

A propaganda é a alma (ou a arma?) do negócio

Todos sabem que um negócio, para prosperar, depende do marketing, e isso não é diferente no ramo de produtos destinados às crianças. Sabe-se também que, muitas vezes (ou quase sempre), o marketing se torna predatório, visando somente ao lucro, sem nenhuma consideração pelos efeitos nefastos que ele pode exercer sobre o consumidor, mas é preciso vender: do ramo dependem muitas pessoas que encontram nesse segmento o seu ganha-pão. Como encontrar então o equilíbrio entre a liberdade de propaganda e o marketing responsável?

Há países que recorrem à proibição completa da propaganda infantil, como Canadá e Noruega; outros adotam algumas restrições, como Itália, Reino Unido e Bélgica; finalmente outros que preferem o critério da autorregulamentação, como é o caso nos EUA e no Brasil.

A via da autorregulamentação é democrática e flexível, podendo ajustar-se mais facilmente a casos não previstos por regulamentações muito rígidas, que poderiam desestimular os empresários e, conseqüentemente, redundar no problema da perda de empregos ou mesmo de sua criação. No Brasil, o Conar já cumpre o papel intermediário entre o empresário do ramo e o governo, no esforço de banir propagandas que exorbitem no seu direito à liberdade de expressão, afinal há limite para tudo e, somente com bom senso e diálogo franco, pode-se chegar a um conjunto satisfatório de regras disciplinares. Há que se considerar, nesse caso em especial, a vulnerabilidade das crianças, público-alvo de propagandas abusivas.

Por fim, cabe à família, por seu lado, iniciar desde cedo a preparação da criança para o consumo consciente, mas é preciso lembrar que as crianças são seres impulsivos, movidas pelo desejo, e este, como se sabe, não cabe nos rígidos limites da razoabilidade. Caberá também à escola incluir em seus programas a educação para o consumo. Com diálogo, tolerância e educação o ser humano pode fazer suas próprias escolhas, em vez de delegá-las a autoridades supostamente imbuídas de maior capacidade de escolher por nós.

Redação autoral (prof. Ricardo Madureira)

Observe mais atentamente!

A propaganda é a alma (ou a arma?) do negócio

Título: Procure criar títulos de impacto; no título que utilizei, recorri a um conhecido “ditado” no mundo do marketing: “A propaganda é a alma do negócio”. Troquei por “arma”, que pode tanto ter um sentido positivo, quanto negativo, obtendo aí uma intertextualidade.

1º parágrafo

Todos sabem que um negócio, para prosperar, depende do marketing, e isso não é diferente no ramo de produtos destinados às crianças. Sabe-se, também, que, muitas vezes (ou quase sempre), o marketing se torna predatório, visando somente ao lucro, sem nenhuma consideração pelos efeitos nefastos que ele pode exercer sobre o consumidor, mas é preciso vender: do ramo dependem muitas pessoas que encontram nesse segmento o seu ganha-pão. Como encontrar então o equilíbrio entre a liberdade de propaganda e o marketing responsável?

No parágrafo de abertura, dê uma ideia sobre o assunto do texto. Procure não dizer tudo que pensa de uma vez, pois do contrário você ficará sem assunto para terminar sua redação. Terminei o parágrafo fazendo uma pergunta, que, naturalmente, terá de ser respondida nos próximos parágrafos e me garante o que vou falar depois. Isso fará com que os parágrafos não pareçam soltos, sem relação um com o outro, erro muito comum (e grave) nas redações escolares!

2º parágrafo

Há países que recorrem à proibição completa da propaganda infantil, como Canadá e Noruega; outros adotam algumas restrições, como Itália, Reino Unido e Bélgica; finalmente outros que preferem o critério da autorregulamentação, como é o caso nos EUA e no Brasil.

Neste parágrafo, utilizei as informações fornecidas pela coletânea de textos que o próprio ENEM fornece para responder à pergunta que deixei aberta no parágrafo anterior. Você pode fazer isso (usar a coletânea), mas desde que o faça com suas próprias palavras. O que fiz foi reorganizar a informação. Caso você cite alguma frase exatamente como está na coletânea, utilize aspas, do contrário será considerado plágio (erro grave pelo qual se perdem muitos pontos na redação!). Mesmo adotando a técnica de usar a citação com aspas, procure não abusar do procedimento. A banca espera ver você escrevendo seu próprio texto.

3º parágrafo

A via da autorregulamentação é democrática e flexível, podendo ajustar-se mais facilmente a casos não previstos por regulamentações muito rígidas, que poderiam desestimular os empresários e, conseqüentemente, redundar no problema da perda de empregos ou mesmo de sua criação. No Brasil, o Conar já cumpre o papel intermediário entre o empresário do ramo e o governo, no esforço de banir propagandas que exorbitem no seu direito à liberdade de expressão, afinal há limite para tudo e, somente com bom senso e diálogo franco, pode-se chegar a um conjunto satisfatório de regras disciplinares. Há que se considerar, nesse caso em especial, a vulnerabilidade das crianças, público-alvo de propagandas abusivas.

Diferentemente do parágrafo anterior, que é composto apenas de informações factuais, neste procurei emitir opinião pessoal (em destaque) mais clara. Faça-o de maneira impessoal (isto é, não é preciso dizer “eu acho” ou “na minha opinião”, por exemplo).

4º parágrafo

Por fim, cabe à família, por seu lado, iniciar desde cedo a preparação da criança para o consumo consciente, mas é preciso lembrar que as crianças são seres impulsivos, movidas pelo desejo, e este, como se sabe, não cabe nos rígidos limites da razoabilidade. Caberá também à escola incluir em seus programas a educação para o consumo. Com diálogo, tolerância e educação, o ser humano pode fazer suas próprias escolhas, em vez de delegá-las a autoridades supostamente imbuídas de maior capacidade de escolher por nós.

O parágrafo final do ENEM é bem “padrãozinho”: você deve apontar “soluções” para o problema proposto. Em geral, as redações aprovadas são muito parecidas, delegando o problema para o Estado e suas instituições, sendo as principais delas a escola e a família. Isso é normal, não há muito o que inventar aqui (falta até espaço para desenvolver uma “tese” sobre as possíveis soluções para os complexos problemas propostos). O Enem espera esse padrão. Para se diferenciar um pouco, deixe uma opinião pessoal clara, uma reflexão final (em destaque) que tenha sua marca!