

Aluno (a): _____

Nº _____

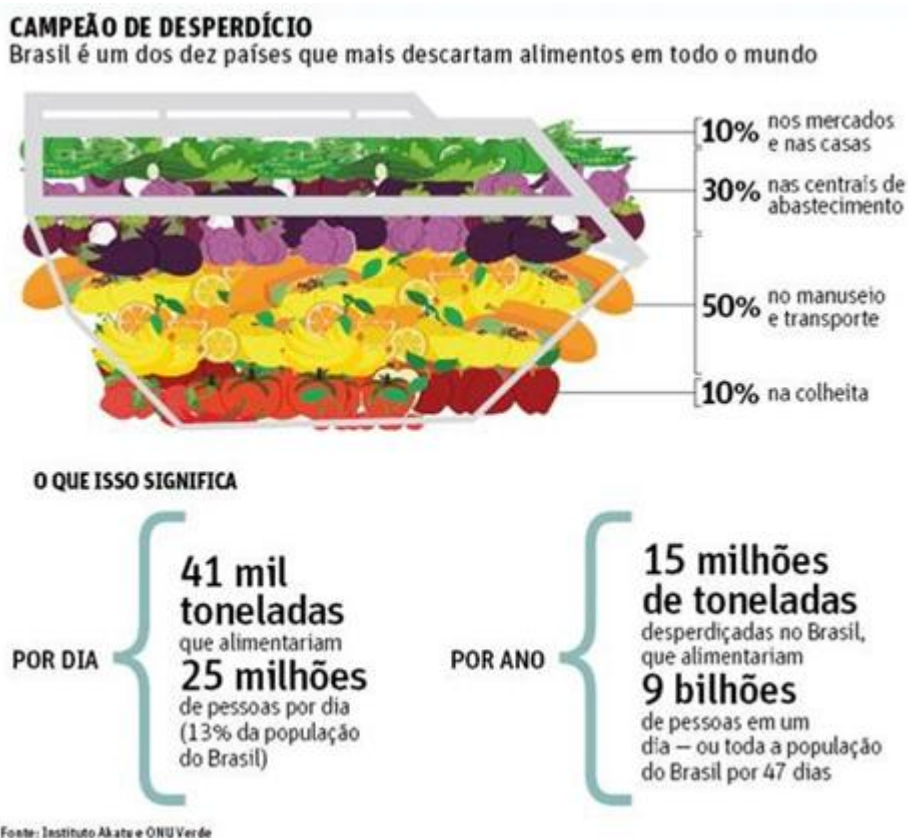
PROPOSTA DE REDAÇÃO – 1ª SÉRIE:

Texto I

Todos os anos, cerca de 1,3 bilhão de toneladas de alimentos são desperdiçadas ou perdidas em todo o mundo. Ou seja, cerca de um terço de tudo que produzimos acaba na lata do lixo. No Brasil, só os supermercados perderam em faturamento R\$ 7,11 bilhões em alimentos descartados em 2016, de acordo com a Abras (Associação Brasileira de Supermercados). Estima-se, no entanto, que em toda cadeia produtiva (campo, indústria, varejo e o consumidor) este valor seja ainda maior. Anualmente, o País descarta cerca de 41 mil toneladas de alimentos, o que o coloca entre os 10 principais países que mais desperdiçam comida, de acordo com Viviane Romeiro, coordenadora de Mudanças Climáticas do World Resources Institute (WRI) Brasil à Agência Brasil em 2016.

Fonte: Huffpost Brasil

Texto II



Fonte: Asia Comentada

Texto III

"As perdas existem em vários aspectos", reitera Alcione Silva, do Save Food Brasil. Na América Latina, as 127 milhões de toneladas desperdiçadas por ano poderiam alimentar 36 milhões de pessoas. Em países desenvolvidos, os alimentos perdidos poderiam alimentar cerca de 200 milhões de pessoas. Além das calorias e nutrientes, são desperdiçados valores ambientais, sociais e culturais. "Utilizamos água, energia, terra, logística, trabalho, diversos recursos. E tudo isso é jogado fora", afirma Silva. Por outro lado, existem mais de 7,2 milhões de pessoas afetadas pelo problema da fome no Brasil.

Fonte: Huffpost Brasil

Texto IV



Texto V

O berlinense Raphael Fellmer, no começo de 2012, decidiu criar um sistema de coleta de excedentes que, com o tempo, cresceu e acabou se transformando no portal "foodsharing.de". Esta iniciativa pôs em contato pessoas interessadas em resgatar "alimentos em um estado não comercializável" e em recuperar excedentes de supermercados, padarias, mercados, restaurantes e casas particulares. "O objetivo é simples: conscientizar as pessoas sobre a quantidade de comida que é jogada fora e que ainda pode ser aproveitada", explicou Fellmer. Há três anos, ele e um grupo de pessoas começaram a colocar os alimentos "resgatados" em geladeiras e prateleiras em lugares públicos como em escolas, empresas, igrejas e universidades.

Fonte: G1

PROPOSTA DE REDAÇÃO: A partir do material de apoio e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo, em norma padrão da língua portuguesa, sobre o tema: **"Caminhos para conter o desperdício de alimentos no Brasil do século 21"**. Apresente proposta de intervenção social que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de maneira coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.

PROPOSTA DE REDAÇÃO – 2ª SÉRIE:

Texto I

O tema da "liberdade vigiada" é cada vez mais presente na sociedade contemporânea, dado que a expansão tecnológica permitiu a conexão a todo o momento e em qualquer lugar. Nesse contexto, o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2017) utiliza a noção de "panóptico digital" para se referir às formas de controle e de vigilância presentes no corpo social contemporâneo, visto que a tecnologia tem sido empregada para monitorar e rastrear o comportamento das pessoas. Han é um dos principais teóricos a analisar a relação entre as redes sociais e a sociedade atual, destacando como essas plataformas funcionam à maneira de dispositivos de domínio e de vigilância. O pensador descreve o panóptico digital como um modelo de controle coletivo que usa o aparato tecnológico para acompanhar e gerenciar a conduta humana de maneira invisível e constante. Em outras palavras, as mídias sociais atuam similarmente a uma espécie de "vigia digital" que, ao mesmo tempo em que mantém a aparência de liberdade, conquista um poder cada vez maior sobre nossas vidas. O conceito de "panóptico" foi originalmente desenvolvido por Jeremy Bentham, no século XVIII, para descrever uma forma de prisão em que um único vigia poderia controlar um grande número de prisioneiros sem que estes soubessem se estavam ou não sendo observados. O princípio do panóptico é baseado na ideia de que a visibilidade gera poder e controle, e que, ao serem monitorados, os indivíduos se autocensuram e ajustam o seu comportamento para se adequar às normas estabelecidas.

Partindo dessa noção, o escritor e acadêmico britânico David Lyon cunhou o termo "panóptico digital" em seu livro "Surveillance After Snowden" ("Vigilância depois de Snowden", em tradução livre), publicado em 2015. Na obra, Lyon usa o termo para se referir às práticas de vigilância em massa na era digital que se assemelham ao "design" do Panóptico de Jeremy Bentham. O conceito de "panóptico digital" caracteriza a vigilância ubíqua e invisível que ocorre na sociedade informacional, em que os indivíduos são monitorados por meio de seus dispositivos e de atividades "on-line". Afinal, o uso de tecnologias como câmeras de vigilância, redes sociais, sistemas de reconhecimento facial, entre outros, permite que as atividades das pessoas sejam monitoradas e registradas, gerando um grande poder de controle sobre a vida privada de cada um. Essa "liberdade vigiada" pode ter consequências profundas nas relações entre sujeitos, uma vez que os cidadãos podem ser levados a modificar o seu comportamento para se adequarem às expectativas dos outros. Em vista disso, eleva-se, na tecitura social moderna, a pressão constante para a cons-

trução de uma imagem pública, a exposição e a visibilidade, de modo que a privacidade e a intimidade são cada dia mais ameaçadas.

Nesse sentido, é importante questionar o papel das tecnologias digitais na sociedade e refletir sobre as formas de uso e abuso dessas ferramentas. O fato é que a liberdade individual e a privacidade devem ser protegidas, e as relações entre sujeitos devem ser baseadas em princípios de respeito e de autonomia. Somente assim, será possível construir uma sociedade mais justa e igualitária, na qual a liberdade não seja uma mera ilusão.

Fonte: Fabiano Couto Corrêa da Silva, cientista da informação da UFRGS

Texto II



A arquitetônica do panóptico imaginado pelo filósofo Jeremy Bentham

Fonte: Universo da Filosofia.

Texto III



Fonte: Instagram

Texto IV - No que pensar antes de se divertir no Facebook

Na era do panóptico digital, qualquer aplicativo obscuro pode capturar seus dados — de app de envelhecimento até oferta de supermercado. Não se sabe quem nos observa — mas, quem quer que seja, pode extrair cinco mil informações sobre você.

O filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham inaugurou a ideia de panóptico pela primeira vez no final do século XVIII. É sabido que Bentham era um utilitarista convicto e passou a estudar racionalmente o sistema penitenciário. A partir de seus estudos, criou um projeto de prisão circular, na qual um observador estabelecido no centro poderia enxergar todas as celas em que estivessem os presos, sem que estes pudessem ver o vigia. Ou seja, os internos nunca saberiam se estavam sendo realmente observados ou não, dúvida esta que incentivaria a boa conduta. Tal descrição representa o panóptico idealizado por Bentham.

Posteriormente, Michel Foucault retomou o conceito de panóptico de Bentham na segunda metade do século XX, oportunidade em que o aperfeiçoou para controle de doentes, insanos, viciados, leprosos etc. Foucault destacou a importância do panóptico como ferramenta de poder ao afirmar: “quanto maior o número de informações em relação aos indivíduos, maior a possibilidade de controle de comportamento desses indivíduos”.

Ocorre que, com a velocidade da inclusão digital nas últimas décadas — por meio, principalmente, de “smartphones” —, atrelado à majoritária adesão de pessoas às redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), o que se verifica é o surgimento de um verdadeiro panóptico digital em pleno século XXI. E o pior: não se tem como saber quem são os reais observadores. Tal realidade torna, assim, muito atuais as previsões de Foucault e, especialmente, o que vaticinou o escritor e jornalista George Orwell, em 1948, com seu romance distópico “1984”, o qual trata de um homem que se volta contra um sistema totalitário do “Big Brother” e surge como pano de fundo para evidenciar a fiscalização e controle de determinado governo na vida dos cidadãos, além da crescente invasão sobre os direitos do indivíduo.

Na atualidade, os dados pessoais que um indivíduo disponibiliza voluntariamente em redes sociais, seja participando de “quiz”, seja franqueando foto para saber como ficará na velhice (esta foi a última sensação do momento),

“marcando-se” em bares, restaurantes que frequenta, bem como as curtidas que direciona em relação a determinadas postagens sobre política, economia, educação, entretenimento etc., são armazenados e constantemente observados.

A questão da privacidade na era das redes sociais foi extremamente relativizada. O grande problema é que a maioria das pessoas que se valem dela não sabem ou aparentemente não se importam de entregar seus dados pessoais aos “observadores”.

O documentário “Privacidade Hackeada” (“The Great Hack”), dos diretores Karim Amer e Jehane Noujaim, lançado recentemente (disponível na plataforma Netflix), é assustador e expõe as entranhas do processo de manipulação e de utilização de dados pessoais de milhões de pessoas para finalidades, no mínimo, antidemocráticas. Conforme aponta o documentário, é possível extrair cerca de cinco mil informações essenciais de cada pessoa nas redes sociais, informações capazes de identificar perfil ideológico, gosto musical, religião (dados sensíveis), e, a partir daí, bombardear de notícias e informações cada uma dessas pessoas, a fim de que, imperceptivelmente, sejam direcionadas a pensar de determinada forma, ao gosto dos “observadores” de ocasião. Não se pretende dar “spoiler”; portanto, assista ao aludido documentário assim que terminar esta leitura.

De fato, ao ingressar nas redes sociais, deve-se ter consciência de que, para fazer parte deste mundo digital, os seus dados pessoais transformaram-se em verdadeiros produtos. A grande questão que coloca em risco não só a segurança dos usuários das mídias sociais, mas também o próprio sistema democrático, consiste em não se saber com quem, para quem e como essas informações serão utilizadas. Ou seja, para qual finalidade?

Logo, é preciso estar atento, vigilante e perfeitamente consciente de que as redes sociais são os verdadeiros panópticos da pós-modernidade, mas sob uma nova roupagem: a digital. E pior, são capazes de desgastar e minar silenciosamente o modelo democrático que se conhece.

Fonte: Outras palavras

Texto V - Vigiar e lucrar é o mantra do novo capitalismo de vigilância

Vivemos uma nova era da informação, diz uma professora de Harvard. Mas não é uma informação para você — é sobre você.

“Meu pai falou que você nos vigia”, diz o garotinho a Mark Zuckerberg, cofundador e executivo-chefe do Facebook. “Ele não é o seu pai”, responde Zuckerberg. A charge, uma das inúmeras piadas que aludem à capacidade das grandes empresas de tecnologia de espionar nossa vida, evoca a imagem do Grande Irmão, a distopia totalitária do romance 1984, de George Orwell. No entanto, a analogia não é correta, afirma Shoshana Zuboff, professora emérita de psicologia social da Escola de Negócios de Harvard. A realidade, segundo ela, é pior. Em vez do “Big Brother” — o olho que tudo vê para controlar os cidadãos —, a docente usa o termo “Big Other”, o Grande Outro, uma estrutura impessoal capaz de monitorar, computar e modificar o comportamento humano.

É esse o elemento-chave da era do capitalismo da vigilância, expressão que a pensadora criou há alguns anos e que agora esmiúça, no livro “A era do capitalismo da vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder”, em uma tradução livre.

De acordo com Shoshana, trata-se de uma vigilância que não objetiva incutir uma ordem, mas, sim, extrair um sentido. Quando você faz uma pesquisa no site de buscas Google, deixa lá uma série de informações: que tipo de busca fez, onde está, quanto tempo ficou “on-line”, quais assuntos lhe interessam. No início, tudo isso era usado apenas para aumentar a eficiência de suas buscas. Seu histórico de navegação permitia oferecer itens parecidos, nos quais você provavelmente teria interesse. Na virada do milênio, porém, com o estouro da bolha da internet, o Google viu-se pressionado a encontrar um modelo de negócios lucrativo. A partir de então, abriu o precedente de vender tais informações ao mercado publicitário.

Trata-se, de acordo com Shoshana, da “mais-valia comportamental”. Da mesma forma como o lucro, de acordo com a análise de Karl Marx, surge do excedente de valor criado pelo trabalho em relação ao custo do esforço laboral, as informações que os usuários deixam, sem perceber, nos sistemas que utilizam também geram um excedente que é apropriado pelas companhias de tecnologia.

Vem daí a noção de que “se você não está pagando pelo produto, você é o produto”. Shoshana afirma que isso ainda é pouco. “Esqueça esse clichê”, escreve ela. “Você não é o produto. Você é a carcaça abandonada.” Em outras palavras: você não é o cliente, tampouco o objeto que é vendido, e sim a mina da qual as riquezas são extraídas, a matéria-prima bruta que, depois de usada, é descartada. A riqueza é o excedente comportamental, vendido a outras empresas. Com o sucesso estrondoso do Google, esse mecanismo alastrou-se e aprofundou-se. Afinal, percebeu-se que não apenas se pode observar o comportamento das pessoas, mas prevê-lo e, até mesmo, modificá-lo. Shoshana não examina o outro lado da moeda, os benefícios que a conectividade e as análises de “big data” possam trazer — talvez porque esse discurso já seja suficientemente divulgado pelas empresas. Ela não chega a propor fechar a porteira da tecnologia. Mas, como era de esperar, defende a mesma solução que se deu aos gigantes corporativos de um século atrás: regulação, regulação, regulação. É o que mais temem os gigantes da tecnologia. Contudo, a história mostra que há um tempo para o sucesso irrefreado e há um tempo para o controle dos exageros.

Fonte: Revista Exame.

Texto VI - “Fake News” e desinformação: uma ameaça à democracia

A história é repleta de casos de pessoas tentando manipular as outras por meio de desinformação e de informações falsas. Na eleição presidencial de 1945, as rádios de Hugo Borghi atribuíram ao candidato favorito, o brigadeiro Edu-

ardo Gomes, uma frase que ele nunca havia dito. O grupo adversário usou a disseminação da frase como um dos instrumentos que, no final, resultaram na vitória de Gaspar Dutra. Apesar da tunga na democracia, eram outros tempos e “o que passou, passou”.

As comunicações instantâneas globais via internet fazem com que, potencialmente, todos possam trocar informações, de qualquer natureza, sem restrições nem fronteiras. A popularização de equipamentos e de infraestrutura criou os meios. As redes sociais agregaram usabilidade e a tão sonhada segmentação publicitária. Amenidades ditas em família, debates conspiratórios de encontros fechados e inconfidências ditas ao telefone ganharam escala mundial, sem filtros. O mesmo ocorreu com a propaganda enganosa, a notícia falsa e a desinformação.

Enfrentamos, agora, um “tsunami desinformativo” e nos tornamos cobaias de experimentos de controle e de interferência na realidade, com as redes sociais determinando quem precisamos ser, o que devemos consumir e até em quem não votar. Destruir reputações por meio de notícias falsas e desinformação é mais eficiente do que cultivar tolerância, construir soluções e debater honestamente. É mais prático do que procurar posições de consenso e de equilíbrio político.

Mas a destruição de reputações nunca ocorre isoladamente. O conjunto da obra demanda corroer a confiança na ciência, nas instituições democráticas, no jornalismo profissional e nos freios e contrapesos que viabilizam a democracia. Escândalos como o da Cambridge Analytica são só a ponta do iceberg. Em todo o planeta, têm aflorado vocações autoritárias populistas diante de olhares atônitos e ainda paralisados pelo confuso dilema moral da censura e da liberdade de expressão. A democracia está contra as cordas e, por causa de sua própria natureza, sofre para reagir. Poderá morrer se não for socorrida a tempo, na contramão dos avanços pós-iluminismo.

Inexiste uma bala de prata para superar o grave assédio das notícias falsas e da desinformação contra a democracia. O que se sabe é que a missão só pode ser realizada por muitas mãos. É preciso mobilização de governos, parlamentos, tribunais, sociedade organizada, empresas e pessoas para que haja esperança de mudança do cenário.

Enquanto cidadãos, precisamos fazer escolhas éticas em nossa própria vida digital, cobrar ética das empresas fornecedoras de bens e serviços e ensinar a privacidade como valor no uso da tecnologia. É preciso educar formal e digitalmente, estimular o desenvolvimento de senso crítico para que as novas gerações avaliem melhor o que lhes chega sob a pele de informação. Também nos cabe interagir com parlamentares, propor e pressionar por legislações, regulação governamental ou autorregulação ética das plataformas de mídias sociais.

É preciso cobrar das “big techs” e das redes sociais transparência, colaboração com a academia e aplicação da sua poderosa tecnologia contra a desinformação. Na seara jornalística, é importante usar e divulgar o trabalho de “fact checking” e apoiar iniciativas que produzam impacto financeiro negativo sobre canais digitais de disseminação de notícias falsas e discursos de ódio, como Sleeping Giants. Na esfera jurídica, será relevante que as cortes passem a corresponsabilizar as plataformas de mídias sociais por abusos ocorridos em seus quintais, como forma de pressionar por medidas efetivas contra a desinformação, ignoradas hoje pelo ganho financeiro óbvio propiciado pelos cliques, curtidas e compartilhamentos vendidos aos anunciantes.

É preciso cuidar da democracia, seja por compreender a necessidade de cuidar de seus defeitos e idiossincrasias, seja por rejeitar a visão medonha do passado e do quão caro a democracia custou a nossos antepassados.

Fonte: Correio Braziliense

Texto VII - A guerra das plataformas contra o PL 2630

Google, Meta, Spotify e Brasil Paralelo anunciam e veiculam anúncios, de forma opaca e burlando seus próprios termos de uso, contra o Projeto de Lei 2630/2020 – batizado de “PL das Fake News” –, o qual está em processo de votação na Câmara dos Deputados e tem como foco a regulação do funcionamento de plataformas digitais no país, visando à liberdade, à responsabilidade e à transparência. Tal ação dessas corporações pode configurar abuso de poder econômico às vésperas da votação do projeto de lei por tentar impactar a opinião pública e o voto dos parlamentares.

As plataformas estão usando todos os recursos possíveis para impedir a aprovação desse projeto brasileiro porque o que está em jogo são os bilhões arrecadados com publicidade digital que, atualmente, não se subordinam a nenhuma regra, restrição ou obrigação de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos seus interesses econômicos. Se o PL 2630 não for aprovado, as “big techs” conseguem manter a assimetria regulatória que existe no mercado e, portanto, manter suas vantagens competitivas frente aos outros meios de comunicação que também vivem de publicidade.

Fonte: “Gazeta do Povo”

Texto VIII

Pane no sistema, alguém me desconfigurou
Aonde estão meus olhos de robô?
Eu não sabia, eu não tinha percebido
Eu sempre achei que era vivo
Parafuso e fluido em lugar de articulação
Até achava que aqui batia um coração
Nada é orgânico, é tudo programado
E eu achando que tinha me libertado
Mas lá vêm eles novamente

Eu sei o que vão fazer
Reinstalar o sistema
Pense, fale, compre, beba
Leia, vote, não se esqueça
Use, seja, ouça, diga
Tenha, more, gaste, viva
Pense, fale, compre, beba
Leia, vote, não se esqueça
Use, seja, ouça, diga
Não, senhor, sim, senhor
Não, senhor, sim, senhor

Fonte: "Admirável Chip Novo", da cantora Pitty

Texto IX

"Se posso discernir o olhar que me espia, domino a vigilância, eu a espio também, aprendo suas intermitências, seus deslizos, estudo suas regularidades, posso despistá-la. Se o Olho está escondido, ele me olha, ainda quando não me esteja vendo."

Fonte: Ensaio "A máquina panóptica de Jeremy Bentham", do psicanalista francês Jacques-Alain Miller

Texto X



Fonte: Sindicato dos bancários de Blumenau

PROPOSTA DE REDAÇÃO: Com base na leitura da coletânea e em seus conhecimentos de mundo, redija uma dissertação sobre o tema: "**Panóptico digital: por que o homem deve repensar suas relações sociais no âmbito digital?**".

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.