

Aluno (a): _____

Nº _____

PROPOSTA DE REDAÇÃO – 1ª SÉRIE:

Você já sabe, mas não custa lembrar...

O Diário é um gênero textual de caráter pessoal e íntimo, no qual o autor registra, de forma cronológica, eventos, pensamentos, reflexões e sentimentos sobre o dia a dia. É um espaço de confidência, onde se reflete sobre a vida, as relações interpessoais e o mundo ao redor. Embora seja um relato pessoal, o diário pode abordar questões universais, como sentimentos de injustiça, equidade, responsabilidade e convivência com os outros.

ESTRUTURA: Embora a escrita de um diário seja livre, recomenda-se a seguinte estrutura para sua composição:

1. Data ou menção temporal;
2. Descrição de eventos ou reflexões do dia;
3. Expressão de sentimentos e opiniões pessoais;
4. Conclusão ou expectativa sobre acontecimentos futuros.

RECORTE TEMÁTICO:

A justiça é amplamente considerada uma das virtudes fundamentais que governam as relações humanas. Desde a Grécia Antiga, pensadores como Aristóteles a definiam como a virtude que regula o equilíbrio entre as pessoas, respeitando seus direitos e deveres. Ser justo é estar comprometido com a equidade, a imparcialidade e o respeito ao próximo. No entanto, em nosso cotidiano, ser justo nem sempre é fácil, especialmente quando estamos em situações que envolvem conflitos de interesses, expectativas frustradas ou a necessidade de tomar decisões difíceis que afetam outras pessoas.

PROPOSTA DE REDAÇÃO:

Você deverá redigir uma entrada de diário sobre o tema "**A justiça é a virtude que diz respeito à organização de nosso relacionamento com as demais pessoas**". Imagine que o narrador está refletindo sobre um evento do dia em que teve que tomar uma decisão ou lidar com um conflito que envolveu a justiça nas relações humanas. Esse evento pode envolver uma situação de trabalho, família, amizade ou qualquer contexto no qual ele ou ela precisou ser justo(a).

No diário, o narrador deverá expressar suas dúvidas, dilemas e sentimentos sobre o que é ser justo com as pessoas à sua volta. A escrita deve refletir os desafios de tentar ser equilibrado e imparcial nas relações, mesmo quando as emoções e as circunstâncias dificultam a aplicação dessa virtude.

Lembre-se: O diário permite explorar o lado pessoal e subjetivo da questão da justiça, oferecendo um espaço para refletir sobre como a virtude da justiça pode ser aplicada no dia a dia e como o narrador lida com essa tarefa de equilibrar seus relacionamentos com os outros.

Dicas para a redação:

- Pense em uma situação concreta que envolva uma decisão justa (ou a falta de justiça).
- Reflita sobre como a justiça impactou a relação com as outras pessoas envolvidas.
- Mostre o processo emocional e mental do narrador ao lidar com a questão.

PROPOSTA DE REDAÇÃO – 2ª SÉRIE:

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 perigos da prática de greenwashing no contexto organizacional**”, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.

TEXTO I

Termo em inglês que, em tradução literal significa “lavagem verde”, o greenwashing já é amplamente utilizado para descrever práticas ilegais e moralmente condenáveis adotados em nome do meio-ambiente e da sustentabilidade. Rodrigo Clemente, CEO da BLZ Recicla, empresa especializada na reciclagem de garrafas de vidro e participante da logística reversa, acredita que “a busca por maior lucratividade e, ao mesmo tempo, a redução nos custos faz com que algumas organizações acreditem que essa seja a saída mais rápida e fácil”.

A prática consiste em colocar nas embalagens, propagandas publicitárias, falas, artigos e documentos, termos como “eco-friendly”, “sustentável”, “reciclável”, entre outros, sem que as ações efetivamente tomadas sigam essa linha. Em outras palavras, mascarar a verdade com termos social e ambientalmente aceitáveis. O campo é muito fértil, visto que a busca por itens que não agridam o meio-ambiente cresce exponencialmente. Segundo levantamento feito pela WWF (World Wide Fund for Nature), as pesquisas por produtos sustentáveis aumentaram 71% de 2016 a 2020.

A McKinsey & Company (companhia de consultoria empresarial), verificou que 66% dos entrevistados, em uma pesquisa de 2019, consideravam a sustentabilidade na hora das compras. Enquanto isso, uma investigação feita pelo Instituto de Defesa do Consumidor alegou que, de 509 embalagens analisadas, 48% delas praticavam o greenwashing. Inevitavelmente, a prática cresce a cada dia: se uma empresa precisa estudar seus consumidores, mas a tendência é contra-produtiva e pode diminuir seus lucros totais em curto prazo, a saída acaba sendo por meio de falsas promessas.

Para Rodrigo, “esse problema, infelizmente, acaba trazendo consequências para aqueles que realmente agem para o bem-estar social e ambiental. Empresas focadas na diminuição da poluição, do desmatamento e do aquecimento global passam a ser questionadas e, em casos mais extremos, perdem totalmente a credibilidade”.

Entretanto, existem maneiras de contornar essa situação. A primeira delas diz respeito ao próprio consumidor, que deve ficar atento e não acreditar nas propagandas e embalagens que contenham termos muito vagos ou prometam coisas surreais. A segunda cabe às entidades reguladoras, na fiscalização quanto à certificação ISO 14.021, que especifica requisitos para o uso de textos, símbolos e auto-declarações referentes ao meio ambiente. Por fim, cabe às empresas compromissadas com a preservação ambiental sinalizar, sendo por orientações ao público ou por meio de ações concretas, quando e como uma empresa realmente segue ou não a cartilha ambiental.

Disponível em: <<https://www.ecodebate.com.br/2022/05/05/greenwashing-a-maquagem-da-empresa-que-se-diz-ambientalmente-correta/?cn-reloaded=1>>

TEXTO II**PARECE, MAS NÃO É: 7 SINAIS PARA IDENTIFICAR O FALSO SUSTENTÁVEL**

Para que você não seja vítima do Greenwashing, aprenda a identificar as principais estratégias utilizadas pelas empresas:

**1 SEM PROVAS**

Produtos que se dizem “ambientalmente corretos”, mas não especificam os fatos e dados científicos em que são baseados, como cosméticos que alegam ser veganos, mas não possuem certificados ou não explicitam ingredientes no rótulo.

2 TROCA OCULTA

Ocorre quando uma questão ambiental é enfatizada em detrimento de outras preocupações potencialmente mais sérias. Um exemplo é incentivar o uso de plástico, negativo sob o ponto de vista ambiental, alegando economia de água pois não há necessidade de lavagem do copo.

3 VAGUEZA E IMPRECIÇÃO

Uso de expressões mal definidas e amplas, como o uso de termos vagos como “sustentável” e “amigo do meio ambiente” em embalagens, sem fornecer qualquer detalhe ou explicação de atitudes ambientalmente concretas referentes ao produto, deixando o consumidor em dúvida sobre seu real significado.

4 IRRELEVÂNCIA

Apelo que pode ser verdadeiro, mas não é relevante para o consumidor que procura um produto com vantagem ambiental. “Não contém CFC” é o exemplo mais comum. O uso da substância é proibido por lei, o que significa que o produto não é mais ambientalmente correto que qualquer outro da categoria.

Disponível em: <<https://desacato.info/greenwashing-pesquisa-inedita-do-idec-alerta-para-produtos-que-usam-falsas-alegacoes-socioambientais/greenwashing/>>

TEXTO III

As empresas realizam o greenwashing em diversos momentos: no que dizem ao público, no que fazem e no que vendem. Quanto aos discursos, estes podem ser mentirosos, exagerados, genéricos ou distorcerem a realidade ou com jargões técnicos que dificultam a compreensão, o que pode ser complementado com o uso de imagens de belas imagens da natureza em campanhas, que não tem nada a ver com as operações reais da companhia.

Quando o greenwashing acontece em ações, pode ser percebido no desvio da atenção para projetos ambientais paralelos, tratar obrigações legais como investimento em meio ambiente, infiltrar-se na comunidade ambientalista ou agir politicamente para evitar interferência externa nos negócios dizendo que resolverão os problemas sozinhos. Em relação ao que é comercializado, o greenwashing pode ser percebido na venda de produtos que fazem mal ao meio ambiente e ao colocar rótulos de “sustentável” ou “ecológico” em processos produtivos cuja intenção inicial era apenas o corte de custos.

No Brasil, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) tem desde 2011 regras definidas para tentar coibir o greenwashing. De acordo com o código publicado pela entidade, a publicidade que “comunica práticas responsáveis e sustentáveis de empresas, suas marcas, produtos e serviços” deve cumprir critérios como concretude e relevância, ou seja, ações verdadeiras e não conceitos vagos, e que possam ser comprovadas; exatidão e clareza – as informações devem estar em linguagem acessível e não conduzir a conclusões falsas, e pertinência, o que significa que a ação precisa ser ligada à área de atuação e não deve ser apenas um cumprimento de obrigações legais.

Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/greenwashing-entenda-o-que-e-e-como-pode-prejudicar-as-empresas,4d8fdb68f4d99e560d91b4569c545326p8cu9ft3.html>>

INSTRUÇÕES PARA A REDAÇÃO

1. O rascunho da redação deve ser feito no espaço apropriado.
2. O texto definitivo deve ser escrito à tinta, na folha própria, em até 30 linhas.
3. A redação que apresentar cópia dos textos da Proposta de Redação ou do Caderno de Questões terá o número de linhas copiadas desconsiderado para efeito de correção.
- 4. Receberá nota zero, em qualquer das situações expressas a seguir, a redação que:**
 - 4.1. Tiver até 7 (sete) linhas escritas, sendo consideradas “texto insuficiente”.
 - 4.2. Fugir ao tema ou que não atender ao tipo dissertativo-argumentativo.
 - 4.3. Apresentar parte do texto deliberadamente desconectada do tema proposto.