collected, they were analyzed in order to find the aspects selected for analysis: conjugation in imperative mode, use of the “accent grave” and ordering of the elements in the noun phrase. From the analysis, it was possible to verify that there are numerous deviations from Normative Grammar in advertisements, as well as some constructions that compromise understanding, and that if this variation reaches even more monitored texts, it is already approaching a linguistic change. Thus, it is shown that language is heterogeneous and variation is a common phenomenon in any natural language, and it should not be repressed

or judged, but investigated, explained and studied.

**KEYWORDS:** Normative grammar; linguists; linguistic variation; advertisements.

## 1 | INTRODUÇÃO

A Gramática Normativa tem sido muito defendida pelos puristas como um dogma que deve ser seguido por todos os usuários da língua, seja na modalidade escrita seja na modalidade falada. Aqueles que não seguem rigorosamente todos os seus preceitos são expostos ao preconceito linguístico por parte de quem julga conhecer melhor a língua.

O que poucos sabem é que até mesmo textos veiculados nas mídias, em que se pressupõe que sejam mais monitorados, podem conter desvios. Neste trabalho, é possível acompanhar, além do percurso da Gramática e da Linguística, uma análise de anúncios publicitários, em que se encontram determinados desvios da norma padrão e estruturas que comprometem a compreensão das sentenças.

## 2 | EMBASAMENTO TEÓRICO

### 2.1 A gramática tradicional

“Gramática” é uma palavra grega cujo significado é “a arte de escrever”. Ela surgiu no Egito, por volta do século 3 a.C., através do trabalho de filólogos que, no desejo de conservar a pureza da linguagem utilizada pelos grandes nomes da literatura clássica grega, passaram a prescrever regras a partir das obras de grandes autores, no intuito de orientar quem desejasse criar obras literárias em grego a partir de então.

Assim, a gramática dedicava-se apenas à língua escrita, deixando de lado a língua falada. Ao realizar essa separação, a Gramática demonstrou o seu caráter elitista, uma vez que a língua falada é muito mais utilizada que a escrita, cujo uso restringia-se (e ainda se restringe) às classes mais altas. Além disso, ao dedicar-se à língua escrita literária, o campo de abrangência é ainda menor, uma vez que há menos pessoas que escrevem do que pessoas que falam e, ainda, menos pessoas que escrevem textos literários do que pessoas que escrevem textos não literários.

Ainda hoje é possível perceber a relação entre as gramáticas e os textos literários, já que grande parte dos exemplos encontrados nas gramáticas e nos dicionários é retirada de textos deste gênero (no caso do português, por exemplo, são retirados de obras de escritores portugueses). Esse ponto de vista da gramática sobre a língua não representaria um problema se ela fosse utilizada somente no campo da literatura, mas ela passou a ser utilizada para reger a língua como um todo, sendo usada como um código de leis sobre qualquer uso oral ou escrito da língua.

Quando começaram a ser organizadas as gramáticas das línguas vulgares, entre elas a Língua Portuguesa, além de construí-las com base em exemplos literários, tentaram

descrevê-las segundo definições e conceitos aplicados ao grego e ao latim clássicos. Assim, os gramáticos buscaram estabelecer, nas línguas nacionais, as mesmas classes de palavras, os mesmos tempos verbais e as mesmas funções sintáticas que havia no latim.

Na questão do Português Brasileiro, especialmente, ainda se observa o equívoco de tentar descrevê-lo a partir do Português Europeu, o que se torna problemático, uma vez que o Português se diferenciou muito em cada lado do oceano. Bagno (2004) ainda comenta que essa atitude pode ser interpretada como uma forma de criar um modelo de língua que servisse como instrumento de dominação sobre os povos. Tomando como referência o que vemos atualmente, essa interpretação é corroborada, uma vez que muitos brasileiros acreditam que só se usa o Português corretamente em Portugal.

A Gramática do Português, portanto, apresenta muitos problemas. Primeiramente, ela foi construída com base em textos literários e nas gramáticas do latim, enquanto deveria ser criada a partir do próprio Português Brasileiro, utilizado pelos falantes nativos. Em segundo lugar, as Gramáticas apresentam inúmeras incoerências. Por exemplo, encontram-se nas gramáticas os termos essenciais da oração, ou seja, aqueles que são imprescindíveis: o sujeito e o predicado. Contudo, na classificação dos sujeitos, as mesmas gramáticas classificam sentenças como, por exemplo, “Choveu muito ontem”, como oração sem sujeito. Se o sujeito é um termo essencial da oração, como poderia haver uma oração sem sujeito?! Essa e outras incoerências encontradas nas Gramáticas Tradicionais dificultam a compreensão dos usuários da língua e fortalecem as ideologias de que o Português é uma língua sem lógica.

Além disso, a Gramática falha ao tentar abranger tudo, expondo explicações rasas e exemplos construídos pelos próprios gramáticos, não podendo ser comprovados cientificamente. Possenti (2011, p.21) afirma que:

[...] não se estuda gramática como se estuda história ou biologia ou física, que tentam compreender fatos que ocorreram, como são as coisas no domínio dos seres vivos ou como se explica o mundo, o comportamento da matéria. Os argumentos dos gramáticos, quando existem, são argumentos de autoridade. Não são convincentes, não são baseados em fatos, não são demonstrados. São impostos.

## 2.2 Linguística

Diferentemente da Gramática Tradicional, a Linguística baseia-se em argumentos que podem ser comprovados cientificamente e, por isso, ela é considerada a ciência da linguagem. A Linguística surgiu por volta de 1916, com a publicação do Curso de Linguística Geral, redigido com base nas aulas de Ferdinand de Saussure. A partir daí, surgiram várias correntes de estudos que possibilitaram um olhar diferente sobre a linguagem.

Com a Linguística, a língua falada e a sua heterogeneidade tornaram-se objeto de estudo e um novo conceito de erro passou a ser utilizado. Segundo os linguistas, a cultura do “certo” e do “errado”, cultivada pela Gramática Tradicional, serve às classes dominantes

e faz com que os falantes da língua acreditem que não sabem falar a sua língua materna de forma correta. Por isso, para a Linguística, somente consideram-se erro construções agramaticais, ou seja, aquelas que não transmitem mensagem.

Além disso, segundo os linguistas, os erros são raramente cometidos, uma vez que a Gramática Natural viabiliza a construção de sentenças gramaticais, sendo as agramaticais apenas uma exceção. Quanto ao restante, ou seja, àquelas construções que são rejeitadas pela Gramática Tradicional, mas que são gramaticais, a Linguística afirma que podem ser variantes da forma de prestígio e, por isso, apresentam regularidade e sistematicidade. Por exemplo, uma pessoa que pronuncia [ˈbruza] em vez de [ˈbluza], manterá a regularidade da substituição, ou seja, tenderá a pronunciar da mesma forma outras construções que apresentem o mesmo encontro consonantal.

### 3 | ANÁLISES

Os desvios da Gramática Tradicional não são encontrados somente no uso menos monitorado da língua, nem mesmo somente por falantes de classes econômicas mais baixas ou por falantes com menor nível de escolaridade, como muitos supõem. Uma vez que as normas regidas pela Gramática Tradicional são, na maioria das vezes, incoerentes e sem explicação lógica, os desvios são muito frequentes, até mesmo em textos mais monitorados, como os textos das mídias.

Assim, o presente trabalho consiste em analisar o uso da língua e das regras da Gramática Tradicional em anúncios publicitários. A partir dessa análise através de exemplos, pretende-se demonstrar que nem mesmo veículos em que a norma padrão (ideal de língua imposto pela Tradição) deveria ser rigidamente seguida, observam-na. Além disso, também se pretende demonstrar que há regras da Gramática Tradicional que, apesar de não seguidas, não prejudicam a comunicação e, muitas vezes, nem são notadas, até mesmo pelos falantes cultos (e pelos juizes da língua).

Os anúncios publicitários foram recolhidos de materiais impressos, como jornais e revistas, e por meio de busca na internet, assim como Bagno (2009) realizou para reunir exemplos acerca dos temas propostos em sua obra. Recolhidos os textos, foram analisados a fim de encontrar os aspectos selecionados para análise: conjugação no modo imperativo, emprego do acento grave e ordenação dos elementos no sintagma nominal.

#### 3.1 Conjugação no modo imperativo

Segundo Cunha & Cintra (2017, p. 490), há dois imperativos no Português, o afirmativo e o negativo: o primeiro possui formas próprias para a segunda pessoa do singular (tu) e para a segunda pessoa do plural (vós), enquanto as demais pessoas têm formas conjugadas a partir do presente do subjuntivo; o segundo não tem formas próprias, uma vez que toda a sua conjugação consiste no presente do modo subjuntivo. Bechara

(2009) e Cunha & Cintra (2017) trazem exemplos de conjugação em que se observa que o modo imperativo afirmativo da conjugação dos verbos na segunda pessoa do singular (tu) é formado a partir da exclusão do “s” final da conjugação no presente do indicativo; já na terceira pessoa do singular (você), o imperativo afirmativo é formado a partir do presente do subjuntivo. Assim, segundo a tradição, o correto seria “fala (tu)” e “fale (você)”, por exemplo. No caso do imperativo negativo, ambas as conjugações resultam do presente do subjuntivo, sendo considerado correto “não fales (tu)” e “não fale (você)”.

Contudo, o que muitas pesquisas comprovam é que o modo imperativo empregado de fato na Língua Portuguesa não é tão simples quanto o apresentado pelas gramáticas e pelos livros didáticos, uma vez que este não corresponde ao uso da Língua Portuguesa em nenhum dos países falantes dessa língua. Diferentemente do que ocorre em Portugal, onde a escolha entre tu e você reflete hierarquia social e grau de intimidade, no Brasil, essa escolha reflete a região de onde é o falante. Em regiões como Maranhão, Piauí, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e certas comunidades do Rio de Janeiro, costuma-se utilizar o “tu”, enquanto o “você” é o mais comumente utilizado no Brasil como um todo, na publicidade e na maioria dos meios de comunicação.

Além disso, no Português Brasileiro, observa-se frequentemente o uso do pronome “tu” com o verbo conjugado na terceira pessoa do singular (como tu canta, tu foi, etc.). Ao utilizar o imperativo, observa-se que pessoas que costumam usar o pronome “tu”, muitas vezes utilizam o modo imperativo conjugado na 3ª pessoa do singular (você), por influências regionais ou outras. De modo semelhante, pessoas que costumam usar o pronome “você”, também utilizam o modo imperativo conjugado na 2ª pessoa do singular (tu).

Os puristas, defensores da Gramática Tradicional, já nomearam esse fenômeno como “‘mistura de tratamento’, um rótulo preconceituoso para um fenômeno que não tem nada de ‘mistura’, mas que se deve, isto sim, à reorganização do quadro de pronomes pessoais do português brasileiro.” (BAGNO, 2009, p.209).

No entanto, esse é um fato da língua muito comum entre os falantes da Língua Portuguesa, inclusive na escrita. Bagno (2009) comenta, por exemplo, que a linguagem comumente utilizada em rádio, televisão, publicidade, etc. é formada pelo pronome “você”, o pronome oblíquo “te” e verbos no imperativo derivado do modo indicativo. Ou seja, até mesmo nos textos mais monitorados é possível notar o fenômeno. Para comprovar isso, são analisados alguns exemplos de anúncios publicitários que contêm esse fenômeno da língua.

Em “Vem pra Caixa você também”, anúncio muito conhecido da Caixa Econômica Federal, há o verbo “vir” conjugado no modo imperativo da 2ª pessoa do singular (Vem), utilizado para chamar o cliente, tratado como “você”. Assim, segundo a Gramática Tradicional, o correto seria trocar o verbo, modificando a frase para: “Venha pra Caixa você também.” ou trocar o pronome, modificando a frase para: “Vem pra Caixa tu também”.

Em “Experimente o presunto Seara. A qualidade vai te surpreender.”, anúncio da



empresa alimentícia Seara, temos o verbo “Experimentar” conjugado no modo imperativo da 3ª pessoa do singular (Experimente). Contudo, na última frase, temos a presença do pronome pessoal oblíquo átono “te”, remetendo ao pronome pessoal “tu”. Assim, segundo a tradição, o correto seria trocar o verbo, modificando o anúncio para: “Experimenta o presunto Seara. A qualidade vai surpreender-te.” ou trocar o pronome oblíquo “te”, modificando o anúncio para: “Experimente o presunto Seara. A qualidade vai surpreendê-lo.”.

As escolhas feitas pelos publicitários e pelos jornalistas parecem ser aquelas que, embora condenadas pela Tradição Gramatical, favorecem a comunicação das propagandas e das manchetes, pois aproximam os textos da linguagem que os brasileiros efetivamente utilizam. Assim, é fundamental empreender esforços no sentido de explicar essas variações linguísticas.

### 3.2 Emprego do acento grave

Segundo Bechara (2009, p.308), o acento grave é utilizado para representar a fusão da preposição “a” com o artigo definido feminino “a” ou com o início de pronomes demonstrativos começados em “a”, ou seja, “aquele(s)”, “aquela(s)”, “aquilo” ou, ainda, quando se forma uma locução adverbial. Grande parte de quem já estudou a crase conhece essa explicação, assim como conhece as regras básicas para o seu emprego, mas então por que ela é tão temida pelos brasileiros?

Segundo Bagno (2009), um dos motivos de ser tão difícil saber quando se deve ou não usar a crase é o fato de que a preposição “a” tem sido cada vez mais deixada de lado no Português Brasileiro, sendo substituída por outras preposições, como “para” e “em”.

Outro motivo que dificulta a compreensão do acento grave para os brasileiros é o fato de que, diferentemente do que ocorre no Português Europeu, no Português Brasileiro não há uma distinção fonética entre os três “as” (artigo, preposição e junção artigo + preposição). Assim, para os portugueses é muito clara essa diferenciação, uma vez que ela tem influência sobre os sons da fala deles. No entanto, para os brasileiros, essa distinção é mera convenção da escrita, o que dificulta a sua compreensão.

Ao explicar o acento grave, Bechara (2009, p.308) diz que “Emprega-se o acento grave no a para indicar que soa como vogal aberta [...]”, ou seja, para indicar um som distinto que, na verdade, não ocorre no Português Brasileiro, mas sim no Português Europeu. Já Cunha & Cintra (2017, p. 222) afirmam que conhecer o emprego do artigo “a” é muito importante para saber usar o acento grave, principalmente “no caso dos falantes do português do Brasil, que não distinguem, pela pronúncia, vogal singela a (do artigo ou da preposição) daquela proveniente de crase.”.

Além da dificuldade de saber quando usar a crase, existe o problema de empregar crase onde não deveria haver. Na dúvida, muitas pessoas costumam colocar crase em todas as preposições “a”, numa tentativa de acertar. Essa atitude é conhecida como hipercorreção, ou seja, “correção em excesso. A explicação para o fenômeno é muito simples: quando

estão inseguras, as pessoas são mais cuidadosas. Às vezes, excessivamente cuidadosas.” (POSSENTI, 2011, p.135).

O uso indevido do acento grave (segundo as Gramáticas Normativas) é comumente encontrado em anúncios que não acentuam a expressão “à vista” e acentuam “a prazo”, por exemplo, que são considerados desvios da Gramática Tradicional, uma vez que a primeira deveria ser acentuada devido à palavra feminina “vista” e a segunda não deveria ser acentuada devido à palavra masculina “prazo”. Assim, são analisados exemplos em alguns textos midiáticos.

Em “Quer saber como a gente sabe o que você precisa? Pergunte a Ouvidoria Afeam. Suas dúvidas e sugestões são o nosso trabalho.”, anúncio da Agência de Fomento do Estado do Amazonas. Além da falta da preposição exigida pela regência do verbo “precisar” na primeira frase, outro desvio encontra-se na falta do acento grave na segunda frase, que deveria ser corrigida para “Pergunte à Ouvidoria Afeam.”.

Em “Curso superior à distância na melhor universidade online do Brasil.”, anúncio da Escola Superior Aberta do Brasil, nota-se um desvio muito comum: o acento grave em “a” na expressão “a distância”. Pela regra geral, essa expressão deveria ser acentuada, no entanto, esse é um caso particular em que não se usa a crase, porque ela só seria aceita caso a distância fosse especificada, como em “A casa fica à distância de 100m da padaria.”.

Esse caso demonstra claramente a dificuldade que as regras das Gramáticas Normativas ocasionam no momento da escrita. Quem escreveu o anúncio provavelmente aprendeu a regra do emprego do acento grave, mas não aplicou o conhecimento do caso particular, o que o induziu ao erro.

### 3.3 A estrutura do sintagma nominal no português brasileiro

São frequentes os casos de perturbação de sentido provocados pela organização inadequada dos elementos dentro do sintagma nominal. Uma busca rápida na internet permite encontrar estruturas como “Dez truques da neurociência usados em propagandas para vender mais”, “Proibido usar colete salva vida nos pedalinhos sem camisa”, “Propaganda de leite em pó com nutricionista”. Em alguns casos, os leitores conseguem chegar ao significado pretendido pelos autores dos textos porque conhecem a estrutura sintática do português brasileiro, o que lhes permite reorganizar mentalmente a estrutura original das frases. Além disso, há elementos presentes no contexto de produção dessas frases que favorecem a construção do significado.

Para a Tradição Gramatical, os nomes podem ser modificados por adjuntos adnominais, como em “as primeiras investigações científicas”, em que o substantivo “investigações” é modificado pelos seguintes adjuntos adnominais: o artigo definido “as”, o numeral “primeiras” e o adjetivo “científicas”. Além disso, os nomes podem ser acompanhados por complementos nominais, como em “as investigações dos crimes”, em que o substantivo “investigações” tem seu sentido complementado por “dos crimes”, um

constituente regido por preposição.

Essa discussão tem gerado muitas dúvidas, visto que, em alguns casos, a estrutura do complemento nominal e a do adjunto adnominal são semelhantes. Isso acontece, por exemplo, em “as investigações dos pesquisadores brasileiros”, em que há uma locução adjetiva — “dos pesquisadores brasileiros” — na função de adjunto adnominal. As locuções adjetivas são adjuntos adnominais regidos por uma preposição. Para Bechara (2009), os complementos nominais surgem, na língua, a partir de um processo de derivação: o nome derivado de um verbo pode solicitar um complemento nominal da mesma forma que o seu correspondente verbal pode solicitar um objeto direto e/ou um objeto indireto, como em (a) Remeter documentos › a remessa de documentos; (b) Combater a violência › o combate à violência; (c) Criar impostos › a criação de impostos.

A presença dos complementos verbais é importante para assegurar a gramaticalidade das frases. A exclusão desses elementos produz agramaticalidade nas frases, especialmente quando inexistente a possibilidade de recuperá-los no contexto, como em: (a) \*João remeteu ontem; (b) \*A sociedade deve combater sempre; (c) \*O governo criar é inadmissível (o asterisco indica as construções agramaticais). Essas frases são agramaticais porque lhes falta um elemento importante: o complemento que integra o sentido dos verbos. O mesmo é verdadeiro para os complementos nominais, visto que a ausência desses elementos também gera agramaticalidade nas frases como em (a) \*A remessa foi adiada; (b) \*O combate foi cancelado; (c) \*A sociedade rejeita a criação.

Bechara defende que há um paralelismo entre as estruturas formadas por complementos verbais e aquelas formadas por complementos nominais, como em “Referir-se ao texto” (verbo), “Referência ao texto” (substantivo), “Referente ao texto” (adjetivo), “Referentemente ao texto” (advérbio). Nesse caso, a preposição solicitada pelo verbo é a mesma exigida pelo substantivo, pelo adjetivo e pelo advérbio que pertencem à família lexical do verbo “referir-se”.

A posição do Bechara é questionada por outros gramáticos, como Cunha & Cintra (2017) e Cegalla (2005), que estabelecem a diferença entre adjuntos adnominais e complementos nominais com base no significado. Os adjuntos adnominais exprimem o agente, o possuidor do significado expresso pelo nome; já os complementos nominais expressam o alvo, o paciente do significado explicitado pelo nome. Em “Os investimentos da iniciativa privada em saúde e educação deveriam ser proporcionais aos lucros de cada empresa”, “da iniciativa privada” atua como adjunto adnominal e “em saúde e educação” atua como complemento nominal. A distinção é estabelecida por meio do significado. “Da iniciativa privada” é o constituinte que indica o agente, o possuidor do sentido expresso pelo nome. Já “em saúde e educação” é o constituinte que introduz o alvo do investimento.

Essa discussão é importante porque contribui para a compreensão da estrutura do sintagma nominal em Português, uma vez que há casos em que o sintagma nominal pode expressar dois significados, como em “A operação do doutor Pedro”, em que o doutor Pedro

pode ser o cirurgião ou o paciente da cirurgia. Considerando que essa estrutura resulta de uma nominalização — “operar o doutor Pedro” —, Bechara não teria como explicitar essa dupla interpretação, o que Celso Cunha & Cintra, bem como Cegalla conseguiriam fazer, visto que ora os constituintes atuam como adjuntos adnominais, ora eles atuam como complementos nominais. Por outro lado, essa última proposta precisa recorrer às noções semânticas para estabelecer a distinção entre duas funções sintáticas.

Possenti (2011) também discute a distinção entre adjuntos adnominais e complementos nominais. Ele lembra que, além de designar seres, os nomes podem indicar processos. Em “A construção de casas pode gerar empregos”, o substantivo “construção” refere-se à ação de construir, por isso “de casas” é complemento nominal. O complemento nominal é um tipo de objeto, pois ele mantém com o nome a mesma relação que o objeto mantém com o verbo, como fica claro na paráfrase da frase mencionada acima: “Construir casas pode gerar emprego”, em que o constituinte “casas” atua como objeto direto de “construir”. Já em “A construção de madeira tem curta durabilidade”, “de madeira” é adjunto adnominal, pois qualifica “construção”.

A distinção entre adjuntos e complementos nominais, bem como a identificação do termo ao qual estão ligados pode ajudar a esclarecer a perturbação de sentido identificada nos exemplos mencionados no começo desta seção. Em “Dez truques da neurociência usados em propaganda para vender mais”, a oração reduzida de infinitivo “para vender mais” está complementando o sentido de “propaganda”, o que compromete a interpretação da frase. Se, por outro lado, ela fosse movida para perto do substantivo cujo significado ela parece de fato complementar, talvez a construção do sentido pretendido pelo autor da frase ficasse mais fácil: “Dez truques para vender mais da neurociência usados em propaganda”. Entretanto, nem tudo está resolvido, pois agora temos dois elementos que caracterizam “truques”: “para vender mais” e “da neurociência”. Resta identificar a forma adequada de organizá-los. Talvez pudéssemos dizer “Dez truques para vender mais da neurociência” ou “Dez truques da neurociência para vender mais”.

Em “Propaganda de leite em pó com nutricionista?”, temos a impressão de que “com nutricionista” é modificador de “leite em pó”, mas não é esse o sentido pretendido pelo autor do texto. A frase poderia ser reescrita como “Nutricionista em propaganda de leite em pó?”

A discussão desse e de outros casos deixa evidente que o processo de nominalização, ou seja, a transformação de uma estrutura verbal em nominal é um recurso utilizado com bastante frequência nos anúncios publicitários. Entretanto, esse uso requer cuidados, pois a organização dos elementos dentro do sintagma nominal é muito complexa.

## 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até mesmo em anúncios publicitários, publicados em circunstâncias de escrita monitorada, há desvios da norma padrão estabelecida pela Gramática Tradicional, assim

como sintagmas nominais estruturados de forma que dificultam a compreensão do leitor. Em alguns casos, como na mistura de tratamento, o desvio nem chega a ser notado, inclusive pelos puristas. Em outros casos, como nos anúncios cujos sintagmas nominais foram estruturados de maneira confusa, o desvio é mais aparente, uma vez que interfere no sentido que o leitor atribui ao anúncio.

O ponto a ser observado é que os problemas da língua, ou a variação linguística, não são encontrados somente no uso informal de falantes brasileiros, mas também em veículos formais de comunicação. A partir deste fato, conclui-se que a variação pode estar se encaminhando para uma mudança linguística.

Além disso, através dos exemplos analisados (e de tantos outros que ainda podem ser encontrados), afirma-se a heterogeneidade da nossa língua, com toda a sua complexidade e todas as suas variações, comuns em línguas naturais. O Português Brasileiro é uma língua rica em peculiaridades e especificidades a serem descobertas e estudadas e, por isso, não deve se restringir apenas às normas estabelecidas pela Gramática Normativa.

## REFERÊNCIAS

**Anúncios publicitários.** Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/9542287/Anuncios-Publicitarios>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

BAGNO, M. **Não é errado falar assim! em defesa do português brasileiro.** 2. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

BAGNO, M. **Português ou brasileiro?: um convite à pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa.** 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BRITO, A. M.; LOPES, R. **The Structure of DPs.** In: WETZELS, L; COSTA, J.; MENUZZI, S. (EDS). *The handbook of Portuguese Linguistics*, p.254-274. 1. ed. John Wiley & Sons, Inc., 2016.

CALDAS, Edson. **10 truques da neurociência usados em propagandas para vender mais.** Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Marketing/noticia/2016/10/10-truques-da-neurociencia-usados-em-propagandas-para-vender-mais.html>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

CEGALLA, D. P. **Novíssima gramática da língua portuguesa.** 46. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2005.

CUNHA, C. & CINTRA, L. **Nova gramática do português contemporâneo.** 7. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2017.

**Estude na melhor faculdade EAD com preços promocionais.** Disponível em: <<https://www.esab.edu.br/estude-na-melhor-faculdade-ead-com-preco-promocional/>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

**JBS Foods: Relacionamento com consumidores.** Disponível em: <<http://relatorioanual.jbsfoods.com.br/relacionamento-com-consumidores/>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

NOGUEIRA, Sérgio. **Conheça erros gramaticais em propagandas famosas.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/blog/dicas-de-portugues/post/conheca-erros-gramaticais-em-propagandas-famosas.html>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

PERINI, M. **Gramática descritiva do português.** 49. ed. São Paulo: Ática, 2006.

POSSENTI, S. **Questões de linguagem: passeio gramatical dirigido.** 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

**Propaganda de leite em pó com nutricionista.** Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/nnugs/2016/05/31/propaganda-de-leite-em-po-com-nutricionista/>>. Acesso em: 06 ago. 2018.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Afrodescendente 81, 82, 83, 84, 86, 89, 90, 91, 92, 95

Análise de discurso 21, 25, 112

Anúncios publicitários 58, 59, 61, 62, 66, 67, 152

### B

Bakhtin 14, 19, 155, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194

### C

Canto coral 167, 168, 169, 171, 172, 182, 183, 184

Concordância nominal 14, 142, 143, 151, 153

Contra-hegemonia 167, 168, 169, 171, 182

Cultura brasileira 1, 113, 122

Currículo 16, 113, 114, 115, 116, 119, 123, 124, 156, 159, 165, 173, 174, 177

### D

Deficiência visual 195, 206

Dialogismo 164, 185, 187, 188, 189, 191, 192, 193

Discurso ideológico 21

Discursos da informação 69

### E

Educação 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 42, 56, 65, 82, 91, 96, 114, 115, 116, 119, 123, 124, 126, 128, 129, 130, 131, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 165, 166, 167, 169, 170, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 195, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 206, 207, 208, 209, 211, 217, 222, 225, 227

Educação musical 167, 169, 170, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184

EJA 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 166

Ensino-aprendizagem 42, 117, 124, 164, 200, 201, 202, 204, 209, 225

Ensino médio 42, 43, 48, 49, 50, 56, 57, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 121, 123, 124, 184

Epistemologia 14

### F

Fake news 69, 70, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80

Formação de professores 1, 13, 165, 227

## G

Gêneros discursivos 116, 117, 118, 155, 156, 160, 161, 164, 186, 195, 199, 200, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208

Gramática normativa 58, 59, 67

## H

Heterogeneidade 12, 42, 43, 45, 46, 47, 49, 53, 55, 60, 67, 168, 207

## I

Identidade 16, 22, 23, 24, 26, 30, 77, 78, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 91, 93, 95, 116, 133, 135, 138, 140, 160, 161, 164, 188

Inteligências múltiplas 97, 98, 99, 100, 103, 110, 111

Interação verbal 1

Interacionismo sociodiscursivo 185, 187, 190, 192, 193

## L

Letramento digital 125, 127, 129, 133

Letramento escolar 195, 199, 202, 208

Língua espanhola 42, 43, 45, 46, 49, 50, 52, 53, 55, 56, 227

Linguagem 14, 17, 18, 26, 27, 46, 48, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 68, 79, 87, 98, 99, 100, 101, 105, 108, 111, 112, 116, 118, 120, 121, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 142, 145, 147, 150, 159, 160, 161, 163, 164, 165, 180, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 201, 202, 207, 217, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225

Linguagem da publicidade 142

Linguagens 14, 18, 56, 91, 116, 118, 119, 120, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 174, 181

Língua-inglesa 155

Livro didático 12, 42, 43, 44, 45, 46, 49, 53, 54, 55, 56, 57, 117, 120, 122, 166

## M

Memória 6, 17, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 99, 135, 217, 223

Memória oral 21, 24, 25

Multimodalidade 97, 100, 102, 109, 110, 112, 130

## N

Negrice 81, 82, 83, 84, 85, 86, 89, 91, 92, 93

Negritude 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 91, 92, 93, 94



## P

Poesia indígena 21, 24, 26, 28, 30

Pós-verdade 69, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80

Prática social 125, 126, 127, 129, 132, 196, 207, 218, 221

Procedimentos em rede 167, 176, 177, 179

Produção oral 1, 2, 45, 50, 52

Professores 1, 2, 3, 6, 9, 11, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 45, 47, 49, 50, 92, 98, 105, 113, 115, 117, 120, 121, 122, 124, 126, 128, 130, 131, 133, 160, 165, 173, 174, 175, 178, 195, 200, 201, 205, 208, 211, 217, 218, 219, 223, 224, 225, 227

Pronúncia 7, 8, 11, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 63

## S

Semântica 15, 32, 33, 34, 35, 36, 41, 83, 181

Sudeste do Pará 135

## T

Texto 11, 14, 17, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 48, 51, 52, 57, 65, 66, 69, 71, 72, 75, 83, 85, 97, 100, 102, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 127, 140, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 163, 164, 171, 191, 199, 201, 203, 204, 206, 207, 210, 212, 219, 220

Toponímia 135, 136, 138, 140

Transculturalidade 81

## V

Varição e mudança no PB 142

Varição linguística 58, 67, 120, 143

VARISUL 142, 143, 144, 152, 153


Vocabulário 8, 32, 33, 37, 38, 40, 55, 224


# LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES:

Ressonâncias e repercussões 2

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 


[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 


  
Ano 2022

# LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES:

Ressonâncias e repercussões 2

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

 **Atena**  
Editora  
Ano 2022