



# Produção do Texto Dissertativo-Argumentativo ENEM

FEVEREIRO / 2025

ESTUDANTE

**SEDUC**  
Secretaria de Estado  
da Educação



## I- DIALOGANDO COM O(A) ESTUDANTE

**Estudante,**

Antes de iniciar o seu projeto de texto leia com atenção os textos motivadores, marque palavras/expressões/ideias-chave. Peça ajuda ao seu(a) professor(a) para orientá-lo(a) na sua produção de texto, releia o material-base do(a) estudante “Redação Nota 1000” que está no Drive, pois nele há um passo a passo exemplificado, reflexivo e analítico sobre a produção do texto dissertativo-argumentativo que pode ajudá-lo(a).

## II – PROPOSTA DE REDAÇÃO

**Caro(a) Estudante,**

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema: **“Os impactos dos influenciadores digitais nas atitudes dos jovens brasileiros”**, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relate, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para a defesa de seu ponto de vista.

## III – TEXTOS MOTIVADORES

### TEXTO I

(...)

Em diversos lares e escolas existe uma preocupação constante: o impacto das redes sociais e dos influenciadores digitais na vida de jovens e crianças. Afinal, os adolescentes passam horas e horas com celular na mão, seguindo e interagindo com desconhecidos.

Existem muitos creators que podem ter relevância positiva no desenvolvimento pleno dos jovens, porém o cuidado e a atenção sempre são bons conselhos.

(...)

### O que são influenciadores digitais?

Também chamados de digital influencers, os influenciadores são pessoas com destaque significativo em uma ou mais redes sociais que, por fins comerciais ou não, buscam influenciar uma determinada parcela da população por meio de conteúdo e posicionamentos.

A atividade não é nova, mas ganhou grande visibilidade devido à facilidade de criação nas redes sociais e seu grande potencial de exposição. Já em 1760, no que alguns definem como primeira fase de influencers, a marca de porcelana inglesa Wedgwood já contava com a rainha Charlotte como garota-propaganda.

Desde então, os influencers cresceram em número. Seu poder provém do convencimento não só em relação ao consumo, mas também às atitudes. Atualmente, qualquer um pode ser um influenciador, não precisa ser rainha nem ao menos celebridade do cinema. Basta ter um número significativo de seguidores leais e uma boa taxa de engajamento.

Muitos jovens e crianças sonham em ser influenciadores em redes como YouTube ou TikTok na esperança de conseguirem atenção.

### Quais impactos os influenciadores têm na vida dos adolescentes?

Como dissemos, existem muitos influenciadores que podem gerar conteúdos e aprendizados positivos, porém alguns comportamentos precisam ser acompanhados de perto. Fatores como busca constante por likes, atenção e visibilidade podem trazer problemas psicológicos, por exemplo. A necessidade

de pertencimento público a um determinado grupo pode gerar falta de aceitação consigo mesmo, baixa autoestima e atitudes alheias à realidade individual.

Por fim, os familiares e educadores também precisam ficar atentos à cultura do cancelamento. Ela pode causar impacto no emocional e na saúde dos indivíduos cancelados, principalmente quando se trata de adolescentes. Cabe aos educadores e familiares observar e desincentivar esse tipo de comportamento dentro e fora do ambiente digital.

### O que os pais e familiares podem fazer?

Por meio de uma educação socioemocional, os jovens aprimoram o pensamento crítico necessário para que façam julgamentos claros sobre atitudes positivas e negativas em rede. Com isso, eles também se tornam menos propensos a atitudes prejudiciais como desafios e desinformação. Dentre as formas de estimular o pensamento crítico desde cedo se encontram o incentivo ao hábito da leitura e ao questionamento, assim como a criação de espaços para argumentação e debates.

A comunicação é a chave para um aprendizado eficiente e, nessa hora, os educadores precisam estar cada vez mais próximos dos jovens. O diálogo e uma atenção cuidadosa são fundamentais. Nesse contexto, é aconselhado seguir os mesmos influenciadores dos adolescentes, não só para observar como, também, para entender e, com objetivo de melhorar o diálogo, se apropriar da mesma linguagem.

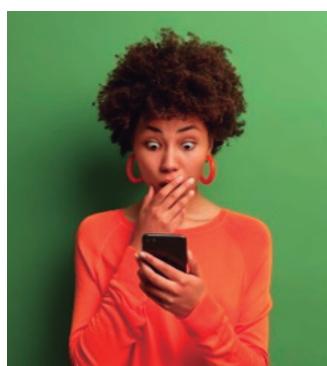
(...)

Disponível em: <https://www.caminhosuave.com.br/como-os-influenciadores-digitais-impactam-a-vida-dos-adolescentes>. Acesso em 10 de jan. 2025.

## TEXTO II

### Notícias falsas podem contaminar influenciadores e mídia programática

*Algumas marcas podem estar induzindo creators e sites a erros na disseminação de fake news. Guia da InternetLab, Quid e Lema pretende combater isso*



Uma pesquisa perturbadora revelou que influenciadores e mídia programática são utilizados para disseminar notícias falsas por algumas marcas. E talvez eles nem percebam. O centro de pesquisa InternetLab em parceria com a Quid e a Agência Lema, publicou a cartilha: Publi ou Fake – Guia da desinformação e marketing digital. O documento tem como premissa central o fortalecimento de ferramentas para que o mercado publicitário possa construir bases contra a desinformação com base em estudo e dados. O Guia foi construído por uma análise da bibliografia nacional e internacional sobre publicidade, financiamento de mídia e desinformação na internet e baseado em três eixos: mercado publicitário, influenciadores e mídia programática.

A coordenadora da área de informação e política da InternetLab, Ester Borges, informa que a iniciativa da pesquisa surge da inquietação diante da vasta gama de desinformação que o mercado publicitário está exposto na Internet: “O Projeto Desinfo é uma construção colaborativa que busca abrir um diálogo com o mercado de publicidade digital sobre desinformação e integridade do debate público online, entendendo que com a popularização da internet a comunicação mudou e por consequência, também o mercado de publicidade e marketing. Um dos principais objetivos do projeto é construir parâmetros e ferramentas para que a atuação publicitária no meio digital seja mais responsável e ativa quando o assunto é a manutenção de um debate público íntegro”, afirma Ester.

(...)

Disponível em: <https://portaldacomunicacao.com.br/2022/10/noticias-falsas-podem-contaminar-influenciadores-e-midia-programatica/>. Acesso em 10 de jan. 2025.

**TEXTO III**

**Estudante,**

**A leitura e a escrita, fundamentais na formação social de um indivíduo, tornam os cidadãos críticos, letrados e capazes de serem sujeitos de suas realidades.**

**Boa escrita!**

## Folha de Produção de Texto

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	
21.	
22.	
23.	
24.	
25.	
26.	
27.	
28.	
29.	
30.	