

PORTUGUÊS

PUBLICIDADE, CONSUMO E MEIO AMBIENTE



Em 50 anos, a população mundial passou de aproximadamente 2,5 bilhões (1950) para cerca de 6 bilhões (2000). A industrialização crescente permitiu um aumento excepcional no consumo de produtos e teve como consequência o aumento também do lixo e da poluição. Para conter os danos ao meio ambiente de uma produção não sustentável e garantir a sobrevivência das futuras gerações, a sociedade moderna terá de reformular alguns hábitos de consumo.

Vivemos numa sociedade de consumo, onde comprar e vender faz parte do cotidiano e toma muito tempo, recurso e energia. O problema é que geralmente não percebemos que esse simples ato pode ter reflexos negativos sobre o meio ambiente.

Ao comprar uma roupa nova, por exemplo, não nos damos conta de que, para produzir aquele tecido, foi preciso cultivar o algodão, e que isso implicou no uso de grandes quantidades de fertilizantes químicos e pesticidas, que contaminam o solo, a água e o ar. Atualmente, imensas áreas de terra são destinadas à monocultura do algodão, que, com o passar dos anos, vai deteriorando o solo. Mais ainda, o processo de tingimento na indústria têxtil emprega grandes volumes de água e produtos químicos, que contaminam os cursos de água.

Hoje disseminado em praticamente todo o mundo, o fenômeno do consumismo não teria sido possível sem o bombardeio incessante da publicidade.

A publicidade nos persegue em toda a parte, e muitas vezes não nos damos conta disso. Está nas ruas, nas fachadas dos prédios, nos ônibus e nas vitrines. Também chama a nossa atenção em bancos, escritórios, hospitais, restaurantes, cinema e outros lugares públicos. Em casa, basta abrir o jornal, ligar o rádio ou a televisão. Muitas vezes, ela vem pelo correio: são as ofertas e propagandas.

Sem perceber, fazemos publicidade gratuitamente ao usar roupas, sapatos, bolsas e outros objetos com etiquetas visíveis. É realmente muito difícil não ser afetado por essa publicidade massiva, que se incorporou a todos os aspectos de nossa vida e nos emite mensagens o tempo todo, de forma direta ou velada.

A publicidade é um meio eficiente para tornar o produto conhecido e prestar informações para ajudar o consumidor a fazer uma escolha e até aprender a consumir melhor. O problema é que, em vez de fornecer informações para um consumo racional e consciente, as mensagens publicitárias exploram pontos vulneráveis do público para convencê-lo de que o produto é realmente necessário. Assim, ela apela para os desejos, gostos, ideias, necessidades, vaidades e outros aspectos da nossa personalidade.

Você já reparou como são as pessoas que aparecem nos anúncios publicitários? Geralmente são de classe média ou alta, bonitas, saudáveis, felizes e bem-sucedidas.

A publicidade utiliza vários tipos de estratégias para atingir o seu público-alvo, aquele a que o produto se destina. Para vender produtos higiênicos, cosméticos e alimentos, por exemplo, elaboram-se anúncios dirigidos para as mulheres. Neles, o que aparece não é uma mulher comum, mas um estereótipo de mulher, criado pela nossa cultura. Assim, as mulheres que anunciam cosméticos devem ser jovens, belas, magras e atraentes. Já para anunciar um produto de limpeza, a mulher deve ser perfeita e estar numa casa esplêndida e mais limpa do que um laboratório clínico.

A publicidade dirigida ao homem geralmente explora seu desejo de obter êxito e de ser atraente e viril. O homem típico da publicidade é bonito, tem conta no banco, um bom carro, uma bela casa, uma mulher bonita e fala ao telefone celular. Na propaganda, quase tudo é permitido, pelo menos em muitos países onde a legislação é frágil. Frequentemente explora-se a imagem da mulher seminua para fazer todo o tipo de propaganda, desde um simples refrigerante até um sofisticado e caro automóvel esportivo.

Como no jogo publicitário existe muita competição comercial, as empresas de publicidade vivem em busca de formas cada vez mais sensacionais e novas para atingir o público com suas mensagens. São muitos os apelos, vão desde colecionar pequenos brindes que vêm com os produtos até juntar tampas de garrafas, embalagens, entre outras coisas, para concorrer a prêmios.

Quase sempre o anúncio ou peça publicitária se vale da síndrome do "todos têm e por isso eu devo ter". Isso faz com que as pessoas ajam pelo impulso, seguindo a ordem ditada pelo anúncio, sem questionar as reais necessidades ou mesmo a qualidade ou preço dos produtos. Além de fazer mal ao nosso bolso, essa atitude acaba por prejudicar o meio ambiente, com o acúmulo do lixo e de poluição gerado por uma produção não sustentável.

<https://supertarefas.blogspot.com/2014/01/normal-0-21-false-false-false-pt-br-x.html>

01

Assinale a alternativa que condiz com o principal objetivo do texto "Publicidade, consumo e meio ambiente":

- (A) Expor fatos e situações cotidianas que mostrem os efeitos negativos do consumismo sobre o meio ambiente.
- (B) Ressaltar o índice de crescimento populacional entre os anos de 1950 e 2000.
- (C) Comentar sobre o elevado número de propagandas, as quais nos bombardeiam todos os dias.
- (D) Determinar o padrão de beleza que deve ser utilizado nos comerciais.
- (E) Informar sobre os recursos naturais e químicos utilizados na produção de tecidos.

02

"Ao comprar uma roupa **nova**, por exemplo, não nos damos conta de que, para produzir aquele tecido, foi preciso cultivar o algodão, e que isso implicou no uso de **grandes** quantidades de fertilizantes **químicos** e pesticidas, que contaminam o solo, a água e o ar."

No contexto do fragmento, as palavras destacadas pertencem à classe dos:

- (A) Substantivos.
- (B) Verbos.
- (C) Adjetivos.
- (D) Pronomes.
- (E) Preposições.

03

Todos os substantivos são derivados, exceto em:

- (A) publicidade.
- (B) consumismo.
- (C) limpeza.
- (D) lixo.
- (E) ambiental.

04

Quanto à nova ortografia do Brasil, marque a alternativa em que todas as palavras estão corretas.

- (A) autoestima, enjoo, joia.
- (B) perdôo, auto-estima, micro-ondas.
- (C) anti-inflamatório, vôo, jibóia.
- (D) auto-escola, auto-estrada, leem.
- (E) centopéia, geléia, psico-social.

05

Em qual das alternativas, a concordância nominal está inadequada?

- (A) É proibida a venda de produtos sem nota fiscal.
- (B) A mulher ficou meia desconfiada na hora de comprar o produto.
- (C) Os homens consomem menos roupas do que as mulheres.
- (D) A fiscalização nas lojas é necessária.
- (E) Cuidar do bolso e do meio ambiente é bom.

BIOLOGIA

06

Todos os organismos são formados por células, as quais podem ser procariontes ou eucariontes. As células dos organismos procariontes apresentam estrutura e organização bastante distinta das células eucariontes e destacam-se pela:

- (A) ausência de citoplasma.
- (B) ausência de membrana plasmática.
- (C) ausência de ribossomos.
- (D) ausência de membrana nuclear delimitando o material genético.
- (E) ausência de material genético.

07

Correlacione a primeira coluna com a segunda:

1 Habitat	() Conjunto de seres da mesma espécie que habitam determinada região geográfica
2 Componentes bióticos	() Conjunto de seres vivos
3 População	() Conjunto dos aspectos físicos e químicos de um determinado ambiente
4 Ecologia	() Local onde vive determina espécie
5 Biótopo	() Ramo da biologia que estuda as interações entre os seres vivos e o meio onde vivem

Qual a sequência correta:

- (A) 1, 2, 3, 4 e 5
- (B) 5, 4, 3, 2 e 1
- (C) 3, 2, 5, 1 e 4
- (D) 2, 1, 5, 4 e 3
- (E) 3, 5, 2, 1 e 4

08

Os seres vivos abaixo pertencem todos ao Reino *Animalia*:

- (A) Insetos, moluscos, fungos, aves, peixes.
- (B) Ostras, sapos, escorpiões, morcegos, corais.
- (C) Aranhas, cogumelos, protozoários, mamíferos e ostras.
- (D) Corais, cogumelos, ostras, peixes, anfíbios.
- (E) Samambaias, tartarugas, abelhas, jacarés, ostras.

09

Existem dois tipos de sistema circulatório, aberto e fechado. No sistema aberto, o sangue circula em alguns momentos entre os tecidos dos animais e, no sistema fechado, o sangue circula sempre dentro de vasos ou capilares. Marque a alternativa que indica um animal de sistema circulatório aberto e fechado, respectivamente:

- (A) Marisco e minhoca
- (B) Lula e anêmona
- (C) Ostra e galinha
- (D) Minhoca e esponja
- (E) Gato e cobra

10

São organismos decompositores:

- (A) Animais e Protozoários
- (B) Vírus e algas
- (C) Vegetais e Algas
- (D) Fungos e Bactérias
- (E) Vírus e Bactérias

REDAÇÃO

De acordo com a reportagem “PUBLICIDADE, CONSUMO E MEIO AMBIENTE” (Página 1), elabore um texto dissertativo em língua portuguesa, acerca do consumismo nos dias de hoje.

Utilize o espaço abaixo como RASCUNHO. Lembre-se de transcrever a versão final para a FOLHA OFICIAL DE REDAÇÃO.

FOLHA RASCUNHO DA REDAÇÃO

01. _____

02. _____

03. _____

04. _____

05. _____

06. _____

07. _____

08. _____

09. _____

10. _____

11. _____

12. _____

13. _____

14. _____

15. _____

16. _____

17. _____

18. _____

19. _____

20. _____

21. _____

22. _____

23. _____

24. _____

25. _____