

INSTRUÇÕES

- Escreva um texto argumentativo. Seu texto deve apresentar **introdução, desenvolvimento e conclusão**.
- Certifique-se de haver escolhido um dos temas propostos e dê um título a seu texto.
- Respeite **margens e entradas de parágrafo**.
- Use as informações disponíveis na prova da forma que considerar mais adequada a seus propósitos, mas **evite a simples cópia**.
- Desenvolva o texto dentro do limite de **30 a 35 linhas**, em letra de tamanho regular.
- Utilize a norma culta da língua portuguesa.
- Passe a limpo seu texto, na folha do texto definitivo, **a caneta, em letra legível e sem rasuras**. Não será fornecida outra folha para passar o texto a limpo.
- Na folha do texto definitivo, **escreva seu número de identificação** – não o nome – **e o número da sala**.
- Ao entregar a redação, **assine a ata de comparecimento**.
- A duração da prova é de 2 horas e 30 minutos.
- Ao terminar, levante o braço e aguarde para entregar sua redação.
- Ao sinal para o término da prova, o Professor Chefe de Sala recolhe a redação dos candidatos que, porventura, ainda se encontrarem na sala.
- Este caderno você pode levar consigo.



TAREFA

A seguir, são sugeridos dois temas para o desenvolvimento de sua redação. Selecione um deles e redija um texto argumentativo em que você expresse, com clareza e consistência, sua posição em relação ao problema proposto.

Boa Prova!

PROPOSTA 1



(Imagens disponíveis em <http://www.fotosearch.com.br/ART160/bre047/>. Acesso em 09 out. 2007)

Afirma-se frequentemente que temos o livre-arbítrio para tomar os diversos caminhos que constituem a nossa trajetória. Essa liberdade, no entanto, requer que façamos escolhas, cujas conseqüências, às vezes, podem não ser positivas.

TAREFA

Partindo dessas considerações, redija um texto argumentativo em que você responda às seguintes questões:

- a) Entre as escolhas que fazemos em nossa vida, qual(is) delas você considera mais importante(s)? Por quê?
- b) Você já fez uma escolha importante em sua vida, que tenha lhe trazido conseqüências positivas ou negativas? Explícite-a em sua argumentação.

Textos de apoio para a proposta 1

Tempo de escolher

Fazer escolhas implica renunciar a alguns desejos para viabilizar a outros. Você troca segurança por desafio, dinheiro por satisfação, o pouco certo pelo muito duvidoso. Assim, uma companhia que lhe oferece estabilidade com apatia pode dar lugar a outra dotada de instabilidade com ousadia. Analogamente, a aventura de uma vida de solteiro pode ceder espaço ao conforto de um casamento.

Escolhas são feitas com base em nossas preferências. E aí recorro novamente à etimologia das palavras para descobrir que o verbo “preferir” vem do latim “praeferere” e significa “levar à frente”. Parece-me uma indicação clara de que nossas escolhas devem ser feitas com os olhos no futuro, no uso de nosso livre-arbítrio.

O mundo corporativo nos guarda muitas armadilhas. Trocar de empresa ou mudar de atribuição, por exemplo, são convites permanentes. O problema de recusá-los é passar o resto da vida se perguntando: “O que teria acontecido se eu tivesse aceitado?” Prefiro não carregar comigo o benefício desta dúvida. Por isso, opto por assumir riscos, evidentemente calculados, e seguir adiante. Dizem que somos livres para escolher, porém prisioneiros das conseqüências...

(Adaptado de MAGNO, Alex. *Tempo de escolher*. Publicado em 30 de maio de 2007. Disponível em <http://www.ligtv.com.br/gestao>. Acesso em 29 ago. 2007).

Possibilidade de fazer escolhas

Quem é que já não se pegou tentando escapar de fazer escolhas? Da manhã à hora de dormir, somos solicitados a eleger, optar, selecionar, deliberar. Escolher tudo sempre é um desgaste! Ao final de cada dia, as pessoas estão quase sempre exauridas. O modo de vida atual exige tanto de todos, não é? Principalmente porque, cotidianamente, precisamos fazer essas inúmeras escolhas. E elas começam logo ao despertar: que roupa vestir, o que tomar no café da manhã, qual trajeto percorrer para chegar ao trabalho, em qual escola matricular o filho, qual atividade extracurricular priorizar, que respostas dar às indagações que nos fazem. Viver é uma escolha ao gosto de cada freguês, nos menores detalhes. E o cardápio apresentado é extenso.

(...)

Escolher tem sido cansativo, porque é preciso verificar as alternativas disponíveis, avaliar algumas delas e fazer as devidas projeções, ou seja, antecipar as conseqüências. Depois, decidir. E a questão é que as operações mentais colocadas em movimento nesses processos são complexas e exigem grande investimento de energia. Mas sabem de uma

coisa? Temos desperdiçado nossa energia em escolhas ilusórias ou de pouca importância, isso sem falar das escolhas impossíveis que temos tentado em vão realizar. Essa brincadeira fica bem mais séria quando os temas das escolhas desencadeiam outras escolhas. O índice de evasão nas universidades anda alto. Será que essa moçada escolheu mesmo cursar a faculdade? Mães e pais andam ariscos com a tarefa educativa. Escolheram mesmo ser pais?

Essas e outras escolhas, que têm relação crucial com o desenrolar da vida de cada um, andam perdidas em meio a outras que pouco ou quase nada importam, e assim temos jogado fora nosso tempo. Talvez essa idéia de vida simples que ganha força no mundo tenha relação com as escolhas que temos de fazer. Dedicar esforço no compromisso com as escolhas que realmente farão sentido na vida pode simplificar esse viver tão corrido.

(Adaptado de SAYÃO, Rosely. *Possibilidade de fazer escolhas*. São Paulo, *Folha de São Paulo*, 1º fev. 2007, p.12)

Se eu pudesse viver novamente a minha vida,
trataria de cometer mais erros.
Não tentaria ser tão perfeito, seria mais relaxado.
Seria mais bobo do que fui;
na verdade, encararia muito poucas coisas com
seriedade.

Seria menos higiênico,
correria mais riscos,
faria mais viagens,
contemplaria mais entardeceres,
subiria mais montanhas, nadaria mais em rios.
Iria mais a lugares a que nunca tivesse ido.
Comeria mais sorvetes e menos verduras.
Teria mais problemas reais e menos imaginários.

Eu fui dessas pessoas que viveu sensata
e corretamente cada minuto de sua vida;
claro que tive momentos de alegria.
Mas, se eu pudesse voltar atrás,
procuraria apenas ter bons momentos.
Se não sabem, disso é que é feita a vida,
somente de momentos. Não percam o agora.

Eu fui uma dessas pessoas que nunca ia a parte al-
guma
sem levar um termômetro, uma bolsa de água quen-
te,
um guarda-chuva e um esparadrapo;
Se pudesse voltar a viver,
viajaria mais levemente.
Se pudesse voltar a viver,
começaria a andar descalço no princípio da prima-
vera
e seguiria assim até o fim do outono.

Daria mais voltas na calçada,
contemplaria mais amanheceres
e brincaria mais com as crianças;
se tivesse outra vez a vida pela frente ...
Mas já se vai, tenho 85 anos e estou morrendo.

(Poema cuja autoria é atribuída ao escritor argentino Jorge Luis Borges.)
(Disponível em <http://rcmendonca.spaces.live.com/blog/cns!C89D6A0B991261AF1617.entry>
Acesso em 11 set. 2007)

PROPOSTA 2



Imagens disponíveis em <http://diganaoerotizacaoinfantil.wordpress.com/category/publicidade/>
(acesso em 16 out. 2007)

Hoje, há anúncios publicitários dirigidos especificamente a crianças e pré-adolescentes. Esse público-alvo, facilmente seduzido pela mídia, pode, além de se tornar dependente do consumo, ser vítima de modismos que nada têm a ver com sua faixa etária.

TAREFA

Partindo dessa constatação, redija um **texto argumentativo** em que você reflita sobre o consumismo infantil, apontando:

- a) uma causa ou causas desse problema;
- b) alternativas que podem contribuir para amenizar o problema.

Textos de apoio para a proposta 2**O impacto negativo do marketing infantil**

Como um caminhão sem freios numa ladeira, as empresas buscam justificar, de maneira insaciável, sua razão de ser: lucrar, literalmente, a qualquer preço. E, para atingir esse objetivo, aprimoram, dia após dia, tanto suas técnicas de vendas como as pesquisas para detectar nossos anseios, expectativas e, por que não, nossos sonhos.

(...) E quanto ao bombardeio da propaganda sobre as crianças? Qualificadas com o recurso de fantasiar, amam o sucrilho açucarado da mesma forma que amam o amigo tigrão. Que criança não desejaria poder ser amiga de um grande tigre poderoso, selvagem e, ao mesmo tempo, protetor e carinhoso como seu pai ou sua mãe? Acreditar no que deseja é um recurso natural e necessário para a criança; ninguém tem o direito de apropriar-se disso para ganhar dinheiro.

Quando perguntamos o que foi feito da ética, os argumentos nos vêm quando vêm com a mesma carga de sedução dos comerciais: “não estamos manipulando e sim procurando falar com a criança na linguagem que ela melhor entende”. Tanto entende que se imagina inferior à amiguinha que tem uma barbie enquanto ela não tem. Tanto entende que imagina sua mãe como má por não permitir, como a mãe “carinhosa e compreensiva” do comercial, esconder bolachas recheadas sob o travesseiro à hora de dormir, depois de ter escovado os dentes. Fora isso, onde está a procuração que os pais teriam passado para os anunciantes conferindo-lhes o poder de convencer seus filhos sobre o que devem ou não consumir?

(Disponível em <http://diganaoerotizacaoinfantil.wordpress.com/category/consumismo/>. Adaptação. Acesso em 9 out. 2007)

Existe criança mais bela do que eu?

As lojas estão recheadas de roupas, sapatos e acessórios que são verdadeiras miniaturas do vestuário dos mais velhos. As vitrines convidam as crianças a deixarem o universo infantil, cheio de inocência, cores claras, babados e bichinhos, para mergulharem na “modernidade”, com looks transados e personalizados. A admiração da vida adulta que sempre existiu torna-se agora uma concretização. As meninas saem às ruas vestidas como a mãe. Salto alto, unhas pintadas, escova no cabelo e maquiagem fazem parte do figurino da minimulher. Calça jeans de grife, corte moderno e cabelo tingido são moda entre os pequenos que forçam a voz para falar grosso como o pai. São as tendências que tomam conta do público infantil.

Não tem jeito. Criança bate o pé, reclama, chora, até conseguir o que quer. E consegue. “A mãe sempre cede. É impressionante como eu percebo isso na loja. Muitas vezes, o gosto da mãe é diferente da filha, que quer fugir do tradicional. A filha sempre vence e leva o que escolheu”, conta a gerente da loja de roupas infantis Petistil, Vera da Silva. A loja é

tradicional no universo das crianças vaidosas. A clientela varia de sete a dez anos, mas Vera garante que a presença das mais novas está cada vez mais freqüente. As pequenas não se espelham só nas mães, tias e famosas, mas também na irmã. “Meninas de quatro anos já fazem a festa na loja e acabam comprando o que a irmã mais velha tem igual”, afirma a gerente, que trabalha na filial há 14 anos.

As pessoas seguem modelos da infância à vida adulta. “É importante ter uma figura: uma pessoa que admira, um profissional cuja carreira deseja seguir. Somos constituídos dessas experiências. É preciso um senso crítico para que haja a disseminação do que é real, desejado e impossível”, explica a psicóloga clínica Marjorie Morato. E é bom que os modelos das crianças não sejam Britney Spears, com os modelitos sensuais e coreografias de “gente grande”.

(Adaptado de MOURA, Ana Carolina. Existe criança mais bela do que eu? Disponível em http://guiadasemana.uol.com.br/noticias.asp?D=12&cd_news=5053. Acesso em 9 out. 2007)

Poder ultrajovem de consumo

Experimente chamar de criança uma menina de dez anos. Muitas delas vão torcer o nariz. Querem ser tratadas como adolescentes, mesmo que as mudanças da puberdade não tenham chegado. Parecer ter mais idade é um desejo comum da garotada. Quem pensa assim em geral sonha ser quatro anos mais velho. Desse modo, seria mais fácil sair sozinho, ter uma mesada maior e namorar. Esse ideal ronda principalmente a turma que hoje vive o final da infância e o início da adolescência. Um público que recebeu um apelido em inglês que se torna mais conhecido no mercado: o *tween*. “Antes, essa garotada ficava esquecida. Agora, há um holofote sobre o grupo. As empresas estão percebendo que os *tweens* têm preferências diferentes das de crianças e adolescentes. Estamos desenvolvendo mais projetos que estudam essa população”, diz Cecília Russo, sócia-diretora da Troiano Consultoria de Marca.

Criado a partir do termo *between* (“entre”, em inglês), o conceito de *tween* é aplicado no Brasil para meninos e meninas de oito a doze anos, uma fase popularmente conhecida como pré-adolescência. Expressão que eles detestam. “Pré-adolescente é horrível”, dispara Marina Ferri, 11 anos. Fã de gloss, sandálias de salto fino e peças com estampa de onci-

nha, ela é o retrato da atual geração *tween*, mais informada sobre moda e tecnologia do que se supõe. “Eu e minhas amigas temos MSN, Orkut, celular, iPod. Só usamos roupas de marca. Bolsa, a gente compra da Puma ou da Adidas. Louis Vuitton é desejo das mais velhas, as com 13 anos”, explica Marina.

Para a medicina, *tween* não existe. É apenas um apelo mercadológico. Mas os doutores sabem bem como é peculiar essa meninada – que é considerada criança ou adolescente de acordo com o desenvolvimento social, psicológico e físico. “Hoje, um menino de 11 anos é capaz de discutir temas com os adultos em condições de igualdade. É uma evolução que veio da globalização, da internet e da influência dos jovens mais velhos”, afirma o médico Paulo Ribeiro, da Sociedade Brasileira de Pediatria. De fato. A pequena Rafaella Faviani, sete anos, espelha-se na irmã Gabriela, 17, que só veste peças de marca. A menina conhece moda e às vezes pede que Gabriela faça sua maquiagem (rímel e gloss). E tem suas paixões. “Amo salto alto”, suspira. Como muitas mulheres o fariam.

(Disponível em <http://diganaoaerotizacaoinfantil.wordpress.com/category/consumismo/> Fonte: *Isto É Online*, 29 jul. 2007. Adaptação. Acesso em 9 out. 2007)

RASCUNHO

- 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.....
- 31.....
- 32.....
- 33.....
- 34.....
- 35.....